

COMUNICATO STAMPA

De' Longhi S.p.A.

Un primo trimestre record, con forte espansione di fatturato e marginalità

Il Consiglio di Amministrazione di De' Longhi SpA ha approvato in data odierna i risultati del primo trimestre 2021¹:

- ricavi netti per € 678,7 milioni, in crescita del 72,6%;
- un Ebitda *adjusted*² pari a € 128,6 milioni, in crescita del 205,3% e pari al 18,9% dei ricavi, con un miglioramento di 8,2 punti percentuali rispetto all'anno precedente;
- un risultato operativo (Ebit) di € 108,2 milioni, in crescita del 516,3% e pari al 15,9% dei ricavi;
- un utile netto di € 80,9 milioni, in crescita del 636,2%, pari all'11,9% dei ricavi;
- una posizione finanziaria netta attiva per € 318,2 milioni, in miglioramento di € 86,2 milioni nel trimestre.

A perimetro costante (escludendo la neo-acquisita Capital Brands):

- ricavi netti pari a € 625,7 milioni, in crescita del 59,1% (+64,7% a cambi costanti³);
- un Ebitda *adjusted* pari a € 117,4 milioni, in crescita del 178,8% e pari al 18,8% dei ricavi.

"I risultati straordinari conseguiti - ha commentato l'Amministratore Delegato Massimo Garavaglia - consolidano ulteriormente la posizione di De' Longhi tra i leader del settore. Il Gruppo è stato in grado di cogliere tutte le opportunità offerte dal mercato in questi mesi di grande incertezza, grazie non solo al proprio portafoglio di marchi e prodotti ma anche alla grande flessibilità produttiva e capacità di adattamento dei team e dell'organizzazione. Desidero qui ringraziare tutti i dipendenti del Gruppo per la dedizione, l'impegno e la professionalità dimostrati in questi mesi, senza cui non avremmo potuto raggiungere questi traguardi.

Guardando al prossimo futuro, la continuità nel trend di sviluppo del caffè e della cucina, rafforzati dall'accresciuta attenzione dei consumatori nei confronti dell'ambito domestico, sostengono le nostre aspettative positive per i prossimi trimestri. In particolare, i segnali che ci pervengono dai mercati in queste prime settimane del secondo trimestre lasciano ragionevolmente prevedere un andamento delle vendite nei restanti mesi dell'anno molto robusto e più sostenuto di quanto inizialmente atteso; alla luce di ciò pertanto rivediamo al rialzo la nostra guidance per il corrente anno e per il nuovo perimetro inclusivo di Capital Brands, di crescita a cambi costanti dei ricavi ad un tasso compreso tra il 28% e il 33% (ovvero nell'intervallo 18% - 22% a parità di perimetro) e di un Ebitda adjusted in linea con il 2020 in percentuale sui ricavi.

Questa dinamica attesa ci permetterà di proseguire nella strategia già annunciata di incrementare gli investimenti in marketing e comunicazione, a sostegno dei nostri marchi e prodotti, alimentando così un circolo virtuoso finalizzato ad una strategia di crescita di medio-lungo termine."

¹ I risultati consolidati del primo trimestre 2021 si riferiscono al nuovo perimetro di consolidamento di Gruppo che include anche Capital Brands Holdings Inc. e sue controllate, a seguito dell'acquisizione finalizzata in data 29.12.2020.

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

³ Per "a cambi costanti" si intende escluso l'impatto delle variazioni dei tassi di cambio e dei derivati di copertura su cambi.

Sintesi dei risultati e andamento della gestione

(Eur milioni)	1° trimestre 2021	1° trimestre 2020	variazione	variazione %
ricavi	678,7	393,3	285,4	72,6%
margine ind. netto	355,1	198,3	156,8	79,1%
% dei ricavi	52,3%	50,4%		
Ebitda <i>adjusted</i>	128,6	42,1	86,5	205,3%
% dei ricavi	18,9%	10,7%		
Ebitda	127,6	36,6	91,0	248,4%
% dei ricavi	18,8%	9,3%		
Ebit	108,2	17,6	90,7	516,3%
% dei ricavi	15,9%	4,5%		
Utile netto	80,9	11,0	69,9	636,2%
% dei ricavi	11,9%	2,8%		

il quadro generale

I primi mesi del 2021 segnano un andamento *record* per il Gruppo, sia in termini di fatturato che di marginalità.

