



ILLYCAFFÈ IN UTILE NEL 2020 GRAZIE ALL'INCREMENTO DELLE VENDITE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA (+21%) E DELL'ECOMMERCE (+39%) CHE HANNO MITIGATO L'IMPATTO DELLA PANDEMIA SUI CONSUMI FUORI CASA

- Ricavi consolidati pari a € 446,5 milioni
- Canali legati al consumo a casa in crescita del 21%, incremento del 30% nei supermercati italiani
- Accelerazione della trasformazione digitale: incremento del 39% dei ricavi e-commerce e forte crescita del numero di consumatori *on-line* di cui il 50% rappresentato da nuovi clienti acquisiti nel 2020
- EBITDA (Margine Operativo Lordo) *adjusted* (al netto delle componenti straordinarie) pari a € 57,7 milioni
- Utile netto pari a € 5 milioni
- Posizione finanziaria netta in continuo miglioramento grazie ad una solida generazione di cassa
- Ottenuta la certificazione internazionale B Corp (Benefit Corporation), quale azienda che opera secondo i più alti standard di performance sociale e ambientale, trasparenza e responsabilità

Trieste, 3 maggio 2021 - L'Assemblea dei soci di illycaffè SpA ha approvato il **Bilancio 2020** archiviando un anno complessivamente positivo e in utile nonostante la pandemia e le relative misure di contenimento.

Le vendite legate ai **consumi a casa** e l'**e-commerce** hanno parzialmente compensato il repentino calo di fatturato che la pandemia ha determinato nel segmento del fuori casa, impattato dalle chiusure di bar e ristoranti in Italia e nel resto del mondo per buona parte dell'anno.

Il 2020 ha visto una crescita del 30% delle vendite nei **supermercati italiani**, anche grazie alle ottime *performance* delle capsule compatibili in alluminio, a fronte di una crescita del mercato del 10%.

È proseguita con successo la ***digital transformation*** dell'azienda e del *business* di pari passo con l'intensificazione delle iniziative legate agli obiettivi di **sostenibilità**.

In un anno pesantemente condizionato dalla pandemia, con i consumi fuori casa – bar, ristoranti, alberghi e uffici – fortemente penalizzati, la crescita nei consumi a casa, principalmente tramite i canali e-commerce e distribuzione moderna, ha consentito di perseguire **ricavi** pari a € 446,5 milioni, con una flessione che è stata contenuta al 14% rispetto all'anno precedente.

Per ulteriori informazioni

www.illy.com

www.illy.com/keyfacts

Olga Bologna - Corporate Finance & Financial Communication (olga.bologna@illy.com)

Violante Avogadro - Corporate Communication (violante.avogadro@illy.com)



La composizione del business nel 2020 si è dunque spostata maggiormente sui canali legati al consumo a casa, che hanno inciso per il 56% sul totale dei ricavi (a fronte del 40% del 2019). Una crescita importante ha riguardato sia i **sistemi porzionati** che comprendono le capsule Iperespresso, le capsule compatibili e il sistema in cialde compostabili di carta ESE (quest'ultime sostenute anche dal lancio di due nuove macchine), sia il **caffè macinato** e **in grani** con l'iconico barattolino per la casa.

Nel 2020, la ***digital transformation***, avviata già negli anni precedenti, ha permesso a illycaffè di non trovarsi impreparata nel contesto della pandemia, garantendo un incremento delle vendite sui canali online, catturandone l'extra-crescita legata all'aumento dei consumi a casa. È pertanto continuato il percorso di trasformazione digitale lungo tutta la catena del valore, portando ad **una crescita del canale e-commerce del +39%** rispetto al 2019 trainato da un modello di business sempre più *customer centric* come testimoniato dal tasso di acquisizione di nuovi clienti, altresì supportato dal *trend* di consumo verso *brand* sempre più *premium*, favorito dalla pandemia.

Tra i diversi **mercati**, l'andamento del business ha seguito l'evoluzione della pandemia. Gli Stati Uniti sono stati tra le aree mondiali più colpite e l'Asia tra quelle in fase avanzata di recupero, in particolare con una crescita spiccata in Corea del Sud.

Insieme con tutto il fuori casa, anche la rete degli **illy Caffè** in gestione diretta o in *franchising* ha subito gli impatti delle chiusure dovute al Covid. A fine 2020 i punti vendita monomarca di illy erano 225, tra i quali 186 illy Caffè (di cui 16 in gestione diretta) e 39 illy Shop (di cui 11 in gestione diretta).

