

# RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 31 MARZO

# 2022



**DēLonghi Group**



## ORGANI SOCIETARI\*

### Consiglio di amministrazione

GIUSEPPE DE' LONGHI	Presidente
FABIO DE' LONGHI	Vice-Presidente
MASSIMO GARAVAGLIA	Amministratore Delegato
MASSIMILIANO BENEDETTI**	Consigliere
FERRUCCIO BORSANI**	Consigliere
LUISA MARIA VIRGINIA COLLINA**	Consigliere
SILVIA DE' LONGHI	Consigliere
CARLO GARAVAGLIA	Consigliere
CARLO GROSSI**	Consigliere
MICAELA LE DIVELEC LEMMI**	Consigliere
MARIA CRISTINA PAGNI	Consigliere
STEFANIA PETRUCCIOLI	Consigliere

### Collegio sindacale

CESARE CONTI	Presidente
ALESSANDRA DALMONTE	Sindaco effettivo
ALBERTO VILLANI	Sindaco effettivo
RAFFAELLA ANNAMARIA PAGANI	Sindaco supplente
ALBERTA GERVASIO	Sindaco supplente

### Società di revisione

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

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

LUISA MARIA VIRGINIA COLLINA**	Presidente
MICAELA LE DIVELEC LEMMI**	
STEFANIA PETRUCCIOLI	

### Comitato Remunerazioni e Nomine

CARLO GROSSI**	Presidente
FERRUCCIO BORSANI**	
CARLO GARAVAGLIA	

### Comitato Indipendenti

LUISA MARIA VIRGINIA COLLINA**	Presidente e Lead Independent Director
MASSIMILIANO BENEDETTI**	
MICAELA LE DIVELEC LEMMI**	

\* Gli organi societari attuali sono stati nominati dall'Assemblea degli azionisti del 20 aprile 2022 per il triennio 2022-2024.

\*\* Amministratori indipendenti.

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

**Premessa e definizioni**

Il presente documento espone i risultati consolidati al 31 marzo 2022, non sottoposti a revisione contabile.

Le informazioni finanziarie al 31 marzo 2022 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 2021.

Le dichiarazioni previsionali (forward - looking statements), contenute in particolare nella sezione "Evoluzione prevedibile della gestione", per loro natura, hanno una componente di rischio e di incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. Alla data del presente Resoconto, si registra un elevato livello di incertezza che impone un atteggiamento di cautela nella redazione delle previsioni economiche, visto il contesto in cui le prospettive economiche continuano a dipendere dall'andamento della pandemia e dalle conseguenti tensioni sulla supply chain nonché dall'evoluzione del conflitto tra Russia e Ucraina. I risultati effettivi potranno pertanto differire rispetto a quelli annunciati in relazione a diversi fattori.

I dati economici e patrimoniali-finanziari di seguito commentati si riferiscono al nuovo perimetro del Gruppo De'Longhi risultante dalle recenti acquisizioni di Capital Brands ed Eversys.

Al fine di fornire una migliore comparabilità, con riferimento al conto economico del primo trimestre del 2022, sono riportati anche i dati a perimetro omogeneo, ossia escludendo dal consolidamento i saldi relativi ad Eversys, entrata a far parte del Gruppo a partire dal 1° aprile 2021.

I dati comparativi al 31 marzo 2021 sono stati rideterminati, come previsto dall'IFRS 3, in conseguenza alla contabilizzazione definitiva dell'aggregazione aziendale relativa a Capital Brands.

I valori a cambi costanti sono stati calcolati escludendo gli effetti della variazione dei tassi di cambio e della contabilizzazione delle operazioni in derivati.

## Principali indicatori economico-patrimoniali

### Dati economici

Valori in milioni di Euro	31.03.2022	%	31.03.2022 (*) a perimetro omogeneo	%	31.03.2021 (**)	%	Variazione a perimetro omogeneo	Variazione a perimetro omogeneo %
Ricavi	735,5	100,0%	716,0	100,0%	678,7	100,0%	37,3	5,5%
<i>Ricavi a cambi costanti</i>	<i>718,5</i>	<i>100,0%</i>	<i>700,0</i>	<i>100,0%</i>	<i>679,6</i>	<i>100,0%</i>	<i>20,5</i>	<i>3,0%</i>
Margine industriale netto	375,6	51,1%	365,6	51,1%	355,1	52,3%	10,5	3,0%
EBITDA ante oneri non ricorrenti/oneri stock option	100,1	13,6%	94,7	13,2%	128,6	18,9%	(33,9)	(26,4%)
<i>EBITDA ante oneri non ricorrenti/stock option a cambi costanti</i>	<i>108,4</i>	<i>15,1%</i>	<i>103,3</i>	<i>14,8%</i>	<i>128,6</i>	<i>18,9%</i>	<i>(25,3)</i>	<i>(19,7%)</i>
Ebitda	93,5	12,7%	88,1	12,3%	121,7	17,9%	(33,6)	(27,6%)
Risultato operativo	69,1	9,4%	65,0	9,1%	100,9	14,9%	(35,8)	(35,5%)
Risultato netto di competenza del Gruppo	50,6	6,9%	45,4	6,3%	75,4	11,1%	(30,0)	(39,8%)

(\*) I dati a perimetro omogeneo, forniti per una migliore comparabilità, sono determinati escludendo dal consolidamento i saldi relativi al Gruppo Eversys, la cui acquisizione è avvenuta nel secondo trimestre 2021.

(\*\*) I dati del primo trimestre 2021 sono stati rideterminati in relazione alla contabilizzazione definitiva dell'aggregazione aziendale di Capital Brands; conseguentemente, rispetto ai dati precedentemente pubblicati si segnalano un minor EBITDA per € 5,9 milioni, un minor Risultato operativo per € 7,4 milioni e una riduzione del Risultato netto di competenza del Gruppo per € 5,5 milioni.

### Dati patrimoniali e finanziari

Valori in milioni di Euro	31.03.2022	31.03.2021 (*)	31.12.2021
Capitale circolante netto	162,3	102,3	(8,6)
Capitale circolante netto operativo	334,7	253,1	199,7
Capitale circolante netto operativo/Ricavi	10,2%	9,6%	6,2%
Capitale investito netto	1.357,7	1.058,7	1.145,5
Posizione finanziaria netta attiva	274,6	314,1	425,1
<i>di cui:</i>			
- <i>posizione finanziaria netta bancaria</i>	<i>356,7</i>	<i>386,9</i>	<i>505,9</i>
- <i>altre attività/(passività) non bancarie</i>	<i>(82,1)</i>	<i>(72,8)</i>	<i>(80,8)</i>
Patrimonio netto	1.632,3	1.372,8	1.570,6

(\*) I dati al 31 marzo 2021 sono stati rideterminati in relazione alla contabilizzazione definitiva dell'aggregazione aziendale di Capital Brands; conseguentemente, rispetto ai dati precedentemente pubblicati si segnalano un Capitale circolante netto in aumento di € 0,8 milioni, un maggior Capitale investito netto per € 12,8 milioni e una riduzione della Posizione finanziaria netta attiva per € 4,0 milioni.

## Analisi della gestione

Nel corso del primo trimestre del 2022 il Gruppo De' Longhi ha realizzato ricavi per Euro 735,5 milioni, in crescita dell'8,4% rispetto al corrispondente periodo del 2021, e un EBITDA ante oneri non ricorrenti/stock option pari a Euro 100,1 milioni (Euro 128,6 milioni nel primo trimestre 2021).

Tali risultati si collocano in un contesto difficile che è stato caratterizzato da un trend inflattivo per i trasporti, le materie prime e i componenti di acquisto. Da un lato, il perdurare della pandemia ha avuto impatti negativi sulle dinamiche di consumo e sull'operatività della supply chain, soprattutto, a causa dei nuovi lockdown in Cina, e, dall'altro, lo scoppio del conflitto in Ucraina ha determinato la sospensione del business nel mercato ucraino, la forte limitazione delle attività in Russia e un generale clima di incertezza globale.

Inoltre, l'andamento economico, con riferimento alle fluttuazioni rispetto all'anno precedente, risulta penalizzato dal confronto con i valori registrati nei primi mesi del 2021 che avevano mostrato un trend estremamente positivo con ricavi in crescita del 59,1% rispetto al 2020 (quest'ultimo aveva evidenziato ricavi pari a Euro 393,3 milioni e un EBITDA ante oneri non ricorrenti/stock option di Euro 42,1 milioni).

In termini di marginalità, i risultati del periodo sono stati influenzati dagli impatti derivanti dall'aumento del costo delle materie prime, dalla ridotta disponibilità di componenti e prodotti finiti e dall'incremento dei costi per trasporto, nonché dal proseguimento di importanti investimenti in comunicazione e marketing, in particolare con riferimento alla campagna di comunicazione globale lanciata a partire dallo scorso settembre. Il confronto con il primo trimestre 2020 evidenzia, però, una crescita rilevante in termini di EBITDA ante oneri non ricorrenti/stock option che passa da Euro 42,1 milioni dei primi tre mesi del 2020 a Euro 94,7 milioni del 2022 che includono, tuttavia, il contributo del consolidamento di Capital Brands.

A livello patrimoniale/finanziario, si segnalano un capitale circolante in aumento sia a valore che in termini di rotazione sui ricavi a causa di maggiori livelli di scorte solo parzialmente compensati dagli effetti di una buona gestione di crediti e debiti commerciali, e una posizione finanziaria netta positiva la cui variazione risente soprattutto delle dinamiche sul capitale circolante.

Tali risultati, che in questo contesto appaiono positivi e incoraggianti, confermano l'efficacia delle azioni poste in essere basate su una visione di lungo termine, innovazione di prodotto, eccellenza produttiva e continui investimenti in comunicazione, che poggiano su trend strutturali di crescita nei core business, in particolare nel segmento dei prodotti per il caffè, sulla diversificazione geografica e sulla forza di brand leader.

L'elevato livello di incertezza di questo periodo impone, ovviamente, un atteggiamento di cautela visto il contesto in cui le prospettive economiche continuano a dipendere dall'andamento della pandemia, seppur in progressivo miglioramento, e dalle conseguenti tensioni sulla supply chain nonché dall'evoluzione del conflitto tra Russia e Ucraina.

In particolare, con riferimento alla rapida escalation delle tensioni nella regione est-europea, ha destato preoccupazione, innanzitutto, la sicurezza delle persone, dei dipendenti e delle loro famiglie e, in subordine, l'andamento dell'economia in questi mercati.

Per quanto riguarda la filiale Ucraina, il Gruppo ha predisposto le necessarie misure per mettere in sicurezza il personale, agevolando il trasferimento e l'ospitalità dei dipendenti presso altre filiali del Gruppo garantendo loro il pagamento degli stipendi e un adeguato supporto finanziario e sanitario.

Le attività commerciali hanno subito un arresto che ha comportato un rischio probabile di recuperabilità degli asset aziendali, crediti verso il retail locale e magazzino, di cui si è tenuto conto nel presente resoconto, anche se si intravedono segnali incoraggianti che possono far ipotizzare la ripresa dell'attività in alcune aree del paese con la conseguente possibilità di rientrare di alcune posizioni debitorie.

Per quanto riguarda, invece, i principali assets del Gruppo in Russia - crediti verso la clientela retail e magazzino – ad oggi non si sono evidenziate particolari criticità; i crediti commerciali, nello specifico, sono coperti da assicurazione sottoscritta con una primaria compagnia assicurativa internazionale e ad oggi l'esposizione si è molto ridotta grazie agli incassi pervenuti. Le forniture al mercato russo e tutti gli investimenti e progetti previsti per l'anno in corso sono stati bloccati.

Si segnala, inoltre, che il Gruppo ha destinato una donazione complessivamente pari a Euro 1 milione ad organizzazioni non governative a sostegno della popolazione colpita dal conflitto.

I ricavi dei primi tre mesi del 2022 sono stati pari a Euro 735,5 milioni in crescita dell'8,4% rispetto al medesimo periodo del 2021 (+5,7% a parità di cambi).

A perimetro omogeneo, i ricavi sono stati pari a Euro 716,0 milioni con una progressione del 5,5% rispetto al primo trimestre del 2021 (+3,0% a cambi costanti).

L'andamento, seppur positivo, risente in termini comparativi, della performance registrata nel primo trimestre del 2021 in cui era stata evidenziata una crescita record del 59,1% (escludendo l'allora neo acquisita Capital Brands), e tuttavia torna in linea con una crescita mid-single-digit del medesimo periodo del 2020.

La variazione ha beneficiato, oltre che di un favorevole effetto cambi, di un positivo effetto prezzi e mix e di un aumento dei volumi di vendita.

A livello geografico, i risultati sono stati soddisfacenti in tutte le aree in cui il Gruppo opera con la sola eccezione dell'**Europa** in cui i ricavi a perimetro omogeneo sono stati pari a Euro 445,4 milioni, in contrazione del 2,5% rispetto al primo trimestre del 2021 (-2,4% a parità di cambi) per effetto di un confronto con un primo trimestre del 2021 in cui le vendite avevano segnato, con riferimento ai principali mercati, una crescita ad un ritmo superiore alla media del Gruppo, per gli effetti derivanti dalla predetta situazione in Russia e Ucraina e per l'andamento negativo in alcuni mercati.

L'area **America** ha chiuso il trimestre con ricavi a perimetro omogeneo pari a Euro 125,6 milioni evidenziando una crescita del 25,1% (+16,5% a cambi costanti) che beneficia soprattutto del contributo del segmento del comfort e della buona performance del comparto dei prodotti per il caffè.

I mercati dell'area **Asia Pacific**, nella configurazione a perimetro omogeneo, hanno realizzato nel primo trimestre 2022 ricavi per Euro 86,3 milioni, in crescita del 24,2% rispetto al corrispondente periodo del 2021 (+17,0% a cambi costanti) grazie, in particolare, alla buona performance di Cina/Hong Kong che stanno beneficiando del cambio di modello di business posto in essere l'anno precedente.

L'area **MEIA** nel primo trimestre del 2022 ha registrato ricavi a perimetro omogeneo pari a Euro 58,7 milioni (+12,6% rispetto al primo trimestre 2021, ovvero +5,8% a parità di cambi).

A livello di linee di business, hanno evidenziato un trend positivo sia il segmento dei prodotti per il caffè che il comparto del comfort. Sono, invece, risultati in contrazione i ricavi dei prodotti per la cottura e preparazione dei cibi, che però si confrontano con un primo trimestre del 2021 particolarmente sfidante.

Nel corso del primo trimestre 2022 la redditività, sostenuta da un positivo effetto prezzi e mix e da una più elevata efficienza ottenuta in relazione ai maggiori volumi, ha risentito di uno sfavorevole andamento dei cambi oltre che di un significativo aumento del costo delle materie prime, della ridotta disponibilità di componenti e prodotti finiti e dell'incremento dei costi per trasporto, nonché del proseguimento di importanti investimenti in comunicazione e marketing (in aumento del 25%, per Euro 17,8 milioni, a perimetro omogeneo).

Il margine industriale netto del primo trimestre 2022 è stato pari a Euro 375,6 milioni, pari al 51,1% sui ricavi. A perimetro omogeneo, il margine si è attestato a Euro 365,6 milioni, ossia il 51,1% dei ricavi, in crescita a cambi costanti sia a valore (+Euro 13,6 milioni) che in termini percentuali (dal 52,3% al 52,7%) rispetto al dato relativo al corrispondente periodo del 2021.

L'EBITDA ante oneri non ricorrenti/stock option, nella configurazione a perimetro omogeneo, è stato pari a Euro 100,1 milioni (13,6% dei ricavi), ovvero pari a Euro 94,7 milioni (13,2% sui ricavi) nel primo trimestre 2022 ed è risultato in contrazione rispetto al dato dei primi tre mesi del 2021 (Euro 128,6 milioni, ovvero il 18,9% dei ricavi) soprattutto per effetto di un deciso aumento dei costi connessi alla movimentazione e stoccaggio delle merci e di significativi investimenti in attività di comunicazione e marketing che includono la quota di competenza dei costi connessi alle campagne pubblicitarie globali lanciate, con il coinvolgimento degli ambassador, solo a partire da settembre 2021.

Tra gli oneri non ricorrenti/stock option sono stati rilevati, oltre ad oneri figurativi relativi a piani di stock option per Euro 0,9 milioni (stesso importo del primo trimestre 2021), gli accantonamenti derivanti da una valutazione degli asset in Ucraina (crediti e magazzino) e l'importo della donazione a favore della popolazione colpita dal conflitto, nonché gli effetti economici relativi all'allocazione del fair value determinato in sede di business combination per Capital Brands.

Il risultato operativo del primo trimestre 2022 è stato pari a Euro 69,1 milioni, ovvero Euro 65,0 milioni a perimetro omogeneo, che si confronta con Euro 100,9 milioni del corrispondente periodo del 2021.

