

Delticom, il leader della vendita online di pneumatici e accessori per auto, ha deciso di diversificare. Grazie a due acquisizioni, per un totale di 30 milioni di euro, l'azienda con sede ad Hannover entrerà infatti nel business alimentare, sempre sfruttando il canale web. Le due società acquisite sono Gourmondo ed ES Food e questo viene descritto da Delticom come un "passo strategico importante per espandere ulteriormente la propria presenza europea nelle vendite online".

Delticom è attiva da più di 16 anni e vende pneumatici sia al canale privato che al dettaglio, con particolare successo in Europa. Nell'anno fiscale 2015 l'azienda ha raggiunto un fatturato di quasi 560 milioni di euro e ritiene che ci sia ancora un "alto potenziale di crescita" nel settore delle gomme.

Andreas Prüfer, co-fondatore e membro del consiglio di Delticom AG, ha dichiarato: "Forte di una posizione dominante nell'e-commerce, Delticom ha investito per entrare nel settore della vendita online di generi alimentari, che è un business in espansione e molto interessante. Questo dimostra la volontà dell'azienda di pianificare in maniera strategica e a lungo termine. Sono convinto che Delticom possa raggiungere ancora molti risultati e per questo continuiamo ad investire nella società".

L'acquisizione prevede che Delticom AG detenga una quota di maggioranza sia in Gourmondo Food GmbH, società di Monaco di Baviera, che in European Food GmbH (ES Food), che ha invece sede ad Hannover.

Gourmondo è un fornitore leader in Germania di alimenti biologici e gourmet. ES Food invece vende generi alimentari e altri beni di consumo attraverso diversi shop online che si rivolgono sia ai privati che ai rivenditori, anche fuori dalla Germania. L'azienda dispone inoltre di un sistema di logistica e stoccaggio ultra-moderno e completamente automatizzato.

Il prezzo di acquisto per le due società ammonta a 30 milioni di euro, di cui 18,5 milioni di euro saranno pagati direttamente da Delticom, 1,5 milioni di euro attraverso l'acquisizione di una passività e 10 milioni di euro mediante l'emissione di 518.081 nuove azioni.

Nonostante le vendite alimentari online, in Germania, siano oggi meno dell'1%, Delticom lo considera un mercato in forte crescita e intende puntare su prodotti di nicchia, come ad esempio i vini di alta qualità, sfruttando le proprie competenze e specializzazioni nell'e-commerce.

Gli esperti del settore concordano e pensano che nei prossimi anni la gastronomia che passa

tramite la rete crescerà esponenzialmente. In Francia e in Regno Unito, ad esempio, le quote sono già attorno al 3-4%. Thierry Delesalle, membro del consiglio di Delticom e responsabile commerciale, è convinto che il potenziale di crescita sia enorme: “Tutti i vantaggi del commercio elettronico, come ad esempio la disponibilità, l’ampia scelta e la trasparenza, sono sempre più importanti, anche nel settore alimentare”.