



SPAFID  
CONNECT

|   |  |   |
|---|--|---|
| Informazione<br>Regolamentata n.<br>20071-11-2021 | Data/Ora Ricezione<br>06 Agosto 2021<br>16:22:35 | AIM -Italia/Mercato<br>Alternativo del Capitale |
|---|--|---|

Societa' : MASI AGRICOLA  
Identificativo : 151024  
Informazione  
Regolamentata  
Nome utilizzatore : MASIN01 - Giroto  
Tipologia : 1.2  
Data/Ora Ricezione : 06 Agosto 2021 16:22:35  
Data/Ora Inizio : 06 Agosto 2021 16:22:36  
Diffusione presunta  
Oggetto : MASI AGRICOLA: RISULTATI  
CONSOLIDATI PRIMO SEMESTRE 2021

*Testo del comunicato*

Vedi allegato.

COMUNICATO STAMPA**IL CDA DI MASI AGRICOLA: RISULTATI CONSOLIDATI DEL PRIMO SEMESTRE 2021****RICAVI IN CRESCITA DEL 35% (MANCA SOLO L'1,5% ALLA CONTROCIFRA DEL 1H 2019)****INDICATORI DI REDDITIVITÀ IN DRASTICO MIGLIORAMENTO RISPETTO A 1H 2020****L'EBITDA AUMENTA E TORNA AL PRE-COVID****UTILE NETTO MIGLIORE DEL PRIMO SEMESTRE 2019****POSIZIONE FINANZIARIA NETTA STABILE**

- Ricavi netti 29,3 milioni di euro (+ 35% vs 21,7 mln di euro nel 1H 2020)
- EBITDA 5,4 milioni di euro (1,8 mln di euro nel 1H 2020; 5,5 mln di euro nel 1H 2019)
- EBIT 3,3 milioni di euro (-0,2 mln di euro nel 1H 2020; 3,7 mln di euro nel 1H 2019)
- Utile netto 2,1 milioni di euro (perdita netta di 0,6 mln di euro nel 1H 2020; utile netto di 1,7 mln di euro nel 1H 2019)
- Indebitamento finanziario netto 6,3 milioni di euro (6,4 mln di euro al 31 dicembre 2020 e 9,3 mln di euro al 30 giugno 2020)<sup>1</sup>

*Sant'Ambrogio di Valpolicella, 6 agosto 2021* - Si è riunito oggi il Consiglio di Amministrazione di Masi Agricola S.p.A., società quotata nell'AIM Italia e tra i leader italiani nella produzione di vini *premium*, che ha approvato la relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2021.

**Sandro Boscaini, Presidente di Masi Agricola**, ha dichiarato: «*Abbiamo chiuso il primo semestre 2021 con numeri in decisa crescita, nonostante la chiusura e le misure restrittive nell'HoReCa non ancora totalmente risolte e la rarefazione del turismo internazionale, che ci hanno molto penalizzati generando ricadute specialmente sulla distribuzione nei Duty Free e nelle metropoli. Risultati pertanto incoraggianti, anche se un fattore persistente è la limitata visibilità previsionale: un motivo in più per considerare il brand la nostra stella polare*».

---

<sup>1</sup> Non sono comprese le passività per diritti d'uso ex IFRS 16.

### ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO

#### Analisi dei ricavi

Ripartizione delle vendite per area geografica:

| (migliaia di euro)  | 1H-2021       | %             | 1H-2020       | %             | Delta        | Delta %      | Esercizio<br>2020 | %             | 1H-2019       | %             |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|-------------------|---------------|---------------|---------------|
| Italia              | 6.581         | 22,5%         | 4.152         | 19,1%         | 2.429        | 58,5%        | 11.452            | 22,2%         | 5.949         | 20,0%         |
| Altri paesi europei | 10.178        | 34,8%         | 8.437         | 38,9%         | 1.741        | 20,6%        | 19.621            | 38,0%         | 12.072        | 40,6%         |
| Americhe            | 11.099        | 37,9%         | 8.380         | 38,6%         | 2.720        | 32,5%        | 19.020            | 36,8%         | 10.309        | 34,7%         |
| Resto del mondo     | 1.408         | 4,8%          | 721           | 3,3%          | 687          | 95,3%        | 1.589             | 3,1%          | 1.396         | 4,7%          |
| <b>Totale</b>       | <b>29.266</b> | <b>100,0%</b> | <b>21.689</b> | <b>100,0%</b> | <b>7.576</b> | <b>34,9%</b> | <b>51.682</b>     | <b>100,0%</b> | <b>29.726</b> | <b>100,0%</b> |

La pandemia 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 anche nel primo semestre 2021.

