

De' Longhi S.p.A.

Un primo trimestre in crescita, spinto dal trend del caffè.

Approvati dal Consiglio di Amministrazione di De' Longhi SpA i risultati consolidati¹ del primo trimestre del 2022:

- **ricavi** in crescita del 8,4% a € 735,5 milioni (+5,5% a perimetro omogeneo¹);
- un **adjusted² Ebitda** a € 100,1 milioni, pari al 13,6% dei ricavi rispetto al 18,9% nel 2021 (ma in miglioramento rispetto al 10,7% del 2020);
- un risultato operativo (**Ebit**) a € 69,1 milioni, pari al 9,4% dei ricavi rispetto al 14,9% dell'anno precedente³;
- un **utile netto** a € 50,6 milioni, pari al 6,9% dei ricavi;
- una **posizione finanziaria netta** positiva per € 274,6 milioni, a cui ha contribuito un flusso di cassa prima dei dividendi e delle acquisizioni positivo per € 170,7 milioni nei 12 mesi.

"Siamo molto soddisfatti dei risultati di questo primo trimestre – ha commentato l'Amministratore Delegato Massimo Garavaglia - ancor più significativi alla luce della difficile comparazione con il primo trimestre del 2021 che aveva registrato risultati eccezionali con una crescita del fatturato a perimetro costante attorno al 60%.

In questo inizio d'anno il nostro gruppo sta rispondendo con determinazione alle numerose sfide poste da uno scenario macroeconomico e geopolitico di grande complessità e in rapida evoluzione, in cui inflazione dei costi e difficoltà nelle catene di fornitura si sommano ai timori degli impatti sulle dinamiche dei consumi a causa dell'escalation militare nell'est d'Europa.

Tuttavia, seppur in presenza di un contesto macroeconomico in forte evoluzione, alla luce degli elementi attuali non modifichiamo la guidance precedente.

In conclusione, restiamo convinti che la strategia di focalizzazione sulle core category – in particolare quella del caffè – di investimento costante sul prodotto e sui brand, di sviluppo geografico e di disciplina nella gestione dei prezzi, resti la strategia vincente per la creazione di valore nel medio e lungo termine".

¹ I risultati del primo trimestre 2022 includono il cambio di perimetro del gruppo costituito dal consolidamento della società Eversys, che è stata consolidata solo a partire dal 1° aprile 2021. In conseguenza di ciò, in alcuni casi possono venire presentati valori "a perimetro omogeneo", quindi confrontabili con il primo trimestre 2021, escludendo Eversys dal perimetro di consolidamento.

² Per "adjusted" si intende al lordo degli oneri/proventi non ricorrenti e del costo figurativo dei piani di stock option.

³ I dati comparativi al 31.03.2021 sono stati rideterminati come previsto dall'IFRS 3, in conseguenza alla contabilizzazione definitiva dell'aggregazione aziendale relativa a Capital Brands.

Sintesi dei risultati e andamento della gestione³

(Eur milioni)	Q1-2022	Q1-2021	var.	var. %
ricavi	735,5	678,7	56,8	8,4%
marginе ind. netto	375,6	355,1	20,5	5,8%
<i>% dei ricavi</i>	<i>51,1%</i>	<i>52,3%</i>		
E bitda <i>adjusted</i>	100,1	128,6	-28,6	-22,2%
<i>% dei ricavi</i>	<i>13,6%</i>	<i>18,9%</i>		
E bitda	93,5	121,7	-28,2	-23,2%
<i>% dei ricavi</i>	<i>12,7%</i>	<i>17,9%</i>		
E bit	69,1	100,9	-31,8	-31,5%
<i>% dei ricavi</i>	<i>9,4%</i>	<i>14,9%</i>		
Utile netto	50,6	75,4	-24,7	-32,8%
<i>% dei ricavi</i>	<i>6,9%</i>	<i>11,1%</i>		

il quadro generale Negli ultimi due anni il cambio di abitudini dei consumatori, con una prevalenza dello *stay at home*, ed il consolidamento di alcuni trend già presenti sul mercato, hanno favorito l'espansione del comparto dei piccoli elettrodomestici a livello globale.

