

De' Longhi S.p.A.

Fatturato in accelerazione al +14% ed Ebit con crescita doppia rispetto ai ricavi (+30%) nel trimestre.

***Guidance* dei ricavi e dell'Ebitda in rialzo.**

Approvati dal Consiglio di Amministrazione di De' Longhi SpA i risultati¹ consolidati dei primi nove mesi del 2024.

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

- **ricavi** per € 805,5 milioni, in crescita del 14,0% (5,2% *like for like*²);
- un **adjusted³ Ebitda** di € 131,1 milioni, pari al 16,3% dei ricavi ed in crescita del 25%;
- **Ebit** a € 97,0 milioni, pari al 12% dei ricavi ed in crescita del 29,9%.

Nei **nove mesi** il Gruppo ha conseguito:

- **ricavi** a € 2.229,2 milioni, in aumento dell'11,6% (4,1% a perimetro costante);
- **adjusted Ebitda** a € 335,8 milioni, pari al 15,1% dei ricavi ed in crescita del 26,7%;
- **Ebit** a € 240,8 milioni, pari al 10,8% dei ricavi ed in crescita del 31,7%;
- **utile netto⁴** a € 173,8 milioni, pari al 7,8% dei ricavi (in progressione dal 7,1%, in aumento del 22,2%);
- **flusso di cassa prima dei dividendi ed operazioni straordinarie** positivo per € 35,6 milioni.

Al 30 settembre 2024, la **posizione finanziaria netta** di Gruppo è positiva per € 266,1 milioni.

Ha commentato l'Amministratore Delegato Fabio de' Longhi:

"Il Gruppo migliora l'eccellente andamento dei risultati degli ultimi trimestri, con un incremento del fatturato del 14% che ha beneficiato sia del consolidamento de La Marzocco che di un'accelerazione del comparto household.

L'ultimo anno e mezzo ha visto solidità e persistenza di trend nelle nostre categorie, grazie ad un mercato in strutturale espansione e sostenuto da parte nostra con investimenti in innovazione e comunicazione. Nello specifico, oltre al rinnovato impegno nella campagna globale di De' Longhi nel caffè e di Braun nei prodotti per lo stiro "CareStyle", abbiamo supportato nel trimestre il lancio di nuovi prodotti, come il Flip di Nutribullet e la collezione "Go" di Kenwood, con eventi e campagne social dedicate.

Inoltre nel caffè professionale, La Marzocco ha confermato la propria leadership di mercato, sviluppando ulteriormente il proprio business e rafforzando la sua presenza nel luxury household con iniziative di partnership mirate, tra cui la creazione di una linea di prodotti esclusivi "Porsche X La Marzocco".

Sono pienamente soddisfatto dell'evoluzione della marginalità, con un Ebit che aumenta ad un tasso di crescita doppio del fatturato. Oltre che dell'allargamento del perimetro, il miglioramento ha

¹ Dati non sottoposti a revisione contabile.

² Per *like for like* o perimetro costante si intende la crescita del Gruppo escluso il consolidamento de La Marzocco, a partire dal 1 marzo 2024.

³ Per "**adjusted**" si intende al lordo degli oneri/proventi non ricorrenti e del costo dei piani di stock option.

⁴ Nel presente comunicato si fa sempre riferimento all'utile netto di competenza del Gruppo.

beneficiato della stabilizzazione dei costi industriali e del positivo effetto mix, segno questo della continua espansione nei segmenti premium del portafoglio prodotti da parte dei nostri consumatori. L'accelerazione vista negli ultimi mesi e l'attuale contesto di evoluzione del business ci consentono di rivedere al rialzo la guidance per l'anno. Stimiamo perciò per il nuovo perimetro una crescita dei ricavi nell'intervallo 11%-12% per l'anno 2024 (precedentemente 9%-11%), con un adjusted Ebitda compreso tra € 540-550 milioni (precedentemente 500-530)."

