

PRIMADONNA  
SOUL

RESOCONTO INTERMEDIO  
DI GESTIONE  
AL 31 MARZO

2021

crema  
SYSTEM

DēLonghi Group

DēLonghi

KENWOOD

BRAUN

nutribullet

*Ariete*



## ORGANI SOCIETARI\*

### *Consiglio di amministrazione*

GIUSEPPE DE'LONGHI	Presidente
FABIO DE'LONGHI	Vice-Presidente
MASSIMO GARAVAGLIA	Amministratore Delegato
SILVIA DE'LONGHI	Consigliere
MASSIMILIANO BENEDETTI**	Consigliere
FERRUCCIO BORSANI**	Consigliere
LUISA MARIA VIRGINIA COLLINA**	Consigliere
RENATO CORRADA	Consigliere
CARLO GARAVAGLIA	Consigliere
MARIA CRISTINA PAGNI **	Consigliere
STEFANIA PETRUCCIOLI**	Consigliere
GIORGIO SANDRI	Consigliere

### *Collegio sindacale*

CESARE CONTI	Presidente
PAOLA MIGNANI	Sindaco effettivo
ALBERTO VILLANI	Sindaco effettivo
LAURA BRAGA	Sindaco supplente
ALBERTA GERVASIO	Sindaco supplente

### *Società di revisione*

PRICEWATERHOUSECOOPERS S.P.A. \*\*\*

### *Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità*

STEFANIA PETRUCCIOLI\*\*  
 MARIA CRISTINA PAGNI \*\*  
 RENATO CORRADA

### *Comitato Remunerazioni e Nomine*

MARIA CRISTINA PAGNI \*\*  
 STEFANIA PETRUCCIOLI\*\*  
 CARLO GARAVAGLIA

### *Comitato Indipendenti*

MARIA CRISTINA PAGNI \*\*  
 MASSIMILIANO BENEDETTI\*\*  
 FERRUCCIO BORSANI\*\*  
 LUISA MARIA VIRGINIA COLLINA\*\*  
 STEFANIA PETRUCCIOLI\*\*

\* Gli organi societari attuali sono stati nominati dall'Assemblea degli azionisti del 30 aprile 2019 per il periodo 2019-2021. Il numero dei componenti il Consiglio di Amministrazione è stato ampliato a dodici con la nomina da parte dell'Assemblea degli azionisti del 22 aprile 2020 del dott. Massimo Garavaglia quale membro del Consiglio di Amministrazione con deleghe di Amministratore Delegato, in carica fino a scadenza del Consiglio medesimo.

\*\* Amministratori indipendenti.

\*\*\* Incarico conferito dall'Assemblea degli azionisti del 24 aprile 2018 per gli esercizi 2019-2027.

## Principali indicatori economico-patrimoniali

### Dati economici

Valori in milioni di Euro	1° Trimestre 2021	%	1° Trimestre 2021 a perimetro omogeneo	%	1° Trimestre 2020	%	Variazione a perimetro omogeneo	Variazione % a perimetro omogeneo
Ricavi	678,7	100,0%	625,7	100,0%	393,3	100,0%	232,3	59,1%
<i>Ricavi a cambi costanti</i>	705,1	100,0%	647,1	100,0%	392,8	100,0%	254,3	64,7%
Margine industriale netto	355,1	52,3%	331,5	53,0%	198,3	50,4%	133,2	67,2%
EBITDA ante oneri non ricorrenti/oneri <i>stock option</i>	128,6	18,9%	117,4	18,8%	42,1	10,7%	75,3	178,8%
EBITDA	127,6	18,8%	116,4	18,6%	36,6	9,3%	79,8	217,9%
Risultato operativo	108,2	15,9%	98,1	15,7%	17,6	4,5%	80,6	458,8%
Risultato netto di competenza del Gruppo	80,9	11,9%	72,7	11,6%	11,0	2,8%	61,7	561,8%

### Dati patrimoniali e finanziari

Valori in milioni di Euro	31.03.2021	31.03.2021 a perimetro omogeneo	31.03.2020	31.12.2020
Capitale circolante netto operativo	252,3	230,0	311,3	240,2
<i>Capitale circolante netto operativo/ricavi</i>	9,6%	8,9%	14,7%	10,2%
Capitale circolante netto	101,4	85,1	256,6	96,2
Capitale investito netto	1.045,8	1.002,8	855,7	1.035,4
Posizione finanziaria netta attiva	318,2	367,0	335,0	232,0
<i>di cui:</i>				
- <i>posizione finanziaria netta bancaria</i>	386,9	433,4	396,8	303,8
- <i>altre attività/(passività) non bancarie</i>	(68,8)	(66,4)	(61,8)	(71,8)
Patrimonio netto	1.364,0	1.369,8	1.190,7	1.267,4

#### Definizioni

I dati a cambi costanti sono stati calcolati escludendo gli effetti della conversione dei saldi in valuta e della contabilizzazione delle operazioni in derivati.

I dati a perimetro omogeneo si riferiscono al Gruppo De'Longhi, nella configurazione precedente all'acquisizione di *Capital Brands* e sono stati determinati escludendo gli effetti derivanti dal suo consolidamento.

---

## Premessa

Il presente documento espone i risultati consolidati al 31 marzo 2021, non sottoposti a revisione contabile. Le informazioni finanziarie al 31 marzo 2021 riportate di seguito sono pubblicate conformemente alla delibera del Consiglio d'Amministrazione che ha deciso di proseguire nell'approvazione e nella pubblicazione, su base volontaria e in aggiunta alla relazione finanziaria annuale e semestrale previste dall'art. 154-ter, commi 1 e 2 del D. Lgs. n. 58/1998 ("TUF"), dei "Resoconti intermedi di gestione" nei termini e con le modalità già utilizzati.

La politica di comunicazione adottata, fino a diversa deliberazione del Consiglio d'Amministrazione, prevede che il contenuto dei resoconti intermedi di gestione sia conforme a quanto pubblicato in passato, con particolare riferimento all'esercizio 2020.

Il presente Resoconto si colloca ancora in un contesto di elevata incertezza che impone di mantenere un atteggiamento di cautela, anche nella redazione delle previsioni economiche.

Ciò nonostante, De' Longhi grazie alla propria solidità finanziaria, alle azioni intraprese per mitigare i rischi e al proprio modello di *business* ha mantenuto il *trend* positivo già evidenziato nel 2020, registrando una crescita sostenuta anche nei primi mesi del 2021 a conferma dell'efficacia della strategia messa in atto per fronteggiare la crisi sanitaria.

Il Gruppo De' Longhi, in continuità con quanto fatto fin dall'inizio della pandemia, nei primi mesi del 2021 ha mantenuto le misure per la salvaguardia della salute e sicurezza del personale secondo una *policy* interna e in accordo con le normative locali, massimizzando, ove possibile, l'adozione di soluzioni di *smart working*, con l'obiettivo di garantire contemporaneamente la continuità del *business*.

## Analisi della gestione

De' Longhi ha chiuso il primo trimestre del 2021 in forte crescita, in uno scenario particolarmente complesso, ancora influenzato dalla crisi sanitaria che perdura ormai da oltre un anno.

In questo periodo, il contesto generale, seppur difficile, ha comunque offerto numerose opportunità che il Gruppo ha saputo cogliere grazie alla propria presenza internazionale e alla forza dei propri *brand* e prodotti, continuando contestualmente a sostenere gli investimenti (promozionali, di prodotto, per le infrastrutture produttive e relativi al nuovo *headquarter* e *innovation center* del Gruppo).

Il primo trimestre del 2021 si è chiuso con una crescita sostenuta sia in termini di ricavi che di marginalità con una buona generazione di cassa; in un generale contesto di crescita dei mercati di prodotti *home experience*, De' Longhi ha aumentato le proprie quote di mercato nelle principali categorie.

La crisi sanitaria ha accelerato dei processi già in atto che porteranno a mutamenti strutturali sia nel modello distributivo, caratterizzato da una crescente presenza nel mondo digitale, sia nei consumi e nello stile di vita dei consumatori con una maggiore propensione all'acquisto di prodotti per l'uso domestico.

Il Gruppo De' Longhi ha colto questi *trend* e ha adeguato tempestivamente la propria strategia commerciale accelerando alcuni progetti in corso; inoltre, ha continuato ad investire in attività per lo sviluppo di nuovi prodotti, negli stabilimenti produttivi e in comunicazione a supporto di tutti i *brand*. Infine, un sostegno alla crescita è arrivato per linee esterne dall'acquisizione, finalizzata a dicembre 2020, di *Capital Brands* che, con i marchi *Nutribullet* e *MagicBullet*, permetterà di potenziare il segmento dell'*healty food* e del *wellness* in risposta ad una crescente domanda di cibi sani e naturali da parte dei consumatori, soprattutto tra i più giovani.

I ricavi dei primi tre mesi del 2021 sono stati pari a Euro 678,7 milioni, in aumento del 72,6% rispetto al corrispondente periodo del 2020 (+79,5% a parità di cambi).

A perimetro omogeneo, i ricavi sono stati pari a Euro 625,7 milioni, in crescita del 59,1% rispetto allo stesso periodo del 2020. L'andamento positivo, a conferma della crescita già evidenziata nei precedenti trimestri, ha beneficiato di un consistente aumento dei volumi. Positivo anche l'effetto prezzi e mix.

A cambi costanti i ricavi del Gruppo, nella sua configurazione antecedente l'acquisizione di *Capital Brands*, sarebbero stati pari a Euro 647,1 milioni, + 64,7% rispetto al dato del corrispondente periodo di confronto.

Tutte le aree geografiche in cui il Gruppo opera hanno contribuito positivamente alla crescita del fatturato.

In **Europa** i ricavi a perimetro omogeneo sono stati pari a Euro 449,6 milioni, in aumento del 59,4% rispetto al primo trimestre del 2020 (+63,3% a cambi costanti).

All'interno dell'area, tutti i mercati hanno mostrato risultati positivi.

Germania e Francia hanno registrato una solida crescita trainata dalle vendite di macchine per il caffè superautomatiche e di *kitchen machines*. L'Italia ha mantenuto il *trend* positivo osservato a partire dalla seconda parte dell'anno precedente e ha raddoppiato i ricavi rispetto a un primo trimestre del 2020 debole. Analogamente, il Regno Unito ha mostrato una crescita significativa. Si evidenziano risultati molto buoni anche in Europa dell'Est (Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia e Ungheria). In Russia i ricavi hanno segnato una crescita a doppia cifra, nonostante un effetto cambi particolarmente penalizzante.

In considerazione della sua crescente importanza, amplificata dall'acquisizione di *Capital Brands*, a partire dal presente resoconto, l'**America** è stata evidenziata separatamente, come *region* a sé stante. Nell'area, i ricavi sono stati pari a Euro 100,4 milioni grazie al contributo dei nuovi marchi *Nutribullet* e *MagicBullet* introdotti a fine anno, ovvero pari a Euro 59,9 milioni a perimetro omogeneo con una robusta crescita (+63,3%; +77,2% a cambi costanti) grazie al buon andamento delle vendite di prodotti per il caffè e dei prodotti per il *comfort*.

L'area **Asia Pacific**, nella configurazione a perimetro omogeneo, ha realizzato nel primo trimestre 2021 ricavi per Euro 66,1 milioni, in crescita del 21,3% rispetto al corrispondente periodo del 2020 nonostante un effetto cambi negativo; a parità di cambi la crescita è stata del 25,2%.

Molto buoni sono stati i risultati in Australia e Nuova Zelanda. Un *trend* analogo di solida crescita è stato registrato anche in Giappone e Corea del Sud.

L'area **MEIA** ha chiuso il trimestre con ricavi a perimetro omogeneo pari a Euro 50,0 milioni (+149,4% rispetto al primo trimestre 2020) grazie anche ai benefici della ristrutturazione commerciale completata nel corso del 2020 che sta portando gli auspicati risultati; inoltre, la comparazione con i primi tre mesi del 2020, beneficia della debolezza di questi ultimi dovuta ad alcune criticità nella *supply chain* legate alla prima fase della crisi sanitaria.

A livello di linee di *business* hanno registrato una buona crescita tutte le categorie di prodotto.

Il segmento dei prodotti per il caffè ha evidenziato vendite pari a Euro 348,0 milioni (pari al 55% del totale). grazie alla buona crescita in tutte le categorie, sia con riferimento alle macchine superautomatiche, che alle macchine a pompa e ai prodotti della piattaforma Nespresso.

Il segmento dei prodotti per la cottura e preparazione dei cibi ha registrato un andamento molto positivo, trainato soprattutto dal significativo incremento di vendite di *kitchen machines* che hanno beneficiato del *trend* di crescente interesse per la cucina e la sana alimentazione. Inoltre, un contributo significativo è stato apportato dalle vendite di prodotti a marchio *Nutribullet* e *MagicBullet*, recentemente acquisiti.

Le vendite di prodotti per il *comfort* hanno mostrato un incremento consistente soprattutto con riferimento al riscaldamento, in considerazione del fatto che le vendite di prodotti per il condizionamento non sono significative per il Gruppo nel primo trimestre dell'anno.

Infine, è risultato positivo anche il *trend* del fatturato della famiglia di prodotti per la pulizia della casa e lo stiro.

In termini di marginalità, il primo trimestre del 2021 ha beneficiato di un *mix* favorevole e di un effetto prezzi positivo; inoltre, hanno contribuito a sostenere la redditività anche il contenimento di alcuni costi conseguente alle azioni intraprese dal Gruppo durante il 2020 e una più elevata efficienza ottenuta in relazione ai maggiori volumi.

A perimetro omogeneo, il margine industriale netto del primo trimestre 2021 è stato pari a Euro 331,5 milioni, ossia il 53,0% dei ricavi, in crescita rispetto al dato relativo al corrispondente periodo del 2020 sia a valore che in percentuale sui ricavi (Euro 198,3 milioni, ovvero 50,4% dei ricavi nei primi tre mesi del 2020).

Fin dall'inizio della crisi sanitaria il *management* ha ritenuto importante mantenere elevati gli investimenti in attività di comunicazione e promozionali a supporto dei prodotti e dei *brand* del Gruppo. Questa decisione è stata rinnovata per il 2021 e, già nel primo trimestre che tradizionalmente per effetto della stagionalità è il meno rilevante, si evidenziano costi per pubblicità e spese promozionali complessivamente pari a Euro 69,4 milioni, in aumento di Euro 22,7 milioni (+ 48,6%) rispetto ai primi mesi del 2020.

Si segnala, inoltre, un incremento nel primo trimestre del 2021 dei costi per trasporti correlato, oltre che ai maggiori volumi, al rilevante aumento delle tariffe, e dei costi del personale correlati ai nuovi piani di incentivazione.

Considerando il contributo positivo di *Capital Brands* per Euro 11,2 milioni, l'EBITDA ante oneri non ricorrenti/piano *stock option* è stato pari a Euro 128,6 milioni (18,9% dei ricavi).

Con riferimento al perimetro omogeneo, l'EBITDA ante oneri non ricorrenti/piano *stock option*, pari a Euro 117,4 milioni, il 18,8% dei ricavi, ha mostrato una robusta crescita rispetto al dato del primo trimestre del 2020 pari a Euro 42,1 milioni, il 10,7% dei ricavi.

Nel primo trimestre 2021 il Gruppo ha rilevato oneri figurativi relativi a piani di *stock option* per Euro 0,9 milioni (Euro 0,4 milioni nei primi tre mesi del 2020) e oneri non ricorrenti per complessivi Euro 0,1 milioni che si confrontano con Euro 5,1 milioni del corrispondente periodo del 2020 comprensivi principalmente dei costi sostenuti in relazione all'emergenza sanitaria, tra cui la donazione a favore di iniziative per il contenimento del contagio per Euro 3,1 milioni.

Con ammortamenti pari a Euro 19,3 milioni nel primo trimestre 2021 (Euro 19,1 milioni nei primi tre mesi del 2020) il risultato operativo, nella nuova configurazione del Gruppo, è stato pari a Euro 108,2 milioni, il 15,9% dei ricavi.

A perimetro omogeneo il risultato operativo dei tre mesi è stato pari a Euro 98,1 milioni, ossia il 15,7% dei ricavi (Euro 17,6 milioni, 4,5% dei ricavi nel corrispondente periodo del 2020).

Dopo aver rilevato oneri finanziari per Euro 3,6 milioni (Euro 1,5 milioni nei primi tre mesi del 2020) ed imposte per Euro 23,8 milioni (Euro 5,1 milioni nel primo trimestre del 2020) l'utile netto del Gruppo nel primo trimestre del 2021 è stato pari a Euro 80,9 milioni, ovvero pari a Euro 72,7 milioni a perimetro omogeneo, in decisa crescita rispetto a Euro 11,0 milioni dei primi tre mesi del 2020.

Il capitale circolante netto operativo è stato pari a Euro 252,3 milioni (9,6% dei ricavi), pari a Euro 230,0 milioni (8,9% dei ricavi) a perimetro omogeneo, in decisivo miglioramento sia a valore che in termini di rotazione rispetto al dato del 31 marzo 2020 (era pari a Euro 311,3 milioni, 14,7% sui ricavi) e sostanzialmente allineato sui valori al 31 dicembre 2020 (Euro 240,2 milioni, 10,2% dei ricavi). L'andamento del capitale circolante netto operativo nel primo trimestre 2021 è apparso in continuità con quanto già evidenziato alla fine del 2020 confermando i buoni risultati di un'attenta gestione dei crediti e delle positive dinamiche nei debiti commerciali, connesse anche al *timing* e all'accelerazione degli acquisti, che hanno permesso di compensare l'aumento delle scorte di magazzino in linea con il *trend* del *business*.

Al 31 marzo 2021, la posizione finanziaria netta è risultata positiva per Euro 318,2 milioni (positiva per Euro 335,0 milioni al 31 marzo 2020 e per Euro 232,0 milioni al 31 dicembre 2020).

La voce includeva componenti non bancarie, rappresentate principalmente dal debito relativo ai contratti di *leasing* contabilizzati secondo l'IFRS 16; al netto di tali componenti, la posizione finanziaria netta bancaria è stata positiva per Euro 386,9 milioni al 31 marzo 2021 (positiva per Euro 396,8 milioni al 31 marzo 2020 e per Euro 303,8 milioni al 31 dicembre 2020).

Nei dodici mesi è stato registrato un assorbimento di cassa complessivo contenuto a Euro 16,8 milioni, nonostante l'acquisizione di *Capital Brands* che ha avuto un impatto sulla posizione finanziaria per Euro 329,3 milioni e la distribuzione di dividendi per Euro 80,8 milioni, grazie a un flusso netto operativo che ha beneficiato della accresciuta redditività e di un miglioramento della gestione del capitale circolante.

Il Gruppo, nonostante la buona e solida situazione finanziaria, nell'ambito della strategia di allungamento della durata media effettiva del portafoglio di debito e per approfittare delle buone condizioni di mercato ha ritenuto di incrementare e diversificare la propria disponibilità finanziaria attraverso un accordo siglato in data 24 marzo per la sottoscrizione di un nuovo finanziamento ESG (*Environmental-Social-Governance*) per Euro 100 milioni. Questa operazione introduce un meccanismo premiante che consente di collegare il raggiungimento di obiettivi in materia ESG (*Environmental-Social-Governance*) ad un aggiustamento annuale del margine e si innesta all'interno della strategia di Sostenibilità del Gruppo.

