



SPAFID
CONNECT

| | | |
|--|---|---|
| Informazione Regolamentata n. 20071-2-2021 | Data/Ora Ricezione 12 Marzo 2021 14:49:57 | AIM -Italia/Mercato Alternativo del Capitale |
|--|---|---|

Societa' : Masi Agricola S.p.A.
Identificativo : 143447
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : MASIN01 - Girotto
Tipologia : 1.1
Data/Ora Ricezione : 12 Marzo 2021 14:49:57
Data/Ora Inizio : 12 Marzo 2021 14:49:59
Diffusione presunta
Oggetto : RISULTATI CONSOLIDATI 2020

| |
|-----------------------------|
| <i>Testo del comunicato</i> |
|-----------------------------|

Vedi allegato.



COMUNICATO STAMPA

IL CDA DI MASI AGRICOLA APPROVA I RISULTATI CONSOLIDATI 2020

MIGLIORANO RICAVI E REDDITIVITÀ NEL QUARTO TRIMESTRE

L'ESERCIZIO RIMANE IMPATTATO DAL COVID, CON UNA MAGGIORE INCIDENZA SU DUTY FREE E HORECA

MIGLIORA LA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA, ULTERIORMENTE RAFFORZATA

- Ricavi netti 51,7 milioni di euro (64,9 mln di euro nel 2019, -20,4%; -19,1% a cambi costanti)
- EBITDA 5,5 milioni di euro (11,2 mln di euro nel 2019)
- EBIT 1,3 milioni di euro (7,3 mln di euro nel 2019)
- Utile netto 0,8 milioni di euro (4,3 mln di euro nel 2019) – effetto positivo della fiscalità
- Indebitamento finanziario netto¹ 6,4 milioni di euro (8,7 mln di euro al 31 dicembre 2019)

Sant'Ambrogio di Valpolicella, 12 marzo 2021 - Si è riunito oggi il Consiglio di Amministrazione di Masi Agricola S.p.A., società quotata su AIM Italia e tra i leader italiani nella produzione di vini *premium*, che ha approvato il progetto di bilancio e il bilancio consolidato dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020.

Sandro Boscaini, Presidente di Masi Agricola, ha dichiarato: *«Il bilancio oggi approvato restituisce l'immagine di un esercizio complicato dalla pandemia, con impatti particolarmente pesanti sui ricavi correlati alla limitazione di viaggi e turismo. Al contempo abbiamo avuto evidenza che, quando l'horeca ha avuto la possibilità di operare, il nostro business ha reagito immediatamente, grazie anche alla forza del nostro marchio. Sperimentiamo tutti un nuovo modo di lavorare, in cui occorre abbinare con sempre più attenzione e coerenza la strategia di lungo periodo e la tattica di breve: lo scenario è imprevedibile e induce cambiamenti che in parte stanno diventando strutturali, soprattutto a livello distributivo. La nostra risposta è una maggiore attenzione all'utilizzo coordinato di tutti i canali e alla segmentazione di gamma».*

AGGIORNAMENTO E IMPATTI COVID-19

L'emergenza epidemiologica da COVID-19 (c.d. "Coronavirus") e le connesse misure di contenimento del contagio poste in essere nei diversi Paesi del mondo hanno ovviamente impattato in misura determinante sul business del Gruppo e su diversi anelli della catena del valore aziendale nel 2020.

In particolare, analizzando il trend dei ricavi a livello geografico si evince un'evidente correlazione con l'espansione, prima in Italia e a seguire in altri Paesi del mondo occidentale, del Coronavirus e delle conseguenti misure di distanziamento sociale e chiusura o limitazione di molte attività

¹ Escluse passività per diritti d'uso ex IFRS 16

economiche, e in particolare del settore dell'horeca, canale distributivo prevalente per la Società (altrimenti detto "ontrade"). Tali misure sono state introdotte in Europa nel mese di marzo a partire dall'Italia, fino alla primavera avanzata, per essere poi mitigate o revocate al termine della c.d. "Fase 1" epidemiologica ed essere successivamente ripristinate in autunno, a intensità variabile a seconda dei Paesi. A tutt'oggi risultano in essere misure di limitazione praticamente in tutti i Paesi europei. Lo stesso dicasi per il Canada, il Paese più rilevante per il business della Società, mentre negli Stati Uniti si registra una situazione spuria.

D'altronde la riapertura del canale horeca, quando è avvenuta, non ha ricompreso l'intera popolazione di punti distributivi pre-Covid, in quanto molti ristoranti non hanno riaperto e ancor più significative sono risultate le mancate riaperture nel comparto dell'hotellerie. Le grandi città, collegate al turismo leisure o di business, soffrono ancora un drammatico calo di presenze. La necessità di adottare stringenti misure di profilassi limita infine le possibilità di lavorare a break-even per chi ha riaperto, compresi i punti di distribuzione gestiti direttamente dal Gruppo nell'ambito della *Masi Wine Experience*.

Il canale del Travel Retail, storicamente molto volumetrico per la nostra Società, ha sofferto il sostanziale azzeramento dei viaggi. Il c.d. off trade, rappresentato per il Gruppo Masi dai monopoli di distribuzione e (in misura molto inferiore) dalla Grande Distribuzione Organizzata, ha mantenuto la sua operatività mitigando il décalage dei ricavi complessivi. Lo stesso dicasi per l'online: è indubbiamente un canale del futuro, ha conseguito incrementi di grande significatività percentuale, ma in numeri assoluti resta il fatto che la nostra struttura distributiva si fonda prevalentemente sull'horeca, come quella di tutti i produttori di vini a marchio premium.

