

## Nei primi nove mesi del 2023, vendite in crescita del 23%, a 735 milioni di Euro.

### EBITDA oltre i 102 milioni di Euro, in aumento del 21%.

Agrate Brianza, 6 novembre 2023 - Il Consiglio di Amministrazione di Intercos S.p.A. (ICOS.MI), riunitosi oggi sotto la presidenza di Dario Gianandrea Ferrari, ha approvato i Risultati Consolidati al 30 settembre 2023.

- **Ricavi Netti** pari a **€735 milioni**, in crescita rispetto ai primi nove mesi del 2022 del **+23,1%** (**+24,6%** a tassi costanti). La crescita ha interessato tutte le aree geografiche, le business units e le tipologie di clienti. Nonostante le crescite eccezionali registrate nel terzo trimestre dello scorso anno, anche il terzo trimestre del 2023 ha riportato vendite in crescita sostenuta (**+7,7%** e **+10,6%** a tassi costanti) grazie alla marcata diversificazione del modello di business di Intercos. E' proseguito anche l'andamento positivo dell'ingresso ordini, sostenuto dai nuovi progetti sviluppati dal Gruppo.
- **EBITDA Rettificato** pari a **€102,3 milioni**, in crescita del **+21,2%** (**+€17,9 milioni**) rispetto al 30 settembre 2022. L'aumento dell'EBITDA è stato interamente dovuto all'ottimo andamento delle vendite: l'incidenza dell'EBITDA sulle vendite nette dei primi nove mesi è stata pari al **13,9%**, sostanzialmente allineata a quella dello scorso anno (14,1%). L'EBITDA del terzo trimestre si è attestato a €34,9 milioni, anch'esso in linea con quello del 2022 (pari a €35,8 milioni).
- **Posizione Finanziaria netta** pari a **€123,5 milioni**, sostanzialmente allineata con quanto riportato al 30 giugno 2023. La **leva finanziaria** (posizione finanziaria netta su EBITDA rettificato) è pari al **0,89x**, in diminuzione di **0,13x** rispetto al 30 settembre 2022, nonostante l'impatto contabile derivante dall'applicazione dell'IFRS16 che nel 2023 ha comportato un aumento dell'indebitamento finanziario pari a €19,7 milioni.

#### **Renato Semerari, CEO di Intercos**

*«I ricavi dei primi nove mesi hanno registrato una crescita del +25% (a tassi costanti) rispetto allo scorso anno. Il terzo trimestre è risultato essere anch'esso in crescita (+11% a tassi costanti), nonostante lo scorso anno il terzo trimestre avesse beneficiato di vendite straordinarie (+29% a tassi costanti) sostenute dall'evasione di ordini precedentemente inevasi a causa delle difficoltà riscontrate sul versante della gestione della supply chain.*

*L'aumento dei ricavi, anche nel terzo trimestre, è stato raggiunto grazie al nostro modello di business che ha un chiaro punto di forza nella sua diversificazione: essere ugualmente esposti tanto nel segmento di mercato mass che in quello prestige, ci ha consentito di controbilanciare il temporaneo riallineamento dei livelli inventariali che sta caratterizzando retailers e brands prestige; la business unit Hair&Body ci sta permettendo di beneficiare di un mercato delle fragranze in decisa espansione, mentre servire brand locali in Asia, ci sta consentendo di controbilanciare andamenti altalenanti dei brand del lusso occidentali, in particolare in Cina, mercato che per il nostro Gruppo continua ad essere in crescita.*

*L'EBITDA di Gruppo dei primi nove mesi ha superato i 102 milioni di Euro, registrando un incremento sostanzialmente allineato a quanto conseguito in termini di vendite. Il calo dell'incidenza dell'EBITDA sulle vendite nette, che ha caratterizzato il secondo ed il terzo trimestre dell'anno, ed il cui impatto in termini di generazione di EBITDA in valore assoluto è stato più che compensato dall'aumento dei volumi di vendita, è dovuto al cambio di mix (mass vs. prestige) ed alla forte crescita della Business Unit Hair&Body, che è caratterizzata da profittabilità inferiori rispetto a Make-up e Skincare.*