Sintesi dei risultati e andamento della gestione

(Eur milioni)	9M 24	9M 23	var.	var. %	3Q 24	3Q 23	var.	var. %
Ricavi	2.229,2	1.997,8	231,4	11,6%	805,5	706,6	98,9	14,0%
Marqine ind. Netto	1.142,7	986,2	156,4	15,9%	415,8	346,1	69,8	20,2%
% dei ricavi	51,3%	49,4%			51,6%	49,0%		
Ebitda <i>adjusted</i>	335,8	265,1	70,7	26,7%	131,1	105,0	26,2	25,0%
% dei ricavi	15,1%	13,3%			16,3%	14,9%		
Ebitda	325,7	260,9	64,8	24,8%	126,0	101,9	24,2	23,7%
% dei ricavi	14,6%	13,1%			15,6%	14,4%		
Ebit	240,8	182,8	57,9	31,7%	97,0	74,7	22,3	29,9%
% dei ricavi	10,8%	9,2%			12,0%	10,6%		
Utile netto*	173,8	142,2	31,6	22,2%	67,6	59,5	8,2	13,7%
% dei ricavi	7,8%	7,1%			8,4%	8,4%		

* di competenza del Gruppo

il quadro generale

Nel corso dei primi nove mesi del 2024 il Gruppo ha realizzato un'espansione del fatturato pari all'11,6%, sostenuta da una progressione a perimetro omogeneo e cambi costanti ad un tasso *mid single digit* ed al consolidamento per sette mesi de La Marzocco. La crescita *like for like* del terzo trimestre (+5,2%) è risultata in accelerazione rispetto alla prima metà dell'anno, grazie al consolidamento dei trend di crescita delle categorie core che hanno evidenziato dalla metà dello scorso anno continuità e solidità di risultato.

La marginalità del Gruppo ha registrato un costante e significativo miglioramento nel corso dell'anno ad un tasso di crescita superiore al fatturato, con un incremento dell'Ebitda Adjusted nei nove mesi di ca. 180 bps rispetto al 2023. Tale miglioramento è attribuibile, oltre che al consolidamento de La Marzocco, alla stabilizzazione di alcuni costi di produzione rispetto agli anni precedenti e ad un effetto positivo del mix di prodotto, a consolidamento della continua espansione nei segmenti premium del portafoglio prodotti da parte dei nostri consumatori.

Nel corso dell'anno, il Gruppo ha sostenuto la crescita dei brand con significativi investimenti in media e comunicazione ("A&P"), con un'incidenza sui ricavi nei nove mesi in aumento rispetto all'anno precedente (a 12,5% *like for like*, pari ad un incremento di circa 50bps vs Q3-23), in ulteriore aumento nel trimestre per effetto sia di un diverso *phasing* nell'anno, sia per le attività a sostegno del lancio di nuove linee di prodotto. Fra queste, si segnalano in particolare la campagna di Kenwood per il lancio della nuova collezione "GO", gli eventi di Nutribullet relativi al nuovo portable blender Flip, le attività riguardanti i sistemi stiranti a marchio Braun, oltre che la campagna globale dedicata al caffè con Brad Pitt come *ambassador* a supporto dell'introduzione internazionale di prodotti come Rivelia ed Eletta Explore.

Si segnala che i ricavi beneficiano del consolidamento de La Marzocco per circa € 149,0 milioni nei nove mesi (dal 1 Marzo 2024) e € 62,3 milioni nel terzo trimestre.

i ricavi

Nei primi nove mesi del 2024 i ricavi sono aumentati del 11,6%, attestandosi a € 2.229,2 milioni, con un terzo trimestre in accelerazione rispetto ai precedenti, in crescita del 14,0% a € 805,5 milioni.

La componente valutaria, che ha avuto un effetto sostanzialmente neutrale nel terzo trimestre, ha detratto ca. 0,5 punti percentuali di crescita a perimetro costante nei nove mesi.