Tutto ciò si è verificato in concomitanza, tra l'altro, con l'avvio di due nuovi accordi di distribuzione in mercati strategici quali Germania e USA, entrambi iniziati nel primo semestre 2020 in condizioni di mercato tutt'altro che ricettive.

Nell'esercizio di bilancio l'operatività della Società è proseguita (in quanto non soggetta all'obbligo di sospensione previsto dalla normativa d'urgenza), sia nel vigneto che in cantina, applicando le misure di profilassi legalmente prescritte. Abbiamo mantenuto la priorità di perseguire la stabilità economica e gestionale, ma rapportandola ai volumi di attività ridotti e difendendo l'occupazione. Conseguentemente, oltre ad aver messo in essere forme di tutela come lo smart working e l'orario continuato in aiuto dei dipendenti con responsabilità genitoriali, la Società e le controllate hanno attivato gli ammortizzatori sociali in deroga concessi dal Governo con causale "Emergenza COVID-19" per il più ampio periodo consentito. Inoltre, la Società ha aperto nuove polizze sanitarie assicurative in favore dei dipendenti, integrative di quelle già in essere, per offrire un supporto concreto in caso di infezione diagnosticata, per il recupero della salute e la gestione del periodo di emergenza.

Non risulta possibile a oggi stimare con sufficiente attendibilità l'impatto che l'emergenza da Coronavirus potrà avere sull'andamento delle attività della Società e sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria: non è infatti prevedibile quando potrà terminare nei vari Paesi la fase di contenimento del contagio, né soprattutto è delineabile l'effetto che la stessa produrrà ex post in termini di stile di vita e relazioni sociali. Il fenomeno verrà costantemente monitorato nella sua evoluzione e considerato ai fini dell'implementazione delle conseguenti azioni gestionali. Sulla base delle previsioni formulabili oggi, comunque, l'inevitabile perdurare delle limitazioni anti-contagio,

unitamente all'elevato livello di incertezza che si sta radicando anche nell'attitudine al consumo, influenzerà i nostri risultati economico-finanziari anche nell'esercizio 2021.

Il management ha intrapreso una molteplicità di azioni difensive, tra cui il rinvio o il dilazionamento di alcuni investimenti ad elevato assorbimento di cassa, continuando invece a lavorare sui progetti di sviluppo cruciali per il rafforzamento del marchio. Nell'obiettivo di sostenere la solidità patrimoniale della Società va vista anche la decisione del Consiglio di Amministrazione in data 26 marzo 2020 di proporre all'Assemblea di riportare interamente a nuovo l'utile dell'esercizio 2019, pari a euro 5.159.352, modificando la precedente proposta, che invece prevedeva la distribuzione di dividendi per totali euro 2.250.580,92. Il Consiglio di Amministrazione, peraltro, ha deliberato di proporre all'Assemblea di riportare interamente a nuovo anche l'utile del 2020.

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre analizzato gli impatti dei predetti accadimenti su:

- strategia della Società;
- target dei progetti di sviluppo;
- sistema fonti-impieghi aziendale ai fini della continuità;
- assetto organizzativo.

L'analisi fondamentale, escludendo le fonti di volatilità di natura non fondamentale, è stata svolta attraverso la verifica di tre profili:

- a) esposizione del Gruppo alla crisi nei prossimi 12-24 mesi;
- b) vulnerabilità, ovvero la capacità dell'azienda di resistere alle tensioni nei prossimi 12-24 mesi;
- c) resilienza, cioè la possibilità di mantenere la capacità di reddito nel medio/lungo termine, derivante dall'implementazione dei progetti di sviluppo strategico.

Lo scenario emergente attesta che la crisi da Coronavirus non richiede nel medio-lungo termine una revisione dei target strategici aziendali, ma rende altresì necessario attivare un'attenta gestione delle evidenze insorgenti e del conseguente inevitabile abbassamento degli obiettivi di breve. A tal fine va sottolineato che la solidità patrimoniale della Società fornisce un elevato standing finanziario a supporto delle esigenze operative e dei programmi di sviluppo: riteniamo pertanto che la continuità aziendale sia ampiamente garantita, sia in termini di presidio distributivo dei Paesi e canali in cui lavoriamo, sia nella capacità di organizzazione e gestione del business. Anche in quest'ottica, e in ogni caso a titolo cautelativo, va vista la strategia di funding presso alcuni istituti bancari di primario standing nazionale concretizzata in più fasi nel corso del 2020, acquisendo un set di finanziamenti chirografari a medio-lungo termine per un totale di 19,7 milioni di euro, inclusi 5 milioni di euro in sostituzione di una linea di credito bullet con scadenza febbraio 2021.

ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO

Analisi dei ricavi consolidati

Ripartizione delle vendite per area geografica (in migliaia di euro):

| (migliaia di euro) | Esercizio | | Esercizio | | Delta | Delta % |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|----------------|
| | 2020 | % | 2019 | % | | |
| Italia | 11.452 | 22,2% | 14.741 | 22,7% | (3.289) | (22,3)% |
| Altri Paesi europei | 19.621 | 38,0% | 25.820 | 39,8% | (6.199) | (24,0)% |
| Americhe | 19.020 | 36,8% | 22.202 | 34,2% | (3.182) | (14,3)% |
| Resto del Mondo | 1.589 | 3,1% | 2.135 | 3,3% | (545) | (25,5)% |
| Ricavi delle vendite e delle prestazioni | 51.682 | 100,0% | 64.898 | 100,0% | (13.216) | (20,4)% |

A cambi costanti i ricavi avrebbero registrato una diminuzione del 19,1% (i.e. effetto-cambi negativo nel 2020 per 795 migliaia di euro, pari all'1,3%).

