Anche il 2011 è stato per Delticom, l'azienda tedesca specializzata nella vendita online di pneumatici, un anno di successo. Secondo i risultati finanziari preliminari diffusi dalla società, il fatturato è cresciuto del 14,4% a 480 milioni di euro, con EBIT +9,6% a 52,2 milioni di euro. Il guadagno per azione è cresciuto dell'8,4% a 2,99 euro. In particolare i ricavi della divisione e-Commerce sono cresciuti del 12,9% anno su anno, da 403,7 milioni di euro a 455,6 milioni di euro e i ricavi della divisione Ingrosso sono cresciuti del 53,4% a 24,4 milioni di euro, rispetto ai 15,9 milioni di euro dell'anno precedente.

A differenza del rigido inverno 2010 che aveva visto svuotare i magazzini di pneumatici invernali, la stagione di quest'anno è per il momento particolarmente mite e sta determinando, secondo gli esperti del settore, dei numeri di vendita decisamente inferiori rispetto alla precedente. Delticom aveva anche investito realizzando un nuovo magazzino per far fronte alla crescita attesa della domanda, ma è proprio grazie a questa disponibilità che ha potuto offrire ai clienti prezzi particolarmente competitivi nel corso del quarto trimestre dell'anno. Per questo motivo – spiega l'azienda in una nota – "nonostante gli importanti risultati di vendita dell'ultimo trimestre del 2010, Delticom è riuscita a vendere più gomme, incrementando del 12,1% il fatturato del quarto quarter 2011 a 182,3 milioni di euro rispetto ai 162,6 milioni dello stesso periodo 2010". Nel 2010 i prezzi delle gomme erano mediamente aumentati a causa dell'offerta a volte inferiore alla domanda del mercato, mentre la fine del 2011 si è caratterizzata da un andamento dei prezzi più regolare. Per questo motivo Delticom dichiara che il margine lordo (margine di vendita escluse altre spese operative) è sceso assestandosi a 28,4% rispetto al 30,6% dell'ultimo quarter 2010. Il margine EBIT del quarto trimestre dell'anno scorso è sceso invece al 13,2%, rispetto al 15,2% dello stesso periodo 2010.

Per quanto riguarda il futuro, Delticom è ottimista, nonostante gli economisti stiano abbassando le stime per il mercato europeo a causa delle misure di austerità introdotte in molti paesi che tenderanno ad abbassare la fiducia dei consumatori e nonostante gli esperti affermino che anche il settore dei pneumatici ne subirà le conseguenze. Anzi, secondo Delticom, è proprio in questo clima di sfiducia, che i consumatori si rivolgeranno sempre di più ad internet per cercare alternative d'acquisto a prezzi più vantaggiosi. Per l'anno appena iniziato le aspettative di Delticom sono dunque decisamente positive e, anche nel caso il mercato e il clima non fossero migliori del 2011, conta di guadagnare un ulteriore 10% di vendite. Ritenendo inoltre che i margini ritorneranno ai livelli dell'anno precedente, anche gli utili dovrebbero incrementare proporzionalmente.

Il rapporto contenete i risultati finanziari definitivi dell'anno fiscale 2011 verranno pubblicati il prossimo 22 marzo.

© riproduzione riservata
pubblicato il 23 / 01 / 2012