In questo primo trimestre del 2022 il Gruppo De' Longhi è stato in grado di proseguire nel suo percorso di sviluppo, nonostante la difficile comparazione con l'anno precedente, che aveva visto un primo trimestre in crescita di quasi il 60% (a perimetro omogeneo), grazie in particolare alla favorevole evoluzione del segmento del caffè espresso.

In questo inizio d'anno, tuttavia, il Gruppo si è trovato ad affrontare alcune criticità, emerse a livello globale, soprattutto nell'ambito della *supply chain*, che hanno richiesto uno straordinario sforzo al fine di dare continuità alla produzione ed alla distribuzione dei propri prodotti nei mercati di riferimento.

In particolare, per far fronte alle crescenti dinamiche inflattive che hanno interessato i costi di produzione e di distribuzione negli ultimi 12 mesi, il Gruppo ha messo in campo diverse misure di mitigazione, tra cui azioni di efficientamento produttivo e una strategia selettiva di aumento prezzi, con l'obiettivo di preservare il margine industriale dagli impatti negativi di dette dinamiche.

Infine, un ulteriore fattore di complicazione e di preoccupazione, per gli effetti che potrebbe avere sulle dinamiche di consumo, è rappresentato dal conflitto in essere tra Russia e Ucraina, che ha portato il Gruppo a rivedere la valutazione di alcuni asset relativi al mercato ucraino e a sospendere tutti gli investimenti e la distribuzione di nuove forniture verso la Russia

i ricavi Nel primo trimestre del 2022 i ricavi sono cresciuti dell' 8,4%, raggiungendo € 735,5 milioni. A perimetro omogeneo la crescita si è attestata al 5,5%, con un contributo della componente valutaria pari a 2,5 punti percentuali di crescita.

i mercati

Le principali aree geografiche - con l'eccezione dell'Europa nord orientale - chiudono il trimestre in territorio positivo .

<i>EUR milioni</i>	Q1 - 2022	var. %	var. % a cambi costanti
Europa Sud-Occidentale	284,5	3,9%	3,5%
Europa Nord-Orientale	170,0	-7,1%	-6,9%
EUROPA	454,5	-0,5%	-0,7%
America	132,9	32,3%	24,2%
MEIA (Middle East/India/Africa)	59,4	13,8%	6,9%
Asia-Pacific	88,8	27,7%	20,1%
TOTALE RICAVI	735,5	8,4%	5,7%

A livello *reported*:

- L'**Europa sud-occidentale** è cresciuta del 3,9% nel periodo, grazie all'espansione della Germania ad un tasso di crescita *double digit* ed una espansione *high single digit* della penisola Iberica e dell'Austria;
- l'area dell'**Europa nord-orientale** ha registrato una performance negativa, sia a causa della difficile situazione geopolitica, che ha condizionato il *sentiment* dei consumatori in alcuni Paesi, sia per la sfidante base di comparazione con lo scorso anno (da citare come esempio il mercato inglese che nel trimestre 2021 aveva registrato ricavi in crescita del +93% a perimetro omogeneo);
- l'area **MEIA** ha chiuso il periodo con una crescita positiva a doppia cifra, grazie all'espansione dei principali mercati;
- l'area **America** ha accelerato il percorso di espansione, conseguendo un'importante crescita a doppia cifra grazie allo sviluppo del business del caffè e ad una anticipata stagione di vendite dei condizionatori portatili;
- infine, nella regione **Asia Pacific** la crescita a doppia cifra è stata guidata dalla forte dinamica della *Greater China* oltre che da una significativa espansione degli altri principali mercati dell'area (Australia e Nuova Zelanda, Giappone, Corea del Sud).

i segmenti di prodotto

Per quanto concerne l'evoluzione dei segmenti di prodotto, nel primo trimestre del 2022 la crescita *double digit* del comparto caffè ha trainato l'espansione del Gruppo, accompagnata da un incremento del *comfort* ed un calo della *food preparation*.