Come già detto sopra, l'osservazione empirica nel corso dell'esercizio 2020 ha attestato una correlazione diretta tra la diminuzione dei ricavi e l'attivazione o inasprimento delle limitazioni all'horeca nei Paesi di volta in volta interessati da fasi epidemiologiche acute di COVID-19. Infatti, suddividendo i ricavi consolidati per trimestre si ottiene il seguente andamento:

| | 2020 | 2019 | Differenza | Diff. % | Trend progressivo % |
|---------------|--------|--------|------------|---------|------------------------|
| I trimestre | 12.996 | 13.320 | (324) | (2,4)% | (2,4)% |
| II trimestre | 8.693 | 16.406 | (7.713) | (47,0)% | (27,0)% |
| III trimestre | 13.955 | 15.867 | (1.912) | (12,1)% | (21,8)% |
| IV trimestre | 16.038 | 19.305 | (3.267) | (16,9)% | (20,4)% |

Si nota un andamento migliore nel primo trimestre (influenzato per la verità anche da ricavi non caratteristici, senza i quali il trend comparabile sarebbe stato pari a -7,7%) e nel terzo, in corrispondenza di minori misure di profilassi. Anche il quarto trimestre contribuisce a migliorare il trend progressivo del 2020, portandolo da -21,8% dei primi nove mesi a -20,4%.

Significativo anche l'impatto del canale c.d. Duty Free e Travel Retail, geograficamente localizzato in prevalenza negli "altri Paesi europei", che ha registrato un calo estremamente significativo (con un'incidenza di oltre 6 punti sul totale) per effetto del sostanziale azzeramento del traffico aeroportuale.

Le Americhe presentano una riduzione percentuale di ricavi significativamente inferiore rispetto alle altre macroaree, sostanzialmente combinando un andamento:

- parecchio al disotto degli anni precedenti in USA, oggetto - come già evidenziato - di un cambio dell'importatore dal 1° aprile 2020 e quindi già normalmente suscettibili di un iniziale

decremento di volumi in relazione alla necessità di gestire la discontinuità presso la rete-distributori. A ciò si è aggiunto il Coronavirus, con i suoi impatti a livello di horeca, che in quel Paese rappresenta la massima parte della nostra distribuzione;

- in rilevante riduzione in Centro e Sud America, in cui si registrano purtroppo - di Paese in Paese - anche problematiche geopolitiche, valutarie e di crisi economica, spesso aggravata dalla diminuzione del turismo;
- in leggero decremento in Canada, rispetto a cui abbiamo visto tre trimestri superiori all'anno scorso, ma uno – precisamente il terzo – che ha scontato un rallentamento degli ordini (essenzialmente per la necessità di adeguare gli stock dei monopoli a un sellout meno brillante che nel primo semestre 2020) di misura tale da non essere recuperato nel dato cumulato a fine anno.

Confronto dei ricavi 2019-2020 riclassificati secondo il posizionamento commerciale del prodotto (in percentuale)²:

| | Esercizio 2020 | Esercizio 2019 |
|---------------|----------------|----------------|
| Top Wines | 22,5% | 24,4% |
| Premium Wines | 47,8% | 48,3% |
| Classic Wines | 29,6% | 27,3% |

L'aumento del peso dei Classic Wines nel 2020, in gran parte a svantaggio dei Top Wines, deriva essenzialmente dalla già menzionata riduzione della distribuzione ontrade e del conseguente aumento dell'incidenza del consumo domestico, che normalmente si riferisce a prodotti di prezzo più accessibile.

La solvibilità della clientela e l'incasso del credito non hanno dimostrato particolari criticità e sono rimasti sostanzialmente in linea con gli esercizi precedenti.

Esaminando l'aspetto della stagionalità occorre ricordare che negli ultimi esercizi la maggioranza dei ricavi è stata realizzata nel secondo semestre. Il 2020, pur nella sua eccezionalità statistica, conferma la storia e anzi rafforza il peso del secondo semestre, che consegue il 58% dei ricavi totali.

Analisi dei risultati operativi e netti consolidati

Di seguito alcuni aspetti significativi da evidenziare:

a) il *marginale industriale lordo* passa da euro 42.105 migliaia a euro 33.153 migliaia, principalmente per il calo dei volumi di vendita. Infatti percentualmente si registra una riduzione che, al netto del succitato effetto-cambi negativo di euro 795 migliaia (che porterebbe il marginale industriale lordo a

² Con riferimento a un tendenziale posizionamento di fascia-prezzo *retail* a scaffale in Italia, si intende: *Top Wines*: vini con prezzo per bottiglia superiore a 25 euro; *Premium Wines*: vini con prezzo per bottiglia tra i 10 e 25 euro; *Classic Wines*: vini con prezzo per bottiglia tra 5 e 10 euro.

cambi costanti al 64,7%), risulta molto modesta e ascrivibile alle inevitabili minori efficienze produttive causate dalla diminuzione delle economie di scala;

b) i *costi per servizi* diminuiscono di euro 2.848 migliaia (passando da euro 23.083 migliaia a euro 20.235 migliaia): la riduzione va attribuita a: i) costi che, per natura o destinazione, sono variabili rispetto ai ricavi (ad. es. provvigioni, trasporti su vendite); ii) costi di carattere commerciale (ad. es. viaggi, ospitalità) e/o di pubblicità e promozione connessi ad attività che non sono state poste in essere a causa delle misure di distanziamento sociale (ad es. la fiera Prowein o Vinitaly);

c) i *costi per il personale* decrementano di euro 838 migliaia (da euro 9.220 migliaia a euro 8.382 migliaia) per effetto degli ammortizzatori sociali utilizzati nel periodo;

d) gli *altri ricavi e proventi* passano da euro 1.862 migliaia a euro 1.424 migliaia, con una riduzione di euro 437 migliaia, principalmente per minore utilizzo di contributi OCM, essendo a loro volta ridottesi le attività agevolabili (rientranti tra i costi per servizi, v. sopra).