Il Gruppo, inoltre, sempre nell'ambito della predetta strategia finanziaria, ha finalizzato la sottoscrizione di una ulteriore *tranche* per Euro 150 milioni di un prestito obbligazionario (*USPP*), emesso e sottoscritto da un primario gruppo finanziario statunitense in data 7 aprile 2021, con scadenza nel 2041.

Le risorse reperite saranno utilizzate per le necessità operative correnti e straordinarie.

Si segnala, infine, che, in data 22 marzo 2021, De' Longhi ha annunciato di aver raggiunto un accordo per rilevare il restante 60% di partecipazione e ottenere il controllo totale di Eversys, gruppo svizzero in forte crescita, attivo nella progettazione e commercializzazione di macchine professionali per il caffè espresso, con un focus specifico sui modelli superautomatici, per i quali ha sviluppato una tecnologia altamente innovativa che assicura un posizionamento nella fascia alta del settore di riferimento.

L'importo previsto per la quota del restante 60% di partecipazione è stato pari a CHF 110 milioni. Il perfezionamento dell'operazione, soggetto all'approvazione delle autorità Antitrust, è avvenuto in data 3 maggio.

## Andamento economico del Gruppo

Il conto economico consolidato riclassificato è riepilogato nella tabella di seguito:

Valori in milioni di Euro	1° Trimestre 2021	% sui ricavi	1° Trimestre 2021 a perimetro omogeneo	% sui ricavi	1° Trimestre 2020	% sui ricavi
<b>Ricavi netti</b>	<b>678,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>625,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>393,3</b>	<b>100,0%</b>
<i>Variazioni</i>	285,4	72,6%	232,3	59,1%		
Consumi e altri costi di natura industriale (servizi e costo del lavoro industriale)	(323,6)	(47,7%)	(294,2)	(47,0%)	(195,0)	(49,6%)
<b>Margine industriale netto</b>	<b>355,1</b>	<b>52,3%</b>	<b>331,5</b>	<b>53,0%</b>	<b>198,3</b>	<b>50,4%</b>
Costi per servizi ed altri oneri operativi	(170,1)	(25,1%)	(160,5)	(25,7%)	(108,5)	(27,6%)
Costo del lavoro (non industriale)	(56,3)	(8,3%)	(53,5)	(8,6%)	(47,7)	(12,1%)
<b>EBITDA ante oneri non ricorrenti/stock option</b>	<b>128,6</b>	<b>18,9%</b>	<b>117,4</b>	<b>18,8%</b>	<b>42,1</b>	<b>10,7%</b>
<i>Variazioni</i>	86,5	205,3%	75,3	178,8%		
Oneri non ricorrenti/oneri stock option	(1,0)	(0,2%)	(1,0)	(0,2%)	(5,5)	(1,4%)
<b>Ebitda</b>	<b>127,6</b>	<b>18,8%</b>	<b>116,4</b>	<b>18,6%</b>	<b>36,6</b>	<b>9,3%</b>
Ammortamenti	(19,3)	(2,8%)	(18,3)	(2,9%)	(19,1)	(4,8%)
<b>Risultato operativo</b>	<b>108,2</b>	<b>15,9%</b>	<b>98,1</b>	<b>15,7%</b>	<b>17,6</b>	<b>4,5%</b>
<i>Variazioni</i>	90,7	516,3%	80,6	458,8%		
Proventi (Oneri) finanziari netti	(3,6)	(0,5%)	(3,3)	(0,5%)	(1,5)	(0,4%)
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>104,7</b>	<b>15,4%</b>	<b>94,8</b>	<b>15,2%</b>	<b>16,1</b>	<b>4,1%</b>
Imposte	(23,8)	(3,5%)	(22,1)	(3,5%)	(5,1)	(1,3%)
<b>Risultato netto di competenza del Gruppo</b>	<b>80,9</b>	<b>11,9%</b>	<b>72,7</b>	<b>11,6%</b>	<b>11,0</b>	<b>2,8%</b>

Per permettere una migliore comparazione tra i periodi, i dati relativi al primo trimestre del 2021 sono stati riportati anche nella configurazione a periodo omogeneo, ossia escludendo il contributo di *Capital Brands* la cui acquisizione è stata perfezionata in data 29 dicembre 2020.

## I ricavi

I ricavi del primo trimestre del 2021, considerato il nuovo perimetro del Gruppo, sono stati pari a Euro 678,7 milioni, includendo anche il contributo apportato dai nuovi marchi *Nutribullet* e *MagicBullet*. I ricavi del Gruppo De' Longhi, nella sua configurazione precedente all'acquisizione di *Capital Brands*, sono stati pari a Euro 625,7 milioni, in aumento del 59,1% rispetto al corrispondente periodo del 2020.

La variazione ha beneficiato di un positivo effetto prezzi e mix e di un consistente aumento dei volumi di vendita. La fluttuazione dei cambi delle principali valute ha, invece, avuto un effetto negativo; a cambi costanti, la crescita è stata del 64,7%.

Nel corso del trimestre, in continuità con quanto evidenziato nei mesi precedenti, è proceduto il potenziamento della distribuzione tramite canali *on-line* e le relative vendite sono pressoché duplicate rispetto ai primi tre mesi del 2020.

### I mercati e le linee di business

Rispetto alla precedente configurazione, in considerazione della sua crescente importanza l'area America (che include i mercati del nord, centro e sud America) è stata evidenziata separatamente rispetto ai paesi Asia Pacific.

L'andamento nelle aree commerciali è riepilogato nella seguente tabella in cui, ai fini di permettere una maggiore comparabilità, si riportano anche i dati a perimetro omogeneo, ossia escludendo il contributo di *Capital Brands*:

Valori in milioni di Euro	1° Trimestre 2021	1° Trimestre 2021 a perimetro omogeneo	1° Trimestre 2020	Variazione a perimetro omogeneo	Variazione % a perimetro omogeneo	Variazione % a perimetro omogeneo e cambi costanti
Europa	456,6	449,6	282,0	167,6	59,4%	63,3%
America	100,4	59,9	36,7	23,2	63,3%	77,2%
Asia Pacific	69,5	66,1	54,5	11,6	21,3%	25,2%
MEIA	52,2	50,0	20,0	29,9	149,4%	169,9%
<b>Totale ricavi</b>	<b>678,7</b>	<b>625,7</b>	<b>393,3</b>	<b>232,3</b>	<b>59,1%</b>	<b>64,7%</b>

In **Europa** i ricavi a perimetro omogeneo sono stati pari a Euro 449,6 milioni, in aumento del 59,4% rispetto al primo trimestre del 2020 (+63,3% a parità di cambi).