La forte crescita realizzata in questo primo trimestre si confronta con un primo trimestre dello scorso anno che aveva evidenziato un progresso delle vendite in area *mid-single-digit*, nonostante gli iniziali effetti negativi del primo *lockdown*. In questo inizio d'anno la domanda dei consumatori è stata il principale motore di spinta della *performance* del Gruppo, rinforzata dai lanci dei nuovi prodotti avvenuti nello scorso semestre e sostenuta da una più elevata spesa in attività di comunicazione e marketing (c.d. "A&P"). Queste particolari condizioni hanno permesso al Gruppo di cogliere tutte le opportunità offerte dai mercati, nonostante un generale clima di persistente incertezza, creando così le condizioni per un *trend* favorevole nella restante parte dell'anno.

In particolare, guardando agli investimenti di A&P, il Gruppo ha avviato numerose attività per sostenere i marchi nel lungo periodo e per migliorare il coinvolgimento dei consumatori, come il Kenwood club, la Coffee Lounge e gli eventi legati ai 100 anni di vita di Braun. Nel corso dell'anno verranno annunciati e diffusi altri eventi per sfruttare le potenzialità dei nostri prodotti nei prossimi trimestri.

Il Gruppo ha dimostrato inoltre, in questo trimestre come in tutto il 2020, straordinarie capacità di adattamento alle nuove dinamiche di mercato, sia dal punto di vista produttivo che organizzativo. Le difficoltà createsi nella *supply chain* in questi mesi di pandemia non hanno compromesso la continuità

operativa delle diverse piattaforme produttive del Gruppo, che hanno lavorato a pieno ritmo al fine di soddisfare la crescente richiesta proveniente dal mercato.

In ambito distributivo, segnaliamo anche una significativa accelerazione dei canali *on-line*, sia di quelli gestiti dai cosiddetti "*pure players*" (pari a circa il 20,7% delle vendite totali rispetto a circa il 19,5% del 2020) sia di quelli che fanno riferimento alla distribuzione tradizionale. In questo scenario, è cresciuta di peso anche la vendita diretta tramite la piattaforma proprietaria di e-commerce, il cui peso ha raggiunto il 2,1% delle vendite del trimestre.

Infine, il primo trimestre del 2021 è stato il primo trimestre di pieno consolidamento di Capital Brands Holdings, che ha contribuito ai risultati del Gruppo con vendite pari a € 53,1 milioni e un Ebitda *adjusted* di € 11,2 milioni.

(Eur milioni)	1° trimestre 2021	Perimetro omogeneo	Cambio di perimetro	1° trimestre 2020
ricavi	678,7	625,7	53,1	393,3
var %	72,6%	59,1%		
Ebitda <i>adjusted</i>	128,6	117,4	11,2	42,1
% dei ricavi	18,9%	18,8%	21,1%	10,7%

i ricavi

I ricavi consolidati del primo trimestre si sono attestati a € 678,7 milioni, con una crescita del 72,6%. L'espansione del Gruppo a parità di perimetro sarebbe stata del 59,1% con un fatturato di € 625,7 milioni, in crescita del 64,7% a cambi costanti.

i mercati

La partenza d'anno ha visto tutte le principali aree geografiche in crescita a doppia cifra, con un forte recupero rispetto all'anno precedente dell'area MEIA che è cresciuta ad un tasso a tripla cifra.

Ricordiamo che a seguito dell'acquisizione di Capital Brands Holdings, il Nord America (USA e Canada) nel primo trimestre ha più che raddoppiato il fatturato rispetto allo scorso anno e ambisce a diventare il primo mercato del Gruppo su base annua.

EUR milioni	Q1-2021	var. %	var. % a cambi costanti	Q1-2021 a perimetro omogeneo	var. %	var. % a cambi costanti
Europa Sud-Occidentale	273,8	60,1%	60,1%	273,1	59,7%	59,7%
Europa Nord-Orientale	182,9	64,7%	74,6%	176,6	59,0%	68,9%
EUROPA	456,6	61,9%	65,8%	449,6	59,4%	63,3%
America	100,4	173,7%	197,8%	59,9	63,3%	77,2%
MEIA (MiddleEast/India/Africa)	52,2	160,2%	181,6%	50,0	149,4%	169,9%
Asia-Pacific	69,5	27,4%	33,6%	66,1	21,3%	25,2%
TOTALE RICAVI	678,7	72,6%	79,5%	625,7	59,1%	64,7%

A perimetro omogeneo:

- l'**Europa sud-occidentale** è cresciuta del 59,7% con tutti i principali paesi in forte accelerazione, in particolare Italia e Francia ad un ritmo superiore alla media del Gruppo;
- in crescita a doppia cifra anche l'**Europa nord-orientale** (+59%), che ha evidenziato un'espansione particolarmente robusta di Polonia e Regno Unito; da segnalare un impatto valutario negativo che penalizza il fatturato dell'area di ca. il 9,9%;
- l'area **America** consegue un'importante crescita (+63,3%), nonostante un impatto valutario negativo pari a ca. 14 punti percentuali;
- in forte recupero l'area **MEIA (Middle East, India, Africa)**, con una crescita a cambi correnti del 149,4%, sostenuta da una significativa espansione di tutti i paesi della regione;
- infine, nell'area **Asia-Pacific** segnaliamo un'espansione del +21,3%, sostenuta in particolare da un brillante andamento del caffè e del riscaldamento portatile.

i segmenti di prodotto

Nel corso del primo trimestre del 2021, a parità di perimetro, la quasi totalità dei segmenti di prodotto ha realizzato una crescita a doppia cifra, sostenuta dai maggiori investimenti in comunicazione e marketing previsti a piano.

In particolare, il mondo del **caffè** è stato favorito da un'espansione di tutte le principali categorie, con un *trend* a cambi costanti delle macchine superautomatiche superiore alla media del Gruppo.

Il comparto della **cottura e preparazione dei cibi** ha beneficiato dell'accresciuta attenzione dei consumatori nei confronti dei prodotti legati alla "*home experience*", oltre che agli aspetti della sana alimentazione e della nutrizione. Nel dettaglio, il segmento delle *kitchen machine* ha conseguito una crescita a tripla cifra nel trimestre, mentre le restanti principali sottocategorie hanno ottenuto significative crescite a doppia cifra.

Per quanto riguarda il resto del *business*, sia il segmento della **pulizia e stiro** che il comparto della **climatizzazione domestica (comfort)**, hanno conseguito performance positive, con una significativa accelerazione della categoria del riscaldamento portatile.

i margini operativi

Relativamente all'evoluzione dei margini nei primi tre mesi si segnalano:

- il **marginale industriale netto**, pari a € 355,1 milioni, è migliorato in termini di incidenza sui ricavi dal 50,4% al 52,3% (+79,1%), grazie soprattutto ai maggior volumi ed al contributo positivo della componente prezzo-mix;

- l'**Ebitda adjusted** si è attestato a € 128,6 milioni, pari al 18,9% dei ricavi; a parità di perimetro, si è attestato a € 117,4 milioni, con un margine sui ricavi in forte miglioramento dal 10,7% al 18,8%;
- l'**Ebitda** è stato pari a € 127,6 milioni, ovvero il 18,8% dei ricavi; a parità di perimetro il margine è passato dal 9,3% dei ricavi al 18,6%, attestandosi a € 116,4 milioni;
- il **risultato operativo (Ebit)** è stato pari a € 108,2 milioni, pari al 15,9% dei ricavi, mentre a parità di perimetro è migliorato dal 4,5% al 15,7% dei ricavi, attestandosi a € 98,1 milioni;
- infine, l'**utile netto** è stato pari a € 80,9 milioni, pari all'11,9% dei ricavi (€ 72,7 milioni, pari all'11,6% dei ricavi, a parità di perimetro).

la situazione patrimoniale

La **posizione finanziaria netta** al 31.03.2021 si è attestata a € 318,2 milioni, con una **generazione di cassa netta** nel trimestre pari a € 86,2 milioni, dopo investimenti per € 19,8 milioni.

Rispetto alla stessa data del 2020, la posizione finanziaria netta si è ridotta di € 16,8 milioni; tuttavia, il flusso di cassa prima dei dividendi e delle acquisizioni è stato pari a € 393,3 milioni, permettendo quindi di coprire quasi interamente sia l'acquisizione di Capital Brands Holdings (€ 329,3 milioni) sia la distribuzione di dividendi per € 80,8 milioni.

La posizione bancaria netta di Gruppo al 31 marzo si è attestata a € 386,9 milioni, in miglioramento di € 83,1 milioni nel trimestre.

