

De' Longhi S.p.A.

Risultati dei 9 mesi 2021: *trend* ancora in forte crescita; confermati gli obiettivi per l'anno.

Il Consiglio di Amministrazione di De' Longhi SpA ha approvato in data odierna i risultati al 30 settembre 2021 ⁽¹⁾.

Nei primi nove mesi del 2021 il Gruppo ha realizzato:

- **ricavi netti** per € 2.149,5 milioni, in crescita del 45,9% (+49,2% a cambi costanti);
- un **Ebitda adjusted** ⁽²⁾ pari a € 357 milioni pari al 16,6% dei ricavi, in miglioramento di 2,4 punti percentuali sui ricavi rispetto all'anno precedente;
- un **utile netto** di € 243,5 milioni, in crescita del 134,2%, pari all' 11,3% dei ricavi.

A perimetro omogeneo⁽³⁾ il Gruppo ha conseguito ricavi di € 1.943,9 milioni (+31,9%), un adjusted Ebitda di € 314,9 milioni (pari al 16,2% dei ricavi) e un utile netto di € 189 milioni.

Nel terzo trimestre il Gruppo ha realizzato:

- **ricavi netti** per € 717,7 milioni, in crescita del 24,5% (+24% a cambi costanti);
- un **Ebitda adjusted** pari a € 105,6 milioni, pari al 14,7% dei ricavi (-2,1 punti percentuali sui ricavi rispetto all'anno precedente);
- un **utile netto** di € 62,7 milioni, in crescita del 2,9%, pari al 8,7% dei ricavi.

A perimetro omogeneo il Gruppo ha realizzato ricavi per € 631,8 milioni (+9,6%), un adjusted Ebitda di € 84,9 milioni (13,4% dei ricavi) ed un utile netto di € 48,7 milioni.

Al 30 settembre, la **posizione finanziaria netta** di Gruppo è risultata positiva per € 216,1 milioni. Nei primi nove mesi dell'anno il flusso di cassa prima dei dividendi e delle acquisizioni è stato positivo per € 198,9 milioni.

Commenta l'Amministratore Delegato Massimo Garavaglia:

“Il terzo trimestre ha evidenziato un robusto trend di crescita ad un tasso high single digit, nonostante il confronto molto sfidante con lo stesso trimestre dello scorso anno che aveva registrato una marcata crescita del +26% sul 2019. Gli eccezionali risultati ottenuti in questo scenario macroeconomico sono stati accompagnati dall'accelerazione prevista degli investimenti in comunicazione e marketing, che ha trovato massima espressione nel lancio della prima campagna globale per il Gruppo con protagonista Brad Pitt, nuovo Ambassador del Gruppo e perfetta icona per rappresentare il tragitto che stiamo compiendo verso l'affermazione dei nostri brand nel “Life style”. Per questo 2021 riteniamo di poter continuare a guardare con positività all'evoluzione del business, a fronte delle crescenti difficoltà globali nell'ambito distributivo e produttivo, e quindi confermiamo gli obiettivi e la guidance per il 2021 precedentemente comunicati.”

(1) I risultati consolidati dei nove mesi 2021 si riferiscono al nuovo perimetro di consolidamento che include anche Capital Brands Holdings Inc. e sue controllate e, a partire dal 1° Aprile, il gruppo svizzero Eversys.

(2) Per “adjusted” si intende ad esclusione degli oneri/proventi non ricorrenti e del costo figurativo dei piani di stock option.

(3) Con “a perimetro omogeneo” si intende escluso il consolidamento di Capital Brands e di Eversys.

Sintesi dei risultati e andamento della gestione

(Eur milioni)	9 mesi 2021	9 mesi 2020	var.	var. %	3° trimestre 2021	3° trimestre 2020	var.	var. %
ricavi	2.149,5	1.473,2	676,3	45,9%	717,7	576,6	141,1	24,5%
margine ind. netto	1.079,7	721,6	358,1	49,6%	358,3	285,3	73,0	25,6%
% dei ricavi	50,2%	49,0%			49,9%	49,5%		
E bitda <i>adjusted</i>	357,0	208,7	148,3	71,1%	105,6	96,9	8,7	9,0%
% dei ricavi	16,6%	14,2%			14,7%	16,8%		
E bitda	354,1	200,4	153,7	76,7%	104,7	94,9	9,8	10,3%
% dei ricavi	16,5%	13,6%			14,6%	16,5%		
E bit	291,9	142,5	149,4	104,9%	82,6	75,6	6,9	9,2%
% dei ricavi	13,6%	9,7%			11,5%	13,1%		
Utile netto	243,5	104,0	139,5	134,2%	62,7	60,9	1,8	2,9%
% dei ricavi	11,3%	7,1%			8,7%	10,6%		

Il quadro generale

Gli ultimi mesi sono stati contraddistinti da uno scenario macroeconomico di crescenti complessità a livello globale, soprattutto per tutto ciò che attiene alla catena della produzione e della fornitura, come evidenziato in modo univoco da tutti gli operatori del nostro settore e non solo. In tale contesto, il Gruppo è stato capace di dare continuità alla crescita in tutti i comparti, senza rinunciare alla propria strategia sul fronte dei prezzi e degli investimenti industriali, di prodotto e di comunicazione e marketing.

In particolare, in quest'ultimo ambito, il terzo trimestre ha visto una marcata accelerazione delle attività e degli investimenti, culminati con il lancio della nuova campagna globale di comunicazione sul caffè che vede Brad Pitt come *Ambassador* del Gruppo, perfetta icona per tutto ciò che si identifica oggi come *Life-style*.

Ancora una volta il Gruppo ha dimostrato resilienza ed elasticità nell'affrontare le difficoltà emerse nei mercati, grazie soprattutto all'eccezionale dedizione e competenza dei propri organici e alla straordinaria efficienza della propria piattaforma produttiva e di supply chain.

A conferma di quanto detto, la robusta crescita a perimetro costante dei ricavi *high single digit* nel trimestre è ancor più degna di nota considerando il difficile confronto con lo scorso anno, i cui ricavi trimestrali erano cresciuti del 26%, a testimonianza della forza intrinseca dei segmenti *core*.

il perimetro di consolidamento

Il perimetro di consolidamento del Gruppo nei nove mesi del 2021 ha visto l'inclusione, per l'intero periodo, del gruppo americano Capital Brands e, a partire dal 1° aprile, del gruppo svizzero Eversys, attivo nel segmento delle

macchine per il caffè professionali e di cui De' Longhi ha acquisito la totalità del capitale in data 3 maggio 2021.

Le società acquisite hanno contribuito nei nove mesi per € 205,6 milioni di ricavi e per € 42,1 milioni di Ebitda *adjusted*.

(Eur milioni)	9 mesi 2021	Perimetro omogeneo	Cambio di perimetro	9 mesi 2020
ricavi	2.149,5	1.943,9	205,6	1.473,2
var %	45,9%	31,9%		
E bitda <i>adjusted</i>	357,0	314,9	42,1	208,7
% dei ricavi	16,6%	16,2%	20,5%	14,2%

A scopo di raffronto con i dati del 2020, in alcuni casi presentiamo i dati "a perimetro omogeneo", ovvero escludendo dal perimetro di consolidamento entrambe le società acquisite sopra citate.

i ricavi

I ricavi consolidati nei primi nove mesi si sono attestati a € 2.149,5 milioni, con una crescita del 45,9%. L'espansione del Gruppo a perimetro omogeneo è stata del 31,9% con un fatturato di € 1.943,9 milioni.

L'effetto valutario nei 9 mesi è stato negativo sui ricavi per ca. 3,3 punti percentuali di crescita (49% crescita a cambi costanti), ma con un impatto positivo sull'adj Ebitda che ha portato a registrare un margine al 16,6% nel periodo, anziché un 16,1% a cambi costanti.

i mercati

Tutte le principali aree geografiche hanno conseguito una crescita in termini di fatturato sia nei nove mesi che nel terzo trimestre dell'anno.