All'interno dell'area, tutti i mercati hanno mostrato risultati positivi.

Il fatturato in Germania ha registrato, nel trimestre, una forte crescita grazie all'incremento delle vendite di macchine per il caffè superautomatiche, di *kitchen machines* a marchio Kenwood e di *handblender* Braun; i prodotti per il condizionamento mobile hanno, invece, risentito di una contrazione dovuta ad un confronto con i primi mesi del 2020 che beneficiavano dell'anticipazione di alcuni ordini.

L'Italia ha mantenuto il *trend* positivo osservato a partire dalla seconda parte dell'anno precedente e ha raddoppiato i ricavi rispetto a un primo trimestre del 2020 debole; buoni i risultati registrati in tutte le principali categorie di prodotto.

Il mercato francese ha confermato il buon andamento dei periodi precedenti e ha chiuso il trimestre con ricavi in solida crescita grazie al successo delle macchine per il caffè superautomatiche, delle *kitchen machines* e degli *handblender*.

Nel Regno Unito i primi tre mesi del 2021 hanno mostrato un andamento molto positivo.

La Polonia, beneficiando dell'incremento delle vendite di macchine per il caffè, in particolare superautomatiche, ha realizzato una considerevole crescita del fatturato.

In Russia i ricavi hanno segnato una crescita a doppia cifra, nonostante un effetto cambi particolarmente penalizzante, soprattutto grazie al buon andamento delle vendite di macchine per il caffè superautomatiche e degli *handblender*.

Nell'area **America**, che per prima ha beneficiato dell'introduzione dei due nuovi marchi conseguentemente all'acquisizione di *Capital Brands*, i ricavi sono stati pari a Euro 100,4 milioni, pari a Euro 59,9 milioni a perimetro omogeneo in crescita del 63,3% grazie al buon andamento delle vendite di prodotti per il caffè, in particolare macchine della piattaforma Nespresso, ma anche modelli a pompa e superautomatici, e dei prodotti per il *comfort*, soprattutto con riferimento al condizionamento mobile. La fluttuazione dei cambi ha, invece, penalizzato l'area che a cambi costanti ha segnato una crescita del +77,2%.

L'area **Asia Pacific**, nella configurazione a perimetro omogeneo, ha realizzato nel primo trimestre 2021 ricavi per Euro 66,1 milioni, in crescita del 21,3% rispetto al corrispondente periodo del 2020 nonostante un effetto cambi negativo; a cambi costanti la crescita è stata del 25,2%.

Molto buoni sono stati i risultati in Australia e Nuova Zelanda che hanno registrato un aumento delle vendite di prodotti per il caffè, principalmente macchine della piattaforma Nespresso e modelli a pompa, e di *kitchen machines* oltre che dei piccoli elettrodomestici per la cottura e preparazione dei cibi.

Un *trend* analogo di solida crescita è stato registrato anche in Giappone e Corea del Sud.

L'area **MEIA** ha chiuso il trimestre con ricavi a perimetro omogeneo pari a Euro 50,0 milioni (+149,4% rispetto al primo trimestre 2020) grazie anche ai benefici della ristrutturazione commerciale completata nel corso del 2020 che sta portando gli auspicati risultati; inoltre, la comparazione con i primi tre mesi del 2020, beneficia della debolezza di questi ultimi dovuta ad alcune criticità nella *supply chain* legate alla prima fase della crisi sanitaria.

A livello di linee di *business* hanno registrato una buona crescita tutte le categorie di prodotto.

I ricavi del segmento dei prodotti per il caffè sono passati da Euro 219,6 milioni del primo trimestre 2020 a Euro 348,0 milioni nei primi tre mesi del 2021, pari al 55% del totale.

Nei tre mesi del 2021, le vendite di macchine superautomatiche hanno mostrato una solida crescita, confermando il successo registrato nel 2020; molto buono anche l'andamento del fatturato dei modelli a pompa e dei prodotti della piattaforma Nespresso.

Il segmento dei prodotti per la cottura e preparazione dei cibi ha registrato un andamento molto positivo, trainato soprattutto dal significativo incremento di vendite di *kitchen machines* che hanno beneficiato del crescente interesse per la cucina e la sana alimentazione. Inoltre, un contributo significativo è stato apportato dalle vendite di prodotti a marchio *Nutribullet* e *MagicBullet*, recentemente acquisiti.

Le vendite di prodotti per il *comfort* hanno mostrato un incremento consistente soprattutto con riferimento al riscaldamento.

Infine, è risultato positivo anche il *trend* del fatturato della famiglia di prodotti per la pulizia della casa e lo stiro.

## Andamento della redditività

In termini di marginalità, il primo trimestre del 2021 ha beneficiato di un *mix* favorevole e di un effetto prezzi positivo; inoltre, hanno contribuito a sostenere la redditività anche il contenimento di alcuni costi conseguente alle azioni intraprese dal Gruppo e una più elevata efficienza ottenuta in relazione ai maggiori volumi.

Nella nuova configurazione, il Gruppo ha realizzato nel primo trimestre del 2021 un margine industriale netto pari a Euro 355,1 milioni, che ha beneficiato del contributo positivo della neo-acquisita *Capital Brands*.

A perimetro omogeneo, il primo margine è stato pari a Euro 331,5 milioni, ossia il 53,0% dei ricavi, in crescita rispetto al dato relativo al corrispondente periodo del 2020 sia a valore che in termini di incidenza sui ricavi (Euro 198,3 milioni, ovvero 50,4% dei ricavi nei primi tre mesi del 2020).

Fin dall'inizio della crisi sanitaria il *management* ha ritenuto importante mantenere elevati gli investimenti in attività di comunicazione e promozionali a supporto dei prodotti e dei *brand* del Gruppo. Questa decisione è stata rinnovata per il 2021 e, già nel primo trimestre che tradizionalmente per effetto della stagionalità è il meno rilevante, si evidenziano costi per pubblicità e spese promozionali complessivamente pari a Euro 69,4 milioni, in aumento di Euro 22,7 milioni (+48,6%) rispetto ai primi mesi del 2020.

Si segnala, inoltre, un incremento nel primo trimestre del 2021 dei costi per trasporti correlato, oltre che ai maggiori volumi, al rilevante aumento delle tariffe e dei costi del personale correlati ai nuovi piani di incentivazione.