In particolare, dopo svariate fasi di lockdown e successive riaperture (peraltro parziali), possiamo notare che a tutt'oggi la c.d. HoReCa (canale distributivo prevalente per la Società) nei vari Paesi del mondo non ricomprende 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 e/o al lavoro di ufficio di alto profilo, 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. Questo vale per il mercato in generale, ma a maggior ragione per la nostra azienda che nelle sue attività dirette verso il consumatore finale (Masi Wine Experience) non solo perde ricavi, ma anche profittabilità.

Il canale del Duty Free & Travel Retail, storicamente molto volumetrico per la nostra Società, soffre ancora il sostanziale azzeramento dei viaggi. Il c.d. *offtrade*, rappresentato per il Gruppo Masi dai monopoli e (in misura molto inferiore) dalla Grande Distribuzione Organizzata, ha mantenuto la sua operatività, pur se con un trend che risente dello shift del consumo di vini riorientato verso l' HoReCa nel secondo trimestre 2021. L'online continua a conseguire incrementi di robusta significatività percentuale, anche se in numeri assoluti rappresenta una parte minoritaria della nostra route-to-market, così come per tutti i produttori di vini a marchio premium.

In questo scenario i **Ricavi** consolidati del primo semestre 2021 registrano una significativa crescita rispetto all'esercizio precedente, pari complessivamente al 35% circa. Il dato si presenta inferiore al primo semestre 2019 solamente dell'1,5% circa, pari a 460 migliaia di euro. Dal punto di vista geografico possiamo notare una buona performance dell'Italia, che consegue un +10,6% rispetto al 2019 beneficiando del rollout della strategia distributiva intrapresa negli ultimi esercizi nell'ottica di una sempre maggiore omnicanalità. Le Americhe crescono, sempre rispetto al 2019, del 7,7%, trainate dal Canada. Per quanto invece riguarda gli altri Paesi europei, calano di euro 1.894 migliaia sul 2019 (-15,7%), prevalentemente nel canale Duty Free & Travel Retail.

Ricavi riclassificati secondo il posizionamento commerciale del prodotto<sup>2</sup>:

|               | 1H-2021 | 1H-2020 | Esercizio 2020 | 1H-2019 |
|---------------|---------|---------|----------------|---------|
| Top Wines     | 25,5%   | 18,3%   | 22,5%          | 22,5%   |
| Premium Wines | 48,0%   | 50,5%   | 47,8%          | 49,4%   |
| Classic Wines | 26,5%   | 31,3%   | 29,6%          | 28,1%   |

Come già commentato in occasione della pubblicazione dei dati contabili selezionati relativi al primo trimestre, si nota anche alla fine del primo semestre 2021 una maggiore incidenza dei Top Wines rispetto agli esercizi precedenti, in cui (2020 escluso, a causa dell'impatto-Covid sull'apertura dei canali distributivi) normalmente conseguivano una quota del 25% solo alla fine dell'esercizio, mantenendosi inferiori di circa due punti dopo i primi sei mesi.

Esaminando l'aspetto della stagionalità occorre ricordare che generalmente negli ultimi esercizi pre-Covid i secondi semestri hanno costantemente realizzato oltre la metà dei ricavi annui.

