

Goodyear ha pubblicato i risultati finanziari del terzo trimestre e dei primi nove mesi del 2020.

Le vendite di Goodyear nel terzo trimestre del 2020 sono state di 3,5 miliardi di dollari, in calo del 9% rispetto a un anno fa. Il calo è stato determinato da volumi inferiori, dalla valute sfavorevoli e dalle minori vendite di altre attività legate ai pneumatici. Questi fattori sono stati parzialmente compensati da miglioramenti nel price / mix.

I volumi di pneumatici sono stati pari a 36,6 milioni, in calo del 9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La domanda del settore durante il trimestre è stata influenzata dai continui sconvolgimenti economici derivanti dalla pandemia Covid-19. Le spedizioni di pneumatici sostitutivi sono diminuite del 9%, riflettendo l'impatto della minore domanda dei consumatori, la chiusura temporanea dei gommisti negli Stati Uniti e di azioni intraprese per allineare la distribuzione europea. Anche il volume del primo equipaggiamento è diminuito del 9%, a causa della ridotta produzione di veicoli.

La perdita netta del terzo trimestre 2020 di Goodyear è stata di 2 milioni di dollari (1 centesimo per azione) rispetto all'utile netto di 88 milioni di dollari (38 centesimi per azione) di un anno fa. La diminuzione è stata guidata da un calo del reddito operativo del segmento. L'utile netto rettificato del terzo trimestre 2020 è stato di 24 milioni di dollari (10 centesimi per azione), rispetto all'utile netto rettificato di 105 milioni di dollari (45 centesimi per azione) nel 2019. Gli importi per azione sono diluiti.

La società ha registrato un reddito operativo del segmento di 162 milioni di dollari nel terzo trimestre del 2020, in calo di 132 milioni rispetto a un anno fa. Il calo riflette principalmente un volume inferiore, un minore utilizzo delle fabbriche e minori guadagni da altre attività legate ai pneumatici. Questi fattori sono stati parzialmente compensati dai benefici delle azioni di riduzione dei costi, inclusi i piani di razionalizzazione in corso, e il miglioramento del rapporto price / mix.

Andando a vedere i risultati dei primi **9 mesi dell'anno**, le vendite di Goodyear sono state di 8,7 miliardi di dollari, in calo del 21% rispetto allo stesso periodo del 2019, a causa di volumi inferiori, vendite ridotte in altre attività legate ai pneumatici e conversioni sfavorevoli delle valute estere. Questi fattori sono stati parzialmente compensati da miglioramenti nel price / mix.

I volumi di pneumatici sono stati pari a 88,3 milioni, in calo del 24% rispetto al 2019. Le spedizioni di pneumatici di ricambio sono diminuite del 21%, riflettendo principalmente la minore domanda del settore. Il volume del primo equipaggiamento è diminuito del 31%,

trainato dalla minore produzione globale di veicoli.

La perdita netta di Goodyear è stata di 1,3 miliardi di dollari per i primi nove mesi del 2020 (5,62 dollari per azione) rispetto all'utile netto di 81 milioni di dollari (35 centesimi per azione) nello stesso periodo dell'anno precedente.

La perdita netta rettificata di Goodyear per i primi nove mesi del 2020 è stata di 550 milioni di dollari (2,35 dollari per azione), rispetto all'utile netto rettificato di 208 milioni (89 centesimi per azione) nello stesso periodo dell'anno precedente. Gli importi per azione sono diluiti.

La società ha registrato una perdita operativa del segmento di 316 milioni per i primi nove mesi del 2020, in calo di 1,0 miliardi rispetto a un anno fa. La diminuzione è stata principalmente dovuta ai volumi inferiori, al ridotto utilizzo delle fabbriche e ai minori guadagni da altre attività legate ai pneumatici. Questi fattori sono stati parzialmente compensati da una riduzione del SAG (spese legate alle vendite, generali e amministrative), causate dalla riduzione del personale e delle spese pubblicitarie, e dai benefici delle azioni di riduzione dei costi, inclusi i piani di razionalizzazione in corso.

*“I nostri risultati riflettono lo slancio crescente in quanto l'industria globale dei pneumatici si è ripresa più rapidamente di quanto ci aspettassimo durante il trimestre, guidata dalle Americhe”, ha affermato **Richard J. Kramer**, presidente di Goodyear. “Stiamo cogliendo ogni opportunità per continuare a costruire la nostra attività a lungo termine, generando al contempo significativi risparmi sui costi.”*

[**Il PDF con i risultati completi**](#)

© riproduzione riservata pubblicato il 9 / 11 / 2020