



# SPAFID CONNECT

Informazione Regolamentata n. 20120-12-2019	Data/Ora Ricezione 08 Novembre 2019 00:35:40	AIM -Italia/Mercato Alternativo del Capitale
---	--	---

Societa' : ILLA S.p.A.

Identificativo : 124424

Informazione  
Regolamentata

Nome utilizzatore : ILLAN01 - -

Tipologia : REGEM

Data/Ora Ricezione : 08 Novembre 2019 00:35:40

Data/Ora Inizio : 08 Novembre 2019 00:40:19

Diffusione presunta

Oggetto : Comunicato Stampa approvazione Piano  
Industriale 2020-2023

*Testo del comunicato*

Vedi allegato.

## Comunicato Stampa

### ILLA S.p.A.: il Consiglio di Amministrazione approva il Piano Industriale 2020-2023 e le stime preliminari di chiusura del 2019

Marziali (CEO): *“Mutato posizionamento e approccio commerciale della società; obiettivo in sostanziale pareggio di bilancio nel 2020 ed EBITDA 2023 tra il 6% ed il 7% in linea con quello di settore.”*

Noceto (PR), 7 novembre 2019 – Il Consiglio di Amministrazione di ILLA S.p.A. – Società leader nella produzione e commercializzazione di pentolame in alluminio con rivestimento antiaderente, quotata sul Mercato AIM Italia di Borsa Italiana S.p.A. – riunitosi oggi sotto la Presidenza di **Pierpaolo Marziali** ha approvato il piano industriale 2020-2023.

*“Il piano strategico approvato oggi – dichiara **Pierpaolo Marziali**, Amministratore Delegato di ILLA – poggia su una struttura societaria e produttiva riconosciuta per la sua capacità di servizio sui mercati nazionali ed internazionali e punta a consolidare il posizionamento di ILLA come produttore all’avanguardia su tutte le tecnologie. In pochi mesi, grazie a un importante lavoro in sinergia con tutto il top management, a cui va il mio ringraziamento, si è mutato radicalmente l’approccio commerciale: azione che è stata resa possibile grazie all’individuazione di un nuovo posizionamento strategico di ILLA e ad azioni di riduzioni costi, già in fase di esecuzione, come testimonia il progetto di fusione della controllata Nuova Illafor.*

*In meno di sei mesi – continua Marziali – abbiamo saputo diversificare il portafoglio clienti, rendendolo non più “dipendente” dalla sola Ikea: il fatto che il business che si sta prospettando per il 2020 rappresenti già una gran parte del budget atteso per lo stesso anno, è una prova che conforta circa la bontà del piano strategico e della squadra manageriale che è chiamata ad attuarlo.*

*Da ultimo, crediamo che raggiungendo i risultati che ci siamo prefissati potranno aprirsi anche opportunità importanti di crescita volte al consolidamento sinergico del settore seppur non considerate nel piano.”*

I risultati attesi per il 2019 sono una conseguenza della riduzione del volume di affari con IKEA che, come comunicato al mercato finanziario, ha previsto con un comportamento anomalo, la riduzione delle forniture fatte da Illa, a favore di fornitori asiatici. Pur essendo in corso ancora una trattativa per ottenere nuovi business e maggiori quantità da produrre, il *management* ha ritenuto necessario elaborare un piano strategico che prendesse in considerazione **l’eventualità prudenziale** di un’uscita completa del cliente IKEA già a partire dal 2021.

Gli interventi elaborati per il rilancio della Società poggiano principalmente su:

- **riposizionamento di prodotto** con focus su prodotti di fascia di prezzo *entry-level* (pentolame rullato a induzione) per una migliore copertura dei costi fissi, una maggiore saturazione della capacità produttiva e un ulteriore allineamento ai più recenti trend di mercato;
- **riposizionamento di mercato** con espansione internazionale e maggiore penetrazione del mercato europeo;
- **investimenti e recupero di marginalità**, grazie a maggiore efficienza produttiva e minori scarti/sfridi;
- **riduzione costi fissi** e di *overhead costs*.

La costruzione del Piano Industriale 2020-2023 è stata quindi elaborata partendo da ordini potenziali/attesi con ragionevole certezza e in parte già confermati per il 2020:

- un business IKEA pari a circa 7 milioni di euro come già prospettato negli incontri con il cliente stesso;
- forniture importanti, di cui alcune già contrattualizzate nel canale *loyalty* per un valore atteso di circa 8 milioni di euro;
- una promozione internazionale per un importo pari a 1,2 milioni di euro.