EUR milioni	9 mesi 2021 Perimetro omogeneo	var. %	var. % a cambi costanti	3° trim. 2021 Perimetro omogeneo	var. %	var. % a cambi costanti
Europa Sud-Occidentale	816,6	35,0%	35,0%	256,3	8,5%	8,5%
Europa Nord-Orientale	521,5	28,7%	32,6%	175,2	3,8%	4,2%
EUROPA	1.338,1	32,5%	34,0%	431,5	6,6%	6,7%
America	236,8	33,0%	40,4%	80,8	24,4%	23,5%
MEIA (MiddleEast/India/Africa)	140,6	79,7%	88,3%	40,0	19,3%	16,5%
Asia-Pacific	228,3	10,5%	10,5%	79,5	8,7%	4,4%
TOTALE RICAVI	1.943,9	31,9%	34,4%	631,8	9,6%	8,9%

A perimetro omogeneo:

- l'**Europa sud-occidentale** nel trimestre ha conseguito una crescita *high single digit*, confermando il trend positivo già evidenziato nella prima fase dell'anno; in continuità con i mesi precedenti, Germania e Francia hanno ottenuto una crescita *double digit*, assieme ad altri paesi come Austria e Grecia;
- l'**Europa nord-orientale** è cresciuta nel trimestre del 3,8% (4,2% a cambi costanti), grazie alla forte espansione della Russia e dei paesi Scandinavi;
- la regione **America** ha confermato nel trimestre un tasso di crescita *double digit* (+24,4%), allineato al forte trend evidenziato sin dall'inizio dell'anno;
- nel trimestre l'area **MEIA** (*Middle East, India, Africa*) ha conseguito una robusta crescita *double digit*, mantenendo nei nove mesi una solida espansione, con un tasso di crescita a cambi costanti pari all'88,3%, a cui hanno contribuito tutti i principali mercati;
- infine, l'area **Asia Pacific** è cresciuta nel trimestre ad un tasso *high single digit*, grazie in particolare allo sviluppo di Australia, Nuova Zelanda e Corea del Sud.

i segmenti di prodotto

Nel corso dei primi nove mesi del 2021, a perimetro omogeneo, tutti i segmenti di prodotto sono stati in crescita, tra cui i più importanti, quelli considerati "core", in misura molto sostenuta. In generale, anche nel terzo trimestre, questi ultimi hanno conseguito una buona crescita *high single digit*, un dato molto confortante considerato il difficile confronto con lo stesso periodo dello scorso anno.

Questa performance è stata resa possibile dalla forza intrinseca dei *trend* strutturali dei comparti del caffè e del *food*, rafforzati dal sostegno apportato dagli investimenti in comunicazione e marketing (€ 238,9 milioni nei 9 mesi), che si sono concretizzati in numerose attività di supporto del portafoglio prodotti.

In particolare, il trimestre ha visto un'accelerazione nella spesa in comunicazione e marketing, passata al 13,7% dei ricavi dall' 11,2% del primo semestre, in linea con quanto previsto dal piano per questa seconda parte dell'anno.

Il mondo del **caffè** ha segnato un'espansione da inizio anno superiore alla media del Gruppo a perimetro omogeneo, grazie ad un forte *trend* evidenziato in particolare nelle macchine superautomatiche e nelle macchine manuali. Queste ultime hanno registrato una crescita *double digit* anche nel terzo trimestre, grazie all'allargamento del range di prodotti avvenuto negli ultimi trimestri.

Il comparto della **cottura e preparazione dei cibi** ha confermato nei nove mesi una significativa crescita organica, con trend sostenuti da una maggior attenzione dei consumatori nei confronti dei prodotti legati alla "*home experience*". In particolare, nel terzo trimestre il tasso di crescita organico *high single digit* è stato sostenuto da una continuità del trend di sviluppo delle *kitchen*

machine ed degli *handblender* che hanno mantenuto un ritmo di crescita *double digit*.

Per quanto riguarda i restanti segmenti, quello della **pulizia e stiro** si è attestato nei nove mesi su una crescita *mid single digit* (tuttavia penalizzata da un trimestre in negativo), mentre il comparto della **climatizzazione domestica** (*comfort*) nel trimestre ha ottenuto una crescita a doppia cifra, frutto dell'andamento estivo del condizionamento mobile.

i margini operativi

Relativamente all'evoluzione dei margini nei primi **nove mesi**:

- il **marginale industriale netto**, pari a € 1.079,7 milioni, è migliorato in termini di incidenza sui ricavi dal 49% al 50,2% (+49,6%), grazie in particolar modo ai maggior volumi ed al contributo positivo della componente prezzo-mix;
- l'**Ebitda adjusted** si è attestato a € 357 milioni, pari al 16,6% dei ricavi; a perimetro omogeneo, si è attestato a € 314,9 milioni, con un margine sui ricavi in forte miglioramento dal 14,2% al 16,2%;
- l'**Ebitda** è stato pari a € 354,1 milioni, ovvero il 16,5% dei ricavi; a perimetro omogeneo il margine è passato dal 13,6% dei ricavi al 16,1%, attestandosi a € 312,1 milioni;
- il **risultato operativo (Ebit)** è stato pari a € 291,9 milioni, pari al 13,6% dei ricavi, in miglioramento a perimetro omogeneo dal 9,7% al 13,1% dei ricavi, attestandosi a € 254,1 milioni;
- infine, l'**utile netto** di pertinenza del Gruppo è stato pari a € 243,5 milioni, pari all'11,3% dei ricavi (€ 189 milioni, pari al 9,7% dei ricavi, a perimetro omogeneo).

Per quanto riguarda il **terzo trimestre**, segnaliamo che a fronte di un margine industriale percentuale in leggero miglioramento – grazie alle misure di compensazione degli impatti negativi degli aumenti di costo delle materie prime e dei trasporti – il summenzionato aumento degli investimenti in attività di comunicazione e marketing, unitamente ad alcuni aumenti dei costi di struttura legati alla crescita del Gruppo, ha portato ad una flessione dei margini in percentuale dei ricavi: l'adjusted Ebitda è passato dal 16,8% al 14,7% e il risultato operativo è passato dal 13,1% all'11,5%.

Tale andamento dei margini peraltro è coerente con le indicazioni della società e la guidance fornita per l'anno in corso, che prevedono un sensibile aumento delle attività di comunicazione e marketing in un periodo dell'anno tipicamente denso di attività commerciali.

la situazione patrimoniale

Passando alla situazione patrimoniale, la **posizione finanziaria netta positiva** al 30.09.2021 si è attestata a € 216,1 milioni (€ 451,5 milioni al 30.09.2020).

Ricordiamo che nell'arco degli ultimi 12 mesi il Gruppo ha finalizzato due operazioni di acquisizione, quella dell'americana Capital Brands nel dicembre 2020 e quella del gruppo svizzero Eversys nel maggio 2021, per un impegno finanziario totale pari a € 463,4 milioni.

Escludendo i flussi relativi alle acquisizioni e al pagamento di dividendi (€ 161,6 milioni nei 12 mesi), il Gruppo ha generato flussi di cassa netti pari a € 389,5 milioni nei 12 mesi e a € 198,9 milioni nei 9 mesi del 2021.

<i>EUR milioni</i>	30.09.2021	30.09.2020	variazione 12 mesi	31.12.2020	variazione 9 mesi
Capitale Circolante Netto	123,5	222,1	-98,6	96,2	27,4
Patrimonio Netto	1.453,4	1.265,3	188,1	1.267,4	186,0
Posizione Finanziaria Netta	216,1	451,5	-235,5	232,0	-15,9
Posizione Bancaria Netta	301,4	516,7	-215,3	303,8	-2,4
CCN / Ricavi	4,1%	9,8%	-5,7%	4,1%	0,0%

<i>EUR milioni</i>	9 mesi	12 mesi
Flusso di cassa netto	-15,9	-235,5
Dividendi distribuiti	-80,8	-161,6
Flusso da acquisizioni	-134,1	-463,4
Flusso di cassa prima dei dividendi e delle acquisizioni	198,9	389,5

Come già evidenziato nel primo semestre, il **capitale circolante netto** risulta in sensibile miglioramento rispetto ai valori dello scorso anno. Grazie ad un'attenta gestione dei crediti e delle dinamiche nei debiti commerciali, l'indice di rotazione del capitale circolante netto sui ricavi è sceso al 4,1%, in marcata riduzione rispetto al dato dello scorso anno (9,8%), ma in linea con i valori raggiunti a fine 2020.

In miglioramento anche l'indice del **capitale circolante netto operativo** sui ricavi, passato nei 12 mesi dal 13,9% al 10,2%.

Nel periodo in analisi, il **magazzino** risulta in crescita sia rispetto al settembre 2020 che all'inizio dell'anno, in vista dello sviluppo del business nei prossimi mesi e di una maggiore attività di approvvigionamento di prodotti e componenti alla luce delle tensioni riscontrate sul lato della *supply chain*.

