

Il leader europeo della vendita online di pneumatici, Delticom, ha pubblicato i risultati finanziari del primo semestre dell'anno: ricavi a 226,1 milioni di euro, il 6,5% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; EBITDA a 6,2 milioni di euro con un margine di 2,7% rispetto al 4,8% del primo semestre 2013. Per quanto riguarda esclusivamente il business di commercio online, attraverso i 140 negozi che l'azienda tedesca propone sul web, le vendite sono arrivate a 206,4 milioni di euro, con un incremento anno su anno del 7,3%. Ad incrinare le cifre c'è però la recente acquisizione di Tirendo, che nella prima metà dell'anno ha perso significativamente terreno sia in termini di fatturato che di utili. Se nel semestre i ricavi di Tirendo sono rimasti invariati (17,5 milioni nei primi mesi di quest'anno e anche dell'anno scorso), il secondo trimestre ha evidenziato un calo addirittura del 33,8% a 9,2 milioni di euro, che hanno vanificato gli sforzi del primo quarter, che invece era cresciuto del 131,2% rispetto all'anno precedente. La causa principale di questo risultato è da ravvedere, secondo Delticom, nelle temperature primaverili che hanno anticipato la stagione estiva a marzo.

Da gennaio a giugno i clienti di Delticom sono stati 454.000, il 4,3% in più rispetto al primo semestre dell'anno scorso. Il margine lordo è cresciuto del 5,9% a 160,5 milioni di euro, ma i costi - e i trasporti in prima linea - sono cresciuti del 22% a 48,3 milioni di euro. L'incremento più evidente deriva però dalle attività di marketing, che sono aumentate del 79% a 11,6 milioni di euro soprattutto a causa dell'acquisizione di Tirendo nel settembre 2013.

In ultima analisi, Delticom afferma che "su base semestrale, l'utile netto consolidato con -0,2 milioni di euro (rispetto ai +6 del primo semestre 2013) è stato negativo per la prima volta nella storia dell'azienda" e che questo risultato negativo è "principalmente da attribuire alle perdite accumulate da Tirendo, pari a -8 milioni post tasse nei primi 6 mesi dell'anno". In ogni caso Delticom conferma una visione complessiva positiva e sostiene che "nonostante lo sviluppo più debole del business nel primo semestre, Delticom rimane abbastanza redditizia, anche dopo l'acquisizione di Tirendo e la compensazione della sue perdite".

Guardando ai prossimi mesi l'azienda è prudente: "dopo il livello deludente della domanda di pneumatici invernali negli ultimi tre anni, bisognerà vedere fino a che punto la speranza di una stagione positiva di vendita di gomme invernali potrà realizzarsi quest'anno. Il secondo semestre, per tutto il mercato europeo del ricambio dipenderà ancora una volta dalle condizioni meteorologiche."

Delticom continua a puntare a una crescita del fatturato del 10% per l'intero anno e "poiché Tirendo non ha raggiunto le aspettative contribuendo alla crescita del Gruppo nel primo

semestre, l'obiettivo stabilito per il secondo semestre è ancora più ambizioso di quanto non fosse all'inizio dell'anno". L'azienda afferma tuttavia che continuerà a lavorare nell'ottimizzazione di costi e processi, sia ad Hannover che a Berlino e punta a pareggiare il risultato finanziario del 2013 per quanto riguarda la redditività complessiva.

© riproduzione riservata
pubblicato il 14 / 08 / 2014