

De' Longhi S.p.A.

Terzo trimestre e 9 mesi 2022 in rallentamento, ma in linea con la *guidance* per l'anno.

Approvati dal Consiglio di Amministrazione di De' Longhi SpA i risultati consolidati¹ dei primi nove mesi del 2022:

- ricavi a € 2.128,7 milioni in calo del -1% (-5,4% a cambi costanti);
- un **adjusted² Ebitda** a € 212 milioni, pari al 10% dei ricavi (in flessione dal 16,6%);
- un **utile netto³** a € 99,4 milioni, pari al 4,7% dei ricavi (in flessione dal 10,8%).

Nel **terzo trimestre** il Gruppo ha realizzato:

- ricavi per € 683,8 milioni in calo del -4,7% (-10,3% a cambi costanti);
- un **adjusted² Ebitda** di € 62,9 milioni, pari al 9,2% dei ricavi (in flessione dal 14,7%).

Al 30 settembre 2022, la **posizione finanziaria netta** di Gruppo è risultata positiva per € 28,8 milioni, in contrazione rispetto a € 425,1 milioni di fine 2021, dopo investimenti per 126,5 milioni e dividendi distribuiti per € 124,5 milioni.

Nelle parole dell'Amministratore Delegato Fabio de' Longhi:

"Il terzo trimestre è risultato in linea con la nostra guidance e con le attese del mercato per l'anno.

In un contesto di grande incertezza del quadro macro, abbiamo visto un rallentamento della domanda e un conseguente eccesso di magazzino che ci stiamo impegnando, con successo, a riportare gradualmente a livelli di normalità, liberando così il prossimo esercizio dai relativi costi ed inefficienze. Inoltre, abbiamo neutralizzato in buona parte l'inflazione dei costi di produzione con una campagna di aumenti prezzo resa possibile dalla forza dei nostri brand e dalla fiducia accordataci dai consumatori. Infine, in un'ottica di lungo termine, abbiamo dato continuità agli investimenti in comunicazione e marketing previsti dal piano triennale e che costituiscono una solida base per la crescita dei prossimi anni.

Le indicazioni relative ai nostri segmenti core restano immutate: da un lato il trend secolare del caffè, che si conferma di anno in anno, con potenzialità di crescita ancora in larga parte inesprese; dall'altro lato, una presenza radicata, in posizioni di leadership, nel mondo della nutrizione e della cucina, sostenuta dal crescente ruolo di un'alimentazione sostenibile e sana.

Per l'anno in corso, confermiamo la stima di ricavi in flessione ad un tasso "mid-single-digit" ed un Ebitda adjusted nell'intervallo di 320-340 milioni di Euro".

¹ I dati economici e patrimoniali-finanziari commentati si riferiscono al nuovo perimetro del Gruppo De' Longhi risultante dalle recenti acquisizioni di Capital Brands ed Eversys. I dati comparativi al 30 settembre 2021 sono stati rideterminati, come previsto dall'IFRS 3, in conseguenza alla contabilizzazione definitiva delle due aggregazioni aziendali sopra menzionate.

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

³ Nel presente comunicato si fa sempre riferimento all'utile netto di competenza del Gruppo.

Sintesi dei risultati e andamento della gestione

(Eur milioni)	9 mesi 2022	9 mesi 2021	var.	var. %	3° trimestre 2022	3° trimestre 2021	var.	var. %
ricavi	2.128,7	2.149,5	-20,8	-1,0%	683,8	717,7	-33,8	-4,7%
margine ind. netto	1.015,5	1.079,7	-64,2	-5,9%	319,4	358,3	-39,0	-10,9%
% dei ricavi	47,7%	50,2%			46,7%	49,9%		
Ebitda <i>adjusted</i>	212,0	357,0	-145,0	-40,6%	62,9	105,6	-42,7	-40,5%
% dei ricavi	10,0%	16,6%			9,2%	14,7%		
Ebitda	217,8	344,9	-127,1	-36,9%	67,2	103,9	-36,6	-35,3%
% dei ricavi	10,2%	16,0%			9,8%	14,5%		
Ebit	141,2	277,2	-136,0	-49,1%	40,9	79,7	-38,8	-48,7%
% dei ricavi	6,6%	12,9%			6,0%	11,1%		
Utile netto (di comp.del Gruppo)	99,4	232,3	-132,9	-57,2%	27,7	60,5	-32,7	-54,1%
% dei ricavi	4,7%	10,8%			4,1%	8,4%		

