

Goodyear ha presentato i risultati finanziari per il secondo trimestre e per la prima metà del 2020, con il coronavirus che ha avuto, naturalmente, un pesante impatto, ma tutto sommato i dati registrati sono migliori di quanto previsto nei mesi scorsi.

Le vendite nette di Goodyear nel secondo trimestre 2020 sono state di 2,1 miliardi di dollari, in calo del 41% rispetto ad un anno fa. I volumi sono stati pari a 20,4 milioni, in calo del 45% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La domanda del settore durante il secondo trimestre è stato significativamente influenzato dalle azioni intraprese da governi, imprese e consumatori per rallentare la diffusione del Covid-19, con il maggiore impatto registrato in aprile e maggio.

Il segmento del ricambio è diminuito del 39%, riflettendo l'impatto della minore domanda dei consumatori, delle chiusure temporanee di negozi e dell'ingrosso e della riduzione dei livelli di inventario. Il primo equipaggiamento è diminuito del 62%, a causa della riduzione della produzione di veicoli.

Le perdite nette del secondo trimestre 2020 di Goodyear sono state di 696 milioni di euro (2,97 dollari per azione) rispetto a un utile netto di 54 milioni (23 centesimi per azione) di un anno fa. La riduzione è stata trainata da un calo del reddito operativo del segmento, una svalutazione delle attività non liquide e maggiori oneri di razionalizzazione.

La perdita netta rettificata del secondo trimestre 2020 è stata di 437 milioni (1,87 dollari per azione), rispetto all'utile netto rettificato di 58 milioni (25 centesimi per azione) del 2019.

La società ha registrato una perdita operativa del segmento di 431 milioni di dollari nel secondo trimestre del 2020, in calo di 650 milioni di dollari di un anno fa.

Risultati da inizio anno

Le vendite di Goodyear per i primi sei mesi del 2020 sono state di 5,2 miliardi di dollari, in calo del 28% rispetto allo stesso periodo del 2019.

I volumi di pneumatici sono stati di 51,7 milioni, in calo del 31% rispetto al 2019.

Il ricambio è diminuito del 28%, mentre il primo equipaggiamento del 41%.

Le perdite nette di Goodyear sono state pari a 1,3 miliardi di dollari per i primi sei mesi del 2020 (5,62 dollari per azione) rispetto a una perdita netta di 7 milioni (3 centesimi per azione) dello stesso periodo dell'anno precedente.

Le perdite nette rettificata di Goodyear per i primi sei mesi sono di 575 milioni di dollari (2,46 dollari per azione), rispetto a un utile netto rettificato di 103 milioni (44 centesimi per azione) del 2019.

La società ha registrato una perdita operativa del segmento di 478 milioni per i primi sei mesi del 2020, in calo di 887 milioni rispetto ad un anno fa.

“Sebbene i risultati del nostro primo semestre siano stati fortemente influenzati dalla pandemia, le decisive azioni intraprese per salvaguardare il nostro business hanno contribuito a mitigare l’impatto dei nostri risultati finanziari”, ha affermato **Richard J. Kramer**, presidente e amministratore delegato di Goodyear.

“Ci sono segnali di incoraggiamento, con la domanda che si sta gradualmente riprendendo nella maggior parte dei mercati principali, ma i nostri piani per la seconda metà dell’anno prendono in considerazione le sfide e le incertezze che rimarranno. Continuiamo a concentrarci sul benessere dei nostri collaboratori, assistendo i clienti e supportando i marchi, mentre gestiamo adeguatamente i costi e il capitale circolante”, ha aggiunto Kramer.

“Siamo inoltre impegnati nel sostenere la forte crescita delle nostre attività di e-commerce e installazione mobile a cui stiamo assistendo. Questi investimenti nella distribuzione rafforzeranno la nostra posizione di leadership e sosterranno le nostre prospettive di crescita a lungo termine, man mano che il comportamento di acquisto dei consumatori continuerà ad evolversi”, ha affermato Kramer.

[I risultati finanziari completi in PDF](#)