Nello specifico, il comparto **caffè** ha confermato il solido trend di crescita evidenziato negli ultimi anni, con una forte spinta del *business* sia nei principali Paesi dell'area Euro che in USA ed Asia. I prodotti *core* sono cresciuti ad un tasso a doppia cifra, nonostante l'elevato livello di fatturato raggiunto nel 2021, sostenuti anche dai lanci di nuovi prodotti e del successo della campagna globale di comunicazione che vede Brad Pitt come *Ambassador* del brand De' Longhi.

Scenario più eterogeneo per la **food preparation**, che soffre dello sfidante confronto con il 2021, ma che resta largamente in positivo rispetto ai valori ottenuti negli anni 2020 e 2019. In questo contesto, alcune categorie come i *food processor* o le *deep-fryer* mantengono un trend positivo rispetto allo scorso anno, mentre le famiglie delle *kitchen machine* evidenziano una flessione rispetto agli importanti livelli raggiunti nel 2021 (pur restando superiori ai valori 2020 e 2019).

Positivo il contributo della categoria **comfort** (condizionamento e riscaldamento portatili), grazie ad un anticipo della stagione di vendita dei condizionatori.

In territorio negativo infine l'**home care** con andamenti contrastanti per le due famiglie di prodotto della pulizia (negativa) e dello stiro a marchio Braun (positivo).

i margini operativi Guardando ora all'evoluzione dei margini nel primo trimestre:

- il **marginale industriale netto**, pari a € 375,6 milioni, si è attestato al 51,1% dei ricavi rispetto al 52,3% dello scorso anno. Tuttavia, a cambi costanti il margine è risultato in leggero miglioramento (al 52,6%). In particolare, nel trimestre gli impatti della *cost inflation* su materie prime e costi di trasporto sono stati solo parzialmente compensati dall'effetto positivo del *price-mix*;
- l'**Ebitda adjusted** si è attestato a € 100,1 milioni, pari al 13,6% dei ricavi (rispetto al 18,9% del 2021 e al 10,7% del 2020 *reported*), in contrazione a causa degli investimenti in comunicazione e *media* (che hanno pesato il 12,1% dei ricavi nel nuovo perimetro rispetto al 10,5% dell'anno precedente), di maggiori costi operativi e di struttura e di un effetto cambi negativo pari a € 8,4 milioni;
- l'**Ebitda** è stato pari a € 93,5 milioni, ovvero il 12,7% dei ricavi, comprensivo di un impatto negativo di € 6,6 milioni relativo a oneri non ricorrenti e al costo figurativo del piano di *stock option*;
- il **risultato operativo (Ebit)** si è attestato a € 69,1 milioni, pari al 9,4% dei ricavi;
- infine, l'**utile netto** è stato pari a € 50,6 milioni, con un'incidenza del 6,9% sui ricavi.

oneri non ricorrenti

Tra gli **oneri non ricorrenti** viene ricompresa una revisione, in relazione alla recente crisi geopolitica in Ucraina, della valutazione di alcune attività correnti del capitale circolante detenute alla data di bilancio, per un importo negativo di circa € 5,1 milioni, oltre alla somma di € 1 milione destinata ad organizzazioni non governative a sostegno delle popolazioni colpite dal conflitto in Ucraina.

la situazione patrimoniale

A livello patrimoniale, il trimestre è stato caratterizzato da un trascinarsi della dinamica di aumento del magazzino vista nel 2021 e da un incremento degli investimenti industriali legati al nuovo stabilimento rumeno, fattori questi che hanno determinato un assorbimento di cassa temporaneo e non rappresentativo della dinamica complessiva prevista nell'anno.

A fine trimestre la **Posizione Finanziaria Netta** è risultata positiva per € 274,6 milioni, rispetto ai € 425,1 milioni di fine anno 2021 e ai € 314,1 milioni di fine marzo 2021.