Gli oneri finanziari sono stati pari a Euro 2,6 milioni (Euro 2,5 milioni a perimetro omogeneo), in diminuzione rispetto al corrispondente periodo del 2021 (Euro 3,6 milioni nel primo trimestre 2021).

Dopo aver rilevato imposte per Euro 15,7 milioni (Euro 21,9 milioni nel primo trimestre del 2021) e interessi di minoranza per Euro 0,2 milioni, l'utile netto di competenza del Gruppo è stato pari a Euro 50,6 milioni.

Con riferimento alla situazione patrimoniale-finanziaria, si segnala che il primo trimestre del 2022 è stato complesso anche nella gestione del capitale circolante che è risultato in aumento sia rispetto al 31 marzo 2021 che al 31 dicembre 2021. Nonostante una buona gestione dei crediti e dei debiti commerciali, il capitale circolante ha, infatti, risentito del trend del magazzino in aumento, sia a valore che in termini di rotazione sui ricavi, a causa di una pianificazione risultata ottimista, di maggiori scorte di prodotti per il condizionamento in vista della stagione estiva, dell'aumento dei costi di materie prime e componenti, dell'estensione del lead time dovuto a tensioni sulla supply chain, a causa della sospensione del business in Russia e Ucraina e per il consolidamento di Eversys.

In questo contesto, il capitale circolante netto operativo è stato pari a Euro 334,7 milioni (10,2% dei ricavi), (Euro 253,1 milioni al 31 marzo 2021; Euro 199,7 milioni al 31 dicembre 2021).

Al 31 marzo 2022 la posizione finanziaria netta è stata positiva per Euro 274,6 milioni (Euro 314,1 milioni al 31 marzo 2021; Euro 425,1 milioni al 31 dicembre 2021).

Al netto di alcune componenti finanziarie specifiche, tra cui principalmente la valutazione a fair value dei derivati, il debito residuo a fronte di aggregazioni aziendali e operazioni connesse ai fondi pensione, la posizione finanziaria netta "bancaria" è stata attiva per Euro 356,7 milioni (Euro 386,9 milioni al 31 marzo 2021; Euro 505,9 milioni al 31 dicembre 2021).

Nonostante una buona generazione di cassa derivante dalla gestione corrente, le dinamiche che hanno caratterizzato il capitale circolante e gli investimenti effettuati nel periodo hanno comportato nei tre mesi un assorbimento per Euro 150,5 milioni (al 31 marzo 2021 si evidenziava un flusso positivo per Euro 86,2 milioni) che è risultato influenzato da minori cessioni crediti per la diversa stagionalità per circa Euro 67 milioni; normalizzato di tale effetto il flusso sarebbe stato negativo per circa Euro 84 milioni.



## Andamento economico del Gruppo

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

Valori in milioni di Euro	31.03.2022	% sui ricavi	31.03.2022 (*) a perimetro omogeneo	% sui ricavi	31.03.2021 (**)	% sui ricavi
<b>Ricavi netti</b>	<b>735,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>716,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>678,7</b>	<b>100,0%</b>
<i>Variazioni</i>	56,8	8,4%	37,3	5,5%		
Consumi e altri costi di natura industriale (servizi e costo del lavoro industriale)	(359,9)	(48,9%)	(350,4)	(48,9%)	(323,6)	(47,7%)
<b>Margine industriale netto</b>	<b>375,6</b>	<b>51,1%</b>	<b>365,6</b>	<b>51,1%</b>	<b>355,1</b>	<b>52,3%</b>
Costi per servizi ed altri oneri operativi	(210,7)	(28,6%)	(209,1)	(29,2%)	(170,1)	(25,1%)
Costo del lavoro (non industriale)	(64,8)	(8,8%)	(61,8)	(8,6%)	(56,3)	(8,3%)
<b>EBITDA ante oneri non ricorrenti/stock option</b>	<b>100,1</b>	<b>13,6%</b>	<b>94,7</b>	<b>13,2%</b>	<b>128,6</b>	<b>18,9%</b>
<i>Variazioni</i>	(28,6)	(22,2%)	(33,9)	(26,4%)		
Oneri non ricorrenti/oneri stock option	(6,6)	(0,9%)	(6,6)	(0,9%)	(6,9)	(1,0%)
<b>Ebitda</b>	<b>93,5</b>	<b>12,7%</b>	<b>88,1</b>	<b>12,3%</b>	<b>121,7</b>	<b>17,9%</b>
Ammortamenti	(24,4)	(3,3%)	(23,1)	(3,2%)	(20,8)	(3,1%)
<b>Risultato operativo</b>	<b>69,1</b>	<b>9,4%</b>	<b>65,0</b>	<b>9,1%</b>	<b>100,9</b>	<b>14,9%</b>
<i>Variazioni</i>	(31,8)	(31,5%)	(35,8)	(35,5%)		
Proventi (Oneri) finanziari netti	(2,6)	(0,4%)	(2,5)	(0,4%)	(3,6)	(0,5%)
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>66,5</b>	<b>9,0%</b>	<b>62,5</b>	<b>8,7%</b>	<b>97,3</b>	<b>14,3%</b>
Imposte	(15,7)	(2,1%)	(17,1)	(2,4%)	(21,9)	(3,2%)
<b>Risultato netto</b>	<b>50,8</b>	<b>6,9%</b>	<b>45,4</b>	<b>6,3%</b>	<b>75,4</b>	<b>11,1%</b>
Risultato di pertinenza di terzi	0,2	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
<b>Risultato netto di competenza del Gruppo</b>	<b>50,6</b>	<b>6,9%</b>	<b>45,4</b>	<b>6,3%</b>	<b>75,4</b>	<b>11,1%</b>

(\*) I dati a perimetro omogeneo, forniti per una migliore comparabilità, sono determinati escludendo dal consolidamento i saldi relativi al Gruppo Eversys, la cui acquisizione è avvenuta nel secondo trimestre 2021.