#### *Analisi dei risultati operativi e netti consolidati*

L'**EBITDA** passa da euro 1.772 migliaia a euro 5.407 migliaia (*EBITDA margin* pari al 18,5%), sostanzialmente in linea con il primo semestre 2019 in termini sia di valore assoluto che di percentuale di incidenza sui ricavi:

- a) il *marginale industriale lordo* passa da euro 14.435 migliaia a euro 18.770 migliaia, con una riduzione percentuale (da 66,6% a 64,1%), ascrivibile essenzialmente al diverso mix-prodotto già in precedenza commentato;
- b) i *costi per servizi* crescono da euro 8.746 migliaia a euro 9.651 migliaia, principalmente a fronte di: i) costi che, per natura o destinazione, sono correlati ai ricavi (ad. es. provvigioni, trasporti su vendite); ii) costi di carattere commerciale e/o di pubblicità e promozione connessi ad attività che nel primo semestre 2020 non sono state poste in essere a causa del lockdown;
- c) i *costi per il personale* aumentano da euro 3.954 migliaia a euro 4.469 migliaia (sostanzialmente in linea con il primo semestre 2019) per effetto dei minori ammortizzatori sociali utilizzati nel periodo;
- d) gli *altri ricavi e proventi* incrementano da euro 191 migliaia a euro 924 migliaia, principalmente per maggiori contributi OCM, essendo a loro volta aumentate le attività agevolabili (rientranti tra i costi per servizi, v. sopra).

L'**EBIT** migliora, passando da una perdita di euro 198 migliaia a euro 3.327 migliaia, dopo aver speso ammortamenti e svalutazioni per euro 2.079 migliaia.

<sup>2</sup> 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.

# MASI<sup>®</sup>

## AGRICOLA

*Proventi e oneri finanziari, proventi e oneri da partecipazioni, utili e perdite su cambi:* passano da un onere netto di euro 131 migliaia a un onere netto di euro 346 migliaia, essenzialmente per effetto-cambi.

Il **risultato netto consolidato** risulta quindi un utile di euro 2.147 migliaia, contro una perdita di euro 552 migliaia dei primi sei mesi 2020 e un utile di euro 1.730 migliaia alla fine dei primi sei mesi 2019.

### *Situazione patrimoniale e finanziaria*

L'indebitamento finanziario netto consolidato<sup>3</sup> al 30 giugno 2021 ammonta a euro 6.273 migliaia, contro euro 6.442 migliaia al 31 dicembre 2020 ed euro 9.259 migliaia al 30 giugno 2020.

### **FATTI DI RILIEVO DEL PERIODO**

Dal 1° gennaio scorso i vini a marchio Serego Alghieri vengono importati negli USA da Vineyard Brands, azienda specialista di vini premium e ultrapremium. L'operazione rientra nella strategia di rafforzare il posizionamento e sviluppare la penetrazione del marchio Serego Alghieri 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 contributo economico alla produzione del reddito d'impresa derivante dall'utilizzo dei beni immateriali. L'agevolazione (c.d. "Patent Box") consiste in una riduzione del reddito imponibile della Società a seguito dello sfruttamento dei beni immateriali oggetto di agevolazione.

A marzo 2021 la Società ha emesso un prestito obbligazionario sottoscritto da UniCredit S.p.A. e da Garibaldi Tower Basket Bond S.r.l., società veicolo costituita ai sensi della dalla Legge 30 aprile 1999, n. 130, per l'importo di 12 milioni di Euro con durata di 7 anni, nell'ambito di una più ampia operazione denominata "Basket Bond Vino" a cui hanno partecipato anche altre due aziende del settore. Tale prestito obbligazionario ha la finalità di supportare i piani di investimento della Società prevedibili per i prossimi esercizi, ottimizzando al contempo la struttura fonti-impieghi, e fornirà una maggiore elasticità di cassa a parità di posizione finanziaria netta. Nell'ambito dell'operazione è stato risolto il contratto di finanziamento ipotecario "contratto di filiera – Terre del Vino" (accordato sempre nel 2016 da Cassa Depositi e Prestiti e UniCredit, e non ancora utilizzato da Masi) e attivata la cancellazione dell'ipoteca iscritta su alcuni immobili a garanzia degli impegni derivanti dal suddetto finanziamento.

