

Kolejny etap planu Forward Goodyear

data aktualizacji: 2026.03.23



Kilka dni temu koncern oponiarski ogłosił kolejny etap planu transformacji Goodyear Forward. Tym razem w ramach strategicznej transformacji działalności w regionie EMEA, nastąpią cięcia etatów, acz firma utworzy też nowe stanowiska pracy w celu wsparcia nowego modelu biznesowego.

„Goodyear Forward” to wieloletnia strategia transformacji ogłoszona przez amerykańskiego giganta pod koniec 2023 roku. Jej celem jest optymalizacja portfolio produktów, znacząca poprawa marż oraz redukcja zadłużenia do końca 2025 roku. Goodyear od niedawna robi wiele w celu zwiększenia swej efektywności finansowej i operacyjnej. Koncern sfinalizował sprzedaż kluczowych jednostek biznesowych, aby skupić się na podstawowej działalności. I tak np. biznes opon OTR został sprzedany firmie Yokohama Rubber za 905 mln USD. Na mocy tej transakcji Yokohama Rubber sfinalizowała 3 lutego 2025 r. przejęcie działu opon terenowych, do górnictwa powierzchniowego i podziemnego, budownictwa i kamieniołomów oraz portów i rynków przemysłowych, a także dla pojazdów rolniczych. Równocześnie marka Dunlop została sprzedana Sumitomo Rubber Industries za 735 mln USD.

W 2025 roku Goodyear odnotował przychód w wysokości 18,28 miliarda dolarów, co oznacza niewielki spadek w porównaniu do 2024 roku, przy jednoczesnym odnotowaniu straty netto w wysokości 1,71 miliarda dolarów w porównaniu do zysku netto w wysokości 46 milionów dolarów w poprzednim roku. Region EMEA wniósł 5,55 miliarda dolarów przychodów w 2025 roku, w porównaniu z 5,42 miliarda dolarów w 2024 roku. Według stanu na 2025 r. firma zatrudniała 63 tys. osób na całym świecie i prowadziła 49 zakładów produkcyjnych w 19 krajach.

Inicjatywa oszczędnościowa

Tym razem proponowana ewolucja ma na celu uproszczenie operacji, zmniejszenie złożoności wewnętrznej i stworzenie organizacji bardziej zorientowanej na klienta, która zapewnia większą wartość w całym regionie, bazując na sukcesach poczynionych na wcześniejszych etapach transformacji firmy. I jak czytamy: „Proponowane zmiany, które wymagają konsultacji z partnerami społecznymi, wpłyną na około 600 stanowisk w działach sprzedaży i wsparcia w regionie EMEA. Firma spodziewa się również utworzenia około 200 nowych stanowisk w celu wsparcia nowego modelu biznesowego”. Jak widać, nie jest napisane wprost, że firma ograniczy zatrudnienie o ok. 400 osób, ale wszystko na to wskazuje.

- Kolejny etap naszej transformacji stanowi kluczowy krok naprzód w naszej drodze do stymulowania wzrostu i zaspokajania – a nawet przekraczania – potrzeb naszych klientów. Bazując na postępach, które już osiągnęliśmy, nasza analiza działalności wykazała, że dalsze zmniejszanie wewnętrznej złożoności jest niezbędne do osiągnięcia dalszych sukcesów i zapewnienia Goodyearowi długoterminowego sukcesu - oznajmił Jan-Piet van Kesteren, Dyrektor Zarządzający EMEA i Dyrektor Sprzedaży EMEA Consumer.

Szczegóły dotyczące konkretnych lokalizacji redukcji zatrudnienia i nowych ról nie zostały ujawnione. Wiadomo za to, że proponowane zmiany obejmują: usprawnienie operacji, co zmniejszy tarcia wewnętrzne i poprawi elastyczność. Mowa też o udoskonaleniu sprzedaży i wsparcia, aby dostosować je do globalnego modelu operacyjnego. Co ważne, nie przewiduje się wpływu na zasoby produkcyjne i nie nastąpią żadne natychmiastowe zmiany w sposobie obsługi klientów przez Goodyear.

- Klienci w regionie EMEA mogą oczekiwać, że Goodyear będzie bardziej elastyczny, bardziej responsywny i bardziej skoncentrowany na swoim sukcesie - dodał Jan-Piet van Kesteren.

- Uproszczając sposób, w jaki pracujemy wewnętrznie, możemy skupić naszą energię na tym, co najważniejsze dla naszych klientów – dostarczaniu wysokiej jakości produktów. Rozpoczynając tę podróż, chcielibyśmy podziękować naszym pracownikom za ich nieustające zaangażowanie i profesjonalizm. Goodyear w pełni angażuje się w transparentną komunikację i będzie nadal informować wszystkich interesariuszy na bieżąco o postępach w tym procesie.

Fot. Goodyear

Źródło: