

DēLonghi Group

Ricavi preliminari record nel 2025 a €3,8 mld in espansione al 10,4% a cambi costanti

Il Gruppo chiude il 2025 con risultati brillanti ed una solida crescita a cambi costanti che ha interessato entrambe le divisioni in tutti i periodi dell'anno, trovando conferma nell'espansione in termini organici dell'8,2% nel Q4

Treviso – 28 gennaio 2026. Di seguito in evidenza i ricavi preliminari del 2025 per il Gruppo De' Longhi S.p.A.:

- o 12 mesi, ricavi pari a € 3.801,5 milioni, in aumento dell'8,7% (+10,4% a cambi costanti);
- o quarto trimestre, ricavi a € 1.340,0 milioni, in crescita del 5,7% (+8,2% a cambi costanti).

Ha commentato l'Amministratore Delegato Fabio de' Longhi:

"Il Gruppo ha realizzato nel 2025 una solida crescita a cambi costanti ad un tasso del 10,4%, caratterizzata da una continuità di risultati mantenuta durante tutto l'anno. Siamo particolarmente soddisfatti dell'eccellente performance realizzata anche nel quarto trimestre, superando con determinazione le complessità poste dall'attuale scenario di mercato.

La divisione household ha consolidato nel trimestre le recenti dinamiche di crescita, con un'espansione organica del 5,2%, a fronte di una sfidante comparazione rispetto all'anno precedente. Tale performance è stata in particolare guidata dal trend strutturale del caffè, amplificato da investimenti strategici in media, come la terza campagna globale con Brad Pitt, oltre che da un'ulteriore evoluzione della nostra strategia di marketing.

Parallelamente, la divisione professionale ha sostenuto un'eccellente momentum nel corso dell'anno, realizzando un'espansione del fatturato superiore al 40% nel quarto trimestre. Entrambi i marchi, La Marzocco ed Eversys, hanno ottenuto ottimi risultati grazie alla consolidata leadership dei nostri prodotti nei segmenti premium ed alla capacità di intercettare i nuovi trend nello specialty coffee, oltre che alla rapida espansione nel mercato prosumer.

Dati i ricavi preliminari, confermiamo la guidance di un Ebitda adjusted compreso fra i 610 e i 620 milioni. Questo risultato favorirà un'importante generazione di cassa, consolidando ulteriormente la posizione finanziaria del Gruppo ed ampliando la flessibilità strategica in termini di capital allocation.

Per il 2026, pur continuando a monitorare attentamente le persistenti incertezze geopolitiche, prevediamo una crescita del fatturato ad un tasso mid-single-digit, in linea con gli obiettivi di piano di medio termine"

Si precisa infine che i dati dei ricavi preliminari esposti nel presente comunicato non sono stati sottoposti a revisione. I risultati consolidati completi dell'anno 2025 saranno sottoposti all'approvazione del Consiglio di Amministrazione nella riunione prevista per il 13 marzo 2026.

Ricavi 2025 per area geografica e per linea di prodotto

Il Gruppo chiude il 2025 con un'espansione del fatturato dell'8,7%, che si attesta a 10,4% a cambi costanti, rafforzando ulteriormente il proprio percorso di crescita. Si consolida il trend favorevole dei periodi precedenti, a conferma della capacità del Gruppo di intercettare ed amplificare le tendenze di mercato. Tale crescita è stata sostenuta sia da un'eccellente performance della divisione professionale (+32,2% pro-forma), sia da una solida espansione della divisione household (+4,8%).

Nello specifico, il caffè ha sostenuto la divisione household beneficiando di investimenti media e innovazione di prodotto. Risultati eccellenti anche per la divisione professionale, dove entrambi i marchi capitalizzano la leadership nei segmenti premium, l'attenzione allo *specialty coffee* e la crescita nel canale *prosumer*.

Nel primo semestre dell'anno il fatturato del Gruppo è cresciuto dell'11,3%, sostenuto dalla robusta espansione della divisione household ad un tasso *mid-to-high-single-digit* e rafforzata dall'accelerazione del professionale, in aumento del 23,5% su base *pro-forma*.

Il secondo semestre ha visto il consolidarsi dei trend di crescita registrati nella prima parte dell'anno, pur risentendo di un crescente impatto negativo della componente valutaria. Tale risultato è stato sostenuto da un quarto trimestre in significativa espansione, nonostante la comparazione sfidante con l'anno precedente. In particolare, la divisione household ha conseguito nel trimestre un'espansione del 2,8% (5,2% a cambi costanti) a fronte di una progressione realizzata nell'anno precedente al 12%, mentre la divisione professionale ha mantenuto il tasso di crescita a doppia cifra, realizzando un'espansione del 40,3%.

Ricavi per aree geografiche

Nel 2025 la crescita del Gruppo è stata diffusa in tutti i trimestri e in tutte le aree geografiche. In particolare segnaliamo una solida continuità di trend dell'area Europea, ed il ritorno alla crescita rispetto al 2024 dell'area Asia-Pacific, sostenuta dall'eccellente risultato della Cina.

In maggior dettaglio:

EUR milioni	FY 2025	var. % vs LY	4Q 2025	var. % vs LY
EUROPA	2.349,0	9,1%	868,4	8,0%
MEIA (MiddleEast/India/Africa)	225,8	11,2%	67,7	3,5%
America	687,2	5,1%	234,8	0,3%
Asia-Pacific	539,4	10,8%	169,1	2,6%
TOTALE RICAVI	3.801,5	8,7%	1.340,0	5,7%

- l'Europa ha registrato un incremento del fatturato del 9,1% nei dodici mesi (+8% nel quarto trimestre), con una performance diffusa in tutti i mercati grazie al contributo di entrambe le divisioni. Nello specifico, la divisione household è stata trainata dalla continua crescita del

comparto delle macchine da caffè, supportato anche dai nuovi mercati Nespresso, insieme all'espansione internazionale di Nutribullet e alla progressione dei sistemi stiranti a marchio Braun;

- prosegue il momentum positivo anche per l'area **MEIA**, che cresce ad un tasso dell'11,2% rispetto al 2024 (+16,0% a cambi costanti), grazie anche ad un'espansione a cambi costanti *low-teens* nel trimestre;
- l'area **America** è risultata in crescita ad un tasso del 5,1% nei dodici mesi (a cambi costanti +8,6% nell'anno e +3,8% nel trimestre) nonostante il condizionamento derivante dall'introduzione dei dazi. All'interno della divisione household, l'ottima performance delle macchine da caffè ha bilanciato la contrazione di Nutribullet, quest'ultimo influenzato da un rallentamento del mercato dei blender e da un confronto sfidante con i risultati record del 2024. La divisione professionale ha invece mantenuto un'eccellente traiettoria di crescita, con il contributo di entrambi i marchi;
- infine, l'area **Asia Pacific** ha conseguito un'espansione del fatturato ad un tasso del 10,8% nei 12 mesi, ma con un significativo impatto valutario (crescita a +18,1% a cambi costanti). In particolare si evidenzia l'ottimo risultato in termini organici della Cina, assieme ad Australia e Nuova Zelanda, in entrambi i periodi analizzati. L'area mantiene una solida crescita a cambi costanti anche nel quarto trimestre, con un risultato in progresso *mid-teens*.

Ricavi per divisione e categorie di prodotto

Per quanto riguarda i ricavi per divisione e per linea di prodotto, si evidenzia l'eccellente performance della divisione professionale, che nel 2025 ha conseguito ricavi per € 489,1 milioni, in aumento del 46,1% rispetto al 2024 (+32,2% su base pro-forma). La divisione household registra un fatturato record di € 3.318,6 milioni nel 2025, in aumento del 4,8% rispetto al 2024 (+6,5% a cambi costanti).

In merito alla **divisione professionale** si evidenzia una crescita diffusa in tutte le aree geografiche. Il posizionamento premium di Eversys e La Marzocco, unito alla forza dei brand, ha permesso alla divisione di crescere a un tasso nettamente superiore a quello del mercato. Il Gruppo ha saputo cogliere ed amplificare il trend di premiumizzazione dell'espresso, rispondendo alla domanda di un consumatore sempre più esigente ed orientato alla qualità della materia prima. Tale evoluzione si riflette nella crescente diffusione degli *specialty coffee shop* a livello globale. Si segnalano inoltre gli ottimi risultati del segmento *prosumer* de La Marzocco, in forte espansione rispetto al 2024. Oltre alle incisive attività di marketing, il successo del brand è stato alimentato anche dalla capacità di siglare collaborazioni esclusive con partner di prestigio mondiale, tra cui Porsche, Aimé Leon Dore e Victorinox.

In riferimento alla **divisione household**, si segnala quanto segue:

- Il comparto **caffè** ha registrato una solida crescita *high-single-digit* in entrambi i periodi analizzati, trainato dall'eccellente risultato delle macchine manuali e dei prodotti Nespresso.
- Per quanto riguarda il segmento **nutrition**, si rileva un calo *mid-single-digit* nei dodici mesi. Il dato risente principalmente della flessione del comparto negli Stati Uniti, determinata dalla contrazione della domanda nel mercato dei blender e dall'effetto cambio sfavorevole, oltre che al confronto con il 2024, quando la crescita era risultata a doppia cifra. Da segnalare inoltre la crescita *mid to high-single-digit* delle kitchen machine a marchio Kenwood per il secondo esercizio consecutivo.

- In riferimento alle **altre categorie**, evidenziamo per il terzo anno consecutivo la crescita a doppia cifra dei sistemi stiranti a marchio Braun, a testimonianza del successo della strategia di innovazione di prodotto e comunicazione portata avanti dal Gruppo nel recente passato. Il comparto comfort (riscaldamento e condizionamento portatili) ha invece registrato un fatturato sostanzialmente allineato a quello dello scorso esercizio. Da segnalare infine l'ottimo risultato della categoria accessori, per lo più riferiti al mondo del caffè, che nei dodici mesi crescono ad un tasso *low-teens*.

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:
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 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 10.000 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.