L'**EBITDA** consolidato si attesta a euro 5.495 migliaia (*EBITDA margin* 10,6%), contro euro 11.189 migliaia dell'esercizio 2019 (*EBITDA margin* 17,2%).

È utile evidenziare che il **quarto trimestre**, pur impattato dalle misure di limitazione al funzionamento dell'horeca, ha conseguito un **miglioramento dell'EBITDA** rispetto ai due trimestri precedenti, conseguendo un valore di euro 2.133 migliaia, equivalente al 13,3% di *EBITDA margin*.

L'**EBIT** passa da euro 7.264 migliaia a euro 1.348 migliaia, dopo aver speso ammortamenti e svalutazioni per euro 4.147 migliaia, in aumento di euro 222 migliaia rispetto al 2019.

Proventi e oneri finanziari, proventi e oneri da partecipazioni, utili e perdite su cambi: queste voci, che nell'insieme passano da euro -846 migliaia a euro -1.341 migliaia, registrano complessivamente un peggioramento di euro 496 migliaia, per effetto positivo di minori perdite su cambi (da euro -400 migliaia a euro -54 migliaia), ma anche maggiori oneri da partecipazioni, il cui valore per l'esercizio 2020 include la svalutazione della partecipazione e del credito verso Venezianische Weinbar AG, società partecipata che gestisce il Masi Wine Bar di Zurigo.

Imposte: registrano un provento netto di euro 788 migliaia, a fronte di un onere netto di euro 2.102 migliaia dell'esercizio precedente. Il valore conseguito nel 2020 beneficia in particolare, al netto della riduzione delle imposte correnti causata dagli elementi prettamente gestionali, dal rilascio di un fondo imposte differite su ammortamenti da fabbricati, a seguito dell'allineamento dei valori fiscalmente riconosciuti con i valori di libro, in relazione a un'operazione straordinaria perfezionata negli scorsi esercizi, per euro 432 migliaia. È inoltre presente un provento per riduzione di imposte di esercizi precedenti rispetto alla determinazione eseguibile dopo la sottoscrizione dell'accordo sul Patent Box da parte della Società, per euro 507 migliaia.

L'**utile netto** consolidato passa quindi da euro 4.317 migliaia a euro 795 migliaia.

Situazione patrimoniale e finanziaria

L'indebitamento finanziario netto consolidato³ al 31 dicembre 2020 ammonta a euro 6.442 migliaia, contro euro 8.673 migliaia al 31 dicembre 2020.

Con riferimento allo stato patrimoniale e alla posizione finanziaria netta è opportuno sottolineare i seguenti elementi:

- a) la riduzione del capitale circolante netto, generata in misura determinante dalla diminuzione dei crediti verso clienti, contribuisce a generare cassa ai fini del *cashflow operativo*, compensando in parte il minore utile netto conseguito nell'esercizio 2020, rispetto al 2019;
- b) insieme alla citata riduzione del capitale circolante netto, la cautela adottata rispetto al cronoprogramma degli investimenti 2020 ha consentito di ottenere un *free cashflow* sostanzialmente in linea con il 2019;
- c) la mancata distribuzione di dividendi nel 2020, originariamente prevista per euro 2.251 migliaia, corrisponde sostanzialmente alla riduzione dell'indebitamento finanziario netto nel 2020;
- d) la composizione dell'indebitamento finanziario netto, che si sposta verso una maggiore disponibilità di liquidità (euro 16.388 migliaia contro euro 3.541 migliaia alla fine del 2019), controbilanciata da uno scadenzamento a medio-lungo termine delle fonti molto più favorevole alla Società (euro 22.830 migliaia contro euro 12.215 migliaia alla fine del 2019) concretizza la strategia di tesoreria adottata nel 2020, volta a fornire alla Società una maggiore elasticità di cassa e la reattività finanziaria necessaria ad affrontare eventuali nuove asperità di business continuando a lavorare sui progetti strategici senza defocalizzazioni. In sostanza, al termine di un esercizio rallentato dai riflessi del COVID-19 sul business troviamo una Società in equilibrio finanziario e con una struttura delle fonti più robusta.

FATTI DI RILIEVO DEL PERIODO

Circa la vendemmia 2020 si può affermare che, in un anno segnato per moltissimi aspetti da una catastrofe epocale come il Coronavirus, quantomeno abbiamo riscontrato una buona annata per i vigneti del Gruppo. In particolare, le avversità meteorologiche registrate diffusamente soprattutto in prossimità della vendemmia non hanno avuto significativa influenza sulle nostre uve. Purtroppo, ancora una volta dobbiamo registrare una ulteriore limitazione normativa alla produzione dei nostri vini più significativi, in questo caso aggravata dall'intento delle amministrazioni di bilanciare una domanda e offerta ancora più disallineate dall'effetto-Covid. Questi provvedimenti, nel caso dei vini rossi superiori, risultano particolarmente poco comprensibili e punitivi, considerato che viene limitata oggi una produzione che entrerà nel mercato dopo anni di invecchiamento.

