

Delticom ha pubblicato il suo rapporto completo per i primi nove mesi del 2014. Nel periodo in esame, la società ha ottenuto ricavi per 314 milioni di euro, con un incremento dell'1,6% (i primi nove mesi del 2013 i ricavi erano di 309,1 milioni di euro). L'EBITDA è stato pari a 8,0 milioni di euro, che equivale a un margine EBITDA del 2,5%, mentre nel 2013 era del 3,9%. Nel terzo trimestre, l'azienda ha generato un fatturato di 88,1 milioni di euro, in calo del 9,1% rispetto al 2013, anno in cui il fatturato era di 96,9 milioni. I ricavi della divisione E-Commerce, con i suoi 144 negozi on-line, sono aumentati anno su anno del 2,5%, passando da 299,8 milioni a 307,2 milioni.

Delticom afferma che dopo un significativo aumento delle vendite nel primo trimestre, il business si è subito raffreddato considerevolmente nel secondo trimestre, a causa del fatto che i clienti hanno acquistato pneumatici solamente ad inizio stagione. I primi tre mesi del secondo semestre dell'anno sono quelli tipici della transizione l'estate e l'inverno. Dopo che il business dei pneumatici estivi si è raffreddato nel secondo trimestre, anche l'andamento delle vendite nel terzo trimestre è rimasto dietro alle aspettative. Secondo le prime stime delle associazioni di categoria, in Germania nel terzo trimestre 2014 sono stati venduti il 5% in meno di pneumatici estivi. Inoltre, il clima mite persistente ha avuto l'effetto di rallentare il cambio tra i pneumatici estivi e quelli invernali. Nel corso del terzo trimestre, sono stati venduti ben un terzo in meno di pneumatici invernali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Negli altri paesi dove in genere si passa dai pneumatici estivi agli invernali, le temperature alla fine di settembre erano troppo calde per un rapido avvio di stagione.

I ricavi di Tirendo durante i primi nove mesi 2014 sono pari a 21,8 milioni, con un decremento del 14,7% rispetto all'anno precedente (25,6 milioni di euro). L'obiettivo di Tirendo per quest'anno è l'ottimizzazione dei costi per creare basi solide per un percorso di crescita redditizia futura. Il calo del 46,8% dei ricavi nel terzo trimestre, che passano da 8,1 di euro nel terzo trimestre 2013 a 4,3 milioni di quest'anno, è in parte a causa della domanda debole a causa del clima mite. Il calo è da attribuire anche alla strategia del tagliare dei costi di pubblicità.

Il PDF completo con i risultati è disponibile alla nostra pagina [AZIENDE](#)

© riproduzione riservata  
pubblicato il 14 / 11 / 2014