(\*\*) I dati del primo trimestre 2021 sono stati rideterminati in relazione alla contabilizzazione definitiva dell'aggregazione aziendale di Capital Brands; conseguentemente, rispetto ai dati precedentemente pubblicati si segnalano un minor EBITDA per € 5,9 milioni, un minor Risultato operativo per € 7,4 milioni e una riduzione del Risultato netto di competenza del Gruppo per € 5,5 milioni.

## I ricavi

I ricavi dei primi tre mesi del 2022 hanno evidenziato un andamento positivo che risente del confronto con uno sfidante primo trimestre del 2021 in cui era stata registrata una crescita record (+59,1% escludendo l'allora neo acquisita Capital Brands), e tuttavia torna in linea con una crescita mid-single-digit del medesimo periodo del 2020.

Nell'attuale configurazione del Gruppo, i ricavi del primo trimestre del 2022 sono stati pari a Euro 735,5 milioni in crescita dell'8,4% rispetto al medesimo periodo del 2021 (+5,7% a parità di cambi).

A perimetro omogeneo, i ricavi sono stati pari a Euro 716,0 milioni con una progressione del 5,5% rispetto al primo trimestre del 2021 (+3,0% a cambi costanti).

La variazione ha beneficiato, oltre che di un favorevole andamento dei cambi, di un positivo effetto prezzi e mix e di un aumento dei volumi di vendita.

Infine, i ricavi del primo trimestre 2022 hanno beneficiato anche del contributo positivo, in linea con le attese, della neo acquisita Eversys attiva nel segmento delle macchine professionali per il caffè espresso.

Risultati positivi sono stati registrati in tutte le aree geografiche con la sola esclusione dell'Europa che maggiormente ha risentito del confronto con un primo trimestre del 2021 in cui i ricavi avevano segnato, con riferimento ai principali mercati, una crescita ad un ritmo superiore alla media del Gruppo.

A livello di linee di business, hanno evidenziato un trend positivo sia il segmento dei prodotti per il caffè che il comparto del comfort. Sono, invece, risultati in contrazione i ricavi dei prodotti per la cottura e preparazione dei cibi che però si confrontano con un primo trimestre del 2021 particolarmente sfidante.

### I mercati e le linee di business

L'andamento nelle aree commerciali in cui il Gruppo opera (Europa, America, Asia Pacific e MEIA) 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 del Gruppo Eversys:

Valori in milioni di Euro	1° Trimestre 2022	%	1° Trimestre 2022 a perimetro omogeneo	%	1° Trimestre 2021	%	Variazione a perimetro omogeneo	Variazione % a perimetro omogeneo	Variazione a cambi costanti % a perimetro omogeneo
Europa	454,5	61,8%	445,4	62,2%	456,6	67,3%	(11,3)	(2,5%)	(2,4%)
America	132,9	18,1%	125,6	17,5%	100,4	14,8%	25,2	25,1%	16,5%
Asia Pacific	88,8	12,1%	86,3	12,1%	69,5	10,2%	16,8	24,2%	17,0%
MEIA	59,4	8,0%	58,7	8,2%	52,2	7,7%	6,6	12,6%	5,8%
<b>Totale ricavi</b>	<b>735,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>716,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>678,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>37,3</b>	<b>5,5%</b>	<b>3,0%</b>

In **Europa** i ricavi a perimetro omogeneo sono stati pari a Euro 445,4 milioni, complessivamente in leggera flessione (-2,5%, ovvero -2,4% a cambi costanti) rispetto al primo trimestre del 2021 che aveva mostrato una crescita del 59,4% sul 2020. All'interno dell'area, i diversi mercati hanno avuto andamenti dissimili tra loro risentendo in maniera non uniforme del confronto con l'anno precedente.

Il mercato tedesco ha confermato i buoni risultati segnando una crescita a doppia cifra trainata dalle vendite di prodotti per il caffè, in particolare macchine superautomatiche e modelli a pompa.

Hanno contribuito alla tenuta del fatturato con un andamento positivo anche la penisola iberica e l'Austria.

L'Italia ha mantenuto i ricavi sostanzialmente in linea con il primo trimestre del 2021 grazie al contributo delle vendite di prodotti per il caffè, soprattutto macchine superautomatiche e prodotti della piattaforma Nespresso che hanno quasi compensato la contrazione del fatturato nel segmento della cottura e preparazione dei cibi.

In Francia è stato registrato un aumento delle vendite di prodotti per il caffè, soprattutto macchine superautomatiche, tuttavia il trimestre si è concluso con ricavi in flessione per una contrazione delle vendite di kitchen machines che avevano over-performato nel corso del 2021.

In UK si evidenzia un trimestre debole che ha interessato tutte le principali famiglie di prodotto, innanzitutto il segmento dei prodotti per il caffè e quello dei prodotti per la cottura e preparazione dei cibi, a causa del calo generalizzato del mercato e di un rallentamento dei consumi.

Russia e Ucraina hanno risentito del conflitto che ha comportato un rallentamento/arresto del business a partire dalla fine del mese di febbraio.

L'area **America** ha chiuso il trimestre con ricavi a perimetro omogeneo pari a Euro 125,6 milioni, evidenziando una forte crescita (+25,1%; ovvero +16,5% a parità di cambi) rispetto al corrispondente periodo del 2021 che già aveva segnato una progressione del 63,3% sul 2020.

Stati Uniti e Canada hanno trainato la crescita grazie ad un'ottima performance del segmento dei prodotti per il caffè, in particolare con riferimento ai modelli della piattaforma Nespresso ma anche in relazione a macchine superautomatiche e modelli a pompa, e ad un'anticipazione del timing delle vendite di prodotti per il condizionamento.