Nel 2020 sono iniziati due nuovi rapporti di distribuzione strategici relativi a mercati di estrema rilevanza per il vino italiano, in cui il brand Masi è presente e ben posizionato da molti anni,

³ Non sono comprese le Passività per diritti d'uso.



disponendo però di un significativo ulteriore e più ampio potenziale di sviluppo, in considerazione dei fattori demografici e di attitudine al consumo rilevati. Si tratta in particolare di:

- Germania, in cui dal 1° gennaio è iniziato il contratto di distribuzione con Eggers & Franke Holding, a capo dell'omonimo gruppo, con l'obiettivo di acquisire sempre maggiore penetrazione, ampiezza e visibilità al portafoglio del Gruppo Masi, partendo dall'assunto che la presenza nella gastronomia italiana resta centrale, ma da sola non è più sufficiente: occorre sviluppare una concreta segmentazione per posizionamento-prezzo e per canale distributivo, coerentemente con la vocazione dei diversi brand che compongono la nostra carta-vini;
- USA, in cui dal 1° aprile è incominciato il contratto di distribuzione con Santa Margherita USA, controllata americana di Santa Margherita Gruppo Vinicolo, primaria azienda italiana basata in Veneto: un progetto di sviluppo del mercato fondato su molteplici e sinergiche similitudini tra le due aziende, quali posizionamento premium, identità di territorio, cultura della comunicazione e del marketing. I rispettivi portafogli inoltre presentano una complementarità ideale. L'accordo si riferisce ai vini a marchio Masi, Cantina Privata Boscaini e Masi Tupungato, laddove gli altri marchi del nostro Gruppo seguiranno una route-to-market autonoma.

Sempre nel 2020 Masi ha allargato il proprio portafoglio-prodotti con due nuovi vini: i Lugana DOC biologici Lunatio e Beldosso, proponendo così al mercato una versione *sustainable* di una delle denominazioni caratteristiche dell'area del Garda, riscoperta e apprezzata in Italia e all'estero. Con questa novità l'azienda accresce ulteriormente la sua gamma di vini bianchi, posizionati nel settore *premium* in coerenza di strategia aziendale.

La Società ha infine implementato, in collaborazione con il partner WinePlatform S.p.A., il progetto di creazione di una vetrina per i vari brand del gruppo all'interno dell'omonimo canale online, WinePlatform appunto, con la finalità di entrare in contatto sempre più diretto con i consumatori finali in una logica di wine club, portando a casa loro la Masi Wine Experience. Offriamo quindi la possibilità di scoprire l'intera gamma dei nostri vini e dei nostri brand, accompagnando il consumatore in un percorso sensoriale di scoperta: con WinePlatform Masi, l'emozione va online. Il consumatore riceve i prodotti direttamente al domicilio desiderato in 24-48 ore con tariffe agevolate e raggiungendo oltre 20 paesi. Il progetto e la piattaforma sono integrati con la sezione offline della Masi Wine Experience, oggi presente in 7 locations in Italia e all'Estero e che vedrà l'apertura dell'ottava a stretto giro, rappresentata dal Masi Wine Bar di Monaco di Baviera, in un approccio sempre più di omnicanalità. Come è immaginabile, in un certo senso le limitazioni alla circolazione delle persone imposte dal Covid hanno stimolato l'accelerazione del progetto.

Esaminando il fronte dei punteggi, premi e riconoscimenti ricevuti, anche il 2020 è risultato un anno di grande soddisfazione: i vini Masi continuano a primeggiare nelle principali guide enologiche italiane e collezionano premi e menzioni all'estero, a riconoscimento dell'eccellenza vitivinicola che da sette generazioni contraddistingue la nostra cantina. Sintetizzando i principali risultati: *Mazzano* 2012 ha ricevuto i Tre Bicchieri della Guida 2021 del Gambero Rosso e i 5 Grappoli della Guida Bibenda2021 ed è stato anche annoverato tra i vini al vertice della Guida Essenziale ai Vini d'Italia 2021 firmata da Daniele Cernilli "DoctorWine" con il punteggio di 97/100. Si è aggiudicato inoltre le



4 Viti, massimo riconoscimento della Guida Vitae 2021 dell'Associazione Italiana Sommelier. Ottimi riconoscimenti anche ai World Wine Awards 2020 della reputata testata inglese Decanter: 93 punti al *Costasera 2015*, Amarone bandiera di Masi, e 90 punti al *Costasera Riserva 2015* e al *Brolo Campofiorin Oro 2016* – entrambi caratterizzati dalla presenza dell'antica uva Oseleta riscoperta da Masi. Note di merito arrivano anche dal Master Sommelier e critico enologico canadese John Szabo, che nel portale WineAlign.com ha assegnato 93 punti all'Amarone *Costasera Riserva 2013*, definito "straordinariamente raffinato ed equilibrato" e 90 punti al *Brolo Campofiorin Oro 2016*. Dalla Germania, tra i Paesi al mondo dove è maggiormente apprezzata la DOC Lugana, Mundus Vini, competizione enologica fondata dall'affermato editore tedesco Meininger Verlag, conferisce la medaglia d'oro e il riconoscimento di "Lugana Best of Show" a Beldosso 2018, bianco biologico di gran carattere che trae la struttura da un significativo affinamento in fusti di rovere. Anche gli spumanti Canevel confermano gli ottimi rating dello scorso anno e, anche per il 2020, ottengono le più alte valutazioni da Falstaff, rivista austriaca leader nel mondo del vino, che ha premiato l'azienda di Valdobbiadene per la sua riconosciuta expertise spumantistica con *Campofalco Biologico Brut Valdobbiadene DOCG*, *Terre del Faè Extra Brut Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG*, *Rosa del Faè Marzemino Rosé Millesimato Brut* e *Valdobbiadene Prosecco Superiore di Cartizze DOCG*.

