

La relazione semestrale definitiva di Delticom verrà pubblicata il prossimo 8 agosto, ma lo specialista tedesco di e-commerce di pneumatici ha annunciato i risultati preliminari, che – nonostante la crisi – evidenziano ricavi in crescita del 9,8% a 212,2 milioni di euro ed EBIT a 8,9 milioni di euro.

Il secondo trimestre dell'anno per il mercato europeo è stato complessivamente deludente e anche in Germania le vendite di pneumatici estivi al consumatore finale sono scese significativamente rispetto all'anno precedente, pur considerando il rimbalzo verificatosi in aprile. Secondo le statistiche dell'associazione tedesca dei produttori WDK si parla di una calo del 14,7% nei primi cinque mesi dell'anno.

Il secondo trimestre di Delticom è stato invece molto positivo, con vendite per 130,9 milioni di euro, che rispetto ai 107,8 del 2012 rappresentano un incremento del 21,5%. La divisione di commercio elettronico nel secondo quarter è cresciuta nei ricavi del 21,4%, fatturando 128,9 milioni di euro.

Nel secondo trimestre sono stati ben 271.000 i clienti che per la prima volta hanno piazzato un ordine sui negozi online di Delticom (nel 2012 erano 197.000). Ciò dimostra che la propensione all'acquisto online è cresciuta ben del 37,6%. Molti anche i clienti che, soddisfatti del primo acquisto, sono tornati sui portali di Delticom: 212.000 da aprile a giugno, contro i 164.000 dello stesso periodo dell'anno scorso (+29,4%).

La distribuzione all'ingrosso paga invece lo scotto del successo online e crolla nel secondo trimestre del 47,3% a 2 milioni di euro dopo un primo trimestre a 5,8 milioni di euro (-30,9%).

Per quanto riguarda gli obiettivi 2013, Delticom dichiara di essere in linea con l'outlook e, presumendo che il business confermi questo trend soddisfacente, conta di incrementare i ricavi sull'anno precedente. In ogni caso il top management tedesco prevede che Delticom performi nell'anno al disopra della media di mercato.

© riproduzione riservata
pubblicato il 22 / 07 / 2013