*Continuiamo a guardare con ottimismo le prospettive di crescita del nostro Gruppo nel medio-lungo periodo: Intercos opera in un mercato, quello del Beauty, in costante crescita, ed il nostro modello di business è incentrato sull'innovazione e sulla diversificazione dei prodotti, dei clienti, delle aree geografiche e dei segmenti di mercato, che rappresentano il nostro principale motore di crescita.»*

**Vendite per business Unit, area Commerciale, tipologia di clienti**

€/mln	9M23	9M22	Var.	% vs. 9M22	3Q23	3Q22	Var.	% vs. 3Q22
<b><u>Business Unit</u></b>								
Make-up	454.0	391.0	63.0	16.1%	149.8	154.4	(4.6)	(3.0%)
Skincare	109.6	96.6	13.0	13.4%	37.6	31.3	6.2	19.9%
Hair&Body	171.4	109.4	62.0	56.6%	59.3	43.4	15.9	36.7%
<b>Totale Gruppo</b>	<b>735.0</b>	<b>597.1</b>	<b>138.0</b>	<b>23.1%</b>	<b>246.7</b>	<b>229.1</b>	<b>17.6</b>	<b>7.7%</b>
<b><u>Area Commerciale</u></b>								
EMEA	380.5	283.1	97.4	34.4%	122.3	106.4	15.9	14.9%
Americas	234.0	209.4	24.6	11.7%	82.6	84.9	(2.3)	(2.7%)
Asia	120.5	104.5	16.0	15.3%	41.8	37.8	4.0	10.6%
<b>Totale Gruppo</b>	<b>735.0</b>	<b>597.1</b>	<b>138.0</b>	<b>23.1%</b>	<b>246.7</b>	<b>229.1</b>	<b>17.6</b>	<b>7.7%</b>
<b><u>Tipologia di clienti</u></b>								
Multinationals	371.1	338.9	32.2	9.5%	116.4	129.5	(13.1)	(10.1%)
Emerging Brands	293.1	192.8	100.3	52.1%	106.0	77.5	28.5	36.8%
Retailers	70.8	65.3	5.5	8.4%	24.3	22.2	2.2	9.7%
<b>Totale Gruppo</b>	<b>735.0</b>	<b>597.1</b>	<b>138.0</b>	<b>23.1%</b>	<b>246.7</b>	<b>229.1</b>	<b>17.6</b>	<b>7.7%</b>

Le vendite Nette del Gruppo dei primi nove mesi del 2023 sono state pari a **€735m**, in crescita del **+23,1%**, o del **+24.6%** a tassi costanti. Nonostante le performance registrate nel terzo trimestre dello scorso anno, in significativo aumento sui tre mesi dell'anno precedente (+29% a tassi costanti), il terzo trimestre del 2023 ha riportato crescita ancora una volta molto solide rispetto allo scorso anno, con un aumento del **+7,7%**, o del **+10,6%** a tassi costanti.

Analizzando i ricavi per **business unit**:

- Il **Make-up** ha registrato ricavi per **€454m** in crescita del **+16,1%**. Il trend di crescita ha caratterizzato tutte le aree geografiche e tutte le tipologie di clienti. Il terzo trimestre ha riportato una lieve flessione nei mercati occidentali, soprattutto nelle multinazionali, mentre proseguono le buone performance degli Emerging Brands e della Cina.
- Lo **Skincare** ha chiuso i primi nove mesi con ricavi pari a **€109,6m**, in aumento del **+13,4%**. La performance è stata trainata dal buon andamento dei clienti nordamericani ed europei. Solide le performance sia delle Multinazionali che degli Emerging Brands. L'ottimo andamento è ulteriormente accelerato nel terzo trimestre (+19,9%)
- L'**Hair & Body** ha registrato ricavi per **€171,4m**, in crescita del **+56,6%**. I nuovi accordi sottoscritti con alcuni brand continuano a sostenere l'evoluzione delle vendite, come confermato anche dagli ottimi risultati riportati nel terzo trimestre dell'anno (+36,7%). Gi investimenti effettuati al termine del 2022 ed all'inizio del 2023 per aumentare la capacità produttiva delle fragranze, stanno consentendo di poter soddisfare la domanda sempre crescente di tale mercato.