Nel secondo trimestre Masi ha lanciato sui mercati internazionali *Fresco di Masi*, due vini biologici (bianco e rosso) interpreti di una rinnovata visione di sostenibilità e basati su un concetto rivoluzionario: una produzione "per sottrazione" che minimizza l'intervento dell'uomo sulla natura, un ritorno alle origini e alla ricerca dell'essenza del vino. Uva spremuta appena colta, utilizzo di soli lieviti selvaggi, non filtrazione e moderato livello alcolico, nessun passaggio in legno, packaging

<sup>3</sup> Non sono comprese le Passività per diritti d'uso.



sostenibile in tutte le sue componenti. Fresco di Masi risponde alla sensibilità dei nostri tempi: la ricerca di un consumo sempre più responsabile e attento al benessere degli individui e del pianeta. Il progetto è espressione dell'anima innovativa dell'azienda, da sempre all'avanguardia nella ricerca in vigneto e in cantina che prosegue dunque nel suo costante impegno per la sostenibilità, coniugando i benefici delle tecniche organiche con la ben nota qualità Masi e la visione culturale dei suoi vini.

A fine giugno ha aperto a Monaco di Baviera il nuovo locale monomarca a insegna "Masi Wine Bar Munich". La location scelta è il noto address "Campari Haus", in Maximilianstraße, l'esclusiva via dello shopping di lusso costellata di eleganti edifici del XIX secolo. *Masi Wine Experience* – il nostro progetto volto a conseguire un contatto sempre più diretto con il consumatore finale - si arricchisce così della sua ottava location a connotazione internazionale e dall'eccellente posizionamento, che apporta al nostro marchio degli ulteriori contenuti lifestyle.

Nel primo semestre 2021 è ripresa l'attività edilizia nei due significativi cantieri del Masi Visitor & Operations Center di Gargagnago e dell'ampliamento della cantina di vinificazione a Valgatarà, entrambi interrotti in precedenza per gli impatti della pandemia e conseguentemente per difficoltà operative dell'allora appaltatore, che hanno costretto la Società a risolvere i contratti previgenti, riassegnando le opere con nuova aggiudicazione. La costruzione procede ora regolarmente, pur con un cronoprogramma in ritardo rispetto ai piani originari.

## **ATTESE PER LA VENDEMMIA 2021**

La ripresa vegetativa della stagione 2021 ha subito un ritardo di circa due settimane, soprattutto per effetto di una primavera con temperature sotto la media. Le gelate tardive di aprile non hanno causato danni rilevanti nella maggior parte delle situazioni, proprio per il ritardo fenologico in cui si trovava la vite. Le fasi intercorse tra la fioritura e l'allegagione e la successiva chiusura sono risultate nella stagione vegetativa 2021 più accorciate rispetto alla media, con un recupero rispetto allo scorso anno, che ha portato il ritardo a circa una settimana. Successivamente, le elevate temperature e la siccità di giugno hanno leggermente rallentato la fenologia e l'accrescimento della vite. I grappoli dei vigneti Masi in Valpolicella Classica presentano ottime caratteristiche per la messa a riposo ai fini dell'appassimento: sani, lunghi e abbastanza spargoli; anche negli altri siti le uve mostrano attualmente un ottimale stato sanitario.

Conseguentemente, la vendemmia 2021 inizierà probabilmente circa 7-10 giorni più avanti rispetto a quanto effettuato lo scorso anno nei vari areali del Gruppo.

Nonostante l'impatto di alcuni eventi meteorologici intensi si prospetta una vendemmia di buon livello qualitativo.

## FATTI DI RILIEVO INTERVENUTI DOPO LA CHIUSURA DEL PERIODO

Lo scorso luglio Canevel Spumanti ha lanciato un nuovo Prosecco DOC Biologico Extra Brut nell'ambito di un progetto di co-branding con Diesel, iconico marchio internazionale di moda lifestyle, nel segno di una comune vocazione alla sostenibilità. Prodotto esclusivamente con uva Glera proveniente da selezionati vigneti a conduzione biologica, il Prosecco "Casa Canevel – Diesel" nasce da un originale processo a ciclo lungo svolto in modo naturale con un'unica fermentazione: la vinificazione e la spumantizzazione avvengono infatti in continuità, da mosto d'uva fermentato senza aggiunta di saccarosio. Ne consegue un vino di altissima qualità nell'assoluto rispetto della naturalità del prodotto e della componente aromatica della Glera. Il packaging è stato disegnato da Diesel, nota per la sua estetica innovativa e controcorrente, usando le note accese dell'oro e del verde brillante.

## PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

La pandemia da Covid-19 sta proseguendo la propria espansione anche nel 2021, rendendo estremamente difficile l'attività previsionale. L'avanzamento della campagna vaccinale sta registrando ritardi in vari Paesi e permane l'incertezza legata alla diffusione delle varianti. È immaginabile che questo fattore continui a limitare i viaggi, soprattutto internazionali, molto importanti per il business della Società, e potrebbe anche portare ad ulteriori misure restrittive con possibili effetti negativi sulle vendite.

Il Gruppo Masi ha già dato prova della propria reattività di fronte ai mutamenti improvvisi, adattando la propria strategia di lungo periodo alle incertezze del breve. In questa delicata fase il Gruppo presidierà le proprie direttrici strategiche, quali:

- business model verticale "dalla vigna alla bottiglia";
- rappresentatività del *macroterroir* delle Venezie;
- posizionamento premium.

Indubbiamente si stanno verificando alcuni significativi cambiamenti nell'ambiente di riferimento, iniziati pre-Covid, ma accelerati dalla pandemia, che richiedono di essere considerati nell'ambito dello sviluppo strategico:

- a) una diversa visione del lusso e in generale del rapporto tra consumatore e consumo, nell'impronta di codici culturali più responsabili, orientati all'esperienzialità e all'interazione, che rendono il consumatore sempre più "humble achiever";
- b) centralità del rapporto diretto tra brand e consumatore, coltivato con stretto rigore del posizionamento;
- c) omnicanalità comunicativa e distributiva coerente, integrata e interattiva, a livello sia trade che consumer;



- d) visione della crescita d'impresa come concetto sempre più correlato a sostenibilità, responsabilità, ottica di lungo termine, in un impianto etico aziendale condiviso con gli stakeholder;
- e) cultura digitale come irrinunciabile asset d'impresa: anche in tal senso vanno visti l'implementazione del nuovo ERP aziendale dal 1° gennaio scorso e l'imminente lancio di un innovativo booking engine per le attività di Masi Wine Experience.

L'imprevedibilità riguarda un po' tutti gli ambiti macro e micro della socialità e trasferisce agli operatori e ai consumatori un senso di insicurezza, che a sua volta contribuisce a creare un clima di generale incertezza socio-politica ed economica.

In questo quadro possiamo registrare un andamento del business nel mese di luglio molto positivo per Canevel, meno per Masi, che ha scontato sia una ridotta propensione al riassortimento dei mercati oltreoceano, sia ritardi di spedizione causati dal sistema logistico internazionale.

## **PUBBLICAZIONE DELLA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE CONSOLIDATA E DELLA RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE**

La relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2021 e la relazione sulla revisione contabile limitata emessa da Ernst & Young S.p.A. sono a disposizione del pubblico presso la sede sociale, Borsa Italiana S.p.A. e sul sito internet [www.masi.it](http://www.masi.it), nella sezione investor-relations/bilanci. Masi Agricola S.p.A. informa che la suddetta relazione della società di revisione, riportata nel seguito, non contiene rilievi.

---

### **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
- Relazione della società di revisione



# MASI<sup>®</sup>

## AGRICOLA

**Nota:** i dati riportati sono stati redatti secondo i principi contabili IAS/IFRS. I dati relativi all'esercizio 2020 sono stati sottoposti a revisione contabile completa, mentre i dati relativi al primo semestre 2021, al primo semestre 2020 e al primo semestre 2019 sono stati sottoposti a revisione contabile limitata. 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.

