

De' Longhi S.p.A.

Capital Market Day: il caffè guida lo sviluppo e la crescita del Gruppo De' Longhi

Il Gruppo De' Longhi, in occasione di un incontro con la comunità finanziaria che si terrà nella mattinata del 28 maggio, fornirà alcune indicazioni sui principali obiettivi finanziari per il triennio 2024-2026, condividendo, in continuità con quanto fatto nel corso degli anni, le priorità di indirizzo strategico.

Indicazione sui principali obiettivi¹ finanziari del triennio:

- Il Gruppo prevede un'espansione del fatturato per il triennio 2024-2026 con un CAGR a cambi costanti tra il 7% e il 9%, comprensivo del consolidamento de La Marzocco dal 1 marzo 2024 (pari ad una crescita nell'intorno *mid single digit* a perimetro costante);
- la profittabilità è prevista in miglioramento nel corso del triennio, con un adjusted Ebitda in percentuale sui ricavi in aumento tra i 130 e i 230 punti base entro il 2026, rispetto al 14,4% realizzato nel 2023;
- la generazione di cassa, prima dei dividendi e di eventuali operazioni straordinarie, è prevista in media tra i € 280 M ed i € 320 M per anno, dopo investimenti industriali (CAPEX) annui di circa € 150 M.

Fabio de' Longhi, vice-presidente ed amministratore delegato, commenta così l'evento:

"Sono fiero ed orgoglioso di guidare un Gruppo che nel 2024 festeggia cinquant'anni dalla propria fondazione, quando nel 1974 mio padre Giuseppe de' Longhi ebbe il coraggio e la lungimiranza di iniziare questa realtà.

Il Gruppo, nel corso degli anni, è stato in grado di trasformarsi da produttore di componentistica, a rinomato marchio mondiale di elettrodomestici già negli anni ottanta, ed oggi leader di prodotti lifestyle che portano nelle case dei consumatori un'esperienza di gusto e piacere.

Nonostante i profondi cambiamenti e la complessità delle sfide a cui abbiamo assistito, nell'ultimo decennio, il Gruppo è stato in grado di rafforzare il proprio posizionamento sul mercato, di consolidare gli investimenti a sostegno della crescita, anche tramite acquisizioni, conseguendo risultati finanziari in costante miglioramento nel tempo.

Mantenendo questa visione di sviluppo di medio termine, prevediamo che l'espansione del caffè, sia professionale che domestico, assieme all'attuale opportunità della nutrition, possano nel prossimo triennio sostenere un'ulteriore crescita dei nostri fondamentali, permettendo al Gruppo De' Longhi di continuare ad essere parte della quotidianità dei nostri consumatori."

La presentazione utilizzata per l'incontro sarà messa a disposizione del pubblico, prima dell'inizio dei lavori, sul sito internet della società all'indirizzo www.delonghigroup.com (sezione "Investitori"- "Comunicati Stampa e Presentazioni") nonché sul meccanismo di stoccaggio autorizzato 1info (www.1info.it). Inoltre al termine dell'incontro, verrà resa disponibile anche una registrazione audio degli interventi.

¹ Obiettivi finanziari stimati consolidando la business combination tra La Marzocco ed Eversys dal 1 Marzo 2024.

Indicazioni sui principali obiettivi finanziari del triennio 2024 – 2026

Il Gruppo si attende un incremento del fatturato per il triennio 2024-2026 con un CAGR a cambi costanti tra il 7% e il 9%, comprensivo del consolidamento de La Marzocco dal 1 marzo 2024, come da annuncio relativo al closing della business combination tra La Marzocco ed Eversys. Tale aspettativa di incremento di fatturato è sostenuta da una espansione a perimetro costante, in continuità con il trend di crescita realizzato dal Gruppo nel medio termine, nell'intorno *mid single digit*.

L'ulteriore sviluppo e rafforzamento del business sarà guidato dalla continuazione della crescita del comparto caffè, sia nel mondo dei prodotti ad uso domestico che professionale, oltre che dalle opportunità provenienti dall'area della nutrition e della preparazione dei cibi. Tali dinamiche di crescita saranno, come già evidenziato negli anni, sostenute dall'innovazione di prodotto e dal rafforzamento in valore assoluto degli investimenti nella comunicazione sui core brands, che vedranno ancora protagonista nell'area *home coffee* l'Ambassador Brad Pitt.

Aree geografiche

Per quanto riguarda l'evoluzione geografica, l'area europea sarà come nel passato sostenuta dalla forza dei principali brands nel mondo del caffè e della nutrition, assieme alle opportunità di espansione in altre categorie come lo stiro. Nello specifico, si prevede che i principali motori di crescita nell'area saranno la continuazione del trend di sofisticazione delle macchine da caffè, assieme allo sviluppo internazionale del brand Nutribullet.