Infine, sul fronte degli **investimenti**, la spesa è stata pari ad € 92,5 milioni, in aumento di circa 33,8 milioni rispetto allo scorso anno, confermando l'impegno del Gruppo nel rafforzamento della propria piattaforma industriale, fattore chiave per migliorare l'efficienza produttiva ed il *time-to-market*.

Eventi successivi alla chiusura del periodo

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

Evoluzione prevedibile della gestione e guidance

Per l'anno 2021, il management conferma la *guidance* precedentemente fornita, ovvero una crescita a cambi costanti dei ricavi del Gruppo (inclusa Capital Brands) ad un tasso che si colloca nella parte alta dell'intervallo 28% - 33% ed un adjusted Ebitda in miglioramento rispetto all'anno scorso, sia in valore che in percentuale dei ricavi. Si prevede che il consolidamento di Eversys porterà circa ulteriori 2 punti percentuali di crescita dei ricavi e un adjusted Ebitda, in percentuale dei ricavi, in linea con il resto del Gruppo.

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 9000 dipendenti. Nel 2020 ha riportato ricavi pari a € 2.351 milioni, un EBITDA adjusted pari a € 366 milioni e un utile netto di € 200 milioni.

ALLEGATI

**Prospetti del Bilancio Consolidato di De' Longhi SpA
al 30 settembre 2021**

1. Conto Economico Consolidato Riclassificato

Valori in milioni di Euro	30.09.2021	% sui ricavi	30.09.2021 a perimetro omogeneo	% sui ricavi	30.09.2020	% sui ricavi
Ricavi netti	2.149,5	100,0%	1.943,9	100,0%	1.473,2	100,0%
<i>Variazioni</i>	676,3	45,9%	470,7	31,9%		
Consumi e altri costi di natura industriale (servizi e costo del lavoro industriale)	(1.069,8)	(49,8%)	(953,6)	(49,1%)	(751,6)	(51,0%)
Margine industriale netto	1.079,7	50,2%	990,3	50,9%	721,6	49,0%
Costi per servizi ed altri oneri operativi	(545,9)	(25,4%)	(513,3)	(26,4%)	(369,1)	(25,1%)
Costo del lavoro (non industriale)	(176,9)	(8,2%)	(162,1)	(8,3%)	(143,9)	(9,8%)
EBITDA ante oneri non ricorrenti/piano stock option	357,0	16,6%	314,9	16,2%	208,7	14,2%
<i>Variazioni</i>	148,3	71,1%	106,2	50,9%		
Oneri non ricorrenti/piano stock option	(2,8)	(0,1%)	(2,8)	(0,1%)	(8,2)	(0,6%)
Ebitda	354,1	16,5%	312,1	16,1%	200,4	13,6%
Ammortamenti	(62,2)	(2,9%)	(58,0)	(3,0%)	(57,9)	(3,9%)
Risultato operativo	291,9	13,6%	254,1	13,1%	142,5	9,7%
<i>Variazioni</i>	149,4	104,9%	111,6	78,3%		
Proventi (Oneri) finanziari netti	18,9	0,9%	(5,4)	(0,3%)	(3,1)	(0,2%)
Risultato ante imposte	310,8	14,5%	248,6	12,8%	139,4	9,5%
Imposte	(66,8)	(3,1%)	(59,6)	(3,1%)	(35,5)	(2,4%)
Risultato netto	243,9	11,3%	189,0	9,7%	104,0	7,1%
Risultato di pertinenza di terzi	0,5	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Risultato netto di competenza del Gruppo	243,5	11,3%	189,0	9,7%	104,0	7,1%

2. Ricavi per area geografica

Nel terzo trimestre:

Valori in milioni di Euro	III Trimestre 2021		III Trimestre 2021		III Trimestre 2020		Variazione	Variazione %	Variazione a cambi costanti %
		%		%		%			
	a perimetro omogeneo								
Europa	443,4	61,7%	431,5	68,3%	405,0	70,2%	26,6	6,6%	6,7%
America	140,4	19,6%	80,8	12,8%	64,9	11,3%	15,9	24,4%	23,5%
Asia Pacific	92,4	12,9%	79,5	12,6%	73,2	12,7%	6,3	8,7%	4,4%
MEIA	41,4	5,8%	40,0	6,3%	33,5	5,8%	6,5	19,3%	16,5%
Totale ricavi	717,7	100,0%	631,8	100,0%	576,6	100,0%	55,2	9,6%	8,9%