il quadro generale

I primi nove mesi del 2022 hanno evidenziato un andamento del fatturato sostanzialmente in linea con l'anno precedente, sostenuti tuttavia da un importante effetto valutario positivo, mentre i volumi hanno mostrato un progressivo rallentamento, penalizzati dal difficile contesto macroeconomico.

Questo contesto, aggravatosi con lo scoppio del conflitto russo-ucraino, ha minato la fiducia dei mercati e dei consumatori soprattutto in Europa e presenta ancora oggi elementi che sono destinati, con tutta probabilità, a perdurare nei prossimi mesi.

Le aziende del nostro settore negli ultimi trimestri hanno dovuto affrontare crescenti complessità, quali le pressioni inflazionistiche sui costi di prodotto, il rialzo dei tassi di interesse, le crescenti aspettative di una prossima recessione, la volatilità dei mercati valutari, l'aumento del livello di *stock* presso i distributori e, non da ultimo, lo sfidante confronto con un 2021 estremamente positivo.

Un tale scenario ha richiesto un maggiore impegno del Gruppo a sostegno della crescita di lungo termine - mantenendo elevato l'investimento nelle attività di media e comunicazione - e a protezione della marginalità intervenendo con aumenti mirati dei prezzi.

i ricavi

Nei primi nove mesi del 2022 i ricavi sono diminuiti del -1%, portandosi a € 2.128,7 milioni, con un terzo trimestre in calo del 4,7% a € 683,8 milioni.

In entrambi i periodi analizzati, l'effetto valutario è stato marcatamente positivo, soprattutto per quanto concerne l'apprezzamento del dollaro USA: l'impatto positivo sui ricavi è stato pari al 4,4% di crescita nei 9 mesi e al 5,6% nel trimestre.

i mercati

Analogamente al secondo trimestre dell'anno, l'area europea ha subito il maggior rallentamento, mentre le restanti aree extra-europee hanno in gran parte beneficiato di dinamiche più favorevoli.

<i>EUR milioni</i>	9 mesi 2022	var. %	var. % a cambi costanti	3° trimestre 2022	var. %	var. % a cambi costanti
Europa Sud-Occidentale	761,1	-7,6%	-8,4%	226,9	-12,6%	-13,7%
Europa Nord-Orientale	483,4	-11,6%	-13,5%	171,3	-6,8%	-9,5%
EUROPA	1.244,5	-9,2%	-10,4%	398,2	-10,2%	-11,9%
America	418,5	9,4%	-1,6%	129,3	-7,9%	-21,2%
MEIA	154,7	6,6%	-5,4%	48,9	18,2%	1,2%
Asia-Pacific	310,9	23,7%	16,3%	107,4	16,2%	8,9%
TOTALE RICAVI	2.128,7	-1,0%	-5,4%	683,8	-4,7%	-10,3%

Nel terzo trimestre:

