

# DēLonghi Group

## Il Gruppo De' Longhi rafforza le basi per la crescita futura presentando Prima Donna Aromatic e La Specialista Touch e svelando la nuova campagna con Brad Pitt

*Il portafoglio prodotti è stato ampliato ulteriormente con diverse novità, come le friggitrici ad aria di Braun, il lancio di Kenwood di un nuovo Cooking Chef e la presentazione dell'innovativo personal blender di Nutribullet*

Treviso, 14 luglio 2025 – Il Gruppo De' Longhi è pronto a capitalizzare importanti opportunità di mercato grazie all'innovazione di prodotto e agli investimenti in media e comunicazione, come annunciato durante la conferenza annuale Global Sales & Marketing tenutasi la scorsa settimana presso la sede. L'evento ha riunito oltre 200 manager da tutto il mondo per coordinare iniziative strategiche ad alto impatto, volte a rafforzare la posizione di leadership del Gruppo e a elevare le sue ambizioni di crescita.

La conferenza è stata anche un'ottima occasione per analizzare gli ottimi risultati ottenuti nel 2024, con un aumento del fatturato del Gruppo del 14%, trainato da un'accelerazione nel settore domestico (oltre il +7%) e dal consolidamento di La Marzocco. Sulla base di questo *momentum*, un solido inizio d'anno ha confermato i principali trend di mercato, portando il Gruppo a riaffermare a maggio la sua *guidance* di crescita per il 2025 del 5-7%.

Un pilastro della strategia di crescita del Gruppo si basa sul nostro portafoglio di brand e prodotti leader di mercato. Durante la conferenza, i team hanno condiviso il riconoscimento da parte dei consumatori e i risultati positivi dei numerosi e recenti lanci di nuovi prodotti, che hanno rafforzato efficacemente il posizionamento dei brand del Gruppo. Tra i principali lanci recenti, figurano per tutti i brand prodotti premiati sia con i Red Dot e iF award. *De' Longhi ha introdotto le macchine da caffè Prima Donna Aromatic, La Specialista Touch e Dedicata Duo. Kenwood ha esteso la "Go collection" e ha lanciato il nuovo Cooking Chef nel segmento della preparazione dei cibi. Braun ha ampliato il suo portafoglio di friggitrici ad aria e il suo segmento di stiratura premium, con CareStyle9 e QuickStyle7. Nutribullet è entrato in nuove categorie e ha rafforzato la sua presenza nel segmento del blending con il portable blender FLIP.*

La conferenza è stata anche l'occasione per la presentazione dell'entusiasmante nuova gamma di prodotti per i prossimi trimestri, che combina tecnologia all'avanguardia, design distintivo e "joy of use" – un segno distintivo del Gruppo De' Longhi – per trasformare positivamente l'esperienza quotidiana del consumatore. Questi prodotti sono il risultato di un processo orchestrato e completo in cui la profonda conoscenza dei consumatori, un design industriale sofisticato e un forte impegno per l'eccellenza produttiva convergono nell'approccio "Made by De' Longhi".

La strategia di crescita del Gruppo continuerà ad essere sostenuta da costanti investimenti in comunicazione e marketing, strategia che si è dimostrata efficace nel rafforzare la notorietà dei brand e nell'espandere il business. L'evento è stato cruciale per coordinare tutte le attività relative alle campagne pubblicitarie in corso e future, su tutti i brand e i canali.

*“Siamo ben attrezzati per accelerare la crescita”, ha dichiarato Nicola Serafin, Direttore Generale del Gruppo. “Il nostro vasto portafoglio di prodotti attuali e futuri, supportato da importanti investimenti nella comunicazione dei brand e alimentato dalla spinta dei nostri team appassionati, darà slancio alle nostre ambizioni a lungo termine.”*

## Contatti

### per la stampa:

Investor Relations:  
Samuele Chiodetto  
Sara Mazzocato  
T: +39 0422 4131  
e-mail:  
[investor.relations@delonghigroup.com](mailto:investor.relations@delonghigroup.com)

### per i media:

Media relations:  
T: +39 0422 4131  
e-mail:  
[media.relations@delonghigroup.com](mailto:media.relations@delonghigroup.com)

sul web: [www.delonghigroup.com](http://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 a 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 2024 oltre 10.500 dipendenti. Nel 2024 ha riportato ricavi pari a € 3,5 miliardi, un EBITDA adjusted pari a € 560 milioni e un utile netto di oltre € 300 milioni.