Il piano industriale 2020-2023 parte dai seguenti risultati economico patrimoniale preliminari attesi per il 2019:

- Ricavi attesi nel 2019 pari a circa 28,6 milioni di euro vs ricavi 2018 pari a 33,4 milioni di euro di cui circa euro 20,5 milioni verso IKEA;
- EBITDA atteso 2019 negativo pari a circa 0,5 milioni di euro vs EBITDA 2018 positivo e pari a 1,0 milioni di euro;
- Risultato Netto atteso 2019 negativo e pari a circa 1,7 milioni di euro vs un Risultato Netto 2018 negativo pari a 0,75 milioni di euro;
- Patrimonio Netto atteso per il 2019 pari a circa 3,6 milioni di euro vs un Patrimonio Netto nel 2018 pari a 5,4 milioni di euro;
- Posizione Finanziaria Netta attesa 2019 negativa pari a circa 12,1 milioni di euro vs una Posizione Finanziaria Netta 2018 negativa e pari a 10,1 milioni di euro.

Considerando anche i fatturati non IKEA, sviluppati storicamente dall'azienda negli ultimi anni e nell'esercizio in corso, ipotizzati pari a circa 7 milioni di euro, si stima che il fatturato potenziale 2020 a oggi già ad elevata visibilità sia pari a circa 23 milioni di euro e che, pertanto, il budget complessivo dei ricavi per il 2020 previsto a piano, pari a circa 29,6 milioni di euro, sia ragionevolmente raggiungibile.

Il cliente IKEA aveva avuto un peso pari a circa 20 milioni di euro nel 2018 in termini di fatturato, e

storicamente ha sempre rappresentato oltre il 50% del totale dei ricavi, mentre nel piano è atteso pari a soli circa 7 milioni di euro nel 2020 per poi azzerarsi nel corso degli anni successivi.

Come dimostra il fatturato potenziale prospettabile per il 2020, l'azienda ha saputo dar corso a un **immediato cambiamento dell'indirizzo commerciale**, in modo da poter sostituire in maniera rilevante la composizione della clientela stessa che permetterà il raggiungimento di un fatturato obiettivo nel 2023 compreso tra 35-37 milioni di euro.

Per poter ottenere tali risultati, il management ha dovuto rendere la presenza commerciale su diversi segmenti più incisiva, passando, oltre che dal rafforzamento della struttura commerciale stessa con l'inserimento di figure di comprovata esperienza e di elevato *standing*, anche dal recupero di efficienze nella fase produttiva che ha restituito una maggiore concorrenzialità ai propri prodotti.

Nel piano strategico sono previsti **investimenti complessivi** per circa 2,5 milioni di euro che sviluppino in modo importante la tecnologia di verniciatura a rullo, prevedendone una nuova linea produttiva ad alto contenuto innovativo.

La tecnologia verniciatura a rullo è stata individuata, infatti, come la più identificativa e rappresentativa del prodotto ILLA e su cui l'azienda stessa godrà di un vantaggio competitivo persino nei confronti dei concorrenti asiatici che, tipicamente, fanno del prezzo la loro arma migliore.

Inoltre tra gli investimenti ci sono anche quelli relativi alla tecnologia di verniciatura a spruzzo, necessaria per mantenere e aumentare competitivamente le quote di mercato in tutti quelle aree, specialmente europee, in cui il *Made in Italy* fa ancora la differenza.

Il recupero di efficienza prevede altresì una riduzione importante dei costi di struttura e di quelli operativi. In tale contesto si inserisce l'approvazione odierna del CdA del progetto di fusione tra ILLA e la sua controllata al 100% Nuova Illafor srl.

In termini di risultati operativi si punta a portare il bilancio già nel 2020 vicino al pareggio e ottenere un EBITDA obiettivo 2023 compreso tra il 6% e il 7% in linea con quello di settore.

L'insieme delle attività individuate, alcune delle quali già in corso di esecuzione, avranno come effetto quello di **trasformare completamente ILLA da azienda monoclente ad azienda più competitiva** e in grado di confrontarsi sul mercato con una clientela diversificata e, pertanto, meno rischiosa.