Considerando il contributo positivo di *Capital Brands* per Euro 11,2 milioni, l'EBITDA ante oneri non ricorrenti/piano *stock option* è stato pari a Euro 128,6 milioni (18,9% dei ricavi).

Con riferimento al perimetro omogeneo, l'EBITDA ante oneri non ricorrenti/piano *stock option*, pari a Euro 117,4 milioni, il 18,8% dei ricavi, ha mostrato una robusta crescita rispetto al dato del primo trimestre del 2020 pari a Euro 42,1 milioni, il 10,7% dei ricavi.

Nel primo trimestre 2021 il Gruppo ha rilevato oneri figurativi relativi a piani di *stock option* per Euro 0,9 milioni (Euro 0,4 milioni nei primi tre mesi del 2020) e oneri non ricorrenti per complessivi Euro 0,1 milioni che si confrontano con Euro 5,1 milioni del corrispondente periodo del 2020 comprensivi principalmente dei costi sostenuti in relazione all'emergenza sanitaria, tra cui la donazione a favore di iniziative per il contenimento del contagio per Euro 3,1 milioni.

Con ammortamenti pari a Euro 19,3 milioni nel primo trimestre 2021 (Euro 19,1 milioni nei primi tre mesi del 2020) il risultato operativo dei tre mesi è stato pari a Euro 108,2 milioni, il 15,9% dei ricavi; a perimetro omogeneo è stato pari a Euro 98,1 milioni, ossia il 15,7% dei ricavi (Euro 17,6 milioni, 4,5% dei ricavi nel corrispondente periodo del 2020).

Considerando il contributo di *Capital Brands* l'utile netto del Gruppo nel primo trimestre del 2021 è stato pari a Euro 80,9 milioni, dopo aver rilevato oneri finanziari per Euro 3,6 milioni (Euro 1,5 milioni nei primi tre mesi del 2020) imposte per Euro 23,8 milioni (Euro 5,1 milioni nel primo trimestre del 2020).

L'utile netto del Gruppo a perimetro omogeneo è stato pari a Euro 72,7 milioni, in decisa crescita rispetto a Euro 11,0 milioni dei primi tre mesi del 2020.

## Analisi della situazione patrimoniale e finanziaria

La situazione patrimoniale e finanziaria consolidata riclassificata è riepilogata di seguito:

Valori in milioni di Euro	31.03.2021	31.03.2020	31.12.2020
- Immobilizzazioni immateriali	632,1	314,5	631,9
- Immobilizzazioni materiali	328,9	320,2	324,6
- Immobilizzazioni finanziarie	33,7	31,4	34,6
- Attività per imposte anticipate	64,1	48,1	57,0
<b>Attività non correnti</b>	<b>1.058,8</b>	<b>714,3</b>	<b>1.048,1</b>
- Magazzino	545,3	407,7	424,0
- Crediti commerciali	316,8	220,4	398,1
- Debiti commerciali	(609,8)	(316,8)	(581,9)
- Altri debiti (al netto crediti)	(150,8)	(54,6)	(144,0)
<b>Capitale circolante netto</b>	<b>101,4</b>	<b>256,6</b>	<b>96,2</b>
<b>Totale passività a lungo termine e fondi</b>	<b>(114,5)</b>	<b>(115,2)</b>	<b>(108,9)</b>
<b>Capitale investito netto</b>	<b>1.045,8</b>	<b>855,7</b>	<b>1.035,4</b>
<b>(Posizione finanziaria netta attiva)</b>	<b>(318,2)</b>	<b>(335,0)</b>	<b>(232,0)</b>
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>1.364,0</b>	<b>1.190,7</b>	<b>1.267,4</b>
<b>Totale mezzi di terzi e mezzi propri</b>	<b>1.045,8</b>	<b>855,7</b>	<b>1.035,4</b>

Nel corso del primo trimestre del 2021, il Gruppo ha continuato ad investire in innovazione in ambito industriale e nello sviluppo di nuovi prodotti per complessivi Euro 19,8 milioni (Euro 27,2 milioni nel primo trimestre del 2020, comprensivi dell'acquisto del nuovo stabilimento in Romania per Euro 14,2 milioni).

Il capitale circolante netto operativo è stato pari a Euro 252,3 milioni (9,6% dei ricavi), pari a Euro 230,0 milioni (8,9% dei ricavi) a perimetro omogeneo, in decisivo miglioramento sia a valore che in termini di rotazione rispetto al dato del 31 marzo 2020 (era pari a Euro 311,3 milioni, 14,7% sui ricavi) e sostanzialmente allineato sui valori al 31 dicembre 2020 (Euro 240,2 milioni, 10,2% dei ricavi). L'andamento del capitale circolante netto operativo nel primo trimestre 2021 è apparso in continuità con quanto già evidenziato alla fine del 2020 confermando i buoni risultati di un'attenta gestione dei crediti e delle positive dinamiche nei debiti commerciali, connesse anche al *timing* e all'accelerazione degli acquisti, che hanno permesso di compensare l'aumento delle scorte di magazzino in linea con il *trend* del *business*.

La posizione finanziaria netta è dettagliata come segue:

Valori in milioni di Euro	31.03.2021	31.03.2020	31.12.2020
Liquidità	805,7	752,4	662,9
Attività finanziarie correnti	232,9	114,6	243,0
Indebitamento finanziario corrente	(251,6)	(127,2)	(236,6)
<b>Totale posizione finanziaria netta attiva corrente</b>	<b>787,0</b>	<b>739,7</b>	<b>669,3</b>
Attività finanziarie non correnti	75,0	10,3	70,0
Indebitamento finanziario non corrente	(543,9)	(415,0)	(507,3)
<b>Indebitamento finanziario non corrente netto</b>	<b>(468,8)</b>	<b>(404,7)</b>	<b>(437,3)</b>
<b>Totale posizione finanziaria netta</b>	<b>318,2</b>	<b>335,0</b>	<b>232,0</b>
<i>di cui:</i>			
- <i>posizione attiva netta verso banche e altri finanziatori</i>	<i>386,9</i>	<i>396,8</i>	<i>303,8</i>
- <i>debiti per leasing</i>	<i>(65,4)</i>	<i>(70,7)</i>	<i>(65,8)</i>
- <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>	<i>(3,3)</i>	<i>8,9</i>	<i>(6,0)</i>

Al 31 marzo 2021, la posizione finanziaria netta è risultata positiva per Euro 318,2 milioni (positiva per Euro 335,0 milioni al 31 marzo 2020 e per Euro 232,0 milioni al 31 dicembre 2020).