Nell'area America e regione Asia Pacific si prevede nel caffè un aumento della penetrazione di prodotto nei mercati dove attualmente il Gruppo ha una presenza non pienamente espressa rispetto alle potenzialità, in linea con le evidenze di medio termine, mentre il comparto della nutrizione e preparazione dei cibi sfrutterà i nuovi lanci per consolidare il proprio posizionamento nella recente evoluzione di mercato.

Categorie di prodotto

Il caffè, in continuità con i risultati realizzati nel medio termine, rimane uno dei principali driver di espansione della società.

Il Gruppo si attende una prosecuzione delle favorevoli dinamiche di crescita del segmento delle macchine per il caffè ad uso domestico, grazie all'aumento della diffusione del caffè espresso, al maggior utilizzo delle macchine per una crescente varietà di bevande a base di caffè, ed alla maggior sofisticazione di prodotto guidata da un'affinata conoscenza delle caratteristiche organolettiche. Tale evoluzione, come visto negli ultimi anni, porta molti consumatori a privilegiare prodotti che consentano una "beans to cup experience" con un beneficio in termini di penetrazione per i modelli delle macchine superautomatiche e semiautomatiche.

Per quanto riguarda il caffè professionale, la business combination tra La Marzocco ed Eversys consentirà ai team di lavorare nella realizzazione di potenziali sinergie dal punto di vista commerciale ed industriale, ed operare assieme sul fronte dell'innovazione per continuare a servire come operatore primario un mercato in continua espansione.

Nell'area della preparazione dei cibi, il movimento globale della nutrition riveste un ruolo importante per la crescita futura del Gruppo, grazie ad un trend globale che privilegia prodotti "easy to use" e che favoriscono uno stile di vita più salutare e sostenibile.

Il piano prevede inoltre un contributo positivo dell'area della climatizzazione, della cura della casa e dello stiro, grazie all'innovazione di prodotto in categorie dove i nostri brand mantengono un interessante posizionamento di mercato.

Profittabilità

Le proiezioni riguardanti la profittabilità prevedono per il nuovo perimetro un adjusted Ebitda in percentuale dei ricavi in miglioramento tra i 130 e 230 punti base nel 2026, rispetto al valore riportato alla fine dello scorso anno (pari al 14,4% del fatturato). Tale miglioramento risulta in linea con la progressione anticipata nell'attuale guidance relativa al 2024 e vedrà nei prossimi anni un potenziale ulteriore consolidamento in forza dell'attuale stima di crescita del mercato.

Nonostante un contesto macroeconomico ancora volatile e con elementi di incertezza, il Gruppo ritiene che la crescita dei volumi, il contributo positivo del price-mix, assieme alle efficienze produttive, consentiranno il raggiungimento degli obiettivi previsti di profittabilità, pur consentendo di rafforzare ulteriormente gli investimenti in media e comunicazione sui principali brand del Gruppo.

Flussi di cassa

In continuità con quanto annunciato nel precedente piano strategico, ed alla luce delle recenti operazioni straordinarie, il Gruppo stima una generazione di cassa, prima dei dividendi e di eventuali acquisizioni, tra i € 280 milioni e i € 320 milioni in media all'anno, con un livello di investimenti industriali (Capex) nell'intorno dei € 150 milioni all'anno.

In termini di utilizzo strategico della cassa generata, il Gruppo ribadisce una forte attenzione ad eventuali opportunità di crescita esterna, riconfermando la propria strategia di M&A focalizzata sull'espansione geografica e di prodotto con l'obiettivo di rafforzare i trend di crescita ed il posizionamento di leadership sui mercati internazionali.

Riguardo alla remunerazione degli azionisti, rimane in essere l'attuale politica dei dividendi che prevede un pay-out ratio al 40% dell'utile netto, modificabile in caso di variazioni rilevanti della leva finanziaria.

Contatti

per analisti, investitori e per la stampa:

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

per i media:

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

sul web: www.delonghigroup.com

Il Gruppo De' Longhi detiene una posizione di leadership globale nel mondo delle macchine da caffè, con una significativa presenza sia nei prodotti ad uso domestico (con il brand De'Longhi) che professionale (grazie alla recente business combination tra La Marzocco ed Eversys). Il Gruppo, inoltre, è tra i principali player mondiali nel settore dell'elettrodomestico dedicato al mondo della cucina, della climatizzazione e della cura della casa (con i brand De' Longhi, Kenwood, Braun, Ariete e NutriBullet).

Quotata dal 2001 sul mercato principale di Borsa Italiana MTA, De' Longhi distribuisce i suoi prodotti nel mondo in più di 120 mercati nel mondo e contava a fine 2023 oltre 9.000 dipendenti. Nel 2023 ha riportato ricavi pari a € 3,08 miliardi, un EBITDA adjusted pari a € 444 milioni e un utile netto di € 250 milioni.