EUR milioni	Reported		Perimetro Omogeneo		Reported		Perimetro Omogeneo	
	9M 2024	var. % vs LY	var. % a perimetro omogeneo	var. % a cambi costanti	3Q 2024	var. % vs LY	var. % a perimetro omogeneo	var. % a cambi costanti
Europa Sud-Occidentale	765.7	8.6%	4.6%	4.3%	260.5	7.4%	2.5%	2.4%
Europa Nord-Orientale	584.1	16.2%	12.8%	13.2%	215.1	18.8%	14.7%	12.9%
EUROPA	1,349.8	11.8%	8.0%	8.0%	475.6	12.3%	7.7%	6.9%
MEIA (MiddleEast/India/Africa)	137.7	5.9%	-0.7%	-0.1%	48.9	10.7%	2.6%	3.7%
America	419.1	15.3%	1.7%	1.8%	169.6	23.5%	8.4%	8.9%
Asia-Pacific	322.7	8.8%	-6.6%	-4.2%	111.3	9.7%	-8.7%	-6.0%
TOTALE RICAVI	2,229.2	11.6%	4.1%	4.6%	805.5	14.0%	5.2%	5.3%

i mercati

In generale, il Gruppo (inclusa La Marzocco) registra una performance trimestrale positiva in tutte le aree, con il mercato americano in netta accelerazione rispetto ai trimestri precedenti grazie anche ad una crescita ad un tasso *high single digit* a parità di perimetro.

Nel dettaglio, nel terzo trimestre:

- **L'Europa sud-occidentale** evidenzia un'espansione del fatturato pari al 7,4%, che corrisponde ad una crescita a parità di perimetro *low-single digit*. L'area è stata sostenuta dall'espansione dei mercati in Svizzera, Austria e Penisola Iberica che hanno beneficiato della performance delle macchine da caffè automatiche e dal ritorno alla crescita delle *kitchen machines*;
- **L'Europa nord-orientale** risulta in ulteriore accelerazione rispetto ai trimestri precedenti, supportata da un incremento del fatturato a parità di perimetro ad un tasso *mid-teens*. Si segnalano in particolare la significativa crescita della Polonia, grazie anche alla ripresa del comparto delle *kitchen machines* a marchio Kenwood, oltre che le dinamiche positive dei mercati del Regno Unito e della Repubblica Ceca & Slovacchia & Ungheria;
- allargamento del perimetro anche per l'area **MEIA**, che nel trimestre realizza una crescita a livello organico ad un tasso *low-single digit*, nonostante le complessità del contesto geopolitico;
- l'area **America** accelera significativamente nel periodo, grazie al consolidamento de La Marzocco e ad una crescita *like for like* che torna ad essere positiva nei nove mesi. Nello specifico, l'espansione delle macchine

automatiche e della partnership con Nespresso sostengono nel trimestre un tasso di crescita *mid-teens* nell'home caffè;

- infine, la regione **Asia Pacific** mostra un incremento del fatturato di circa 10%, principalmente grazie all'ampliamento di perimetro del caffè professionale, che ha più che compensato il calo di fatturato a perimetro costante, deteriorato anche da un impatto valutario negativo in diversi paesi dell'area (-2,7 punti nel trimestre). Australia e Nuova Zelanda hanno goduto dei buoni risultati del segmento del caffè e nutrition, mentre in Giappone la stagione invernale particolarmente mite ha penalizzato il risultato trimestrale.

i segmenti di prodotto

Per quanto riguarda i segmenti di prodotto, si protraggono le favorevoli dinamiche di sviluppo delle categorie *core* nel corso dell'anno, con solidità di trend negli ultimi 18 mesi sia per il comparto *home coffee* che per il segmento della *nutrition e food preparation*.

Il favorevole andamento del business, assieme al contributo dell'integrazione de La Marzocco, ha portato l'**area caffè** (che include sia i prodotti per uso domestico che professionale) a rappresentare, sia nei nove mesi sia nel terzo trimestre, oltre il 60% dei ricavi del Gruppo. Nello specifico, in questo trimestre le **macchine da caffè ad uso domestico** registrano un incremento del fatturato ad un tasso *low-teens*, grazie alla significativa espansione delle macchine automatiche e all'accelerazione dei sistemi a capsula.

Il segmento della **nutrition e food preparation** conferma il trend della prima metà dell'anno, con un incremento del fatturato ad un tasso *low-mid single digit* nel trimestre. Si segnala, in particolare, il ritorno alla crescita delle *kitchen machines* a marchio Kenwood, in aumento ad un tasso *mid teens* nel periodo, e la continua espansione del settore dei *blenders*, grazie ai *personal blenders* a marchio Nutribullet ed agli *hand blenders* a marchio Braun.

Comparto del **comfort** (riscaldamento e condizionamento portatili) in territorio negativo anche nel trimestre in analisi, a causa del posticipo della stagione fredda in alcuni mercati rilevanti, ma senza effetti significativi sulla performance complessiva di Gruppo.

L'**home care** (pulizia della casa e stiro), ha registrato un aumento del fatturato ad un tasso *mid single digit*, dopo quattro trimestri consecutivi di crescita a doppia cifra trainata dallo stiro a marchio Braun, che rimane in crescita anche nel periodo di riferimento.

i margini operativi

I primi nove mesi del 2024 si chiudono con un significativo incremento della marginalità, sia per effetto del consolidamento de La Marzocco, che a parità di perimetro grazie all'incremento dei volumi, al miglioramento del mix prodotto e all'ulteriore attenuazione delle pressioni inflattive per alcuni costi industriali.

Nel trimestre:

- il **marginale industriale netto** si è attestato a € 415,8 milioni, pari al 51,6% dei ricavi (51,3% nei 9 mesi) rispetto al 49,0% del 2023, beneficiando della crescita dei volumi, del miglioramento del mix prodotto e del recupero di alcuni costi di produzione;

- l'**Ebitda adjusted** è stato pari a € 131,1 milioni, ovvero il 16,3% dei ricavi (15,1% nei 9 mesi) in miglioramento rispetto al 14,9% del terzo trimestre 2023. Si segnala che l'incremento della profittabilità nel trimestre è stato realizzato in un contesto di maggiori investimenti in media ("A&P"), con un'incidenza sul fatturato *like for like* a 12,9% (pari ad un incremento di circa 190bps vs Q3-23), a supporto dei lanci di prodotto pianificati nel periodo e per un differente *phasing*.
- l'**Ebitda** è stato pari a € 126,0 milioni, ovvero il 15,6% dei ricavi (14,4% nel 2023) dopo € 5,1 milioni di oneri non ricorrenti (che si comparano con 3,1 milioni di oneri non ricorrenti del terzo trimestre 2023) riferiti prevalentemente ai piani di *stock-option* in essere;
- il **risultato operativo (Ebit)** si è attestato a € 97,0 milioni, pari al 12,0% dei ricavi (10,6% nel 2023), dopo un livello di ammortamenti sostanzialmente allineato ai livelli dell'anno precedente;
- infine, l'**utile netto di competenza del Gruppo** è stato pari a € 67,6 milioni, (€ 173,8 milioni nei 9 mesi) pari all'8,4% dei ricavi.

la situazione patrimoniale

Il Gruppo ha chiuso il terzo trimestre con una **Posizione Finanziaria Netta** al 30 settembre attiva per € 266,1 milioni, in calo nei nove e dodici mesi per effetto dell'assorbimento netto pari a € 432,2 milioni in relazione al closing della business combination del caffè professionale e dei dividendi distribuiti.

Il **flusso di cassa**, prima dei dividendi e delle acquisizioni ("*Free Cash Flow before dividends and acquisitions*") è stato pari a € 372,3 milioni nei 12 mesi, mentre nei nove mesi si è attestato a € 35,6 milioni per un temporaneo deterioramento del capitale circolante netto allineato alla stagionalità del periodo.