Per quanto concerne le vendite per **area commerciale**:

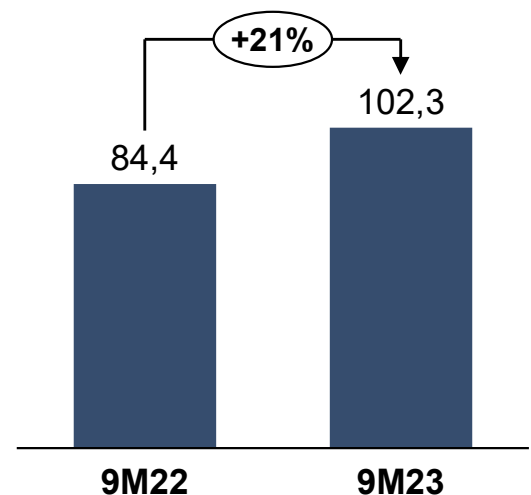
- L'**EMEA** continua ad essere l'area geografica che registra le performance migliori, sia nei primi nove mesi (+**34,4%** a **€380,5m**) che nel terzo trimestre (+14,9% a €122,3m). Tutte le Business Units, le tipologie di clienti ed i segmenti di mercato (mass e prestige) sono in crescita nei primi nove mesi dell'anno. Nel terzo trimestre, la crescita è stata trainata principalmente dalle performance dell'Hair&Body e dello Skincare.
- L'**America** ha registrato ricavi per **€234m**, in aumento del **+11,7%** rispetto ai primi nove mesi del 2022. La crescita è stata sostenuta dagli ottimi risultati riportati da Make-up e Skincare, raggiunti grazie alle buone performance degli Emerging Brands e delle Multinazionali. Il terzo trimestre ha riportato vendite sostanzialmente in linea con lo scorso anno (-2,7%), con gli Emerging Brands e lo Skincare che hanno bilanciato andamenti in lieve calo delle Multinazionali.
- L'**Asia** ha riportato ricavi per **€120,5m**, in aumento del **+15,3%** nei primi nove mesi del 2023. Ottime le performance anche nel terzo trimestre (+10,6%). Sia la Cina che la Korea hanno contribuito positivamente a questo risultato, in particolare nel segmento Make-up.

Infine, con riferimento alle vendite per **tipologia di cliente**:

- i clienti **Multinationals** hanno riportato ricavi per **€371,1m**, in aumento del **+9,5%**, grazie agli ottimi andamenti di tutte le business units, che hanno contraddistinto Europa e USA. Il terzo trimestre ha riportato un calo del -10,1%, ed ha caratterizzato soprattutto i brand prestige nel make-up, per effetto dell'atteso temporaneo riallineamento delle scorte dei nostri clienti.
- I clienti **Emerging Brands** si confermano il principale motore della crescita, raggiungendo ricavi per **€293,1m (+52,1%)**. L'incremento ha caratterizzato sia il segmento *mass* che quello *prestige* anche nell'ultimo trimestre (+36,8%), ed ha caratterizzato in modo preponderante gli USA e l'area EMEA.
- I clienti **Retailers** hanno registrato crescita simili sia nei primi nove mesi che nell'ultimo trimestre (rispettivamente +8,4% e +9,7%), principalmente sostenuti dalla business unit Make-up.

## EBITDA

L'**EBITDA Rettificato** di Gruppo dei primi nove mesi del 2023 si è attestato a **€102,3m**, in aumento del **+21,2%** (o **+€17,9m**), grazie all'ottimo andamento delle vendite ed a una profittabilità sostanzialmente in linea con lo scorso anno (-22Bps). L'EBITDA Rettificato del terzo trimestre è sostanzialmente allineato a quello del terzo trimestre dello scorso anno (-2,3% o -€0,8m). Infatti, come preannunciato, il temporaneo cambio di mix sia in termini di Business Units che di segmento di mercato (più mass, meno prestige), ha comportato una minor incidenza dell'EBITDA sulle vendite nette che però è stato quasi completamente compensato, in valore assoluto, dall'aumento dei volumi di vendita.



## Outlook & Guidance

Siamo soddisfatti dei risultati conseguiti nei primi nove mesi dell'anno, anche in considerazione delle crescite eccezionali riportate dal nostro Gruppo nel secondo semestre dello scorso anno.

