

**IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA L'INFORMATIVA PERIODICA AGGIUNTIVA
RIFERITA AI PRIMI NOVE MESI DEL 2023**

FATTURATO IN CRESCITA

TOTALE RICAVI DI VENDITA A 86 MILIONI DI EURO (+10,8% VS PRIMI 9 MESI 2022)

**IN ITALIA INCREMENTANO I RICAVI SIA DELLA DIVISIONE SALUTE (+5,5%),
SIA DELLA DIVISIONE FOOD (+26,7%)**

PROSEGUE LA CRESCITA DELLE VENDITE ALL'ESTERO (+1,3%)

SOLIDITÀ FINANZIARIA

**POSIZIONE FINANZIARIA NETTA POSITIVA PER 20,1 MILIONI DI EURO (23,5 MILIONI DI EURO AL 30
SETTEMBRE 2022)**

**PROSEGUONO GLI INVESTIMENTI PER L'INNOVAZIONE, LO SVILUPPO INTERNAZIONALE E
L'AMPLIAMENTO DELLO STABILIMENTO PRODUTTIVO**

Bologna, 13 Novembre 2023 - In data odierna si è riunito il Consiglio di Amministrazione di **Valsoia S.p.A. (EXM: VLS)** che ha approvato l'informativa periodica aggiuntiva al 30 settembre 2023.

Il Presidente Lorenzo Sassoli de Bianchi ha così commentato: *“In questi primi nove mesi abbiamo migliorato i ricavi di entrambe le nostre divisioni, food salutistico e food tradizionale. Positivo l'andamento dei volumi per le nostre Marche principali, in uno scenario molto complesso segnato all'opposto da una generale contrazione dei consumi nei mercati alimentari, conseguenza di una ancora elevata inflazione.*

Questo andamento e la crescita delle nostre quote, in molti dei segmenti di mercato in cui operiamo, rafforzano la nostra fiducia e determinazione nel proseguire gli investimenti in comunicazione ed innovazione sulle nostre Marche, rafforzando la loro già solida equity story, evidentemente ben riconosciuta dai consumatori.

La posizione finanziaria della Società conferma una forte solidità, nonostante, nei primi mesi dell'anno, la crescita dei costi abbia anticipato l'incremento delle azioni a copertura dei medesimi.

I lavori di ampliamento dello stabilimento di Serravalle Sesia stanno procedendo allineati al timing ed ai costi previsti dal progetto, unitamente ad ulteriori investimenti industriali finalizzati ad un crescente efficientamento produttivo ed una ancora maggiore sostenibilità e rispetto per l'ambiente.

Forte l'investimento in innovazione: tutto il nostro Team è impegnato su importanti nuovi progetti che saranno presentati al mercato ed agli stakeholders nei primi mesi del 2024. Le novità, non solo di prodotto, riguarderanno alcune tra le Marche più di rilievo della Società.

Siamo e rimarremo comunque fortemente concentrati, anche nell'ultimo trimestre di questo anno, sul controllo dei costi di acquisto e delle marginalità della Società che restano oggi la priorità insieme alla difesa dei volumi di vendita e alla crescita delle nostre quote di mercato”.

PRINCIPALI INDICATORI ECONOMICI E PATRIMONIALI

Indicatori Economici (migliaia di Euro)	30.09.2023	30.09.2022	Variazione	
	Euro	Euro	Euro	%
Ricavi di vendita totali	86.042	77.667	+8.374	+10,8%

Nei primi nove mesi del 2023 la Società ha registrato **Ricavi di vendita** per 86,0 milioni di Euro rispetto a 77,7 milioni di Euro del pari periodo 2022. L'incremento è pari a € 8,4 milioni (+10,8%) rispetto all'esercizio precedente che già aveva evidenziato una crescita significativa (+10,9% sul pari periodo 2021).

In crescita sia i ricavi della divisione salutistica (+5,5%), sia quelli della divisione food tradizionale (+26,7%). Positivo l'andamento sia a valore che a volumi, rispetto al pari periodo 2022, per tutte le Marche principali della Società, siano esse di proprietà o in distribuzione.

I consumi in Italia (totale mercati dei prodotti "Largo Consumo Confezionato"), positivi a valore nei primi nove mesi dell'anno (+9,5%), evidenziano a volumi una sensibile contrazione (-2,3%, fonte: Nielsen NIQ; dati progressivi a settembre 2023 verso pari periodo 2022).

L'inflazione, nel totale "Largo Consumo confezionato", rimane elevata anche se i prezzi al consumo rallentano la loro crescita, muovendosi da un picco del +16% (febbraio 2023) ad un "minimo" del +8,8%. In questo scenario crescono solo i volumi delle Marche dei Distributori (+2,2%, fonte: dati Nielsen settembre 2023, NIQ).