Nei nove mesi il **capitale circolante operativo** (pari al 7,6% dei ricavi nei 12 mesi *rolling*) risulta in aumento rispetto alla posizione di dicembre 2023, per l'effetto del consolidamento de La Marzocco e per l'incremento del magazzino, a causa dell'aumento della produzione e delle scorte in vista del quarto trimestre.

La spesa per **investimenti** infine si è attestata a € 84,6 milioni nei nove mesi, in linea rispetto ai livelli dello scorso anno.

EUR milioni	30-set-24	30-set-23	variazione 12 mesi	31-dic-23	variazione 9 mesi
Capitale Circolante Netto	103,2	140,0	(36,8)	(82,8)	186,0
CCN / Ricavi	3,1%	4,6%	-1,5%	-2,7%	5,8%
CCN operativo	252,9	259,3	(6,3)	61,1	191,8
CCN operativo / Ricavi	7,6%	8,6%	-1,0%	2,0%	5,6%
Posizione Finanziaria Netta	(266,1)	(326,0)	59,9	(662,6)	396,5
Posizione Bancaria Netta	(378,8)	(411,3)	32,5	(761,7)	382,9
Patrimonio Netto	2.036,7	1.719,9	316,8	1.811,1	225,5

EUR milioni	9 mesi 2024	9 mesi 2023	12 mesi 2024
Flusso di cassa della gestione corrente	323,8	263,5	506,6
Flussi finanziari generati (assorbiti) da CC	(217,0)	(75,3)	(3,7)
Investimenti	(84,6)	(88,0)	(128,9)
Flusso da altre variazioni di patrimonio netto	13,5	(0,9)	(1,8)
Dividendi	(105,4)	(72,1)	(105,4)
M&A	(326,8)	-	(326,8)
Flusso finanziario del periodo	(396,5)	27,2	(59,9)
Free Cash Flow (pre dividendi e delle acquisizioni)	35,6	99,3	372,3

Eventi successivi alla chiusura del periodo

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

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.

Evoluzione prevedibile della gestione e guidance

Nelle parole dell'Amministratore Delegato Fabio de' Longhi:

“Il Gruppo migliora l'eccellente andamento dei risultati degli ultimi trimestri, con un incremento del fatturato del 14% che ha beneficiato sia del consolidamento de La Marzocco che di un'accelerazione del comparto household.

L'ultimo anno e mezzo ha visto solidità e persistenza di trend nelle nostre categorie, grazie ad un mercato in strutturale espansione e sostenuto da parte nostra con investimenti in innovazione e comunicazione. Nello specifico, oltre al rinnovato impegno nella campagna globale di De' Longhi nel caffè e di Braun nei prodotti per lo stiro “CareStyle”, abbiamo supportato nel trimestre il lancio di nuovi prodotti, come il Flip di Nutribullet e la collezione “Go” di Kenwood, con eventi e campagne social dedicate.

Inoltre nel caffè professionale, La Marzocco ha confermato la propria leadership di mercato, sviluppando ulteriormente il proprio business e rafforzando la sua presenza nel luxury household con iniziative di partnership mirate, tra cui la creazione di una linea di prodotti esclusivi “Porsche X La Marzocco”.

Sono pienamente soddisfatto dell'evoluzione della marginalità, con un Ebit che aumenta ad un tasso di crescita doppio del fatturato. Oltre che dell'allargamento del perimetro, il miglioramento ha beneficiato della stabilizzazione dei costi industriali e del positivo effetto mix, segno questo della continua espansione nei segmenti premium del portafoglio prodotti da parte dei nostri consumatori. L'accelerazione vista negli ultimi mesi e l'attuale contesto di evoluzione del business ci consentono di rivedere al rialzo la guidance per l'anno. Stimiamo perciò per il nuovo perimetro una crescita dei ricavi nell'intervallo 11%-12% per l'anno 2024 (precedentemente 9%-11%), con un adjusted Ebitda compreso tra € 540-550 milioni (precedentemente 500-530)."

Contatti

per analisti, investitori e per la stampa:

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

per i 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 alla recente business combination tra 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 2023 oltre 9.000 dipendenti. Nel 2023 ha riportato ricavi pari a € 3,08 miliardi, un EBITDA adjusted pari a € 444 milioni e un utile netto di € 250 milioni.

ALLEGATI

Prospetti del Bilancio Consolidato di De' Longhi SpA
al 30 settembre 2024

1. Conto Economico Consolidato Riclassificato

Valori in milioni di Euro	2024 9 mesi	% sui ricavi	2023 9 mesi	% sui ricavi
Ricavi netti	2.229,2	100,0%	1.997,8	100,0%
<i>Variazioni</i>	231,4	11,6%		
Consumi e altri costi di natura industriale (servizi e costo del lavoro industriale)	(1.086,6)	(48,7%)	(1.011,6)	(50,6%)
Margine industriale netto	1.142,7	51,3%	986,2	49,4%
Costi per servizi ed altri oneri operativi	(579,2)	(26,0%)	(528,2)	(26,4%)
Costo del lavoro (non industriale)	(227,6)	(10,2%)	(192,9)	(9,7%)
EBITDA ante proventi (oneri) non ricorrenti/piani stock option	335,8	15,1%	265,1	13,3%
<i>Variazioni</i>	70,7	26,7%		
Proventi (Oneri) non ricorrenti/(oneri stock option)	(10,1)	(0,5%)	(4,2)	(0,2%)
EBITDA	325,7	14,6%	260,9	13,1%
Ammortamenti	(85,0)	(3,8%)	(78,1)	(3,9%)
Risultato operativo	240,8	10,8%	182,8	9,2%
<i>Variazioni</i>	57,9	31,7%		
Proventi (Oneri) finanziari netti	0,6	0,0%	(1,1)	(0,1%)
Risultato ante imposte	241,4	10,8%	181,7	9,1%
Imposte	(56,2)	(2,5%)	(39,5)	(2,0%)
Risultato netto	185,2	8,3%	142,2	7,1%
Risultato di pertinenza di terzi	11,5	0,5%	-	0,0%
Risultato netto di competenza del Gruppo	173,8	7,8%	142,2	7,1%

2. Ricavi per area geografica

Valori in milioni di Euro	3° Trimestre 2024	%	3° Trimestre 2024 a perimetro omogeneo	%	3° Trimestre 2023	%	Variazione a perimetro omogeneo e cambi correnti	Variazione a perimetro omogeneo e cambi correnti %	Variazione a perimetro omogeneo e cambi costanti %
Europa	475,6	59,0%	456,3	61,4%	423,6	59,9%	32,7	7,7%	6,9%
America	169,6	21,1%	149,0	20,0%	137,4	19,4%	11,5	8,4%	8,9%
Asia Pacific	111,3	13,8%	92,7	12,5%	101,5	14,4%	(8,8)	(8,7%)	(6,0%)
MEIA	48,9	6,1%	45,3	6,1%	44,2	6,3%	1,2	2,6%	3,7%
Totale ricavi	805,5	100,0%	743,3	100,0%	706,6	100,0%	36,6	5,2%	5,3%

Valori in milioni di Euro	30.09.2024 9 mesi	%	30.09.2024 a perimetro omogeneo 9 mesi	%	30.09.2023 9 mesi	%	Variazione a perimetro omogeneo e cambi correnti	Variazione a perimetro omogeneo e cambi correnti %	Variazione a perimetro omogeneo e cambi costanti %
Europa	1.349,8	60,5%	1.304,7	62,7%	1.207,8	60,5%	96,9	8,0%	8,0%
America	419,1	18,8%	369,3	17,8%	363,3	18,2%	6,0	1,7%	1,8%
Asia Pacific	322,7	14,5%	277,1	13,3%	296,7	14,9%	(19,6)	(6,6%)	(4,2%)
MEIA	137,7	6,2%	129,1	6,2%	130,0	6,4%	(0,9)	(0,7%)	(0,1%)
Totale ricavi	2.229,2	100,0%	2.080,2	100,0%	1.997,8	100,0%	82,4	4,1%	4,6%