- L'**Europa sud-occidentale** ha evidenziato nel terzo trimestre dinamiche simili al precedente trimestre, con una moderata debolezza dei mercati dell'Europa continentale, mentre l'Italia e la regione iberica sono risultate in crescita;
- nell'area dell'**Europa nord-orientale** è proseguito il trend negativo, anche se in miglioramento, con comprensibili effetti del conflitto russo-ucraino ed un impatto diretto dei due paesi coinvolti che pesa per più della metà del rallentamento nell'area;
- l'area **MEIA** ha visto un trimestre in crescita in tutta l'aria mediorientale, spinto soprattutto dal positivo contributo valutario, al netto del quale comunque le vendite sono state in territorio positivo;
- in flessione rispetto all'anno precedente **l'area nord-americana**, a causa dell'anticipazione nei mesi precedenti delle vendite dei condizionatori portatili, mentre al contrario si è assistito ad una crescita a doppia cifra del comparto del caffè, sostenuto da una forte accelerazione delle macchine superautomatiche;
- infine, nella regione **Asia-Pacific** è proseguita la crescita a doppia cifra già evidenziata nella prima parte dell'anno, sostenuta in modo particolare in questi tre mesi dalla significativa espansione della *Greater China*.

i segmenti di prodotto

Per quanto concerne l'evoluzione dei segmenti di prodotto, i primi nove mesi del 2022 confermano la resilienza del caffè da un lato, ma dall'altro una marcata debolezza del comparto della *food preparation*, mentre le restanti categorie di prodotto hanno evidenziato una crescita anche nel trimestre.

Scendendo nel dettaglio, il comparto delle **macchine per il caffè ad uso domestico** ha proseguito nella crescita supportata dalle macchine superautomatiche e manuali.

Il comparto della **cottura e preparazione dei cibi** ha confermato il momento particolarmente difficile del “*post-Covid*” nonché l’impatto della debolezza dei consumi.

E’ rimasto positivo il contributo della categoria **comfort** (condizionamento e riscaldamento portatili), anche se nel terzo trimestre i prodotti del condizionamento hanno subito un rallentamento dovuto all’anticipazione nei mesi precedenti del flusso di vendita negli USA ed un minore sell-in in Europa.

In territorio positivo in entrambi i periodi in analisi l’**home care** (pulizia della casa e stiro), grazie in particolare alla crescita a doppia cifra dello stiro nel terzo trimestre.

Infine, è stato ampiamente positivo il contributo del comparto delle **macchine per il caffè professionale** rappresentato dalla neo-acquisita Eversys, che ha mostrato un trend di crescita molto sostenuto.

i margini operativi Relativamente ai margini:

- il **marginale industriale netto** nei 9 mesi è stato pari a € 1.015,5 milioni, in flessione come percentuale dei ricavi al 47,7% dal 50,2%, come effetto dell’aumento dei costi di prodotto (materie prime, trasporti, costi di trasformazione) non totalmente compensati dagli aumenti di prezzo a regime (pari a € 48 milioni nei 9 mesi). Anche nel terzo trimestre, le dinamiche del margine non hanno mostrato inversioni di tendenza, nonostante un maggiore sostegno fornito dalla componente prezzo (€ 15,6 milioni);
- l’**Ebitda adjusted** nei 9 mesi si è attestato a € 212 milioni, pari al 10% dei ricavi (contro il 16,6% del 2021). Su tale andamento del margine ha pesato l’aumento di € 32,5 milioni degli investimenti in *media* e comunicazione, passati da € 238,9 milioni (11,1% dei ricavi) a € 271,4 milioni (12,8% dei ricavi), soprattutto in connessione con le attività relative alla campagna sul caffè che vede protagonista Brad Pitt, *Ambassador* del brand De’ Longhi. Tale aumento tuttavia è stato concentrato nei primi 2 trimestri, mentre il terzo trimestre ha visto al contrario una riduzione degli stessi di € -1,7 milioni rispetto allo stesso trimestre del 2021;
- l’**Ebitda** dei 9 mesi è stato pari a € 217,8 milioni, pari al 10,2% dei ricavi (16% nel 2021). Da segnalare che nel trimestre sono stati contabilizzati proventi non ricorrenti (pari a € 4,4 milioni) relativi principalmente alla revisione della valutazione di asset della filiale ucraina, a seguito del recupero di alcune posizioni creditorie;
- il **risultato operativo (Ebit)** si è attestato a € 141,2 milioni, pari al 6,6% dei ricavi, in flessione dal 12,9% del 2021, dopo maggiori ammortamenti per € 8,9 milioni (€ 2,2 milioni nel trimestre), conseguenti all’aumento degli investimenti degli ultimi trimestri;
- infine, l’**utile netto** di competenza del Gruppo nei 9 mesi si è attestato a € 99,4 milioni, pari al 4,7% dei ricavi, (10,8% dei ricavi nei 9 mesi del 2021), con un *trend* di flessione nel terzo trimestre sostanzialmente non dissimile, anche se meno negativo in termini di comparazione con il trimestre del 2021.

