

Goodyear Tire & Rubber presenta il 2012 come il secondo anno consecutivo in cui l'azienda ha superato gli 1,2 miliardi di dollari di risultato operativo, in una situazione di diminuzione dei volumi. Così si è espresso Richard J. Kramer, presidente e CEO di Goodyear, aggiungendo: "questi risultati sono stati sostenuti dalla performance di North American Tire; stiamo inoltre iniziando a vedere i benefici dei nostri investimenti strategici in Cina."

Il CEO si dice ottimista relativamente ai progressi fatti in America del Nord, America Latina e Asia Pacifico nel 2012, sicuro che possano continuare a migliorare la redditività. L'Europa rimane però il tasto dolente: "Di conseguenza alla debolezza preservante dell'economica europea e ai suoi effetti per l'industria dell'auto e del pneumatico, abbiamo abbassato le nostre aspettative per il risultato operativo del 2013 e stiamo prendendo provvedimenti per mantenere una competitività a lungo termine in questa regione."

I ricavi complessivi di Goodyear sono stati nel 2012 di 21 miliardi di dollari, l'8% in meno rispetto ai 22,8 dell'anno precedente. Il risultato operativo è stato di 1,2 miliardi di dollari, 120 milioni di dollari inferiore rispetto al 2011, a causa principalmente della debolezza del mercato europeo, parzialmente compensata dalla performance nordamericana. Rispetto al precedente esercizio, i risultati hanno tratto vantaggio dal migliorato price/mix con un offset di oltre 576 milioni di dollari nei costi delle materie prime. Il cash flow del produttore americano ammonta a 701 milioni di dollari.

I mercati

Le vendite nel **mercato nordamericano** sono scese, in volume, dai 66 milioni di pezzi del 2011 a 62,6 milioni nel 2012, per un turnover che l'anno scorso è arrivato a 9,666 miliardi di dollari rispetto ai precedenti 9,859. Il risultato operativo è quasi raddoppiato: da 276 a 514 milioni di dollari, con un margine che è passato da 2,8 a 5,3%.

Le preoccupazioni riguardano però **l'area EMEA** (Europa, Middle East, Africa), dove le unità vendute sono passate dai 74,3 milioni (2011) a 62,7 milioni (-15%), con un decremento dei ricavi del 14,4% a 6,884 milioni di dollari rispetto agli 8,040 del 2011. Il risultato operativo è stato di 252 milioni di dollari, dopo i 627 del 2011, con un margine che è sceso da 7,8% a 3,7%.

Calano i numeri anche in **America Latina**, dove Goodyear ha venduto 18,1 milioni di pezzi (nel 2011 19,8) e fatturato 2,085 miliardi di dollari, rispetto ai 2,472 dell'anno precedente. Il reddito operativo passa da 231 (nel 2011) a 223 milioni di dollari, con un margine operativo del 10,7% rispetto al 9,3% del 2011.

Infine la regione **Asia Pacifico** ha leggermente aumentato le unità vendute a 20,6 milioni dai 20,5 dell'anno prima, con un fatturato di 2,357 miliardi di dollari, di poco inferiore ai 2,396 del 2011. Il Risultato operativo di 259 milioni di dollari (234 nel 2011) ha evidenziato un margine operativo in crescita sull'anno prima: 11% rispetto a 9,8%.

Outlook 2013

L'outlook del produttore americano sul 2013 è di aumentare di oltre il 12% il reddito operativo, portandolo tra gli 1,4 e 1,5 miliardi di dollari. Il target annunciato in questi giorni è inferiore tuttavia alle precedenti aspettative (1,6 miliardi di dollari) e riflette il timore del permanere delle condizioni di debolezza della domanda in Europa, con i relativi tagli della produzione, come annunciato ad Amiens in Francia e in Venezuela.

Goodyear continua ad avere aspettative di crescita sul lungo termine, ma prevede anche un passo più lento nel breve termine. Complessivamente il produttore americano conta di aumentare, anche se di poco, i volumi di vendita.

In America del Nord, l'azienda prevede che il mercato del ricambio rimarrà stabile o crescerà al massimo del 2%, mentre il primo equipaggiamento dovrebbe segnare un +5%. Nel segmento dei pneumatici per veicoli commerciali, sia al ricambio che all'OE le previsioni di volume rimangono piatte sui livelli del 2012.

Uguali al mercato nordamericano sono le previsioni per l'Europa nel segmento consumer. Per il settore commercial invece, Goodyear prevede un incremento della domanda di circa il 5% nel ricambio e fino al 5% nell'equipaggiamento originale.



 Per ulteriori dettagli, visita la sezione  Numeri & Fatti -> Le aziende -> Goodyear

© riproduzione riservata
pubblicato il 20 / 02 / 2013