La Posizione Netta nei confronti di banche ed altri finanziatori è risultata attiva per € 356,7 milioni (contro € 505,9 milioni di fine 2021).

<i>EUR milioni</i>	31.3.2022	31.12.2021	<i>variazione 3 mesi</i>	31.3.2021	<i>variazione 12 mesi</i>
C.C.N. operativo	334,7	199,7	135,0	253,1	81,6
Patrimonio Netto	1.632,3	1.570,6	61,7	1.372,8	259,5
Posizione Finanziaria Netta	274,6	425,1	-150,5	314,1	-39,5
Posizione Bancaria Netta	356,7	505,9	-149,1	386,9	-30,2
CCN operativo / Ricavi	10,2%	6,2%	4,0%	9,6%	0,6%

<i>EUR milioni</i>	3 mesi 2022	3 mesi 2021	12 mesi 2022
Flusso di cassa netto	-150,5	86,2	-39,5
Dividendi distribuiti	0,0	0,0	-80,8
Flusso da acquisizioni	0,0	0,0	-129,4
<i>Free-Cash-Flow</i> prima dei dividendi e delle acquisizioni	-150,5	86,2	170,7

Tuttavia, per quanto detto, escludendo gli esborsi relativi ai dividendi (€ 80,8 milioni) ed alle acquisizioni (€ 129,4 milioni), il Flusso di cassa ("**Free Cash Flow**") dei 12 mesi è stato solido, pari a € 170,7 milioni.

Più in dettaglio nel primo trimestre:

- sono stati effettuati **investimenti** per € 56,8 milioni (in aumento di € 36,9 milioni rispetto allo stesso trimestre del 2021), comprensivi dell'esborso per € 21 milioni riguardante l'acquisizione di un nuovo stabilimento in Romania;
- l'indice di rotazione del capitale circolante netto *operativo* sui ricavi si è attestato al 10,2%, rispetto al 6,2% di fine 2021 ed al 9,6% del Q1-21.

Altre informazioni

Nel corso della seduta odierna, il Consiglio di Amministrazione ha inoltre preso atto della valutazione del Collegio Sindacale circa la sussistenza in capo a tutti i Sindaci dei requisiti di indipendenza previsti dall'art. 148 comma 3 del TUF e dal Codice di Corporate Governance.

Non si evidenziano altri eventi di rilievo successivi alla chiusura del trimestre.

Evoluzione prevedibile della gestione e *guidance*

Nelle parole dell'Amministratore Delegato Massimo Garavaglia: *"Siamo molto soddisfatti dei risultati di questo primo trimestre, ancor più significativi alla luce della difficile comparazione con il primo trimestre del 2021 che aveva registrato risultati eccezionali con una crescita del fatturato a perimetro costante attorno al 60%.*

In questo inizio d'anno il nostro gruppo sta rispondendo con determinazione alle numerose sfide poste da uno scenario macroeconomico e geopolitico di grande complessità e in rapida evoluzione, in cui inflazione dei costi e difficoltà nelle catene di fornitura si sommano ai timori degli impatti sulle dinamiche dei consumi a causa dell'escalation militare nell'est d'Europa.

*Tuttavia, seppur in presenza di un contesto macroeconomico in forte evoluzione, alla luce degli elementi attuali non modifichiamo la *guidance* precedente.*

In conclusione, restiamo convinti che la strategia di focalizzazione sulle core category – in particolare quella del caffè – di investimento costante sul prodotto e sui brand, di sviluppo geografico e di disciplina nella gestione dei prezzi, resti la strategia vincente per la creazione di valore nel medio e lungo termine".

Dichiarazioni di legge

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Stefano Biella, dichiara ai sensi del comma 2 art. 154 bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili. Si segnala che i dati relativi al primo trimestre non sono sottoposti ad audit.