I mercati dell'area **Asia Pacific**, nella configurazione a perimetro omogeneo, hanno realizzato nel primo trimestre 2022 ricavi per Euro 86,3 milioni, mostrando una decisa crescita (+24,2%) rispetto al corrispondente periodo del 2021, a sua volta in progressione del 21,3% sul 2020.

Cina e Hong Kong, che beneficiano della ristrutturazione del modello distributivo avvenuta nel 2021, hanno evidenziato un significativo aumento del fatturato in particolare grazie al comparto dei prodotti per il caffè e, nell'ambito del segmento della preparazione dei cibi, grazie al buon andamento delle vendite di handblender a marchio Braun.

L'area **MEIA** ha evidenziato ricavi a perimetro omogeneo pari a Euro 58,7 milioni, in crescita del 12,6% rispetto al primo trimestre 2021, +5,8% a cambi costanti (+149,4% nel primo trimestre del 2021).

A livello di linee di *business*, nel primo trimestre 2022 si evidenzia una crescita a doppia cifra dei ricavi derivanti dalla vendita di prodotti per il caffè (che rappresentano circa il 55% del totale), in particolare grazie al contributo delle macchine superautomatiche e dei modelli a pompa.

Il segmento del comfort ha registrato ricavi in progressione grazie soprattutto al contributo del mercato statunitense.

Sono, invece, risultate in calo le vendite di prodotti per la cottura e preparazione dei cibi che risentono di una forte accelerazione avvenuta nel corso del 2021 di tutte le categorie di prodotto. Sostanzialmente in linea con i valori del 2021 le vendite di prodotti per la pulizia della casa e lo stiro.

## Andamento della redditività

La redditività del primo trimestre del 2022 è stata sostenuta da un positivo effetto mix, dalle attente politiche di price management e dalla più elevata efficienza ottenuta in relazione ai maggiori volumi di vendita che hanno bilanciato le forti pressioni inflattive sui costi delle materie prime e di supply chain.

L'effetto positivo dei cambi registrato a livello dei ricavi per la rivalutazione delle principali valute di export (con alcune eccezioni tra cui il rublo e lo yen giapponese) è stato ampiamente compensato dall'impatto negativo sui costi di acquisto e di produzione e sulle componenti operative delle filiali estere.

Inoltre, l'andamento della pandemia, seppur in progressivo miglioramento, e le conseguenti tensioni sulla supply chain, hanno comportato un significativo aumento del costo delle materie prime, una ridotta disponibilità di componenti e prodotti finiti e un incremento dei costi per trasporto e servizi logistici che hanno messo sotto pressione la marginalità del Gruppo.

Nel corso del trimestre, infine, sono proseguiti gli investimenti in attività di comunicazione e marketing la cui spesa è risultata in forte aumento rispetto al corrispondente periodo del 2021 (+25%, ovvero +Euro 17,8 milioni, a perimetro omogeneo) includendo, tra gli altri, anche i costi relativi alle campagne che hanno visto coinvolti i nuovi ambassador, lanciate a livello globale a partire da settembre scorso.

Il margine industriale netto del primo trimestre 2022 è stato pari a Euro 375,6 milioni, pari al 51,1% sui ricavi. A perimetro omogeneo, il margine si è attestato a Euro 365,6 milioni, ossia il 51,1% dei ricavi, in crescita a cambi costanti sia a valore (+Euro 13,6 milioni) che in termini percentuali (dal 52,3% al 52,7%) rispetto al dato relativo al corrispondente periodo del 2021.

L'EBITDA ante oneri non ricorrenti/stock option del primo trimestre 2022 è stato pari a Euro 100,1 milioni (13,6% dei ricavi), ovvero pari a Euro 94,7 milioni (13,2% sui ricavi) nella configurazione a perimetro omogeneo, ed è risultato in contrazione rispetto al dato dei primi tre mesi del 2021 (Euro 128,6 milioni, ovvero il 18,9% dei ricavi) soprattutto per effetto di un deciso aumento dei costi connessi alla movimentazione e stoccaggio delle merci e dei significativi investimenti in attività di comunicazione e marketing.

Nel corso del primo trimestre del 2022 sono stati rilevati oneri non ricorrenti/stock option per complessivi Euro 6,6 milioni che includono gli oneri figurativi relativi a piani di stock option per Euro 0,9 milioni (stesso importo dei primi tre mesi del 2021), gli accantonamenti derivanti da una valutazione degli asset in Ucraina (crediti e magazzino) e l'importo della donazione a favore della popolazione colpita dal conflitto, nonché gli effetti economici relativi all'allocazione del fair value determinato in sede di business combination per Capital Brands.

Dopo aver rilevato ammortamenti pari a Euro 24,4 milioni (Euro 23,1 milioni a perimetro omogeneo), in aumento rispetto al dato del primo trimestre 2021 (Euro 20,8 milioni) per effetto dell'entrata a regime dei recenti investimenti in immobilizzazioni, il risultato operativo del primo trimestre 2022 è stato pari a Euro 69,1 milioni, ovvero Euro 65,0 milioni a perimetro omogeneo, che si confronta con Euro 100,9 milioni del corrispondente periodo del 2021.

Gli oneri finanziari sono stati pari a Euro 2,6 milioni (Euro 2,5 milioni a perimetro omogeneo), pari a Euro 3,6 milioni nel primo trimestre del 2021.

Al netto delle imposte per Euro 15,7 milioni (Euro 21,9 milioni nel primo trimestre del 2021) e della quota di risultato di pertinenza dei soci di minoranza per Euro 0,2 milioni, l'utile netto di competenza del Gruppo è stato pari a Euro 50,6 milioni.

