Goodyear Tire & Rubber ha presentato i risultati del secondo semestre dell'anno, provocando un calo delle azioni dell'8,7% quando ha annunciato che le vendite nette erano inferiori alle stime di 40 milioni di dollari. I prezzi delle azioni sono caduti a un minimo giornaliero di 25,07 dollari, quando Goodyear ha annunciato che in questo trimestre le vendite nette sono state pari a 4,656 miliardi, il 4,9% in meno rispetto al corrispondente trimestre di un anno fa. L'azienda, comunque, mantiene gli obiettivi finanziari prefissati, confortata dalle notizie positive che giungono soprattutto da Europa e Africa.

I ricavi sono diminuiti in tutte le regioni tranne l'Europa, il Medio Oriente e l'Africa, dove le vendite sono aumentate dello 0,2%, a 1,58 miliardi, grazie ad un aumento del 3,4% dei volumi di vendita di pneumatici, con un totale di 15,1 milioni venduti tra marzo e giugno 2014. Il risultato operativo di queste regioni nel secondo trimestre è aumentato del 130%, a 117 milioni dollari, con il margine operativo che è passato dal 3,2% di un anno fa al 7,4%. "Il nostro approccio equilibrato di crescita e il controllo dei costi è stato particolarmente cruciale nelle regioni EMEA (Europe, the Middle East and Africa)" ha commentato il presidente e amministratore delegato Goodyear, Richard Kramer. "Inoltre, stiamo facendo un lavoro molto migliore nel supportare i nostri clienti, grazie ad una forte proposta di valore ed alla linea di prodotti."

Anche se i ricavi sono diminuiti del 4,9%, l'utile operativo è stato pari a 460 milioni di dollari, in aumento del 7,5% rispetto allo scorso anno e un record per il secondo trimestre; maggiori volumi di vendita e livelli di produzione più elevati del primo trimestre hanno portato a risultati migliori di 40 milioni di dollari anno su anno, mentre il risparmio di 103 milioni dollari accumulato nel trimestre ha più che compensato l'impatto negativo dell'inflazione, pari a 69 milioni dollari. La riduzione dei costi delle materie prime ha solo parzialmente compensato il ridotto prezzo/mix, per un impatto netto negativo di 44 milioni di dollari anno su anno. L'utile operativo del primo semestre dell'anno è 833 milioni di dollari, il 14% in più rispetto al primo semestre del 2013. "Il raggiungimento di questi risultati, anche in mezzo a difficili ambienti economici globali, è forse il miglior riflesso della forza della nostra strategia e delle modifiche che abbiamo fatto per il business di Goodyear. Questo rinnova ulteriormente la nostra fiducia nel raggiungere il nostro obiettivo di una crescita annuale del reddito operativo del segmento compresa tra il 10% e il 15% nel 2016 " ha detto Kramer.

L'utile netto è aumentato del 20,2% anno su anno a 232 milioni di dollari nel secondo trimestre, con un utile netto disponibile agli azionisti comuni pari a 213 milioni dollari, il 13,3% in più dello scorso anno. Escludendo alcune voci significative, l'utile netto rettificato è stato di 225 milioni dollari, o 80 centesimi per azione.

La società ha ribadito gli obiettivi finanziari 2014-2016, che comprendono la crescita menzionata da Kramer del reddito operativo del segmento, un flusso di cassa annuale positivo, e un rapporto tra il debito rettificato e l'EBITDA compreso tra 2.0x e 2.1x. Infine, Goodyear continua ad aspettarsi volumi di vendita unitari maggiori di una percentuale compresa tra il 2% e il 3% per il 2014 rispetto al 2013.

Il documento completo è disponibile alla nostra pagina **aziende**.

© riproduzione riservata
pubblicato il 1 / 08 / 2014