Contatti

per analisti, investitori e per la stampa:

Investor Relations:
Fabrizio Micheli, Samuele Chiodetto
T: +39 0422 4131
e-mail:
investor.relations@delonghigroup.com

per i media:

Media relations:
Mattia Rosati
T: +39 0422 4131
e-mail: media.relations@delonghigroup.com

sul web: www.delonghigroup.com

Il Gruppo De' Longhi è tra i principali player globali nel settore del piccolo elettrodomestico dedicato al mondo del caffè, della cucina, della climatizzazione e della cura della casa.

Quotata dal 2001 sul mercato principale di Borsa Italiana MTA, De' Longhi distribuisce i suoi prodotti, con i brand De' Longhi, Kenwood, Braun, Ariete, NutriBullet e MagicBullet, in più di 120 mercati nel mondo e conta oltre 10.000 dipendenti. Nel 2021 ha riportato ricavi pari a € 3.222 milioni, un EBITDA adjusted pari a € 515 milioni e un utile netto di € 311 milioni.

ALLEGATI

Prospetti del Bilancio Consolidato di De' Longhi SpA
al 31 marzo 2022

1. Conto Economico Consolidato Riclassificato

Valori in milioni di Euro	31.03.2022		31.03.2022 a perimetro omogeneo		31.03.2021	
		% sui ricavi		% sui ricavi		% sui ricavi
Ricavi netti	735,5	100,0%	716,0	100,0%	678,7	100,0%
<i>Variazioni</i>	<i>56,8</i>	<i>8,4%</i>	<i>37,3</i>	<i>5,5%</i>		
Consumi e altri costi di natura industriale (servizi e costo del lavoro industriale)	(359,9)	(48,9%)	(350,4)	(48,9%)	(323,6)	(47,7%)
Margine industriale netto	375,6	51,1%	365,6	51,1%	355,1	52,3%
Costi per servizi ed altri oneri operativi	(210,7)	(28,6%)	(209,1)	(29,2%)	(170,1)	(25,1%)
Costo del lavoro (non industriale)	(64,8)	(8,8%)	(61,8)	(8,6%)	(56,3)	(8,3%)
EBITDA ante oneri non ricorrenti/stock option	100,1	13,6%	94,7	13,2%	128,6	18,9%
<i>Variazioni</i>	<i>(28,6)</i>	<i>(22,2%)</i>	<i>(33,9)</i>	<i>(26,4%)</i>		
Oneri non ricorrenti/oneri stock option	(6,6)	(0,9%)	(6,6)	(0,9%)	(6,9)	(1,0%)
Ebitda	93,5	12,7%	88,1	12,3%	121,7	17,9%
Ammortamenti	(24,4)	(3,3%)	(23,1)	(3,2%)	(20,8)	(3,1%)
Risultato operativo	69,1	9,4%	65,0	9,1%	100,9	14,9%
<i>Variazioni</i>	<i>(31,8)</i>	<i>(31,5%)</i>	<i>(35,8)</i>	<i>(35,5%)</i>		
Proventi (Oneri) finanziari netti	(2,6)	(0,4%)	(2,5)	(0,4%)	(3,6)	(0,5%)
Risultato ante imposte	66,5	9,0%	62,5	8,7%	97,3	14,3%
Imposte	(15,7)	(2,1%)	(17,1)	(2,4%)	(21,9)	(3,2%)
Risultato netto	50,8	6,9%	45,4	6,3%	75,4	11,1%
Risultato di pertinenza di terzi	0,2	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Risultato netto di competenza del Gruppo	50,6	6,9%	45,4	6,3%	75,4	11,1%

