

Nei primi sei mesi dell'esercizio in corso, il Gruppo Delticom ha realizzato un fatturato di 249 milioni di euro, in crescita del 4,7 per cento rispetto ai 238 milioni di euro dello stesso periodo del 2020. Il contributo ai ricavi delle attività secondarie cessate nel 2020 è stato pari a circa 4 milioni di euro. Delticom afferma quindi che nei primi sei mesi dell'anno in corso la crescita nel solo core business è stata del 6,5 per cento. Dopo il crollo delle vendite legato alla pandemia nel settore dei pneumatici auto aftermarket in Europa, la ripresa nei singoli paesi europei nei primi sei mesi del 2021 è ancora molto irregolare.

Complessivamente, il Gruppo Delticom ha realizzato **un fatturato** di 102 milioni di euro nel primo trimestre dell'anno finanziario in corso (20° trimestre: 93 milioni di euro, +9,9%). Le attività periferiche chiuse nel corso del 2020 avevano contribuito al fatturato consolidato per 3,5 milioni di euro nel primo trimestre 2020. Di conseguenza, nel primo trimestre del 2021 è stata raggiunta una crescita di oltre il 14% nel core business. Nel secondo trimestre, la società ha generato un fatturato di 147 milioni di euro, con un aumento dell'1,4% rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente (secondo trimestre 2020: 145 milioni di euro). Al netto del contributo ai ricavi delle attività periferiche chiuse nel 2020, la crescita del core business nel secondo trimestre 2021 è pari all'1,6%.

L'utile prima di interessi, imposte e ammortamenti (**EBITDA**) per il secondo trimestre è, a 7,0 milioni di euro (Q2 2020: 3,8 milioni di euro, +82,3 per cento), significativamente più alto rispetto al trimestre precedente (1Q 2021: 1, 1 milione euro, primo trimestre 2020: -5,3 milioni di euro). Nel periodo di riferimento, l'EBITDA è stato di 8,0 milioni di euro (H1 20: -1,5 milioni di euro, +643,4 per cento). Ciò corrisponde a un margine EBITDA del 3,2% (H1 20: -0,6%). In una prospettiva semestrale, l'utile prima di interessi, imposte, deprezzamento e ammortamento sarà influenzato dai costi di ristrutturazione per un importo di 3,0 milioni di euro (primo semestre 2020: 3,9 milioni di euro). Grazie agli effetti una tantum ottenuti nell'ambito degli altri proventi d'esercizio, l'onere dei costi della ristrutturazione è stato quasi completamente compensato nel periodo in esame.

EBIT: in considerazione dell'aumento della redditività, l'EBIT nel periodo di riferimento è stato di 2,7 milioni di euro, dopo i -6,2 milioni di euro nel primo semestre '20, con un miglioramento di 8,9 milioni di euro. Il ritorno sulle vendite (EBIT come percentuale delle vendite) è dell'1,1 per cento (H1 20: -2,6 per cento). Per il secondo trimestre si registra un risultato positivo prima di interessi e imposte di 4,4 milioni di euro (Q2 2020: 1,5 milioni di euro, +193,6%) dopo -1,7 milioni di euro nel primo trimestre 2021 (Q1 2020: -7,7 milioni di euro, +78,2 per cento).

Risultato consolidato: La società ha conseguito un risultato consolidato di 1,0 milioni di euro nel periodo in esame, dopo un dato dell'anno precedente di -5,9 milioni di euro. L'utile

per azione è stato di EUR 0,08 (H1 20: EUR -0,47). Ciò significa che l'azienda è già tornata in attivo a livello di gruppo dopo la fine del primo semestre dell'anno.

Flusso di cassa: a causa del precedente accumulo di scorte e del corrispondente sviluppo del capitale circolante, il flusso di cassa dalle attività operative per il primo semestre '21 è sceso a -15,6 milioni di euro (primo semestre 20: 6,9 milioni di euro).

Outlook - conferma delle previsioni per l'intero anno

Il management dell'azienda continua ad aspettarsi di realizzare vendite di gruppo **tra 550 e 590 milioni di euro** nell'anno in corso. *“In una prospettiva semestrale, la domanda di pneumatici al ricambio, dopo il crollo legato alla pandemia dello scorso anno, è ancora molto incoerente nei singoli Paesi in cui l'azienda opera. La crescita del 6,5% delle vendite nel core business nel primo semestre 2021 è dovuta principalmente allo sviluppo positivo nei paesi di conversione. A causa dei progressi compiuti nelle campagne di vaccinazione e del calo del numero di contagi, **l'azienda prevede che la domanda continuerà a stabilizzarsi a livello paneuropeo** nella seconda metà dell'anno, ipotizzando che non ci saranno più blocchi drastici in autunno e che la vita dei consumatori europei e quindi il loro comportamento di mobilità continueranno a normalizzarsi di conseguenza”,* ha affermato la società.

© riproduzione riservata pubblicato il 19 / 08 / 2021