Va segnalato, inoltre, il prestigioso riconoscimento "Una vita per il vino" assegnato al Presidente di Masi Agricola, Sandro Boscaini, nonché attuale Presidente di Federvini. Si tratta del più emozionante tra i riconoscimenti che ogni anno Doctor Wine assegna a vini, cantine, persone e progetti enologici più meritevoli, che quest'anno è stato assegnato a Sandro Boscaini per il ruolo e l'impegno suo e della sua famiglia, nel guidare Masi da sette generazioni, e nel produrre vini di eccellenza.

Con riferimento alla *Masi Wine Experience*, segmento di business e di comunicazione volto a ottenere un contatto sempre più diretto con il consumatore finale, le Possessioni Serego Alighieri sono state premiate ai *Reader Awards di Food and Travel Italia 2020*, vincendo nella categoria "location dell'anno".

FATTI DI RILIEVO INTERVENUTI DOPO LA CHIUSURA DEL PERIODO

Dal 1° gennaio scorso i vini a marchio Serego Alighieri vengono importati negli USA da Vineyard Brands, azienda specialista di vini *premium* e *ultra-premium*. L'operazione rientra nella strategia di rafforzare il posizionamento e sviluppare la penetrazione del marchio Serego Alighieri nel mercato americano, con un lavoro di segmentazione particolarmente focalizzato.

Il 16 febbraio scorso la Società ha annunciato di avere sottoscritto con l'Agenzia delle Entrate - Direzione Regionale del Veneto un accordo preventivo per la definizione dei metodi e dei criteri di calcolo del conto economico, in caso di utilizzo diretto dei beni immateriali. L'agevolazione consiste in una riduzione del reddito imponibile della Società in funzione dell'apporto dei marchi alla creazione del reddito. Comunemente tale agevolazione viene definita come "Patent Box".

PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

Purtroppo sussistono elementi che rendono sempre più difficoltosa la prevedibilità della gestione: tra gli altri l'evoluzione epidemiologica della pandemia da COVID-19 e le conseguenti ricadute sull'horeca, l'incertezza socio-politica ed economica in parecchi mercati, l'incrementata prudenza dei clienti negli acquisti. Rispetto al COVID-19 sembra che oggi ci troviamo in una fase di limbo, tra recrudescenze del contagio che scontano la diffusione di nuove varianti del virus e l'attesa dell'auspicata accelerazione della campagna vaccinale. Il tutto con misure di distanziamento sociale ancora pesanti, che penalizzano il nostro business, basato in buona parte sulla convivialità.

PROPOSTA DI MODIFICA DELLO STATUTO SOCIALE

Il Consiglio di Amministrazione ha, inoltre, deliberato di sottoporre all'assemblea degli azionisti, in sede straordinaria, alcune modifiche allo statuto sociale e in particolare la modifica degli artt. degli artt. 4 (Durata), 5 (Capitale sociale), 6 (Dati identificativi degli azionisti), 12 (OPA endosocietaria), 13 (Assemblea), 14 (Svolgimento dell'assemblea), 15 (Diritto di intervento ed esercizio del diritto di voto), 18 (Consiglio di amministrazione), 19 (Deliberazioni del Consiglio di Amministrazione), 21 (Nomina e sostituzione degli amministratori), 25 (Collegio Sindacale), 26 (Nomina e sostituzione dei sindaci). Le proposte di modifica sono, inter alia, finalizzate ad adeguare lo statuto ad alcune recenti novità normative, anche alla luce di nuove prassi applicative emerse nel contesto della pandemia da COVID-19, nonché recepire alcune recenti disposizioni introdotte da Borsa Italiana nel Regolamento Emittenti AIM Italia con avviso n. 17857 del 6 luglio 2020, che la Società è tenuta a recepire.

CONVOCAZIONE DELL'ASSEMBLEA

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea di riportare a nuovo, al netto della parte da destinare a riserve obbligatorie, l'utile risultante dal bilancio individuale dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 di Masi Agricola S.p.A., pari a euro 1.064.933.

Si ricorda che l'assemblea degli azionisti si riunirà anche per procedere con il rinnovo degli organi sociali, tenuto conto che il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale scadranno con l'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio di esercizio chiuso al 31 dicembre 2020.

L'Assemblea, in sede ordinaria e straordinaria, verrà convocata per il 23 aprile 2021 alle ore 11.00. In considerazione dell'emergenza sanitaria COVID-19 e avuto riguardo alle disposizioni contenute nell'art. 106 del decreto-legge del 17 marzo 2020 n. 18 finalizzate a ridurre al minimo gli spostamenti e gli assembramenti, l'intervento in assemblea e l'esercizio del diritto di voto possono svolgersi esclusivamente tramite conferimento di apposita delega al rappresentante designato. L'Assemblea si svolgerà unicamente mediante sistema di audio-conferenza che verrà comunicato dalla Società ai soggetti legittimati a partecipare.