La stagione estiva, inoltre, poco favorevole in termini di clima almeno nella sua parte iniziale, non ha sostenuto i volumi delle categorie stagionali così come invece accaduto nel 2022, mentre le famiglie italiane continuano ad intervenire sul mix del carrello della spesa, favorendo prodotti a minore costo, per fare fronte a prezzi sempre più alti (fonte: "Nielsen, NIQ, Osservatorio inflazione").

Pertanto, in questo scenario, risulta ancora più rilevante e significativa la crescita a volume delle Marche della Società, con relativo incremento delle loro quote in molti dei segmenti di mercato in cui operano, espressione e riscontro di una solida forza di Marca e di una gestione efficiente del marketing mix rispetto allo scenario di mercato e di competizione.

Nel periodo in esame risultano molto positive ed in crescita le quote di mercato dei gelati Valsoia e dei gelati Häagen-Dazs, questi ultimi al loro primo anno di distribuzione in esclusiva sul territorio italiano da parte di Valsoia S.p.A.

Entrambe le Marche risultano in controtendenza rispetto al trend del mercato dei gelati, ostacolato durante questo anno da un inizio di stagione meno favorevole, come già descritto in precedenza. Ottime le performance di vendita anche per la piadina Lorian che registra un eccellente trend di crescita delle vendite (+11,5% a volume e +25,3% nei ricavi di vendita, rispetto al pari periodo 2022) così come per la crema spalmabile alla nocciola Valsoia (+13,6% a volumi e +27,1% nei ricavi di vendita, rispetto al pari periodo 2022).

La Società ha migliorato, per tutte le Marche del Gruppo, le coperture distributive e la gestione degli spazi nei punti di vendita, proseguendo le importanti attività di investimento in Consumer Marketing e in pubblicità sia in Italia che in alcuni paesi esteri ritenuti prioritari.

In crescita le vendite all'estero con ricavi in aumento del +1,3% rispetto al pari periodo 2022, anche se frenati da una stagione sfavorevole ai consumi del gelato in tutta Europa. Con riferimento ai primi 5 Paesi Esteri per fatturato, si registra, peraltro, una crescita media dei ricavi di vendita del +10% rispetto al pari periodo 2022.

Confermata la decisa focalizzazione della Società sul controllo della crescita dei costi del venduto e dei servizi, fronteggiati da un aumento dei listini già concordato con i Retailers nel corso dei primi mesi dell'anno, a tutela dei risultati economici della Società ed anche nel rispetto di un corretto equilibrio tra le esigenze dei fornitori, dei retailers stessi e del posizionamento al consumo delle Marche del gruppo nei confronti dei relativi target di consumatori.

La **Posizione Finanziaria Netta** al 30 settembre 2023 risulta **positiva per 20,1 milioni di Euro** (23,5 milioni di Euro al 30 settembre 2022).

Al netto dell'effetto dell'applicazione dell'IFRS16, al 30 settembre 2023 la Posizione Finanziaria Netta è pari a **22,3 milioni di Euro**. Si evidenzia come la Società sia impegnata in un importante progetto di ampliamento dei propri spazi produttivi presso lo stabilimento di Serravalle Sesia con l'obiettivo di migliorarne capacità ed efficienza, in previsione di una crescita di volumi di vendita sia in Italia che all'estero.

/

PRINCIPALI EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEI PRIMI 9 MESI 2023.

Nel corso del mese di ottobre le vendite a volume hanno registrato una ulteriore crescita, accelerando rispetto al già positivo andamento dei primi nove mesi dell'anno. Molto positivi risultano inoltre i ricavi di vendita di ottobre rispetto al pari mese 2022.

La società ha quindi confermato tutti gli investimenti in comunicazione e le attività promozionali al consumo sui punti di vendita come previsto dai piani per l'ultimo trimestre 2023.

/

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Dott. Nicola Mastacchi, dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

/

Per maggiori informazioni si fa rinvio alla documentazione pubblicata sul nostro sito Internet: www.valsoiaspa.it, alla sezione "Investor Relations".

/

Valsoia S.p.A. (www.valsoiaspa.com) fondata nel 1990, è stata "pioniere" nello sviluppo del mercato italiano dei prodotti alternativi vegetali. È oggi società di riferimento nel mercato dell'alimentazione salutistica in Italia ed ha ampliato il proprio portafoglio prodotti anche a Marche del food tradizionale. La Marca Valsoia "Bontà e Salute" rappresenta, per il consumatore, innovazione e attenzione alla salute attraverso prodotti buoni, naturali e sani. Dal 14 luglio 2006, Valsoia S.p.A. è quotata sul mercato Euronext Milan organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.

Per ulteriori informazioni

Valsoia S.p.A.

Nicola Mastacchi

Tel. +39 051 6086800

CDR Communication

Silvia Di Rosa – Investor Relations

Cell +39 335 78 64209

Eleonora Nicolini – Investor Relations

Cell +39 333 9773749

Martina Zuccherini – Media Relations

Cell +39 339 43 45708