la situazione patrimoniale

A livello patrimoniale, segnaliamo in primis la sostenuta attività di **investimento**, in gran parte concentrata sugli stabilimenti produttivi, per un totale di € 126,5 milioni nei primi nove mesi dell'anno.

Relativamente al **capitale circolante netto** (pari a € 337,3 milioni al 30 settembre 2022), l'aumento di € 215,3 milioni intervenuto nei 12 mesi è stato condizionato principalmente da:

- un aumento delle rimanenze finali, il cui valore ha raggiunto a fine trimestre il valore di € 892,1 milioni, superiore di € 111,7 milioni rispetto ai valori di fine settembre 2021, ma in progressiva discesa rispetto al picco di € 941,5 milioni toccato al 30 giugno 2022;
- una riduzione del saldo crediti-debiti commerciali, derivante da un rallentamento dell'attività di approvvigionamento per la produzione.

A causa dei sopracitati andamenti, il rapporto tra capitale circolante operativo e ricavi *rolling* è passato al 14,8% dal 10,2% del 30 settembre 2021.

<i>EUR milioni</i>	30.09.2022	30.09.2021	variazione 12 mesi	31.12.2021	variazione 9 mesi
Capitale Circolante Netto	337,3	122,1	215,3	-8,6	346,0
Patrimonio Netto	1.648,0	1.462,8	185,2	1.570,6	77,4
Posizione Finanziaria Netta	28,8	216,1	-187,3	425,1	-396,3
Posizione Bancaria Netta	115,9	301,4	-185,5	505,9	-390,0
CCN operativo / Ricavi	14,8%	10,2%	4,6%	6,2%	8,6%

La **Posizione Finanziaria Netta** al 30 settembre è risultata positiva per € 28,8 milioni, confrontandosi con € 425,1 milioni del 31.12.2021 e con € 216,1 milioni del 30 settembre dello scorso anno. Tuttavia, escludendo le componenti non bancarie, la Posizione Netta è risultata attiva per € 115,9 milioni (€ 505,9 milioni a fine 2021).

In conseguenza di quanto sopra descritto, il **flusso di cassa prima dei dividendi e delle acquisizioni** ("*free-cash-flow*") nei 9 mesi è risultato negativo per € 271,8 milioni, di cui solo € 26,6 milioni relativi al terzo trimestre.

EUR milioni	9 mesi	12 mesi	3 mesi (Q3)
Flusso di cassa netto	-396,3	-187,3	-26,6
Dividendi distribuiti	-124,5	-124,5	0,0
Flusso di cassa prima dei dividendi e delle acquisizioni	-271,8	-62,8	-26,6

Eventi successivi alla chiusura del periodo

Non si rilevano eventi di rilievo successivi alla chiusura del periodo.

Evoluzione prevedibile della gestione e guidance

Nelle parole di Fabio de' Longhi, Amministratore Delegato:

“Il terzo trimestre è risultato in linea con la nostra guidance e con le attese del mercato per l'anno. In un contesto di grande incertezza del quadro macro, abbiamo visto un rallentamento della domanda e un conseguente eccesso di magazzino che ci stiamo impegnando, con successo, a riportare gradualmente a livelli di normalità, liberando così il prossimo esercizio dai relativi costi ed inefficienze. Inoltre, abbiamo neutralizzato in buona parte l'inflazione dei costi di produzione con una campagna di aumenti prezzo resa possibile dalla forza dei nostri brand e dalla fiducia accordataci dai consumatori. Infine, in un'ottica di lungo termine, abbiamo dato continuità agli investimenti in comunicazione e marketing previsti dal piano triennale e che costituiscono una solida base per la crescita dei prossimi anni.