Il mercato del Beauty sia in EMEA che in US continua a riportare buoni tassi di crescita, con il primo che beneficia di un andamento di prezzi e volumi entrambi in aumento, ed il secondo che continua ad essere trainato principalmente dal positivo andamento dei prezzi. L'Asia, ed in particolare la Cina, mostra segnali di ripresa inferiori alle aspettative, con i brand locali che stanno vivendo una fase più favorevole dei brand occidentali.

In tale contesto, restiamo ottimisti sulle potenzialità di crescita del nostro Gruppo e convinti della forza del nostro modello di business, diversificato e focalizzato sull'innovazione.

Il temporaneo e preannunciato riallineamento delle scorte dei brands del lusso, soprattutto delle multinazionali, iniziato nel secondo trimestre del 2023, avrà inevitabilmente una durata di ancora pochi mesi. Allo stesso tempo, le preoccupazioni di crescite di mercato più moderate nel prossimo futuro stanno spingendo i brand a ricercare innovazione di prodotto che gli permetta di guadagnare quote di mercato per sostenere la crescita dei fatturati. Questa è un'opportunità per il Gruppo intercos che è mondialmente riconosciuto come la referenza in termini di innovazione e di capacità a predire i trend futuri. La crescita marcata di ingresso ordini relativi a nuovi prodotti registrata dall'inizio dell'anno testimonia che questa dinamica si è già innescata.

Inoltre le sempre più stringenti regolamentazioni (come la CSAR cinese e la MOCRA statunitense) e la ricerca di prodotti sempre più clean/ «free of ...» sono un altro fattore che gioca a favore del Gruppo Intercos poichè porterà una sempre crescente complessità per i clienti (con possibili ulteriori spinte in favore dell'outsourcing) e difficoltà per i competitors diretti, meno equipaggiati di Intercos.

Infine, ci aspettiamo che l'Asia riprenda appieno il suo ruolo di locomotiva della crescita mondiale grazie allo sviluppo dell'India, il successo dei prodotti Coreani – non solo in Asia ma anche nel mondo occidentale – e la piena ripresa del mercato Cinese. In questo mercato, riteniamo che vivremo una fase di business favorevole ai brand locali che inevitabilmente tenderanno di guadagnare quote anche nei segmenti masstige e prestige che sono i più congeniali all'offerta Intercos. Quindi, ci aspettiamo che il mercato cinese evolverà progressivamente in modo favorevole per le filiali Intercos Cina.

Guardando al breve termine, per quanto concerne la chiusura dell'anno, confermiamo la guidance fornita in occasione della pubblicazione dei risultati del primo semestre, e quindi attese per vendite in lieve aumento nell'ultimo trimestre del 2023 ed un EBITDA rettificato del quarto trimestre 2023 allineato a quello del 2022 in termini assoluti.

Nei mesi di settembre-ottobre 2023, l'ingresso ordini (order in-take) della Società (escluso il contract manufacturing, ossia la Business Unit Hair&Body) è continuato ad essere solido, raggiungendo €108m, in linea con lo scorso anno. Nonostante la temporanea riduzione degli inventari dei nostri clienti, specie nel segmento prestige, che sta impattando l'ingresso ordini legati ai riordini di prodotti esistenti, gli ordini continuano a beneficiare dell'ottimo andamento dei nuovi progetti.

Questo andamento dell'ingresso ordini ci ha portato a un portafoglio ordini (Order Book) a fine ottobre 2023 molto solido - €292m – soprattutto in considerazione del fatto che si è ormai riassorbito tutto il backlog legato allo smaltimento degli ordini inevasi a causa dei problemi della supply chain.

## ALTRE INFORMAZIONI

### DICHIARAZIONE DEL DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI SOCIETARI

Il Dott. Pietro Oriani, in qualità di dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, dichiara – ai sensi del comma 2, articolo 154-bis del D. Lgs. n. 58/1998 (“Testo Unico della Finanza”) - che l’informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

### CONFERENCE CALL DI PRESENTAZIONE DEI RISULTATI

I risultati dei primi nove mesi chiusi al 30 settembre 2023 saranno illustrati ad analisti ed investitori il 6 novembre 2023 alle ore 18:30 (CET). Sarà possibile seguire la *conference call* componendo il numero +39 02 8020911 (dall’Italia), +44 1 212818004 (da UK), +1 718 7058796 (da USA), (per i giornalisti +39 02 8020927). La presentazione a supporto della *conference call* sarà messa a disposizione sul sito della Società [www.intercos-investor.com](http://www.intercos-investor.com) nella sezione «Investor Relations» al seguente indirizzo: <https://www.intercos-investor.com/investors/documenti-finanziari/presentazioni/> e nel meccanismo di stoccaggio "1info" all’indirizzo [www.1info.it](http://www.1info.it). A partire dal giorno successivo alla call, nello stesso sito, verrà inoltre messa a disposizione una registrazione della stessa.