La voce includeva componenti non bancarie, rappresentate principalmente dal debito relativo ai contratti di *leasing* contabilizzati secondo l'IFRS 16; al netto di tali componenti, la posizione finanziaria netta bancaria è stata positiva per Euro 386,9 milioni al 31 marzo 2021 (positiva per Euro 396,8 milioni al 31 marzo 2020 e per Euro 303,8 milioni al 31 dicembre 2020).

Il Gruppo, nonostante la buona e solida situazione finanziaria, nell'ambito della strategia di allungamento della durata media effettiva del portafoglio di debito e per approfittare delle buone condizioni di mercato ha ritenuto di incrementare e diversificare la propria disponibilità finanziaria attraverso un accordo siglato in data 24 marzo per la sottoscrizione di un nuovo finanziamento ESG (*Environmental-Social-Governance*) per Euro 100 milioni. Questa operazione introduce un meccanismo premiante che consente di collegare il raggiungimento di obiettivi in materia ESG (*Environmental-Social-Governance*) ad un aggiustamento annuale del margine e si innesta all'interno della strategia di Sostenibilità del Gruppo.

Il Gruppo, inoltre, sempre nell'ambito della predetta strategia finanziaria, ha finalizzato la sottoscrizione di una ulteriore *tranche* per Euro 150 milioni di un prestito obbligazionario (*USPP*), emesso e sottoscritto da un primario gruppo finanziario statunitense in data 7 aprile 2021, con scadenza nel 2041.

Le risorse reperite saranno utilizzate per le necessità operative correnti e straordinarie.

Il rendiconto finanziario dell'esercizio è così riepilogato:

Valori in milioni di Euro	31.03.2021	31.03.2020	31.12.2020
	3 mesi	3 mesi	12 mesi
Flusso finanziario da gestione corrente	128,9	35,5	352,9
Flusso finanziario da movimenti di capitale circolante	(33,2)	35,5	114,5
Flusso finanziario da attività di investimento	(19,8)	(27,2)	(89,5)
<b>Flusso netto operativo</b>	<b>75,9</b>	<b>43,8</b>	<b>377,9</b>
<b>Acquisizione Capital Brands</b>	-	-	<b>(329,3)</b>
Distribuzione dividendi	-	-	(80,8)
Flusso finanziario da acquisto di azioni proprie	-	(5,0)	(14,5)
Esercizio <i>stock option</i>	0,2	-	21,5
Flusso finanziario da altre variazioni di patrimonio netto	10,1	18,5	(20,5)
<b>Flussi finanziari generati/(assorbiti) da movimenti di patrimonio netto</b>	<b>10,3</b>	<b>13,5</b>	<b>(94,4)</b>
<b>Flusso finanziario di periodo</b>	<b>86,2</b>	<b>57,2</b>	<b>(45,8)</b>
Posizione finanziaria netta di inizio periodo	232,0	277,8	277,8
<b>Posizione finanziaria netta finale</b>	<b>318,2</b>	<b>335,0</b>	<b>232,0</b>

Il flusso netto operativo dei primi tre mesi del 2021 è stato positivo per Euro 75,9 milioni, in miglioramento rispetto al dato del corrispondente periodo del 2020 (Euro 43,8 milioni) per effetto della accresciuta redditività e di un assorbimento, tipico della prima parte dell'anno, del capitale circolante netto, comunque contenuto grazie alla buona gestione del circolante.

Il flusso finanziario del periodo è stato positivo per Euro 86,2 milioni (positivo per Euro 57,2 milioni al 31 marzo 2020 e negativo per Euro 45,8 milioni al 31 dicembre 2020) per effetto principalmente del positivo flusso netto operativo.

Si riportano di seguito il conto economico complessivo del trimestre ed il prospetto delle principali variazioni di patrimonio netto relativi al totale consolidato:

Valori in milioni di Euro	1° Trimestre 2021	1° Trimestre 2020
<b>Risultato netto consolidato</b>	<b>80,9</b>	<b>11,0</b>
Altre componenti dell'utile complessivo	14,6	(6,1)
<b>Totale Utile complessivo al netto delle imposte</b>	<b>95,5</b>	<b>4,9</b>

Valori in milioni di Euro	Patrimonio netto del Gruppo
<b>Patrimonio netto al 1 gennaio 2020</b>	<b>1.190,5</b>
Costo figurativo ( <i>Fair Value</i> ) stock option	0,4
Acquisto di azioni proprie	(5,0)
Utile complessivo del primo trimestre 2020	4,9
<b>Patrimonio netto al 31 marzo 2020</b>	<b>1.190,7</b>
<b>Patrimonio netto al 1 gennaio 2021</b>	<b>1.267,4</b>
Costo figurativo ( <i>Fair Value</i> ) stock option	0,9
Esercizio opzioni	0,2
Utile complessivo del primo trimestre 2021	95,5
<b>Patrimonio netto al 31 marzo 2021</b>	<b>1.364,0</b>

## Indicatori alternativi di *performance*

Nel presente documento, in aggiunta agli indicatori economici e patrimoniali previsti dagli IFRS, vengono presentati ulteriori indicatori di *performance* al fine di consentire una migliore analisi dell'andamento della gestione di Gruppo. Tali indicatori non devono essere considerati alternativi a quelli previsti dagli IFRS.

In particolare le *Non-GAAP Measures* utilizzate sono le seguenti:

- Margine Industriale Netto ed EBITDA: tali grandezze economiche sono utilizzate dal Gruppo come *financial targets* nelle presentazioni interne (*business plan*) e in quelle esterne (agli analisti e agli investitori), e rappresentano un'utile unità di misura per la valutazione delle *performance* operative del Gruppo nel suo complesso e delle singole divisioni in aggiunta al Risultato operativo.

Il Margine industriale netto è determinato sottraendo al totale dei ricavi il costo per consumi e quello relativo ai servizi e al lavoro di natura industriale.

L'EBITDA è una grandezza economica intermedia che deriva dal Risultato operativo dal quale sono esclusi gli ammortamenti delle immobilizzazioni materiali e immateriali. Viene riportato anche nella versione al netto delle componenti non ricorrenti.

- Capitale circolante netto: tale grandezza è costituita dal valore delle rimanenze, dei crediti commerciali, crediti verso erario per imposte correnti e degli altri crediti, da cui viene sottratto il valore dei debiti commerciali, dei debiti tributari e della voce altri debiti.

