

Goodyear ha presentato i risultati finanziari del secondo trimestre e del primo semestre 2016. Nel secondo trimestre 2016 le vendite nette sono state di 3,9 miliardi di dollari, in calo del 7% rispetto ai 4,2 miliardi di un anno fa, con la diminuzione in gran parte attribuibile al deconsolidamento della filiale in Venezuela, la vendita del business moto nordamericano e la conversione sfavorevole di valuta estera. L'utile netto del secondo trimestre 2016 è stato di 202 milioni di dollari (75 centesimi per azione), in aumento del 5,2% rispetto ai 192 milioni (70 centesimi per azione) del secondo trimestre di un anno fa. Il miglioramento è dovuto principalmente ad una diminuzione delle imposte sul reddito. Escludendo alcune voci significative, nel secondo trimestre 2016 l'utile netto rettificato è stato di 314 milioni di dollari (1,16 dollari per azione), rispetto ai 229 milioni (84 centesimi per azione) del 2015.

I volumi di pneumatici sono stati pari a 41,5 milioni, in crescita del 2% rispetto al 2015, grazie alla crescita in Asia-Pacifico e in Europa, Medio Oriente e Africa. Un totale di 15,4 milioni di unità sono state vendute in Europa, Medio Oriente e Africa, con un aumento anno su anno del 4,1 per cento, e le gomme 6,0 milioni venduti in Asia ha rappresentato una crescita del 21,7 per cento; questo sviluppo positivo è stato trainato dall'acquisizione di giapponese affari mercato di sostituzione Nippon Goodyear Ltd. Ultimo anno, che ha portato un ulteriore 1,1 milioni o giù di lì ulteriori unità nell'equazione. I volumi di vendita nelle Americhe Diminuita 6,0 per cento a 18,8 milioni di pezzi, con una riduzione amplificata dalla vendita di Goodyear Dunlop Tires Nord America Ltd. e il solido zione deco della controllata di Goodyear in Venezuela. Le spedizioni di pneumatici per il ricambio sono aumentate del 4%, mentre quelle per l'OE sono calate del 4%. Un totale di 15,4 milioni di unità sono state vendute in Europa, Medio Oriente e Africa, con un aumento anno su anno del 4,1%, mentre i 6,0 milioni di pezzi venduti in Asia ha rappresentato una crescita del 21,7%; questo sviluppo positivo è stato trainato dall'acquisizione del business giapponese del ricambio Nippon Goodyear Ltd avvenuto lo scorso anno, che ha contato per circa 1,1 milioni di gomme. I volumi di vendita nelle americhe sono calati del 6,0% a 18,8 milioni di pezzi, con una riduzione amplificata dalla vendita di Goodyear Dunlop Tires Nord America Ltd. e dal deconsolidamento della controllata di Goodyear in Venezuela.

I risultati di Goodyear sono stati influenzati dal sovraccarico deconsolidamento della controllata Venezuelana, dalla vendita del business pneumatici moto in Nord America e dai tassi di cambio sfavorevoli. Le vendite nelle Americhe sono diminuite del 13,5% nel secondo trimestre a 2,1 miliardi di dollari, mentre l'Europa, il Medio Oriente e l'Africa nel secondo trimestre hanno registrato vendite per 1,3 miliardi di dollari, sullo stesso livello del 2015, mentre il secondo trimestre 2016 dell'Asia-Pacifico ha ottenuto un aumento del 7,5% delle vendite a 528 milioni di dollari.

La società ha registrato nel secondo trimestre un utile operativo di 531 milioni di dollari, in

calo rispetto ai 550 dell'anno scorso. Il reddito operativo è stato influenzato negativamente da un conguaglio di 24 milioni per quanto riguarda le tasse del 2012 e dalle perdite del profitto intra-aziendale nella regione delle Americhe. La diminuzione del risultato operativo riflette anche il deconsolidamento del Venezuela, che ha impattato per 36 milioni di dollari, parzialmente compensato dalle azioni di riduzione dei costi. Il risultato operativo del segmento core, che esclude il Venezuela, è stato di 514 milioni di dollari nel trimestre 2015.

Risultati del semestre

Le vendite nette di Goodyear per i primi sei mesi del 2016 sono state di 7,6 miliardi, in calo dell'8% rispetto allo stesso periodo del 2015, riflettendo la sfavorevole conversione delle valute estere che ha impattato per ben 225 milioni di dollari, e il deconsolidamento del Venezuela.

I volumi di pneumatici sono stati pari a 83,0 milioni, in crescita del 2% a partire dal 2015, grazie al miglioramento nella regione Asia-Pacifico, principalmente in Giappone e in Cina. Le spedizioni di pneumatici per il segmento del ricambio sono aumentate del 3%, mentre quelle destinate all'OE sono scese dell'1%. Escludendo l'impatto del deconsolidamento del Venezuela, i volumi unitari sono aumentati del 3%.

L'utile netto di Goodyear di milioni per i primi 6 mesi del 2016 è pari a 386 milioni di dollari, o 1,43 dollari per azione, in calo rispetto ai 416 milioni di dollari, o 1,52 per azione, del primo semestre del 2015. Il decremento è dovuto ad un pagamento una tantum di 155 milioni (99 milioni al netto delle imposte) per il riconoscimento di royalties per il fatturato 2015.

La società ha registrato un utile operativo per la prima metà dell'anno di 950 milioni di dollari, leggermente in aumento rispetto ai 938 di un anno fa. L'incremento è stato guidato da un mix di prezzo favorevole per le materie prime e dall'impatto dell'aumento dei volumi. Questi miglioramenti sono stati parzialmente compensati dal deconsolidamento del Venezuela: il risultato operativo del segmento core, che esclude il Venezuela, è stato di 880 milioni nel primo semestre 2015.

“Abbiamo realizzato maggiori volumi e utili solidi nel trimestre, raggiungendo margini operativi sopra l'11% in tutti e tre i business”, ha detto Richard J. Kramer, presidente e amministratore delegato di Goodyear. “Le previsioni rimangono favorevoli in molti dei nostri mercati chiave e la domanda per i nostri prodotti premium ad alto valore aggiunto è forte. Il nostro focus rimane quello di seguire la nostra strategia disciplinatamente e raggiungere gli obiettivi finanziari.”

- Per rimanere sempre aggiornato sui risultati finanziari delle aziende del settore pneumatici, non perdere la nostra pagina Aziende! clicca qui: [**"pagina aziende"**](#)



© riproduzione riservata
pubblicato il 29 / 07 / 2016