

**Borsa.** Acquisita Bow.it, in arrivo un accordo di outsourcing e in corso trattative nell'editoria

## In tre mosse la strategia di Dmail

Andrea Fontana

La recente acquisizione della milanese Bow.it. Un importante accordo di outsourcing in arrivo. Un nuovo colpo nel settore dei "media locali" entro la fine del 2006.

La strategia in tre mosse di Dmail, annunciata all'inizio della primavera dal presidente **Adrio De Carolis**, inizia a prendere forma, ma non trova ancora risposta positiva in Piazza Affari dove il gruppo, attivo nella vendita diretta e a distanza di piccoli elettrodomestici e di elettronica di largo consumo, ha lasciato sul terreno circa il 9% nell'ultimo mese. Performance a cui può aver contribuito anche il momento non brillante della Borsa e dei conti del gruppo: nel primo semestre il risultato ante imposte è calato a 1,06 milioni contro gli 1,4 dello stesso periodo 2005, mentre il +31% dei ricavi del trimestre aprile-giugno si spiega soprattutto con il consolidamento di Gdd Manufacturing, acquisita a marzo.

«Nel secondo trimestre — spiega De Carolis — l'attività di Media Commerce ha scontato un mese di aprile piuttosto negativo, visto il calendario ristretto, le spese per gli start-up in Romania e Olanda e la flessione di Cat (società modenese di import-export, ndr) per la quale stiamo proseguendo nella riorganizzazione con buoni risultati. C'è stato invece un andamento interessante da parte di Gdd che ha fatto segnare ricavi per 3,8 milioni con un margine operativo lordo di 600mila euro».

Con l'operazione Bow.it, di cui è stato rilevato il 50% per controllare l'intero capitale esercitabile nel 2010, Dmail integra la gamma di prodotti in offerta con articoli di informatica e hi-tech di marca, e soprattutto rafforza le vendite attraverso il canale Internet, grazie al quale attualmente genera un quarto del fatturato di quest'area

di business.

Un'ulteriore spinta, anche sotto il profilo della visibilità, potrebbe invece arrivare da una nuova partnership: «Nelle prossime settimane — conferma De Carolis — annunceremo l'accordo di outsourcing che abbiamo concluso in questi giorni con una primaria azienda italiana: è un'operazione importante e prestigiosa».

Ancora debole, invece, il contributo dell'estero, da cui nel 2005 sono arrivati 3,3 milioni su un fatturato vicino ai 50: l'attività in Portogallo sta attraversando una fase di flessione dovuta alla crisi economica e all'innalzamento dell'aliquota Iva che ha ulteriormente depresso i consumi. «In Romania lo sviluppo del nostro business sta proseguendo bene, ma la crescita è prevista lenta — sottolinea il numero uno di Dmail — mentre in Olanda l'attività di vendita partirà solo nei prossimi mesi».

L'ultimo colpo del 2006 dovrebbe arrivare nella seconda area di business del gruppo, quella delle attività editoriali sviluppate attraverso 18 testate giornalistiche lombarde, che nel primo semestre ha visto il fatturato crescere del 23% a 10,2 milioni con un mol a 1,2 milioni. «Abbiamo due trattative in corso che riteniamo interessanti — conclude De Carolis — e almeno una verrà chiusa nel 2006: stiamo puntando a completare la copertura territoriale della Lombardia». Nei giorni scorsi, intanto, il cda ha anche dato il via al processo di fusione per incorporazione in Dmail Group delle controllate risparmi sui costi e sinergie commerciali, dovute alla migliore integrazione dei canali di vendita.

### DMAIL

L'andamento del titolo a Piazza Affari dal luglio 2005