<i>EUR milioni</i>	31.03.2021	31.03.2020	<i>variazione 12 mesi</i>	31.12.2020	<i>variazione 3 mesi</i>
Capitale Circolante Netto	101,4	256,6	-155,2	96,2	5,3
Patrimonio Netto	1.364,0	1.190,7	173,3	1.267,4	96,6
Posizione Finanziaria Netta	318,2	335,0	-16,8	232,0	86,2
Posizione Bancaria Netta	386,9	396,8	-9,9	303,8	83,1
CCN / Ricavi	3,8%	12,1%	-8,3%	4,1%	-0,3%

In sensibile miglioramento è risultato il **capitale circolante netto** rispetto ai valori dello scorso anno: l'incremento del magazzino è stato ampiamente compensato nei dodici mesi da un aumento dei debiti verso fornitori, portando perciò l'indice di rotazione del capitale circolante netto sui ricavi al 3,8%, in marcata riduzione rispetto al dato dello scorso anno (12,1%), ma allineato ai valori raggiunti a fine 2020. In miglioramento anche l'indice del **capitale circolante netto operativo** sui ricavi, passato nei 12 mesi dal 14,7% al 9,6%.

Eventi successivi alla chiusura del periodo

- In data 7 aprile 2021 il Gruppo De' Longhi ha perfezionato l'emissione e il collocamento di titoli obbligazionari ventennali *unsecured* e non convertibili presso investitori istituzionali statunitensi ("*US Private Placement*") per l'importo di Euro 150 milioni.
- In data 3 maggio è avvenuto il perfezionamento dell'acquisto della totalità della partecipazione nel gruppo svizzero Eversys, attivo nella progettazione e commercializzazione di macchine professionali per il caffè espresso.

Per maggiori dettagli su entrambe le operazioni si rimanda ai comunicati stampa emessi da questa società in pari data.

Evoluzione prevedibile della gestione e *guidance*

I segnali che ci pervengono dai mercati in queste prime settimane del secondo trimestre lasciano ragionevolmente prevedere un andamento delle vendite nei restanti mesi dell'anno molto robusto e più sostenuto di quanto inizialmente atteso; pertanto, alla luce di ciò e a seguito dei risultati straordinari del primo trimestre viene rivista al rialzo la *guidance*, per il corrente anno e per il nuovo perimetro inclusivo di Capital Brands, di crescita a cambi costanti dei ricavi ad un tasso compreso tra il 28% e il 33% (ovvero nell'intervallo 18% - 22% a parità di perimetro) e di un Ebitda *adjusted* in linea con il 2020 in percentuale sui ricavi.

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 conta oltre 9000 dipendenti. Nel 2020 ha riportato ricavi pari a € 2.351 milioni, un EBITDA adjusted pari a € 366 milioni e un utile netto di € 200 milioni.

ALLEGATI

Prospetti del Bilancio Consolidato di De' Longhi SpA al 31 marzo 2021

I. Conto Economico Consolidato Riclassificato

Valori in milioni di Euro	1° Trimestre 2021	% sui ricavi	1° Trimestre 2021 a perimetro omogeneo	% sui ricavi	1° Trimestre 2020	% sui ricavi
Ricavi netti	678,7	100,0%	625,7	100,0%	393,3	100,0%
<i>Variazioni</i>	285,4	72,6%	232,3	59,1%		
Consumi e altri costi di natura industriale (servizi e costo del lavoro industriale)	(323,6)	(47,7%)	(294,2)	(47,0%)	(195,0)	(49,6%)
Margine industriale netto	355,1	52,3%	331,5	53,0%	198,3	50,4%
Costi per servizi ed altri oneri operativi	(170,1)	(25,1%)	(160,5)	(25,7%)	(108,5)	(27,6%)
Costo del lavoro (non industriale)	(56,3)	(8,3%)	(53,5)	(8,6%)	(47,7)	(12,1%)
EBITDA ante oneri non ricorrenti/stock option	128,6	18,9%	117,4	18,8%	42,1	10,7%
<i>Variazioni</i>	86,5	205,3%	75,3	178,8%		
Oneri non ricorrenti/oneri stock option	(1,0)	(0,2%)	(1,0)	(0,2%)	(5,5)	(1,4%)
Ebitda	127,6	18,8%	116,4	18,6%	36,6	9,3%
Ammortamenti	(19,3)	(2,8%)	(18,3)	(2,9%)	(19,1)	(4,8%)
Risultato operativo	108,2	15,9%	98,1	15,7%	17,6	4,5%
<i>Variazioni</i>	90,7	516,3%	80,6	458,8%		
Proventi (Oneri) finanziari netti	(3,6)	(0,5%)	(3,3)	(0,5%)	(1,5)	(0,4%)
Risultato ante imposte	104,7	15,4%	94,8	15,2%	16,1	4,1%
Imposte	(23,8)	(3,5%)	(22,1)	(3,5%)	(5,1)	(1,3%)
Risultato netto di competenza del Gruppo	80,9	11,9%	72,7	11,6%	11,0	2,8%

