

Delticom amplia l'offerta dei suoi cataloghi online con un nuovo marchio: Tyre Leao. Con i pneumatici Leao, prodotti in Cina da Shandong Linglong, Delticom espande la disponibilità di prodotti della linea budget.

Il 2012 è stato per il leader europeo della vendita di pneumatici online un anno particolarmente impegnativo per il difficile contesto di mercato. Secondo i dati preliminari l'esercizio si è chiuso con ricavi per 456,4 milioni di euro, rispetto ai 480,00 del 2011. L'EBIT è stato di 32,5 milioni di euro contro i 52,9 dell'anno precedente. L'utile per azione è stato di 1,86 euro, mentre nel 2011 era di 3,04 euro.

L'azienda tedesca afferma che la debolezza della domanda anche nell'ultimo trimestre ha confermato il trend negativo dell'anno e che le vendite di pneumatici invernali sono state deludenti e inferiori allo stesso periodo dell'anno precedente.

© riproduzione riservata
pubblicato il 19 / 03 / 2013