

COMUNICATO STAMPA

De' Longhi S.p.A.

**Analyst Day: panoramica sulle prospettive del business
correnti e di medio termine**

Il Gruppo De' Longhi, nell'ambito di un incontro virtuale con gli analisti *sell side* che svolgono attività di ricerca sul titolo che si terrà nella giornata odierna, con inizio alle ore 9:00 e termine alle ore 12:00, e che avrà come oggetto una panoramica delle proprie attuali strategie, fornirà anche alcune indicazioni sui propri obiettivi di medio termine, riferendosi specificamente al piano triennale 2021-2023.

La presentazione che verrà utilizzata per l'incontro sarà messa a disposizione del pubblico contestualmente a questo comunicato stampa prima dell'inizio dei lavori, sul sito internet della società all'indirizzo www.delonghigroup.com (sezione "Investitori"- "Comunicati Stampa e Presentazioni") nonché sul meccanismo di stoccaggio autorizzato 1info (www.1info.it), mentre al termine degli stessi verrà resa disponibile anche una registrazione audio degli interventi.

In sintesi:

- il Gruppo De' Longhi conferma la strategia di crescita per il triennio 2021-2023, con vendite attese in crescita ad un CAGR a cambi costanti tra il 10% e il 12%, inclusivo dal 2021 della neo-acquisita Capital Brands¹ (pari ad una crescita *mid to high single digit* a parità di perimetro);
- il piano di sviluppo del Gruppo per il triennio prevede una continuazione della crescita, sostenuta da importanti investimenti nella comunicazione sui core brands, nell'innovazione di prodotto e nell'ampliamento della capacità produttiva;
- la profittabilità è prevista in espansione con un margine di *adjusted Ebitda* in aumento in percentuale sui ricavi tra i 40 e i 100 punti base entro il 2023 (inclusendo Capital Brands) rispetto al valore *reported* raggiunto dal Gruppo nel 2020;
- nel triennio sono previsti investimenti industriali, addizionali a quelli ordinari, per un importo totale pari a circa € 100 milioni, che si confrontano con € 45 milioni sostenuti nel triennio 2018-2020;

¹ Il bilancio consolidato di gruppo 2021 includerà Capital Brands.

- è infine prevista una generazione di cassa, prima dei dividendi e di eventuali operazioni straordinarie, in media attorno ai 250 milioni di Euro per anno.

Commenta Massimo Garavaglia, Amministratore Delegato di De' Longhi: *" Il piano strategico pone le basi per uno sviluppo sostenibile del Gruppo, con una continuazione della crescita nei prossimi anni. Gli obiettivi presentati confermano un percorso di espansione in linea con gli importanti risultati raggiunti nel recente passato, che consentono di affrontare le sfide future con solidità finanziaria, flessibilità produttiva e straordinarie competenze professionali.*

Le linee strategiche si fondano su un'espansione delle categorie core dove deteniamo una forte leadership di prodotto, come caffè e preparazione dei cibi, accompagnata dal continuo sviluppo degli attuali mercati ed un incremento della penetrazione nelle aree del Nord America e dell'area asiatica. Tali obiettivi troveranno consistenza nei forti investimenti dedicati all'innovazione di prodotto, alla comunicazione sui core brand e all'ampliamento della capacità produttiva a sostegno della crescita attesa."

Aree Geografiche

L'accelerazione della crescita sarà sostenuta sia da una maggiore penetrazione nelle aree dove attualmente il Gruppo ha una presenza non pienamente espressa rispetto alle potenzialità del mercato, come nel Nord America e in Asia, sia dal sostegno offerto dalle aree più tradizionali, come il continente europeo, dove permangono significative opportunità sia nella regione occidentale che in quella orientale.

Categorie di Prodotto

Dal punto di vista delle categorie di prodotto, il Gruppo si attende una prosecuzione del forte trend di crescita del segmento delle macchine per il caffè, già principale motore degli importanti risultati realizzati fino ad oggi: questa tendenza, in continuità con il recente passato, è sostenuta dall'aumento della penetrazione del caffè espresso nel mondo delle bevande calde, oltre alla crescente popolarità dei prodotti più alto di gamma come le macchine superautomatiche.

Oltre allo sviluppo del caffè, una componente importante della crescita futura attesa è rappresentata dal comparto dei prodotti per la preparazione dei cibi, nutrizione e cottura. Tale *trend* è atteso in espansione grazie al rafforzamento di alcuni mercati, agli investimenti in comunicazione, al lancio di nuovi prodotti e ai numerosi progetti nel mondo *digital* per migliorare *l'engagement* con i consumatori.

Il piano prevede infine un contributo positivo anche dai restanti segmenti della climatizzazione e della cura della casa, seppur con tassi di crescita più moderati rispetto all'andamento atteso delle categorie *core* sopra citate.

Profittabilità

Il piano triennale prevede un *adjusted Ebitda*, comprensivo del consolidamento di Capital Brands, in miglioramento entro il 2023 tra i 40 e 100 punti base in percentuale dei ricavi, rispetto al valore riportato per il 2020 (pari al 15.6% del fatturato). Pur in un contesto macroeconomico non esente da qualche incertezza e volatilità, il Gruppo ritiene che la crescita dei volumi e l'apporto positivo del *price-mix* potranno

compensare l'aumento previsto negli investimenti in comunicazione e nella struttura organizzativa del Gruppo, oltre agli impatti esogeni potenzialmente derivanti dai costi delle materie prime e dei trasporti.

Flussi di cassa.

Le attese nell'arco del triennio in merito alla generazione di cassa prevedono un flusso, prima dei dividendi e di eventuali operazioni straordinarie, attorno ai € 250 milioni in media all'anno. In termini di utilizzo strategico della cassa generata dalla gestione, il Gruppo menziona il completamento degli investimenti per l'ampliamento della capacità produttiva (stimati in circa € 100 milioni nel triennio, in aggiunta agli investimenti ordinari), le eventuali opportunità di crescita esterna che il mercato potrebbe offrire e infine, non meno importante, la remunerazione degli azionisti sulla base della politica dei dividendi recentemente approvata dal Consiglio di Amministrazione. Riguardo alla crescita esterna, il Gruppo continua a sondare ogni opportunità di espansione in geografie e/o categorie di prodotto che possano accelerare il trend di crescita, mantenendo fermo il focus sulla coerenza in termini di core business e sulla creazione di valore.

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 9.000 dipendenti. Nel 2020 ha riportato ricavi pari a € 2,3 miliardi, un EBITDA adjusted pari a € 367 milioni e un utile netto di € 200 milioni.