## Analisi della situazione patrimoniale e finanziaria

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

Valori in milioni di Euro	31.03.2022	31.03.2021 (*)	31.12.2021
- Immobilizzazioni immateriali	875,7	702,1	867,9
- Immobilizzazioni materiali	423,6	328,0	389,5
- Immobilizzazioni finanziarie	12,3	33,7	11,9
- Attività per imposte anticipate	74,7	66,9	74,3
<b>Attività non correnti</b>	<b>1.386,4</b>	<b>1.130,8</b>	<b>1.343,6</b>
- Magazzino	912,4	546,8	769,3
- Crediti commerciali	280,2	316,1	366,7
- Debiti commerciali	(857,9)	(609,8)	(936,2)
- Altri debiti (al netto crediti)	(172,3)	(150,9)	(208,3)
<b>Capitale circolante netto</b>	<b>162,3</b>	<b>102,3</b>	<b>(8,6)</b>
<b>Totale passività a lungo termine e fondi</b>	<b>(191,0)</b>	<b>(174,4)</b>	<b>(189,5)</b>
<b>Capitale investito netto</b>	<b>1.357,7</b>	<b>1.058,7</b>	<b>1.145,5</b>
<b>(Posizione finanziaria netta attiva)</b>	<b>(274,6)</b>	<b>(314,1)</b>	<b>(425,1)</b>
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>1.632,3</b>	<b>1.372,8</b>	<b>1.570,6</b>
<b>Totale mezzi di terzi e mezzi propri</b>	<b>1.357,7</b>	<b>1.058,7</b>	<b>1.145,5</b>

(\*) I dati al 31 marzo 2021 sono stati rideterminati in relazione alla contabilizzazione definitiva dell'aggregazione aziendale di Capital Brands; conseguentemente, rispetto ai dati precedentemente pubblicati si segnalano un Capitale circolante netto in aumento di € 0,8 milioni, un maggior Capitale investito netto per € 12,8 milioni e una riduzione della Posizione finanziaria netta attiva per € 4,0 milioni.

La variazione del valore delle immobilizzazioni immateriali rispetto al 31 marzo 2021, che include gli investimenti relativi allo sviluppo di nuovi prodotti, si riferisce principalmente all'aggregazione aziendale del Gruppo Eversys.

Nel corso dei primi tre mesi del 2022, il Gruppo ha effettuato investimenti netti per complessivi Euro 56,8 milioni (Euro 19,8 milioni nel corrispondente periodo del 2021; Euro 132,3 milioni nei dodici mesi del 2021), di cui Euro 47,7 milioni relativi a immobilizzazioni materiali che includono principalmente l'acquisto del nuovo stabilimento in Romania oltre che gli interventi in ambito industriale per il potenziamento dei plants in Romania, Italia e Cina già di proprietà.

Il capitale circolante netto è risultato in aumento sia rispetto al 31 marzo 2021 che al 31 dicembre 2021; nonostante una buona gestione dei crediti e dei debiti commerciali, il capitale circolante ha, infatti, risentito del trend del magazzino in aumento, sia a valore che in termini di rotazione sui ricavi, a causa di una pianificazione risultata ottimista, di maggiori scorte di prodotti per il condizionamento in vista della stagione estiva, dell'aumento dei costi di materie prime e componenti, dell'estensione del lead time

dovuto a tensioni sulla supply chain e a causa della sospensione del business in Russia e Ucraina, nonché del consolidamento di Eversys.

In questo contesto, il capitale circolante netto operativo è stato pari a Euro 334,7 milioni (10,2% dei ricavi), (Euro 253,1 milioni al 31 marzo 2021; Euro 199,7 milioni al 31 dicembre 2021).

Il capitale circolante netto al 31 marzo 2022 è stato pari a Euro 162,3 milioni (Euro 102,3 milioni al 31 marzo 2021; negativo per Euro 8,6 milioni al 31 dicembre 2021).

La posizione finanziaria netta è dettagliata come segue:

Valori in milioni di Euro	31.03.2022	31.03.2021 (*)	31.12.2021
Liquidità	893,8	805,7	1.026,1
Attività finanziarie correnti	301,3	232,9	302,1
Indebitamento finanziario corrente	(324,6)	(255,6)	(292,6)
<b>Totale posizione finanziaria netta attiva corrente</b>	<b>870,4</b>	<b>783,0</b>	<b>1.035,6</b>
Attività finanziarie non correnti	71,8	75,0	70,5
Indebitamento finanziario non corrente	(667,6)	(543,9)	(681,0)
<b>Indebitamento finanziario non corrente netto</b>	<b>(595,8)</b>	<b>(468,8)</b>	<b>(610,5)</b>
<b>Totale posizione finanziaria netta</b>	<b>274,6</b>	<b>314,1</b>	<b>425,1</b>
<i>di cui:</i>			
- <i>posizione attiva netta verso banche e altri finanziatori</i>	356,7	386,9	505,9
- <i>debiti per leasing</i>	(75,0)	(65,4)	(75,9)
- <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>	(7,2)	(7,3)	(4,9)

(\*) I dati al 31 marzo 2021 sono stati rideterminati in relazione alla contabilizzazione definitiva dell'aggregazione aziendale di Capital Brands

Al 31 marzo 2022 la posizione finanziaria netta è stata positiva per Euro 274,6 milioni (Euro 314,1 milioni al 31 marzo 2021; Euro 425,1 milioni al 31 dicembre 2021).

Al netto di alcune componenti finanziarie specifiche, tra cui principalmente la valutazione a fair value dei derivati, il debito residuo a fronte di aggregazioni aziendali e operazioni connesse ai fondi pensione, la posizione finanziaria netta "bancaria" è stata attiva per Euro 356,7 milioni (Euro 386,9 milioni al 31 marzo 2021; Euro 505,9 milioni al 31 dicembre 2021).