- Capitale circolante netto operativo: tale grandezza è costituita dal valore delle rimanenze e dei crediti commerciali, al netto dei debiti commerciali.

- Capitale investito netto: tale grandezza è costituita dal valore del Capitale circolante netto a cui sono sommate il valore delle immobilizzazioni immateriali e materiali, delle partecipazioni, degli altri crediti immobilizzati, delle attività per imposte anticipate, a cui sono sottratte le passività fiscali differite, i benefici a dipendenti e i fondi per rischi ed oneri.

- Indebitamento finanziario netto/ (Posizione finanziaria netta attiva): tale grandezza è rappresentata dai debiti finanziari, al netto della cassa ed altre disponibilità liquide equivalenti, nonché degli altri crediti finanziari; viene riportata anche nella versione "bancaria" al netto delle componenti di natura non bancaria. Nel presente resoconto sono evidenziate le voci della situazione patrimoniale - finanziaria utilizzate per la determinazione.

I dati riportati nel presente documento, inclusi alcuni valori percentuali, sono stati arrotondati rispetto al valore in unità di Euro. Conseguentemente alcuni totali, nelle tabelle, potrebbero non coincidere con la somma algebrica dei rispettivi addendi.

---

## Altre informazioni

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato, ai sensi dell'art. 3 della Delibera Consob n. 18079 del 20 gennaio 2012, di aderire al regime di *opt-out* previsto dagli artt. 70, comma 8 e 71, comma 1-*bis* del Reg. Consob n. 11971/99, avvalendosi pertanto della facoltà di derogare agli obblighi di pubblicazione di documenti informativi prescritti in occasione di operazioni significative di fusione, scissione, aumenti di capitale mediante conferimento di beni in natura, acquisizioni e cessioni.

---

## Azioni proprie

L'Assemblea del 21 aprile 2021 ha deliberato il rinnovo – previa revoca della deliberazione assembleare adottata in data 22 aprile 2020, per la parte non eseguita – dell'autorizzazione all'acquisto e alla disposizione di azioni proprie, fino ad un massimo di 14,5 milioni di azioni ordinarie e, in ogni caso, in misura non eccedente il quinto del capitale sociale, tenuto conto anche delle azioni eventualmente detenute dalla Capogruppo De' Longhi S.p.A. e dalle sue controllate. L'autorizzazione è stata approvata, in osservanza delle vigenti disposizioni di legge, per un periodo massimo di 18 mesi (e, pertanto, sino al 22 ottobre 2022).

Al 31 marzo 2021 il Gruppo detiene n. 895.350 azioni proprie.

---

## Eventi successivi

In data 7 aprile 2021 il Gruppo De' Longhi, facendo seguito alla delibera del Consiglio di Amministrazione riunitosi l'11 marzo 2021, ha perfezionato l'emissione e il collocamento di titoli obbligazionari ventennali *unsecured* e non convertibili presso investitori istituzionali statunitensi (*US Private Placement*) per l'importo di Euro 150 milioni.

L'emissione costituisce la seconda tranche nel contesto del programma di emissione di obbligazioni *Private Shelf Facility* costituito dalla Società nel 2017 ed è stata sottoscritta da primari investitori istituzionali statunitensi (parte del gruppo *Prudential*). Tale operazione si innesta nell'ambito della strategia di allungamento della durata media effettiva del portafoglio di debito di Gruppo e per approfittare di condizioni di mercato molto favorevoli. Le risorse reperite saranno utilizzate per le necessità operative correnti e straordinarie del Gruppo. I titoli sono stati emessi in un'unica *tranche* e hanno una durata ventennale, con scadenza in data 7 aprile 2041, e una vita media di 15 anni. Sulle obbligazioni maturano interessi dalla data di sottoscrizione a un tasso fisso pari all'1,18% annuo. Il rimborso del prestito avverrà annualmente in quote costanti in linea capitale, la prima delle quali sarà dovuta il 7 aprile 2031 e l'ultima alla data di scadenza, fatta salva la facoltà per la Società di rimborso anticipato. I titoli obbligazionari emessi non hanno *rating* e non sono destinati alla quotazione su mercati regolamentati. L'emissione non è assistita da garanzie né reali né personali. È imposto a De' Longhi il rispetto di vincoli di natura finanziaria (*financial covenants*) coerenti con la prassi di mercato e passate operazioni di natura simile.

In data 3 maggio è avvenuto il perfezionamento dell'acquisto della totalità della partecipazione nel gruppo Eversys, attivo nella progettazione e commercializzazione di macchine professionali per il caffè espresso, con un focus specifico sui modelli superautomatici, per i quali ha sviluppato una tecnologia altamente innovativa che assicura un posizionamento nella fascia alta del settore di riferimento.

Oltre a quanto riportato sopra, non si evidenziano eventi successivi alla fine del trimestre.

---

## Evoluzione prevedibile della gestione

I segnali che pervengono dai mercati nelle settimane del secondo trimestre lasciano ragionevolmente prevedere un andamento delle vendite nei restanti mesi dell'anno molto robusto e più sostenuto di quanto inizialmente atteso. Pertanto il *management* stima per l'anno in corso una robusta crescita dei ricavi a cambi costanti e un EBITDA ante oneri non ricorrenti/*stock option* in linea con il 2020 in percentuale sui ricavi. Questa dinamica attesa permetterà al Gruppo di proseguire nella strategia già annunciata di incrementare gli investimenti in *marketing* e comunicazione, a sostegno dei propri marchi e prodotti, alimentando così un circolo virtuoso finalizzato alla crescita di medio termine.

Treviso, 12 maggio 2021

Per il Consiglio di Amministrazione  
L'Amministratore Delegato

Massimo Garavaglia

\*\*\*\*\*

---

## Dichiarazione del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili e societari, Stefano Biella, dichiara ai sensi dell'art. 154-*bis* comma 2 del Testo unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente resoconto intermedio di gestione corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

*Treviso, 12 maggio 2021*

*Il dirigente preposto alla redazione  
dei documenti contabili e societari*

*Stefano Biella*

\*\*\*\*\*

Il presente fascicolo è disponibile su internet all'indirizzo:  
[www.delonghigroup.com](http://www.delonghigroup.com)

**De' Longhi S.p.A.**

Sede sociale: Via L. Seitz, 47 – 31100 Treviso

Capitale Sociale: Euro 225.837.846 (sottoscritto e versato)

Codice Fiscale e N. iscrizione al Registro delle Imprese: 11570840154

Iscritta al R.E.A. di Treviso n. 224758

Partita I.V.A. 03162730265