Nei 9 mesi:

Valori in milioni di Euro	30.09.2021		30.09.2021		30.09.2020		Variazione	Variazione %	Variazione a cambi costanti %
		%		%		%			
	a perimetro omogeneo								
Europa	1.370,4	63,7%	1.338,1	68,9%	1.010,2	68,6%	327,8	32,5%	34,0%
America	382,6	17,8%	236,8	12,2%	178,0	12,1%	58,8	33,0%	40,4%
Asia Pacific	251,3	11,7%	228,3	11,7%	206,7	14,0%	21,6	10,5%	10,5%
MEIA	145,2	6,8%	140,6	7,2%	78,3	5,3%	62,4	79,7%	88,3%
Totale ricavi	2.149,5	100,0%	1.943,9	100,0%	1.473,2	100,0%	470,7	31,9%	34,4%

3. Stato Patrimoniale Consolidato Riclassificato

Valori in milioni di Euro	30.09.2021	30.09.2020	31.12.2020
- Immobilizzazioni immateriali	772,7	313,2	631,9
- Immobilizzazioni materiali	371,7	311,3	324,6
- Immobilizzazioni finanziarie	12,3	32,8	34,6
- Attività per imposte anticipate	72,8	53,3	57,0
Attività non correnti	1.229,4	710,7	1.048,1
- Magazzino	781,0	483,7	424,0
- Crediti commerciali	275,6	244,2	398,1
- Debiti commerciali	(747,1)	(411,4)	(581,9)
- Altri debiti (al netto crediti)	(186,0)	(94,3)	(144,0)
Capitale circolante netto	123,5	222,1	96,2
Totale passività a lungo termine e fondi	(115,6)	(119,0)	(108,9)
Capitale investito netto	1.237,3	813,8	1.035,4
(Posizione finanziaria netta attiva)	(216,1)	(451,5)	(232,0)
Totale patrimonio netto	1.453,4	1.265,3	1.267,4
Totale mezzi di terzi e mezzi propri	1.237,3	813,8	1.035,4

4. Composizione della Posizione Finanziaria Netta

Valori in milioni di Euro	30.09.2021	30.09.2020	31.12.2020
Liquidità	859,8	912,2	662,9
Attività finanziarie correnti	345,5	171,1	243,0
Indebitamento finanziario corrente	(353,6)	(153,9)	(236,6)
Totale posizione finanziaria netta attiva corrente	851,7	929,4	669,3
Attività finanziarie non correnti	75,2	70,1	70,0
Indebitamento finanziario non corrente	(710,8)	(547,9)	(507,3)
Indebitamento finanziario non corrente netto	(635,6)	(477,9)	(437,3)
Totale posizione finanziaria netta	216,1	451,5	232,0
<i>di cui:</i>			
- <i>posizione attiva netta verso banche e altri finanziatori</i>	301,4	516,7	303,8
- <i>debiti per leasing</i>	(76,5)	(66,0)	(65,8)
- <i>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)</i>	(8,8)	0,8	(6,0)

5. Rendiconto Finanziario Consolidato

Valori in milioni di Euro	30.09.2021	30.09.2020	31.12.2020
	9 mesi	9 mesi	12 mesi
Flusso finanziario da gestione corrente	366,8	205,5	352,9
Flusso finanziario da movimenti di capitale circolante	(97,2)	24,9	114,5
Flusso finanziario da gestione corrente e movimenti di CCN	269,6	230,4	467,4
Flusso finanziario da attività di investimento	(92,5)	(58,7)	(89,5)
Flusso netto operativo	177,1	171,6	377,9
Acquisizioni	(134,1)	-	(329,3)
Distribuzione dividendi	(80,8)	-	(80,8)
Flusso finanziario da acquisto di azioni proprie	-	(14,5)	(14,5)
Esercizio stock option	5,9	19,4	21,5
Flusso finanziario da altre variazioni di patrimonio netto	16,0	(2,8)	(20,5)
Flussi finanziari generati/(assorbiti) da movimenti di patrimonio netto	(59,0)	2,1	(94,4)
Flusso finanziario di periodo	(15,9)	173,7	(45,8)
Posizione finanziaria netta di inizio periodo	232,0	277,8	277,8
Posizione finanziaria netta finale	216,1	451,5	232,0