Tale importante cambiamento richiederà un impegno maggiore altresì nel circolante. Anche per tale motivo, nel corso del piano, emerge un incremento del fabbisogno finanziario che avrà un suo picco nel 2021 per ritornare a generare cassa negli anni successivi.

Il piano approvato dal CdA da', quindi, indicazioni circa la struttura finanziaria necessaria e ottimale per l'attuazione dello stesso come successivamente indicato, tenuto conto anche dei contatti in corso con il sistema finanziario per valutare i singoli strumenti finanziari accessibili.

Il piano prevede, infatti, investimenti industriali per 2,5 milioni di euro e supporto al circolante per circa 4 milioni di euro per la crescita del fatturato e per un diverso mix di clientela che necessita una maggiore dilazione di incasso.

In particolare, temporalmente e stanti le attuali previsioni, nel corso del primo trimestre del 2020 l'azienda avrà un fabbisogno finanziario da coprire, generato da circolante e dalle altre attività, pari a un milione e mezzo di euro. Ad andare a settembre 2020 il fabbisogno per investimenti, da finanziare con il leasing, sarà pari a circa un milione di euro; quello per finanziare ulteriore circolante, da coprire con factoring, sarà pari ad un ulteriore milione di euro.

Nel corso del 2021 la necessità di leasing ulteriore per gli investimenti sarà pari ad un milione di euro, e quella per finanziare l'ulteriore circolante dovuto alla crescita del business sarà pari a due milioni di euro, per metà con factoring. Già da inizio 2022 l'azienda inizierà a produrre un flusso di cassa operativo a favore delle fonti di finanziamento.

Al fine di provvedere alla copertura dei suddetti fabbisogni necessari a garantire la fattibilità e la raggiungibilità degli obiettivi del piano e della continuità del business in relazione allo sviluppo individuato nello stesso, l'Amministratore Delegato ed il Direttore Finanziario hanno il compito di individuare ed utilizzare eventuali ulteriori strumenti finanziari che si dovessero rivelare più opportuni in termini di tempistica ed opportunità economica-patrimoniale-finanziaria nell'ambito delle linee guida individuate nel piano stesso.

ILLA provvederà prontamente a tenere informato il mercato sugli sviluppi delle azioni prospettate e dei contatti in corso.

Il piano approvato è stato sottoposto all'esame indipendente sull'informativa finanziaria prospettica di ASSURANCE nelle sue linee strategiche, operative, patrimoniali e finanziarie, sulla base del modello standard internazionale ISAE 3400.

\*\*\*

Illa produce da oltre 70 anni pentole e padelle in alluminio rivestito di antiaderente. Dal 2010 la produzione avviene nel grande stabilimento di Noceto (PR). L'azienda annovera tra i propri clienti alcune tra le più importanti catene distributive mondiali, per le quali produce prodotti a loro marchio. Oltre al *cookware* in alluminio antiaderente è anche attiva nella produzione di caffettiere in acciaio e nella distribuzione di una vasta gamma di prodotti per la cucina. Il Gruppo si compone di due società, la Nuova Illafor Srl – da oltre 50 anni leader italiano nell'applicazione di vernici antiaderenti – e la Illa SpA, fondata nel 1946, leader nella produzione di *cookware* in alluminio antiaderente. Dal 2015 Illa SpA ha integrato la Giannini, noto marchio del *cookware* italiano "*design oriented*". Nel 2017 il Gruppo Illa si è quotato su AIM Italia di Borsa Italiana.

\*\*\*

**Per ulteriori informazioni:**

**Emittente**

Illa Spa  
Via Ghisolfi e Guareschi, 17  
43015 Noceto (PR)

Stefano Colla (Investor Relations)  
Tel.: +39 0521 667511  
Fax: +39 0521 853778

**Ufficio Stampa**

**SEC SPA**

Daniele Pinosa – Tel. 335 7233872, E-mail: [pinosa@segrp.com](mailto:pinosa@segrp.com)  
Fabio Santilio – Tel. 339 8446521, E-mail: [santilio@segrp.com](mailto:santilio@segrp.com)

**Nomad**

EnVent Capital Markets Ltd  
42 Berkeley Square – London W1J 5AW  
Italian Branch, via Barberini 95 - 00187 Roma  
Milan Office, via della Spiga 52 - 20121 Milan  
Francesca Martino  
Tel.: +39 06 896841  
Fax: +39 06 89684155

Fine Comunicato n.20120-12

Numero di Pagine: 7