*"Abbiamo affrontato la pandemia con solidi fondamentali, una chiara visione del valore della marca e un deciso impegno sulla digitalizzazione del business – commenta **Massimiliano Pogliani, Amministratore Delegato di illycaffè**. I risultati 2020, ancorché penalizzati dalla debolezza dei consumi fuori casa, confermano la forza del brand illy, l'efficacia delle azioni sviluppate per mitigare l'impatto della pandemia, e la nostra capacità di rispondere alle mutate esigenze dei consumatori. L'incessante orientamento alla sostenibilità, che è da sempre parte dei valori fondanti della illycaffè, ha trovato ulteriore conferma nel recente conseguimento della certificazione B Corp che rappresenta un'altra pietra miliare nel nostro percorso di miglioramento continuo. Guardiamo al futuro con ottimismo. L'accelerazione della campagna vaccinale internazionale e la progressiva risoluzione della pandemia restituirà ai consumatori e alle aziende una nuova normalità e ulteriori opportunità di crescita".*

L'**Ebitda adjusted** (Margine Operativo Lordo al netto delle componenti straordinarie), seppur in calo rispetto al 2019, è risultato pari a **€ 57,7 milioni**, con un'incidenza del 13% sui ricavi, confermando l'efficacia delle azioni poste in essere per contrastare gli impatti legati alla pandemia e garantendo la prosecuzione delle iniziative strategiche per lo sviluppo di lungo periodo.

Per ulteriori informazioni

www.illy.com

www.illy.com/keyfacts

Olga Bologna - Corporate Finance & Financial Communication (olga.bologna@illy.com)

Violante Avogadro - Corporate Communication (violante.avogadro@illy.com)



Nonostante la perdurante debolezza dei canali legati al consumo fuori casa che ha caratterizzato il 2020, l'**Utile netto** si è attestato a **€ 5 milioni**. Tale risultato tiene conto del proseguimento delle molteplici iniziative già avviate a supporto della aree di sviluppo strategiche (sostenibilità e *digital transformation in primis*), della messa in campo di molteplici azioni volte a garantire la continuità in sicurezza della produzione e in generale la salute dei nostri dipendenti e le donazioni legate alla pandemia (tra cui quella che ha consentito l'apertura di un nuovo reparto Covid-19 all'Ospedale di Cattinara a Trieste) con cui la illycaffè ha voluto far sentire la sua vicinanza alla popolazione.

La **posizione finanziaria netta** è risultata negativa per **€ 103,3 milioni**, con un miglioramento di € 10,7 milioni sull'anno precedente.

Nei giorni scorsi illycaffè, già società Benefit di diritto italiano alla fine del 2019, è stata anche la prima azienda italiana del settore a conseguire la certificazione **B Corp**, rilasciata da un autorevole ente terzo internazionale alle sole aziende che operano e conducono il business secondo i più alti standard sociali e ambientali e possono quindi definirsi *sostenibili*. Non più del 3% delle imprese che richiedono la certificazione giunge a compimento di un percorso molto complesso. In tutto il mondo le B Corp sono meno di 4000, in Italia 120. Lo scorso anno illycaffè è stata parimenti confermata, unica azienda italiana e per il nono anno consecutivo, tra le **World's Most Ethical Companies**.

Alla fine dello scorso febbraio illycaffè aveva annunciato il completamento dell'ingresso nella compagnia azionaria di **Rhône Capital**, società di *private equity* globale con una presenza paneuropea, nordamericana e transatlantica. Rhône è stata selezionata come partner strategico per la sua capacità di contribuire all'espansione internazionale di illycaffè, in particolare negli USA, e più in generale al rafforzamento dei piani di crescita aziendali.

illycaffè è un'azienda familiare italiana fondata a Trieste nel 1933, che da sempre si prefigge la missione di offrire il miglior caffè al mondo. Produce un unico blend 100% Arabica, combinando nove delle migliori qualità con un costante orientamento all'innovazione. La creazione nel 1991 del "Premio Ernesto Illy per il caffè espresso di qualità" in Brasile, e poi nel 2017 dell'"Ernesto Illy International Coffee Award", hanno simboleggiato l'impegno a favore dei coltivatori, a cui illy riconosce un *premium price* per il caffè di qualità. Dal 2013 l'azienda, presente in oltre 140 paesi, è inserita tra le *World's Most Ethical Companies*. Società Benefit di diritto italiano dal 2019, nel 2021 illy è stata la prima azienda italiana del caffè ad avere ottenuto la certificazione internazionale B Corp, che riconosce i più alti standard di *performance sociale e ambientale*. Nel 2020 l'azienda ha impiegato 1291 persone e ha registrato ricavi consolidati pari a € 446,5 milioni. Nel 2021 Rhône Capital è entrato nel capitale di illycaffè con una quota di minoranza per accompagnare l'azienda nel percorso di crescita internazionale.

Per ulteriori informazioni

www.illy.com

www.illy.com/keyfacts

Olga Bologna - Corporate Finance & Financial Communication (olga.bologna@illy.com)

Violante Avogadro - Corporate Communication (violante.avogadro@illy.com)