### PROSSIMI EVENTI NEL CALENDARIO FINANZIARIO

La data della pubblicazione della Relazione Finanziaria Annuale al 31 dicembre 2023 verrà comunicata in occasione della pubblicazione del prossimo calendario finanziario.

### CODICI IDENTIFICATIVI

Codice ISIN delle Azioni: IT0005455875

Codice alfanumerico: ICOS

### INTERCOS GROUP

Intercos è uno dei principali operatori business to business a livello globale nella creazione, produzione e commercializzazione di prodotti cosmetici (Make-up) e per il trattamento della pelle (Skincare) oltre che per il trattamento dei capelli e del corpo (Hair&Body), destinati ai principali marchi nazionali e internazionali, ai marchi emergenti, nonché ai retailer attivi nel mercato della cosmesi e, più in generale, del beauty. Fondato nel 1972 da Dario Ferrari, Intercos annovera tra i suoi maggiori clienti i principali marchi dell’industria cosmetica, può contare su un organico di circa 6.400 risorse, 11 centri di ricerca, 16 stabilimenti produttivi e 16 uffici commerciali dislocati in tre continenti. Intercos da 50 anni interpreta la bellezza, creando prodotti cosmetici e ponendosi quale trend setter in grado di prevedere, anticipare e influenzare le nuove tendenze del mondo della cosmesi, soddisfacendo così le richieste di tutte le tipologie di clienti con prodotti per tutte le fasce di prezzo.

### NOTA E DEFINIZIONI

Allo scopo di fornire un’informativa in linea con i parametri di analisi e controllo dell’andamento del Gruppo, vengono illustrati nel seguito gli indicatori alternativi di performance, non definiti dagli IFRS, utilizzati dal management in quanto contribuiscono a fornire informazioni utili per una migliore valutazione dell’andamento economico e finanziario del Gruppo. Tali indicatori non devono essere considerati sostitutivi di quelli previsti dagli IFRS.

Si dettaglia nel seguito il contenuto degli indicatori alternativi di performance non immediatamente riconducibili ai prospetti di bilancio:

- EBITDA: è definito come la somma dell’utile dell’esercizio, più le imposte sul reddito, i proventi e oneri finanziari, e gli effetti delle valutazioni delle partecipazioni con il metodo del patrimonio netto delle partecipazioni detenute a titolo di investimento finanziario, gli ammortamenti e svalutazioni.
- EBITDA rettificato: è ottenuto depurando l’EBITDA dai componenti valutati dalla Società come di natura non ricorrente riferibile, cioè, ad eventi di particolare significatività non riconducibili all’andamento ordinario dei business di riferimento o che non determinano flussi finanziari e/o modifiche nell’entità del patrimonio netto.
- Indebitamento (disponibilità) netto o posizione finanziaria netta: è dato dalla somma dei debiti finanziari correnti e non correnti al netto dei crediti finanziari correnti e non correnti, comprese le disponibilità liquide o equivalenti;

Altre definizioni:

- Order-in-take: indica l’insieme degli ordini legalmente effettuati ed elaborati da una società durante il periodo contabile o esercizio sociale in esame.
- Order Book: portafoglio ordini aperti ad una certa data

## ALTRE INFORMAZIONI

### DISCLAIMER

Le informazioni presentate in questo documento non sono state assoggettate a revisione contabile. Il documento potrebbe contenere dichiarazioni previsionali (“forward-looking statements”), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari di Intercos. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischio e incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori.

### CONTATTI

#### Media Relations:

Image Building  
Via Privata Maria Teresa, 11 20123 – Milano  
Tel. +39 02 89011300  
[intercos@imagebuilding.it](mailto:intercos@imagebuilding.it)

#### Investor relator:

Intercos S.p.A.  
Andrea Tessarolo  
tel. +39 039 65521  
[investor.relations@intercos.com](mailto:investor.relations@intercos.com)