3. Stato Patrimoniale Consolidato Riclassificato

Valori in milioni di Euro	30.09.2024	30.09.2023	31.12.2023
- Immobilizzazioni immateriali	1.264,2	889,7	878,3
- Immobilizzazioni materiali	544,7	461,9	478,0
- Immobilizzazioni finanziarie	11,4	10,3	9,7
- Attività per imposte anticipate	76,8	73,8	60,4
Attività non correnti	1.897,1	1.435,7	1.426,4
- Magazzino	831,3	730,2	504,7
- Crediti commerciali	213,2	203,0	272,7
- Debiti commerciali	(791,5)	(673,9)	(716,2)
- Altri debiti (al netto crediti)	(149,7)	(119,3)	(143,9)
Capitale circolante netto	103,2	140,0	(82,8)
Totale passività a lungo termine e fondi	(229,7)	(181,8)	(195,1)
Capitale investito netto	1.770,6	1.393,9	1.148,5
(Posizione finanziaria netta attiva)	(266,1)	(326,0)	(662,6)
Totale patrimonio netto	2.036,7	1.719,9	1.811,1
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	1.770,6	1.393,9	1.148,5

4. Composizione della Posizione Finanziaria Netta

Valori in milioni di Euro	30.09.2024	30.09.2023	31.12.2023
Liquidità	690,1	864,7	1.250,2
Attività finanziarie correnti	191,3	257,8	172,5
Indebitamento finanziario corrente	(215,6)	(299,3)	(289,0)
Totale posizione finanziaria netta attiva corrente	665,9	823,2	1.133,6
Attività finanziarie non correnti	131,9	123,8	122,0
Indebitamento finanziario non corrente	(531,7)	(621,0)	(593,1)
Indebitamento finanziario non corrente netto	(399,8)	(497,2)	(471,0)
Totale posizione finanziaria netta	266,1	326,0	662,6
<i>di cui:</i>			
- <i>posizione attiva netta verso banche e altri finanziatori</i>	378,8	411,3	761,7
- <i>debiti per leasing</i>	(108,3)	(91,7)	(98,4)
- <i>altre attività/(passività) nette non bancarie (valutazione a fair value di strumenti finanziari derivati)</i>	(4,5)	6,4	(0,7)

5. Rendiconto Finanziario Consolidato

Valori in milioni di Euro	30.09.2024 9 mesi	30.09.2023 9 mesi	31.12.2023 12 mesi
Flusso finanziario da gestione corrente	323,8	263,4	446,3
Flusso finanziario da movimenti di capitale circolante	(217,0)	(75,3)	138,0
Flusso finanziario da gestione corrente e movimenti di CCN	106,7	188,2	584,3
Flusso finanziario da attività di investimento	(84,6)	(88,0)	(132,3)
Flusso netto operativo	22,2	100,2	452,0
Acquisizioni	(326,8)	-	-
Distribuzione dividendi	(105,4)	(72,1)	(72,1)
Esercizio stock option	11,9	3,4	5,1
Flusso finanziario da altre variazioni di patrimonio netto	1,6	(4,3)	(21,2)
Flussi finanziari generati/(assorbiti) da movimenti di patrimonio netto	(91,9)	(73,0)	(88,2)
Flusso finanziario di periodo	(396,5)	27,2	363,8
Posizione finanziaria netta di inizio periodo	662,6	298,8	298,8
Posizione finanziaria netta finale	266,1	326,0	662,6