Per ulteriori informazioni:

**Masi Agricola S.p.A.**

Investor Relations  
Federico Giroto  
Tel: +39 045 6832511  
Fax: +39 045 6832535  
Email: [investor@masi.it](mailto:investor@masi.it)

**Ufficio Stampa Finance**

Close to Media  
Adriana Liguori, Sofia Crosta  
Tel: +39 02 70006237  
Fax: +39 02 89694809  
Email: [adriana.liguori@closetomedia.it](mailto:adriana.liguori@closetomedia.it)  
[sofia.crosta@closetomedia.it](mailto: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](mailto: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](mailto:elisa.venturini@masi.it)  
[www.masi.it](http://www.masi.it)

### CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

| <i>(in migliaia di euro)</i>               | 1H-2021       | % sui ricavi  | 1H-2020       | % sui ricavi  | Esercizio 2020 | % sui ricavi  | 1H-2019       | % sui ricavi  |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>Ricavi</b>                              | <b>29.266</b> | <b>100,0%</b> | <b>21.689</b> | <b>100,0%</b> | <b>51.682</b>  | <b>100,0%</b> | <b>29.726</b> | <b>100,0%</b> |
| Costo di acquisto e produzione del venduto | (10.495)      | (35,9%)       | (7.255)       | (33,4%)       | (18.530)       | (35,9%)       | (9.822)       | (33,0%)       |
| <b>Margine Industriale lordo</b>           | <b>18.770</b> | <b>64,1%</b>  | <b>14.435</b> | <b>66,6%</b>  | <b>33.153</b>  | <b>64,1%</b>  | <b>19.904</b> | <b>67,0%</b>  |
| Costi per servizi                          | (9.651)       | (33,0%)       | (8.746)       | (40,3%)       | (20.235)       | (39,2%)       | (10.349)      | (34,8%)       |
| Costi per il personale                     | (4.469)       | (15,3%)       | (3.954)       | (18,2%)       | (8.382)        | (16,2%)       | (4.458)       | (15,0%)       |
| Altri costi operativi                      | (167)         | (0,6%)        | (154)         | (0,7%)        | (466)          | (0,9%)        | (167)         | (0,6%)        |
| Altri ricavi e proventi                    | 924           | 3,2%          | 191           | 0,9%          | 1.424          | 2,8%          | 562           | 1,9%          |
| <b>EBITDA (*)</b>                          | <b>5.407</b>  | <b>18,5%</b>  | <b>1.772</b>  | <b>8,2%</b>   | <b>5.495</b>   | <b>10,6%</b>  | <b>5.492</b>  | <b>18,5%</b>  |
| Ammortamenti                               | (1.995)       | (6,8%)        | (1.938)       | (8,9%)        | (4.005)        | (7,7%)        | (1.793)       | (6,0%)        |
| Svalutazioni                               | (84)          | (0,3%)        | (31)          | (0,1%)        | (142)          | (0,3%)        | (48)          | (0,2%)        |
| <b>EBIT (**)</b>                           | <b>3.327</b>  | <b>11,4%</b>  | <b>(198)</b>  | <b>(0,9)%</b> | <b>1.348</b>   | <b>2,6%</b>   | <b>3.651</b>  | <b>12,3%</b>  |
| Proventi finanziari                        | 6             | 0,0%          | 209           | 1,0%          | 20             | 0,0%          | 1             | 0,0%          |
| Oneri finanziari                           | (919)         | (3,1%)        | (298)         | (1,4%)        | (567)          | (1,1%)        | (355)         | (1,2%)        |
| (Oneri)/Proventi da partecipazioni         | 53            | 0,2%          | 90            | 0,4%          | (740)          | (1,4%)        | 45            | 0,2%          |
| Utili (perdite) su cambi                   | 515           | 1,8%          | (132)         | (0,6%)        | (54)           | (0,1%)        | (657)         | (2,2%)        |
| <b>Risultato prima delle imposte</b>       | <b>2.981</b>  | <b>10,2%</b>  | <b>(328)</b>  | <b>(1,5)%</b> | <b>7</b>       | <b>0,0%</b>   | <b>2.685</b>  | <b>9,0%</b>   |
| Imposte sul reddito                        | (834)         | (2,9%)        | (224)         | (1,0%)        | 788            | 1,5%          | (955)         | (3,2%)        |
| <b>Risultato netto del periodo</b>         | <b>2.147</b>  | <b>7,3%</b>   | <b>(552)</b>  | <b>(2,5)%</b> | <b>795</b>     | <b>1,5%</b>   | <b>1.730</b>  | <b>5,8%</b>   |

(\*) 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'EBIT indica il risultato prima degli oneri finanziari, delle poste straordinarie e delle imposte del periodo. 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.

### STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

| <i>(in migliaia di euro)</i>         | 30.06.2021     | 31.12.2020     | Delta        | 30.06.2020     |
|--------------------------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|
| Immobilizzazioni immateriali         | 15.452         | 15.437         | 15           | 15.357         |
| Immobilizzazioni materiali           | 62.028         | 61.399         | 630          | 60.323         |
| Attività agricole e biologiche       | 6.163          | 6.221          | (58)         | 6.289          |
| Attività per diritti d'uso           | 9.769          | 10.277         | (508)        | 10.498         |
| Altre attività nette non correnti    | 452            | 399            | 53           | 1.364          |
| <b>Attivo fisso netto</b>            | <b>93.864</b>  | <b>93.732</b>  | <b>132</b>   | <b>93.833</b>  |
| Crediti verso clienti                | 13.265         | 12.486         | 779          | 9.449          |
| Rimanenze                            | 50.432         | 48.823         | 1.609        | 50.380         |
| Debiti verso fornitori               | (8.882)        | (9.460)        | 577          | (5.265)        |
| <b>CCN operativo commerciale</b>     | <b>54.814</b>  | <b>51.849</b>  | <b>2.966</b> | <b>54.564</b>  |
| Altre attività                       | 4.417          | 4.348          | 69           | 4.265          |
| Altre passività                      | (4.201)        | (3.380)        | (821)        | (3.178)        |
| <b>CCN</b>                           | <b>55.031</b>  | <b>52.817</b>  | <b>2.213</b> | <b>55.651</b>  |
| Fondi rischi e oneri                 | (56)           | (58)           | 2            | (63)           |
| TFR                                  | (874)          | (943)          | 68           | (935)          |
| Imposte differite                    | (238)          | 62             | (299)        | (708)          |
| <b>Capitale investito netto</b>      | <b>147.726</b> | <b>145.611</b> | <b>2.115</b> | <b>147.778</b> |
| Posizione finanziaria netta          | 6.273          | 6.442          | (169)        | 9.259          |
| Passività per diritti d'uso          | 10.152         | 10.545         | (393)        | 10.740         |
| Patrimonio netto consolidato         | 131.302        | 128.624        | 2.678        | 127.779        |
| <b>Totale fonti di finanziamento</b> | <b>147.726</b> | <b>145.611</b> | <b>2.115</b> | <b>147.778</b> |

### RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

| <i>(in migliaia di euro)</i>  | <b>1H-2021</b> | <b>1H-2020</b> | <b>Esercizio 2020</b> |
|---|----------------|----------------|-----------------------|
| <b>Risultato netto</b>  | <b>2.147</b>   | <b>(552)</b>   | <b>795</b>            |
| Ammortamenti e svalutazioni delle attività non correnti   | 1.995          | 1.938          | 4.005                 |
| Altre rettifiche (imposte, interessi passivi, dividendi incassati, accantonamento fondi, altre rettifiche non monetarie etc.) | 230            | (135)          | (902)                 |
|   | <b>4.372</b>   | <b>1.250</b>   | <b>3.898</b>          |
| Variazione capitale circolante netto  | (2.213)        | 1.118          | 3.952                 |
| <b>Cashflow attività operativa</b>  | <b>2.159</b>   | <b>2.369</b>   | <b>7.850</b>          |
| <b>Investimenti netti</b>   | <b>(2.085)</b> | <b>(2.366)</b> | <b>(4.011)</b>        |
| <b>Free cashflow</b>  | <b>74</b>      | <b>2</b>       | <b>3.839</b>          |
| Altri movimenti di patrimonio netto   | 530            | (186)          | (688)                 |
| Attività per diritti d'uso  | (435)          | (402)          | (919)                 |
| <b>Variazione di posizione finanziaria netta</b>  | <b>169</b>     | <b>(585)</b>   | <b>2.232</b>          |
| Posizione finanziaria netta iniziale *  | (6.442)        | (8.673)        | (8.673)               |
| Posizione finanziaria netta finale *  | (6.273)        | (9.259)        | (6.442)               |

\* escluse passività per diritti d'uso

Fine Comunicato n.20071-11

Numero di Pagine: 13