Per i dettagli sulle suddette proposte si rinvia all'avviso di convocazione con i relativi punti all'ordine del



giorno e alla documentazione a supporto di tali proposte, che saranno pubblicati e messi a disposizione degli azionisti della Società nel rispetto delle previsioni di legge e regolamentari applicabili.

L'avviso di convocazione dell'Assemblea Ordinaria e Straordinaria, nonché la documentazione relativa ai punti all'ordine del giorno e a supporto delle proposte sottoposte all'approvazione dell'Assemblea saranno pubblicate ai sensi di legge e di statuto, nonché sul sito internet www.masi.it, nella sezione "investor-relations/assemblee" (nell'area dedicata all'Assemblea in oggetto), unitamente alle istruzioni e al modulo per conferire la delega senza spese a carico del delegante.

MESSA A DISPOSIZIONE DEL BILANCIO CONSOLIDATO E DEL PROGETTO DI BILANCIO DELL'ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2020

Il bilancio consolidato e il progetto di bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 verranno messi a disposizione del pubblico ai sensi e nei termini di legge presso la sede sociale, Borsa Italiana S.p.A. e nel sito internet www.masi.it, nella sezione "investor-relations/bilanci".

MASI AGRICOLA

Masi Agricola è un'azienda vitivinicola radicata in Valpolicella Classica che produce e distribuisce vini di pregio ancorati ai valori del territorio delle Venezie. Grazie all'utilizzo di uve e metodi autoctoni, e a una continua attività di ricerca e sperimentazione, Masi è oggi uno dei produttori italiani di vini pregiati più conosciuti al mondo. I suoi vini e in particolare i suoi Amaroni sono pluripremiati dalla critica internazionale. Il modello imprenditoriale del Gruppo coniuga l'alta qualità e l'efficienza con l'attualizzazione di valori e tradizioni del proprio territorio. Il tutto in una visione che porta Masi a contraddistinguersi non solo per il core business, ma anche per la realizzazione di progetti di sperimentazione e ricerca in ambito agricolo e vitivinicolo, per la valorizzazione e la promozione del territorio e del patrimonio culturale delle Venezie. Il Gruppo può contare su una forte e crescente vocazione internazionale: è presente in circa 140 Paesi, con una quota di esportazione di circa il 78% del fatturato complessivo. Il Gruppo Masi ha fatturato nel 2020 circa 52 milioni di euro con un EBITDA margin dell'11% circa. Masi ha una precisa strategia di crescita che si basa su tre pilastri: crescita organica attraverso il rafforzamento nei tanti mercati dove è già protagonista; allargamento dell'offerta di vini legati ai territori e alle tecniche delle Venezie, anche aggregando altre aziende vitivinicole; raggiungimento di un contatto più diretto con il consumatore finale, dando più pregnanti significati al proprio marchio, internazionalmente riconosciuto.

Il codice alfanumerico delle azioni è "MASI" e il codice ISIN è IT0004125677.

Nomad e Specialist della società è Equita Sim S.p.A..

ALLEGATI

- Conto economico consolidato riclassificato
- Stato patrimoniale consolidato riclassificato
- Rendiconto finanziario consolidato riclassificato

Nota: i dati relativi al 2020 e al 2019 sono stati redatti secondo i principi contabili IAS/IFRS e sono stati sottoposti a revisione contabile completa. Il conto economico, lo stato patrimoniale e il rendiconto finanziario sono stati riclassificati secondo uno schema che viene normalmente utilizzato dal management e dagli investitori per valutare i risultati del Gruppo. Tali prospetti di bilancio riclassificati non rispondono agli standard di presentazione richiesti dai Principi Contabili Internazionali (IFRS) e non debbono quindi essere visti come sostitutivi di questi ultimi. Tuttavia, poiché ne riportano gli stessi contenuti, essi sono facilmente riconciliabili con quelli previsti dai principi contabili di riferimento.

MASI[®]

AGRICOLA

Per ulteriori informazioni:

Masi Agricola S.p.A.

Investor Relations
Federico Girotto
Tel: +39 045 6832511
Fax: +39 045 6832535
Email: investor@masi.it

Ufficio Stampa Finance

Close to Media
Adriana Liguori, Sofia Crosta
Cell: +39 3451778974
Tel: +39 02 70006237
Email: adriana.liguori@closetomedia.it
sofia.crosta@closetomedia.it

Nomad e Specialista

EQUITA SIM S.p.A.
Marco Clerici
Tel: +39 02 6204 1
Fax: +39 02 2900 5805
Email: m.clerici@equita.eu

Ufficio Stampa Masi Agricola S.p.A.

Elisa Venturini
Tel: +39 045 6832511
Cell: +39 335 7590837
Email: elisa.venturini@masi.it
www.masi.it

