

DēLonghi Group

Il Gruppo De' Longhi consolida la propria leadership di mercato: la divisione household presenta la pipeline di prodotti "next-gen" e rafforza la sua pluripremiata comunicazione di brand

Crescita sostenuta da un numero record di innovazioni e una comunicazione di brand focalizzata sul consumatore

Treviso – 14 luglio 2026. L'incontro annuale Global Sales & Marketing Household meeting ha trasformato per un'intera settimana l'headquarters di Treviso in un vivace hub collaborativo, riunendo oltre 200 leader globali della comunicazione di brand e dell'innovazione di prodotto con l'obiettivo comune di tracciare la rotta per la crescita futura.

"Dopo aver fatto il nostro ingresso nel 2026 forti delle straordinarie basi gettate nel 2025, abbiamo sfruttato questo momento di condivisione per intercettare le prossime opportunità di mercato e imprimere un'ulteriore accelerazione allo sviluppo. In questa conferenza ho percepito un entusiasmo autentico e un profondo impegno da parte di tutti i team, elementi che stanno alimentando un momentum positivo in tutti i nostri mercati", ha dichiarato Nicola Serafin, General Manager del Gruppo. "Insieme abbiamo orchestrato iniziative mirate a sostenere l'espansione di mercato e a stimolare la crescita. Questo slancio sarà alimentato da un numero record di lanci di prodotto e da una strategia di comunicazione rinnovata, sostenuta da maggiori investimenti, dal potenziamento delle competenze dei team e dall'adozione accelerata di nuovi strumenti digitali."

La conferenza ha segnato il debutto di una pipeline di prodotti senza precedenti, trasversale a tutti i marchi del Gruppo. Queste innovazioni fondono tecnologia all'avanguardia, design distintivo e soluzioni sostenibili per elevare l'esperienza quotidiana dei consumatori, coniugando versatilità e multifunzionalità con interfacce smart e facilità d'uso.

Negli ultimi anni, la strategia media e di comunicazione del Gruppo si è evoluta verso un approccio full-funnel capace di guidare considerazione, conversione e fidelizzazione a lungo termine, valorizzando un ecosistema media olistico di tipo "paid + earned + owned". La modernizzazione dei flussi di lavoro e l'upskilling del team hanno generato risultati eccezionali, incrementando in modo significativo le impression, l'engagement e l'amplificazione sui canali social. Tra le tappe fondamentali di questo nuovo modello spiccano campagne di successo come "Perfetto Instructions for Use" con Brad Pitt, lanci virali di grande impatto come "My Pizzeria" e l'attivazione per la Milano Design Week "The World's Smallest Coffee Shop". Quest'ultima iniziativa ha ottenuto i prestigiosi riconoscimenti "Grand Prix for Industry Craft" e "Leone d'Oro nella categoria Outdoor" al Cannes Lions International Festival of Creativity 2026.

"Stiamo accelerando la crescita guidando una trasformazione del marketing orientata al consumatore e ridefinendo il nostro paradigma di go-to-market", ha sottolineato Nicola Serafin, General Manager del Gruppo. "Essere riconosciuti tra i migliori al Cannes Lions è un traguardo che ci riempie d'orgoglio e che riflette chiaramente il successo di questa transizione e la straordinaria dedizione dimostrata dal nostro eccezionale team."

In un contesto dinamico, in cui i comportamenti d'acquisto cambiano rapidamente di pari passo con l'evoluzione tecnologica, il Gruppo ha intensificato focus, investimenti e competenze nell'ambito della

trasformazione digitale e della data analytics. Negli ultimi mesi, l'attività di marketing automation è stata potenziata grazie alla nascita di un nuovo hub MarTech, concepito per valorizzare appieno gli insight sui consumatori derivanti dall'analisi dei dati. Parallelamente, il Gruppo ha esteso la propria presenza nel social commerce con il lancio di TikTok Shop dedicati in mercati selezionati, con l'obiettivo di estendere globalmente questo approccio nei prossimi mesi.

Contatti

per analisti, investitori e stampa:

Investor Relations:

Samuele Chiodetto

Sara Mazzocato

T: +39 0422 4131

e-mail:

investor.relations@delonghigroup.com

per 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 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).

Il Gruppo De' Longhi conta oltre 10.000 dipendenti, operanti in cinque continenti attraverso una rete globale che comprende diversi poli produttivi e oltre 50 filiali commerciali. Nel 2025 ha riportato ricavi pari a € 3,8 miliardi, un EBITDA adjusted pari a € 625 milioni e un utile netto di oltre € 300 milioni.