

DE' LONGHI S.p.A.: approvati dal Consiglio d'Amministrazione i risultati consolidati (De'Longhi, Kenwood, Ariete, Simac, Climaveneta sono i marchi principali del Gruppo) del primo trimestre 2002: ricavi netti consolidati a 256,2 milioni di Euro (+5,1% rispetto al 31 marzo 2001), EBIT a 12,7 milioni di Euro (+28,5% rispetto al corrispondente periodo del 2001), risultato ante imposte a 2,7 milioni di Euro (rispetto al risultato negativo di 0,2 milioni di Euro del 31 marzo 2001) e debito netto in discesa a 419 milioni di Euro rispetto ai 447,1 del 31 dicembre 2001. Un incremento del fatturato del 5,1% nel primo trimestre era prevista dal budget aziendale ed è in linea con quanto atteso per raggiungere a fine anno una crescita a due cifre.

Il Consiglio di Amministrazione della De'Longhi S.p.A. - leader nei settori del riscaldamento, del condizionamento e trattamento dell'aria, della preparazione e cottura dei cibi e della pulizia della casa e stiro - e quotata alla Borsa Italiana dal mese di luglio 2001 - ha approvato oggi i dati del primo trimestre 2002. I ricavi netti consolidati ammontano a 256,2 milioni di Euro (dei quali il 28% deriva dai nuovi prodotti), con una crescita del 5,1% rispetto al 31 marzo 2001. L'EBITDA si è attestato a 29,4 milioni di Euro (+7,7% rispetto al primo trimestre 2001), raggiungendo una quota sui ricavi netti dell'11,5%, rispetto all'11,2% del primo trimestre 2001.

Sull'andamento del margine, hanno influito positivamente il calo del prezzo di alcune materie prime e lo sviluppo delle sinergie con Kenwood, non esistenti nel primo trimestre 2001.

Gli incrementi maggiori si sono registrati a livello di EBIT (attestatosi a 12,7 milioni di Euro, +28,5% sul 31 marzo 2001) e di risultato ante imposte, passato da un valore negativo di 0,2 milioni di Euro del primo trimestre 2001 a 2,7 milioni di Euro. In continua diminuzione l'indebitamento netto, che è sceso a 419 milioni di Euro dai 447,1 di dicembre 2001.

"Si tratta di risultati soddisfacenti" - ha commentato l'amministratore delegato Stefano Beraldo - "ed in linea con le nostre previsioni di budget che teneva conto del fatto che il primo trimestre 2001 era cresciuto di oltre il 19% rispetto al medesimo periodo del 2000 e che pianificava una diversa tempistica di alcune campagne promozionali".

"Quanto alla redditività, nel primo trimestre essa è tipicamente inferiore alla media annua" - prosegue l'amministratore delegato - "per una diversa composizione della stagionalità del mix di vendita, alla luce della minor contribuzione dei segmenti del condizionamento e del riscaldamento, caratterizzati da margini più alti rispetto alla media del Gruppo".

In particolare, nel primo trimestre del 2001 i ricavi netti consolidati ammontavano a circa il 20% del totale dei ricavi dell'anno, mentre l'EBITDA era stato pari a circa il 16,6% dell'EBITDA al 31 dicembre 2001.

A livello di singola area di business, sono da sottolineare le performance dei segmenti di cottura e preparazione dei cibi e della pulizia della casa e dello stiro. Il primo segmento ha registrato una crescita del 9,1% rispetto al 31 marzo 2001, da attribuire a entrambi i marchi De' Longhi e Kenwood. L'incremento è stato significativo per molte famiglie di prodotto e soprattutto per i nuovi prodotti della linea Retrò De' Longhi, di particolare successo in alcuni mercati internazionali.

Per quanto riguarda la pulizia della casa e lo stiro, la crescita è stata pari al 38,4%, la più alta tra i quattro segmenti di business. La brillante performance è da attribuire al successo dei sistemi stiranti a marchio Ariete sui mercati esteri e al rinnovo del parco prodotti a marchio De'Longhi.

Le aree di business relative al riscaldamento e al condizionamento, che in questo periodo sono le meno importanti, con un peso del 31% sul venduto totale, contro una media annua di oltre il 40%, hanno registrato una contrazione, da attribuire alla minore dinamica della coda dell'ottima stagione dei prodotti del riscaldamento e all'atteggiamento più prudente dei clienti nella tempistica degli ordinativi per gli

assortimenti pre-stagionali della climatizzazione, prudenza che riteniamo motivata dall'andamento della stagione 2001. Il portafoglio ordini è fortemente migliorato nel mese di aprile.
A

livello di distribuzione geografica del fatturato, il Nord America ha fatto registrare una crescita del 73,3%, seguito dal Giappone (+32,1%) e dal Resto d'Europa (+14,1%). "Per quanto riguarda il mercato italiano" – dichiara l'amministratore delegato – "eravamo consapevoli che il primo trimestre non avrebbe potuto fornire un'indicazione di crescita. Ciò, anche per la diversa tempistica delle campagne promozionali rispetto all'anno precedente. Inoltre confidiamo di recuperare nella stagione autunnale, anche grazie all'introduzione di un nuovo modello di deumidificatore, l'andamento delle vendite di tale categoria, che ha sofferto nel primo trimestre il clima particolarmente secco. Nel complesso per il mercato italiano, ci attendiamo un pieno recupero, aspettativa confermata dai dati di aprile che mostrano una crescita a doppia cifra."

Anche il marchio Kenwood contribuirà in misura maggiore all'andamento del Gruppo nel mercato italiano.

"In Italia" - afferma il Presidente Giuseppe De'Longhi – "è stata definita una nuova strategia di espansione del marchio, con la messa a punto di una forza vendita esclusivamente dedicata ai prodotti a marchio Kenwood."

"Punto di forza dell'operazione è rappresentato da un'ampissima gamma di prodotti, ad alto valore tecnologico ed estetico, posizionati nella fascia alta del mercato e destinati ad un segmento di utenti con esigenze sofisticate in termini di funzione e qualità di prestazioni".

"La conoscenza dei prodotti Kenwood" – conclude l'amministratore delegato – "verrà diffusa con modalità di comunicazione innovative, quali manifestazioni ed eventi organizzati in collaborazione con qualificate scuole di cucina e cuochi di fama internazionale".

De'Longhi quota attualmente circa al +40% sul prezzo di collocamento.

In allegato: schemi di stato patrimoniale e di conto economico consolidati.

Contact: Barabino & Partners

Federico Steiner

Niccolò Moschini

Tel. 02/72.02.35.35

Treviso, 13 maggio 2002