Il rendiconto finanziario dell'esercizio è così riepilogato:

Valori in milioni di Euro	31.03.2022 <i>3 mesi</i>	31.03.2021 (*) <i>3 mesi</i>	31.12.2021 <i>12 mesi</i>
Flusso finanziario da gestione corrente	99,3	122,7	496,9
Flusso finanziario da movimenti di capitale circolante	(203,1)	(27,0)	5,8
Flusso finanziario da attività di investimento	(56,8)	(19,8)	(132,3)
<b>Flusso netto operativo</b>	<b>(160,6)</b>	<b>75,9</b>	<b>370,3</b>
<b>Acquisizioni</b>	-	-	<b>(129,4)</b>
Distribuzione dividendi	-	-	(80,8)
Esercizio stock option	-	0,2	7,1
Flusso finanziario da altre variazioni di patrimonio netto	10,1	10,1	30,0
<b>Flussi finanziari generati/(assorbiti) da movimenti di patrimonio netto</b>	<b>10,1</b>	<b>10,3</b>	<b>(43,7)</b>
<b>Flusso finanziario di periodo</b>	<b>(150,5)</b>	<b>86,2</b>	<b>197,1</b>
Posizione finanziaria netta di inizio periodo	425,1	228,0	228,0
<b>Posizione finanziaria netta finale</b>	<b>274,6</b>	<b>314,1</b>	<b>425,1</b>

(\*) I dati al 31 marzo 2021 sono stati rideterminati in relazione alla contabilizzazione definitiva dell'aggregazione aziendale di Capital Brands

Nonostante una buona generazione di cassa derivante dalla gestione corrente, le dinamiche che hanno caratterizzato il capitale circolante e gli investimenti effettuati nel periodo hanno comportato nei tre mesi un assorbimento per Euro 150,5 milioni (al 31 marzo 2021 si evidenziava un flusso positivo per Euro 86,2 milioni; positivo per Euro 197,1 milioni al 31 dicembre 2021) che è risultato influenzato da minori cessioni crediti per la diversa stagionalità per circa Euro 67 milioni; normalizzato di tale effetto il flusso sarebbe stato negativo per circa Euro 84 milioni.

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 2022	1° Trimestre 2021 (*)
<b>Risultato netto</b>	<b>50,8</b>	<b>75,4</b>
Altre componenti dell'utile complessivo	10,0	29,0
<b>Utile complessivo</b>	<b>60,8</b>	<b>104,3</b>
<i>Attribuibile a:</i>		
- Gruppo	60,7	104,3
- Terzi	0,1	-

(\*) I dati relativi al primo trimestre 2021 sono stati rideterminati in relazione alla contabilizzazione definitiva dell'aggregazione aziendale di Capital Brands.

Valori in milioni di Euro	Patrimonio netto di Gruppo	Patrimonio netto di pertinenza di terzi	Totale patrimonio netto
<b>Saldi al 31 dicembre 2020</b>	<b>1.267,4</b>	-	<b>1.267,4</b>
Costo figurativo (Fair Value) stock option	0,9	-	0,9
Esercizio stock option	0,2	-	0,2
Utile complessivo	104,3	-	104,3
<b>Saldi al 31 marzo 2021 (*)</b>	<b>1.372,8</b>	-	<b>1.372,8</b>

Valori in milioni di Euro	Patrimonio netto di Gruppo	Patrimonio netto di pertinenza di terzi	Totale patrimonio netto
<b>Saldi al 31 dicembre 2021</b>	<b>1.568,6</b>	<b>2,0</b>	<b>1.570,6</b>
Costo figurativo (Fair Value) stock option	0,9	-	0,9
Utile complessivo	60,7	0,1	60,8
<b>Saldi al 31 marzo 2022</b>	<b>1.630,1</b>	<b>2,2</b>	<b>1.632,3</b>

(\*) Il prospetto di movimentazione del patrimonio netto al 31 marzo 2021 è stato rideterminato in relazione alla contabilizzazione definitiva dell'aggregazione aziendale di Capital Brands.



## 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, che sono esplicitate nello schema di conto economico.

- 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

Al 31 marzo 2022 il Gruppo, tramite la controllante De' Longhi S.p.A., detiene complessivamente n. 895.350 azioni proprie per un controvalore di M/Euro 14.534.

In data 20 aprile 2022 l'Assemblea ha deliberato il rinnovo – previa revoca della precedente deliberazione assembleare – dell'autorizzazione all'acquisto e alla disposizione di azioni proprie fino ad un massimo di 14,5 milioni di azioni ordinarie e, pertanto, in misura non eccedente il quinto del capitale sociale, tenuto conto anche delle azioni detenute dalla Società ed eventualmente 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 20 ottobre 2023).

---

## Eventi successivi

Non si evidenziano eventi di rilievo successivi alla fine del trimestre.

---

## **Evoluzione prevedibile della gestione**

In questo inizio d'anno il Gruppo De' Longhi sta rispondendo con determinazione alle numerose sfide poste da un contesto macroeconomico e geopolitico di grande complessità e in rapida evoluzione, in cui inflazione dei costi e difficoltà nella supply chain si sommano ai timori degli impatti sulle dinamiche dei consumi a causa dell'escalation militare nell'est dell'Europa.

Tuttavia, seppur in presenza di un contesto macroeconomico in forte evoluzione, alla luce degli elementi attuali viene confermata la guidance precedentemente comunicata.

In conclusione, il management è convinto che la strategia di focalizzazione sulle core category – in particolare quella del caffè – di investimento costante sul prodotto e sui brand, di sviluppo geografico e di disciplina nella gestione dei prezzi, resti la strategia vincente per la creazione di valore nel medio e lungo termine.

*Treviso, 12 maggio 2022*

*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 2022*

*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 226.344.138 (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