

Dmail acquista Bow per crescere online

MILANO ■ Dmail compra ancora. Tre mesi dopo l'acquisizione di Gdd Manufacturing, il gruppo guidato da Adrio de Carolis inizia le trattative per rilevare il controllo di Bow.it, uno dei primi siti italiani di e-commerce. «È un'operazione che crea valore» ha detto l'amministratore delegato che ha aggiunto: «Dimostriamo di avere una struttura finanziaria molto solida e che tutto il patto di sindacato, che comprende anche Cairo, ha voglia di crescere». Per il 51% di Bow.it il cda di Dmail ha calcolato di spendere 2,1 milioni di euro: due terzi saranno versati in contanti, il restante con uno scambio di azioni. Il closing è atteso per agosto, ma il mercato è parso scommettere già ieri sull'operazione: il titolo Dmail, lontano dai massimi di 17,88 euro del 2001, ha terminato le contrattazioni a 9,15 euro, in progresso del 3 per cento. Con l'acquisto di Bow.it, la società di De Carolis torna a investire nel suo core business, dopo che con Gdd aveva in parte diversificato, visto che il gruppo è attivo nella produzione e gestione di supporti digitali. Bow.it, forte della sua partnership ufficiale con **Microsoft**, rinforzerà il settore del commercio via Internet, in un'ottica di «multicanalità che comprende la vendita per catalogo, ma anche il retail» ha puntualizzato De Carolis. L'a.d. non sembra peraltro temere che il momento difficile dei mercati possa influenzare i piani di crescita del gruppo. Anzi è convinto che non si debba dare troppo peso agli umori delle piazze finanziarie soprattutto quando, come nel caso di Dmail, «si ha un progetto non a breve, ma a medio termine. Infatti Bow — ha sottolineato De Carolis — rispetto ai suoi competitor fa leva sulla qualità anziché sul prezzo». I ricavi di Bow.it sono passati dai 7 milioni di euro del 2004 ai 13 previsti per il 2006, con un margine operativo lordo che dovrebbe essere vicino ai 600mila euro. Con oltre 3mila ordini al mese la compagnia online dovrebbe consentire di sviluppare sinergie e di dare vita a un cross selling sulla base dei clienti. Al contrario, l'acquisto di Gdd, pagata 750mila euro, era stato inizialmente problematico per una posizione finanziaria netta negativa per 3,360 milioni di euro.

GIULIANO BALESTRERI