2. Ricavi per area geografica

Valori in milioni di Euro	1° Trimestre 2022	%	1° Trimestre 2022 a perimetro omogeneo	%	1° Trimestre 2021	%	Variazione a perimetro omogeneo	Variazione % a perimetro omogeneo	Variazione organica % a perimetro omogeneo
Europa	454,5	61,8%	445,4	62,2%	456,6	67,3%	(11,3)	(2,5%)	(2,4%)
America	132,9	18,1%	125,6	17,5%	100,4	14,8%	25,2	25,1%	16,5%
Asia Pacific	88,8	12,1%	86,3	12,1%	69,5	10,2%	16,8	24,2%	17,0%
MEIA	59,4	8,0%	58,7	8,2%	52,2	7,7%	6,6	12,6%	5,8%
Totale ricavi	735,5	100,0%	716,0	100,0%	678,7	100,0%	37,3	5,5%	3,0%

3. Stato Patrimoniale Consolidato Riclassificato

Valori in milioni di Euro	31.03.2022	31.03.2021	31.12.2021
- Immobilizzazioni immateriali	875,7	702,1	867,9
- Immobilizzazioni materiali	423,6	328,0	389,5
- Immobilizzazioni finanziarie	12,3	33,7	11,9
- Attività per imposte anticipate	74,7	66,9	74,3
Attività non correnti	1.386,4	1.130,8	1.343,6
- Magazzino	912,4	546,8	769,3
- Crediti commerciali	280,2	316,1	366,7
- Debiti commerciali	(857,9)	(609,8)	(936,2)
- Altri debiti (al netto crediti)	(172,3)	(150,9)	(208,3)
Capitale circolante netto	162,3	102,3	(8,6)
Totale passività a lungo termine e fondi	(191,0)	(174,4)	(189,5)
Capitale investito netto	1.357,7	1.058,7	1.145,5
(Posizione finanziaria netta attiva)	(274,6)	(314,1)	(425,1)
Totale patrimonio netto	1.632,3	1.372,8	1.570,6
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	1.357,7	1.058,7	1.145,5

4. Composizione della Posizione Finanziaria Netta

Valori in milioni di Euro	31.03.2022	31.03.2021	31.12.2021
Liquidità	893,8	805,7	1.026,1
Attività finanziarie correnti	301,3	232,9	302,1
Indebitamento finanziario corrente	(324,6)	(255,6)	(292,6)
Totale posizione finanziaria netta attiva corrente	870,4	783,0	1.035,6
Attività finanziarie non correnti	71,8	75,0	70,5
Indebitamento finanziario non corrente	(667,6)	(543,9)	(681,0)
Indebitamento finanziario non corrente netto	(595,8)	(468,8)	(610,5)
Totale posizione finanziaria netta	274,6	314,1	425,1
<i>di cui:</i>			
- <i>posizione attiva netta verso banche e altri finanziatori</i>	356,7	386,9	505,9
- <i>debiti per leasing</i>	(75,0)	(65,4)	(75,9)
- <i>altre attività/(passività) nette non bancarie (valutazione a fair value di strumenti finanziari derivati, debiti finanziari per aggregazioni aziendali ed operazioni connesse a fondi pensione)</i>	(7,2)	(7,3)	(4,9)

5. Rendiconto Finanziario Consolidato

Valori in milioni di Euro	31.03.2022 <i>3 mesi</i>	31.03.2021 <i>3 mesi</i>	31.12.2021 <i>12 mesi</i>
Flusso finanziario da gestione corrente	99,3	122,7	496,9
Flusso finanziario da movimenti di capitale circolante	(203,1)	(27,0)	5,8
Flusso finanziario da attività di investimento	(56,8)	(19,8)	(132,3)
Flusso netto operativo	(160,6)	75,9	370,3
Acquisizioni	-	-	(129,4)
Distribuzione dividendi	-	-	(80,8)
Esercizio stock option	-	0,2	7,1
Flusso finanziario da altre variazioni di patrimonio netto	10,1	10,1	30,0
Flussi finanziari generati/(assorbiti) da movimenti di patrimonio netto	10,1	10,3	(43,7)
Flusso finanziario di periodo	(150,5)	86,2	197,1
Posizione finanziaria netta di inizio periodo	425,1	228,0	228,0
Posizione finanziaria netta finale	274,6	314,1	425,1