2. Ricavi per area geografica

Valori in milioni di Euro	1° Trimestre 2021	1° Trimestre 2021 a perimetro omogeneo	1° Trimestre 2020	Variazione a perimetro omogeneo	Variazione % a perimetro omogeneo	Variazione % a perimetro omogeneo a cambi costanti
Europa	456,6	449,6	282,0	167,6	59,4%	63,3%
America	100,4	59,9	36,7	23,2	63,3%	77,2%
Asia Pacific	69,5	66,1	54,5	11,6	21,3%	25,2%
MEIA	52,2	50,0	20,0	29,9	149,4%	169,9%
Totale ricavi	678,7	625,7	393,3	232,3	59,1%	64,7%

3. Stato Patrimoniale Consolidato Riclassificato

Valori in milioni di Euro	31.03.2021	31.03.2020	31.12.2020
- Immobilizzazioni immateriali	632,1	314,5	631,9
- Immobilizzazioni materiali	328,9	320,2	324,6
- Immobilizzazioni finanziarie	33,7	31,4	34,6
- Attività per imposte anticipate	64,1	48,1	57,0
Attività non correnti	1.058,8	714,3	1.048,1
- Magazzino	545,3	407,7	424,0
- Crediti commerciali	316,8	220,4	398,1
- Debiti commerciali	(609,8)	(316,8)	(581,9)
- Altri debiti (al netto crediti)	(150,8)	(54,6)	(144,0)
Capitale circolante netto	101,4	256,6	96,2
Totale passività a lungo termine e fondi	(114,5)	(115,2)	(108,9)
Capitale investito netto	1.045,8	855,7	1.035,4
(Posizione finanziaria netta attiva)	(318,2)	(335,0)	(232,0)
Totale patrimonio netto	1.364,0	1.190,7	1.267,4
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	1.045,8	855,7	1.035,4

4. Composizione della Posizione Finanziaria Netta

Valori in milioni di Euro	31.03.2021	31.03.2020	31.12.2020
Liquidità	805,7	752,4	662,9
Attività finanziarie correnti	232,9	114,6	243,0
Indebitamento finanziario corrente	(251,6)	(127,2)	(236,6)
Totale posizione finanziaria netta attiva corrente	787,0	739,7	669,3
Attività finanziarie non correnti	75,0	10,3	70,0
Indebitamento finanziario non corrente	(543,9)	(415,0)	(507,3)
Indebitamento finanziario non corrente netto	(468,8)	(404,7)	(437,3)
Totale posizione finanziaria netta	318,2	335,0	232,0
<i>di cui:</i>			
- <i>posizione attiva netta verso banche e altri finanziatori</i>	386,9	396,8	303,8
- <i>debiti per leasing</i>	(65,4)	(70,7)	(65,8)
- <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>	(3,3)	8,9	(6,0)

5. Rendiconto Finanziario Consolidato

Valori in milioni di Euro	31.03.2021 <i>3 mesi</i>	31.03.2020 <i>3 mesi</i>	31.12.2020 <i>12 mesi</i>
Flusso finanziario da gestione corrente	128,9	35,5	352,9
Flusso finanziario da movimenti di capitale circolante	(33,2)	35,5	114,5
Flusso finanziario da attività di investimento	(19,8)	(27,2)	(89,5)
Flusso netto operativo	75,9	43,8	377,9
Acquisizione Capital Brands	-	-	(329,3)
Distribuzione dividendi	-	-	(80,8)
Flusso finanziario da acquisto di azioni proprie	-	(5,0)	(14,5)
Esercizio stock option	0,2	-	21,5
Flusso finanziario da altre variazioni di patrimonio netto	10,1	18,5	(20,5)
Flussi finanziari generati/(assorbiti) da movimenti di patrimonio netto	10,3	13,5	(94,4)
Flusso finanziario di periodo	86,2	57,2	(45,8)
Posizione finanziaria netta di inizio periodo	232,0	277,8	277,8
Posizione finanziaria netta finale	318,2	335,0	232,0