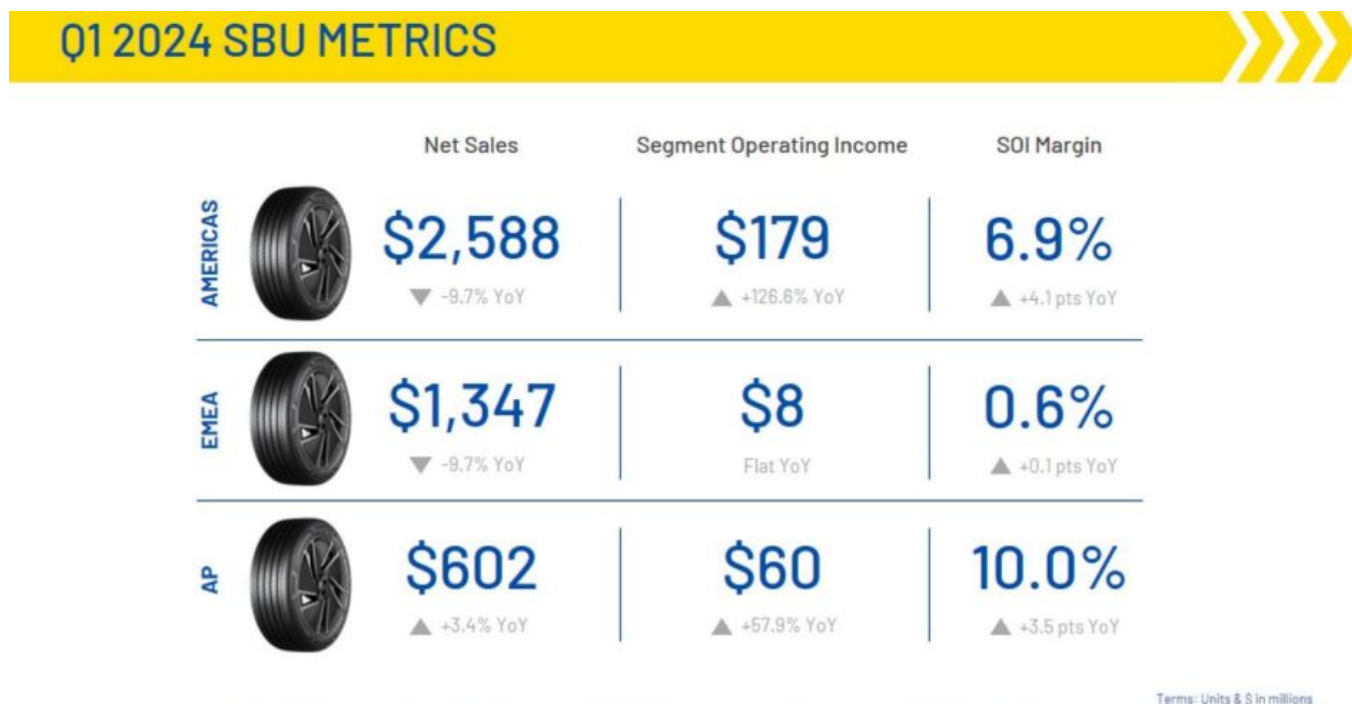


Nel primo trimestre del nuovo anno fiscale, Goodyear è riuscita ad aumentare ulteriormente la redditività del fatturato rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente e rispetto all'intero anno precedente (+4,8%).

Nella presentazione dei risultati che il produttore statunitense ha fatto ieri sera, il quasi raddoppio dell'utile operativo a livello mondiale da 125 a 247 milioni di dollari USA (229 milioni di euro) è dovuto principalmente al miglioramento del mix prodotto-prezzo, che è stato compensato dai maggiori costi delle materie prime e dal piano di trasformazione ["Goodyear Forward"](#). Complessivamente è stato sufficiente per un ritorno sulle vendite del 5,4%.

Rispetto ai dati del Gruppo, tuttavia, l'area EMEA (Europa, Medio Oriente, Africa) continua a essere debole, con ricavi e vendite unitarie in calo e un risultato operativo che si è mantenuto ai livelli dell'anno precedente nel primo trimestre. Di conseguenza, l'utile sul fatturato EMEA è migliorato solo marginalmente, passando dallo 0,5 allo 0,6%.

Nel calcolo del risultato, Goodyear fa riferimento ai costi sostenuti dal produttore lo scorso anno a causa dell'[incendio nello stabilimento di pneumatici di Debiça, in Polonia](#) (11 milioni di dollari).



© riproduzione riservata pubblicato il 7 / 05 / 2024