Le indicazioni relative ai nostri segmenti core restano immutate: da un lato il trend secolare del caffè, che si conferma di anno in anno, con potenzialità di crescita ancora in larga parte inesprese; dall'altro lato, una presenza radicata, in posizioni di leadership, nel mondo della nutrizione e della cucina, sostenuta dal crescente ruolo di un'alimentazione sostenibile e sana.

Per l'anno in corso, confermiamo la stima di ricavi in flessione ad un tasso “mid-single-digit” ed un Ebitda adjusted nell'intervallo di 320-340 milioni di Euro”.

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 10.000 dipendenti. Nel 2021 ha riportato ricavi pari a € 3.222 milioni, un EBITDA adjusted pari a € 515 milioni e un utile netto di € 311 milioni.

ALLEGATI

Prospetti del Bilancio Consolidato di De' Longhi SpA
al 30 settembre 2022

1. Conto Economico Consolidato Riclassificato

Valori in milioni di Euro	30.09.2022	% sui ricavi	30.09.2021	% sui ricavi
Ricavi netti	2.128,7	100,0%	2.149,5	100,0%
<i>Variazioni</i>	<i>(20,8)</i>	<i>(1,0%)</i>		
Consumi e altri costi di natura industriale (servizi e costo del lavoro industriale)	(1.113,1)	(52,3%)	(1.069,8)	(49,8%)
Margine industriale netto	1.015,5	47,7%	1.079,7	50,2%
Costi per servizi ed altri oneri operativi	(618,0)	(29,0%)	(545,9)	(25,4%)
Costo del lavoro (non industriale)	(185,6)	(8,7%)	(176,9)	(8,2%)
EBITDA ante proventi (oneri) non ricorrenti/piani stock option	212,0	10,0%	357,0	16,6%
<i>Variazioni</i>	<i>(145,0)</i>	<i>(40,6%)</i>		
Proventi (Oneri) non ricorrenti/(oneri stock option)	5,8	0,3%	(12,1)	(0,6%)
Ebitda	217,8	10,2%	344,9	16,0%
Ammortamenti	(76,6)	(3,6%)	(67,7)	(3,2%)
Risultato operativo	141,2	6,6%	277,2	12,9%
<i>Variazioni</i>	<i>(136,0)</i>	<i>(49,1%)</i>		
Proventi (Oneri) finanziari netti	(7,8)	(0,4%)	18,9	0,9%
Risultato ante imposte	133,4	6,3%	296,0	13,8%
Imposte	(32,3)	(1,5%)	(63,2)	(2,9%)
Risultato netto	101,1	4,8%	232,8	10,8%
Risultato di pertinenza di terzi	1,7	0,1%	0,5	0,0%
Risultato netto di competenza del Gruppo	99,4	4,7%	232,3	10,8%

2. Ricavi per area geografica

Valori in milioni di Euro	III Trimestre 2022	%	III Trimestre 2021	%	Variazione	Variazione %	Variazione a cambi costanti %
Europa	398,2	58,2%	443,4	61,7%	(45,3)	(10,2%)	(11,9%)
USA e Canada	129,3	18,9%	140,4	19,6%	(11,0)	(7,9%)	(21,2%)
Asia Pacific	107,4	15,7%	92,4	12,9%	15,0	16,2%	8,9%
MEIA	48,9	7,2%	41,4	5,8%	7,5	18,2%	1,2%
Totale ricavi	683,8	100,0%	717,7	100,0%	(33,8)	(4,7%)	(10,3%)

