

De' Longhi S.p.A.

Ricavi preliminari 2022

Il Gruppo De' Longhi ha conseguito nel 2022 ricavi consolidati¹ per ca. € 3.158 milioni, in lieve diminuzione di circa il -2% (ca. -5,9% a cambi costanti) rispetto al 2021.

Tale andamento è risultato in linea con la parte alta della *guidance* della società² grazie anche ad un quarto trimestre migliore delle attese, seppure in flessione su base annua (ca. -4% a cambi correnti e ca. -7% a cambi costanti).

Commenta l'Amministratore Delegato Fabio de' Longhi:

“Ritengo che il risultato ottenuto sul fronte dei ricavi nell'anno 2022 sia da valutare positivamente alla luce delle numerose sfide e crescenti difficoltà che il Gruppo si è trovato ad affrontare, come la drammatica evoluzione geopolitica e la dinamica inflattiva che hanno inevitabilmente deteriorato la fiducia e la capacità di spesa dei consumatori.

Ciononostante, il Gruppo è stato in grado di mantenere un livello delle vendite ben superiore ai 3 miliardi di Euro, grazie al rafforzamento degli investimenti in comunicazione a supporto dei nostri brand, alla crescita del comparto del caffè e alla diversificazione della nostra presenza internazionale.

*In generale, l'andamento del quarto trimestre, migliore delle iniziali attese - unitamente agli effetti delle azioni implementate per la riduzione del magazzino ed il controllo dei costi - prelude ad un possibile andamento dei margini dell'anno appena chiuso allineato alla parte alta della nostra *guidance*, che stimava un Ebitda adjusted nell'intervallo di 320-340 milioni di Euro.*

Con il 2022 alle spalle, ci confrontiamo ora con un 2023 ancora denso di incertezze, derivanti per lo più da quei fattori macroeconomici e geopolitici che hanno caratterizzato l'anno appena chiuso. In questo contesto, vediamo un anno con vendite in leggera flessione; ad un primo semestre debole, per effetto dell'ulteriore de-stocking da parte del retail e di una nostra scelta strategica di uscire dal mercato del condizionamento mobile negli Stati Uniti, vediamo seguire un secondo semestre in lieve ripresa. A livello gestionale, sarà necessario proseguire nell'attento monitoraggio del livello del magazzino e del recupero delle efficienze produttive e logistiche nonché del controllo dei costi in generale“.

Si precisa infine che i dati dei ricavi preliminari esposti nel presente comunicato non sono stati sottoposti a revisione. I risultati consolidati completi dell'anno 2022 saranno sottoposti all'approvazione del Consiglio di Amministrazione nella riunione prevista per il 13 marzo 2023.

¹ I risultati consolidati dei dodici mesi 2022 si riferiscono al nuovo perimetro di consolidamento che include anche il gruppo svizzero Eversys a partire dal 1° aprile 2021.

² La *guidance* sui ricavi per l'anno 2022 prevede una flessione ad un tasso “mid-single digit”.

Ricavi 2022 per area geografica e per linea di prodotto

Il 2022 ha visto il Gruppo concludere una prima parte dell'anno in territorio positivo, sostenuto da una brillante performance del caffè, per poi evidenziare nel corso dei successivi trimestri un calo generalizzato del fatturato ad un tasso *mid-single digit*. Tale cambio di scenario è imputabile a diversi fattori, come la complessa situazione geopolitica e la sfavorevole dinamica inflattiva, oltre ad un confronto sfidante con la straordinaria crescita realizzata nel 2021.

Questi fattori hanno temporaneamente indebolito la domanda di beni nell'area europea, mentre nelle altre aree geografiche il Gruppo è stato in grado di mantenere il *trend* delle vendite in territorio positivo.

Più specificamente:

EUR milioni	12 mesi 2022	var. %	var. % a cambi costanti	4° trimestre 2022	var. %	var. % a cambi costanti
Europa Sud-Occidentale	1.127,7	-7,5%	-8,3%	366,7	-7,3%	-8,2%
Europa Nord-Orientale	746,0	-12,9%	-14,5%	262,6	-15,4%	-16,2%
EUROPA	1.873,8	-9,8%	-10,9%	629,3	-10,9%	-11,7%
America	623,8	10,8%	-1,1%	205,3	13,9%	-0,7%
MEIA	196,6	7,9%	-4,1%	41,8	13,0%	1,5%
Asia-Pacific	463,9	15,9%	12,2%	153,0	2,7%	5,5%
TOTALE RICAVI	3.158,0	-2,0%	-5,9%	1.029,4	-4,0%	-7,0%

- l'area **Europa sud-occidentale** ha evidenziato un generalizzato calo dei consumi, che ha influito sui risultati dell'anno con una moderata debolezza dei principali mercati dell'Europa continentale; nell'ultimo trimestre del 2022, l'area ha mostrato dinamiche simili ai mesi precedenti, con l'eccezione di Germania e della penisola iberica, con un fatturato allineato al 2021;
- in calo le vendite dell'**Europa nord-orientale**, a causa principalmente dell'impatto diretto del conflitto russo-ucraino; il resto dell'area, in entrambi i periodi, ha registrato una generalizzata debolezza, ad eccezione di alcuni mercati, come Polonia ed Ungheria, che hanno invece delineato un trend in crescita;
- l'area **MEIA** è rimasta in territorio positivo sia nei dodici mesi che nel trimestre, beneficiando di un favorevole effetto cambio e di un generale sviluppo nell'area ;
- l'area **America** ha conseguito nei dodici mesi e nell'ultimo trimestre dell'anno una crescita a doppia cifra, grazie ad una significativa accelerazione nel segmento del caffè e sostenuta da un effetto positivo della componente valutaria;
- infine, la regione **Asia Pacific** ha realizzato nei dodici mesi una crescita pari a circa il 16%, grazie all'espansione dei principali mercati come Cina, Hong Kong, Australia e Nuova Zelanda; in aumento anche il fatturato del quarto trimestre dell'anno, guidato principalmente dalla forte espansione di Cina ed Hong Kong.

In termini di segmenti di prodotto:

- il comparto delle **macchine per il caffè** ad uso domestico ha evidenziato un trend positivo, sia nei dodici mesi che nel quarto trimestre, grazie all'espansione delle categorie *core* – macchine superautomatiche e manuali - che hanno beneficiato di una maggiore resilienza nei consumi ed una migliore penetrazione sul mercato;
- Il segmento della **cottura e preparazione dei cibi** ha chiuso l'anno ed il trimestre in marcato calo, a causa di una generalizzata debolezza dei consumi nel settore ed un confronto sfidante rispetto ai risultati ottenuti dal Gruppo nel 2021;
- per quanto riguarda i rimanenti segmenti, segnaliamo la crescita nell'anno, confermata nel quarto trimestre, del comparto *comfort* (climatizzazione domestica), sostenuto dal buon andamento dei prodotti del riscaldamento, a cui si è contrapposta la parziale debolezza nei dodici mesi della categoria *home care* (pulizia domestica e stiro), che ha subito una contrazione nell'ultimo trimestre dell'anno;
- infine, è stato ampiamente positivo il contributo del comparto delle **macchine per il caffè professionali** rappresentato dalla neo-acquisita Eversys, che ha mostrato un *trend* di crescita molto sostenuto in tutti i trimestri dell'anno, conseguendo il raddoppio del fatturato del 2021.

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.

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 contava a fine 2021 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.