

Comunicato Stampa del 13 novembre 2001  
Milano

Comunicato stampa del 13 Novembre 2001

dmail.it S.p.A.: approvato dal Consiglio di amministrazione la Relazione trimestrale al 30 settembre 2001 con ricavi consolidati pari a 45 miliardi di lire (+45% sui ricavi dello stesso periodo 2000). Margine operativo lordo a 4,194 miliardi di lire, in crescita di oltre il 21% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Utile netto dell'emittente dmail.it S.p.A. a 1,3 miliardi di lire contro una perdita di 1,74 miliardi di lire dello stesso periodo 2000. Tale risultato apre la strada ad una possibile distribuzione del dividendo già a partire dall'esercizio in corso.

Previsioni di ricavi consolidati 2001 tra gli 80 e i 90 miliardi di lire (+70% sul 2000) superiori agli attuali consensus, e si prevede di superare i 150 mld di lire di ricavi nel 2002.

Il Consiglio di Amministrazione della dmail.it S.p.A., azienda operante nel settore delle vendite multicanale e multiprodotto quotata al Nuovo Mercato, ha approvato oggi la situazione trimestrale al 30 settembre 2001.

Il Gruppo dmail.it ha chiuso il periodo dei primi 9 mesi del 2001 con ricavi consolidati vicino ai 45 miliardi di lire, in crescita del 45% rispetto ai ricavi consolidati dello stesso periodo precedente.

L'ebitda o margine operativo lordo si è attestato a 4,194 miliardi di lire, in crescita del 21% rispetto ai 3,47 miliardi di lire della situazione al 30 settembre 2000. L'utile netto dell'emittente si è chiuso con 1,3 miliardi di lire contro una perdita di 1,75 miliardi di lire del periodo precedente.

A livello consolidato il risultato ante imposte, di pertinenza del gruppo, è stato negativo di 1.6 miliardi di lire; tale risultato è dovuto principalmente all'ammortamento dell'avviamento di circa 2 miliardi di lire, che è da considerare una posta formale dovuta ai principi di consolidamento, tant'è vero che l'utile del periodo della capogruppo è positivo per 1,2 miliardi di lire. Inoltre si rileva che il valore delle poste ammortizzate, pur essendosi ridotte per i predetti principi, non si sono ridotte di valore.

L'Amministratore Delegato Rinaldo Denti ha così commentato: "Siamo molto soddisfatti dell'andamento della nostra società e in particolare delle vendite nel settore on-line, che grazie anche alla scomparsa dei competitor nel settore B2c hanno messo a segno un incremento del 140% circa. La formula adottata dei co-branded sia on line, che sfruttando il catalogo cartaceo con i maggiori operatori italiani e stranieri (vedi Portogallo), ci hanno permesso di elaborare una formula unica e molto scalabile, che ci ha portato a raggiungere la quota di 580.000 clienti attivi. Inoltre siamo alla vigilia della creazione di un polo editoriale/commerciale che può dare una svolta molto importante al nostro gruppo, integrando competenze e sinergie a vantaggio del mondo multicanale-multiprodotto."

In particolare il Consiglio di Amministrazione ritiene possibile raggiungere già per l'esercizio in corso un fatturato compreso tra gli 80 e 90 miliardi di lire tenendo conto che: - l'atteso incremento delle vendite on-line e dei ricavi del mondo Internet, è ormai in atto e il tasso di crescita realizzato nei primi 9 mesi 2001 è stato di oltre il 138%, in linea con le nostre previsioni. La strategia adottata con il lancio di siti co-branded con i primari operatori italiani e stranieri si sta rivelando vincente, come dimostra l'acquisizione di nuove quote di mercato in Italia e Portogallo.

- il piano di apertura dei punti vendita in gestione diretta si sta dimostrando agilmente realizzabile, potendo contare, questa divisione, di già 9 negozi operativi al 30 settembre 2001 in Italia oltre al punto vendita ubicato a Roma aperto dopo la chiusura del periodo ed un punto vendita a Lisbona

fine del 2001. Inoltre messa ormai a punto e fatta la dovuta esperienza nella gestione diretta, si apre nei prossimi mesi la possibilità di replicare in modo significativo questo canale distributivo all'interno di centri commerciali e attività commerciali ad alta pedonabilità.

- l'aumento delle vendite via catalogo grazie all'allargamento della base prodotti e alle sinergie con primari partner esterni come Carta SI, American Express, Eldo mega store.

- lo sviluppo e la replica del modello multichannel anche negli altri paesi europei partendo appunto dalla penisola Iberica, dove in pochissimi mesi dal lancio della divisione in Portogallo siamo già l'operatore leader non solo quale merchant multicanale ma anche via Internet, avendo fatto accordi di co-branding con maggiori ISP.

- la nascita della controllata D-WEB S.p.A. ha tutte le potenzialità per portare a termine un progetto unico a livello europeo con primari partner già operativi come Infostrada e Critical Path. Tale progetto é in estrema sintesi l'integrazione tra il servizio di posta elettronica e l'e-commerce. In soli 2 mesi di piena operatività ha fatturato oltre 3,7 mld. di lire.

Infine è ipotizzabile, per l'esercizio 2001, un incremento sostanziale dei ricavi nell'ordine del 70%-80%, vedendo così crescere il fatturato dai 50 miliardi circa del 2000 a circa 80-90 miliardi di lire nell'esercizio in corso, puntando al superamento di quota 150 mld. di lire nel 2002.