Valori in milioni di Euro	30.09.2022	%	30.09.2021	%	Variazione	Var. %	Var. a cambi costanti %
Europa	1.244,5	58,5%	1.370,4	63,7%	(125,9)	(9,2%)	(10,4%)
USA e Canada	418,5	19,6%	382,6	17,8%	36,0	9,4%	(1,6%)
Asia Pacific	310,9	14,6%	251,3	11,7%	59,6	23,7%	16,3%
MEIA	154,7	7,3%	145,2	6,8%	9,5	6,6%	(5,4%)
Totale ricavi	2.128,7	100,0%	2.149,5	100,0%	(20,8)	(1,0%)	(5,4%)

3. Stato Patrimoniale Consolidato Riclassificato

Valori in milioni di Euro	30.09.2022	30.09.2021	31.12.2021
- Immobilizzazioni immateriali	939,7	854,5	867,9
- Immobilizzazioni materiali	450,2	370,8	389,5
- Immobilizzazioni finanziarie	12,6	12,3	11,9
- Attività per imposte anticipate	82,6	76,2	74,3
Attività non correnti	1.485,1	1.313,8	1.343,6
- Magazzino	892,1	780,4	769,3
- Crediti commerciali	158,0	274,8	366,7
- Debiti commerciali	(577,3)	(747,1)	(936,2)
- Altri debiti (al netto crediti)	(135,4)	(186,0)	(208,3)
Capitale circolante netto	337,3	122,1	(8,6)
Totale passività a lungo termine e fondi	(203,3)	(189,1)	(189,5)
Capitale investito netto	1.619,2	1.246,7	1.145,5
(Posizione finanziaria netta attiva)	(28,8)	(216,1)	(425,1)
Totale patrimonio netto	1.648,0	1.462,8	1.570,6
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	1.619,2	1.246,7	1.145,5

4. Composizione della Posizione Finanziaria Netta

Valori in milioni di Euro	30.09.2022	30.09.2021	31.12.2021
Liquidità	655,2	859,8	1.026,1
Attività finanziarie correnti	305,7	345,5	302,1
Indebitamento finanziario corrente	(245,4)	(353,6)	(292,6)
Totale posizione finanziaria netta attiva corrente	715,5	851,7	1.035,6
Attività finanziarie non correnti	123,8	75,2	70,5
Indebitamento finanziario non corrente	(810,5)	(710,8)	(681,0)
Indebitamento finanziario non corrente netto	(686,7)	(635,6)	(610,5)
Totale posizione finanziaria netta	28,8	216,1	425,1
<i>di cui:</i>			
- posizione attiva netta verso banche e altri finanziatori	115,9	301,4	505,9
- debiti per leasing	(81,2)	(76,5)	(75,9)
- 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)	(5,9)	(8,8)	(4,9)

5. Rendiconto Finanziario Consolidato

Valori in milioni di Euro	30.09.2022 9 mesi	30.09.2021 9 mesi	31.12.2021 12 mesi
Flusso finanziario da gestione corrente	207,5	356,7	496,9
Flusso finanziario da movimenti di capitale circolante	(366,2)	(87,1)	5,8
Flusso finanziario da gestione corrente e movimenti di CCN	(158,7)	269,6	502,6
Flusso finanziario da attività di investimento	(126,5)	(93,1)	(132,3)
Flusso netto operativo	(285,2)	176,5	370,3
Acquisizioni	-	(129,4)	(129,4)
Distribuzione dividendi	(124,5)	(80,8)	(80,8)
Esercizio stock option	-	5,9	7,1
Flusso finanziario da altre variazioni di patrimonio netto	13,4	16,0	30,0
Flussi finanziari generati/(assorbiti) da movimenti di patrimonio netto	(111,1)	(59,0)	(43,7)
Flusso finanziario di periodo	(396,3)	(11,9)	197,1
Posizione finanziaria netta di inizio periodo	425,1	228,0	228,0
Posizione finanziaria netta finale	28,8	216,1	425,1