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

| <i>(migliaia di euro)</i> | Esercizio 2020 | % sui ricavi | Esercizio 2019 | % sui ricavi |
|--|---------------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Ricavi | 51.682 | 100,0% | 64.898 | 100,0% |
| Costo di acquisto e produzione del venduto | (18.530) | (35,9%) | (22.794) | (35,1%) |
| Margine Industriale lordo | 33.153 | 64,1% | 42.105 | 64,9% |
| Costi per servizi | (20.235) | (39,2%) | (23.083) | (35,6%) |
| Costi per il personale | (8.382) | (16,2%) | (9.220) | (14,2%) |
| Altri costi operativi | (466) | (0,9%) | (475) | (0,7%) |
| Altri ricavi e proventi | 1.424 | 2,8% | 1.862 | 2,9% |
| EBITDA | 5.495 | 10,6% | 11.189 | 17,2% |
| Ammortamenti | (4.005) | (7,7%) | (3.763) | (5,8%) |
| Svalutazioni | (142) | (0,3%) | (162) | (0,2%) |
| EBIT | 1.348 | 2,6% | 7.264 | 11,2% |
| Proventi finanziari | 20 | 0,0% | 40 | 0,1% |
| Oneri finanziari | (567) | (1,1%) | (531) | (0,8%) |
| (Oneri)/Proventi da partecipazioni | (740) | (1,4%) | 45 | 0,1% |
| Utili (perdite) su cambi | (54) | (0,1%) | (400) | (0,6%) |
| Risultato prima delle imposte | 7 | 0,0% | 6.418 | 9,9% |
| Imposte sul reddito | 788 | 1,5% | (2.102) | (3,2%) |
| Risultato dell'esercizio | 795 | 1,5% | 4.317 | 6,7% |

(*) L'EBITDA indica il risultato prima degli oneri finanziari, delle imposte, degli ammortamenti delle immobilizzazioni, della svalutazione dei crediti, degli accantonamenti a fondi rischi e oneri e delle poste straordinarie. L'EBITDA rappresenta pertanto il risultato della gestione operativa prima degli ammortamenti e della valutazione di esigibilità dei crediti commerciali. L'EBITDA così definito rappresenta l'indicatore utilizzato dagli amministratori della Società per monitorare e valutare l'andamento operativo dell'attività aziendale. Siccome l'EBITDA non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili, non deve essere considerato una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi della Società. Poiché la composizione dell'EBITDA non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre entità e quindi non risultare con esse comparabile.

(**) L'EBITDA Margin è calcolato dal Gruppo come rapporto tra l'EBITDA ed i Ricavi delle vendite e delle prestazioni.

(***) L'EBIT indica il risultato prima degli oneri finanziari, delle poste straordinarie e delle imposte dell'esercizio. L'EBIT rappresenta pertanto il risultato della gestione operativa prima della remunerazione delle fonti di finanziamento sia di terzi che proprie. L'EBIT così definito rappresenta l'indicatore utilizzato dagli amministratori della Società per monitorare e valutare l'andamento operativo dell'attività aziendale. Siccome l'EBIT non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili, non deve essere considerato una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi della Società. Poiché la composizione dell'EBIT non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre entità e quindi non risultare con esse comparabile.

(****) L'EBIT Margin è calcolato dal Gruppo come rapporto tra l'EBIT ed i Ricavi delle vendite e delle prestazioni.

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

| <i>(migliaia di euro)</i> | 31.12.2020 | 31.12.2019 | Delta |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|----------------|
| Immobilizzazioni immateriali | 15.437 | 15.332 | 105 |
| Immobilizzazioni materiali | 61.399 | 59.431 | 1.967 |
| Attività agricole e biologiche | 6.221 | 6.320 | (99) |
| <i>Right of use IFRS 16</i> | 10.277 | 10.858 | (581) |
| Altre attività nette non correnti | 399 | 1.298 | (899) |
| Attivo fisso netto | 93.732 | 93.238 | 494 |
| Crediti verso clienti | 12.486 | 16.102 | (3.616) |
| Rimanenze | 48.823 | 49.354 | (531) |
| Debiti verso fornitori | (9.460) | (10.180) | 720 |
| CCN operativo commerciale | 51.849 | 55.276 | (3.427) |
| Altre attività | 4.348 | 4.437 | (88) |
| Altre passività | (3.380) | (2.943) | (436) |
| CCN | 52.817 | 56.769 | (3.952) |
| Fondi rischi e oneri | (58) | (63) | 5 |
| TFR | (943) | (896) | (46) |
| Imposte differite | 62 | (882) | 943 |
| Capitale investito netto | 145.611 | 148.167 | (2.556) |
| Posizione finanziaria netta | 6.442 | 8.673 | (2.232) |
| Liabilities IFRS 16 | 10.545 | 10.976 | (431) |
| Patrimonio netto consolidato | 128.624 | 128.517 | 107 |
| Totale fonti di finanziamento | 145.611 | 148.167 | (2.556) |

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

| <i>(in migliaia di euro)</i> | Esercizio 2020 | Esercizio 2019 |
|---|---------------------------|---------------------------|
| Risultato netto | 795 | 4.317 |
| Ammortamenti e svalutazioni delle attività non correnti | 4.005 | 3.763 |
| Altre rettifiche (imposte, interessi passivi, dividendi incassati, accantonamento fondi, altre rettifiche non monetarie etc.) | (902) | 310 |
| | 3.898 | 8.390 |
| Variazione capitale circolante netto | 3.952 | 1.501 |
| Cashflow attività operativa | 7.850 | 9.891 |
| Investimenti netti | (4.011) | (5.711) |
| Free cashflow | 3.839 | 4.180 |
| Altri movimenti di patrimonio netto | (688) | (3.012) |
| Attività per diritti d'uso IFRS 16, nette | (919) | (787) |
| Variazione di posizione finanziaria netta | 2.232 | 381 |
| Posizione finanziaria netta iniziale escl. liabilities IFRS 16 | (8.673) | (9.054) |
| Posizione finanziaria netta finale escl. liabilities IFRS 16 | (6.442) | (8.673) |

Fine Comunicato n.20071-2

Numero di Pagine: 17