

COMUNICATO STAMPA

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI EURO COSMETIC APPROVA IL BUDGET 2021 E I RISULTATI PREVISIONALI DI CHIUSURA 2020

- **RICAVI OPERATIVI ATTESI NEL 2021** PARI A CA. 29,0 MILIONI DI EURO (+5,8 % RISPETTO AL 2020, PARI A CA. 27,4 MILIONI DI EURO)
- **RICAVI PRODOTTO FINITO ATTESI NEL 2021** PARI A CA. 28,7 MILIONI DI EURO NEL 2021 (+7,1% RISPETTO AL 2020, PARI A CA. 26,8 MILIONI DI EURO)
- **EBITDA ATTESO 2021** PARI A CA. 5,1 MILIONI DI EURO (+6,2% RISPETTO AL 2020, PARI A CA. 4,8 MILIONI DI EURO)
- **EBITDA MARGIN ATTESO 2021** PARI A CA. IL 17,6 %
- **EBIT ATTESO 2021** PARI A CA. 3,6 MILIONI DI EURO (+5,8% RISPETTO AL 2020, PARI A CA. 3,4 MILIONI DI EURO)
- **EBIT MARGIN ATTESO 2021** PARI A CA. IL 12,4%
- **INVESTIMENTI COMPLESSIVI PREVISTI NEL BUDGET 2021** PARI A CA. 2 MILIONI DI EURO.

Trenzano (BS), 14 gennaio 2021 – Euro Cosmetic, società specializzata nella formulazione e fabbricazione di prodotti Personal Care (igiene, benessere e profumazione della persona), quotata sul mercato AIM Italia di Borsa Italiana (simbolo: EC), comunica che in data odierna il Consiglio di Amministrazione ha approvato i risultati previsionali di chiusura 2020 e il budget relativo all'esercizio 2021 che tiene conto della crescita della Società, nonostante il difficile contesto economico a seguito della seconda ondata Covid ad ottobre 2020.

PREVISIONI 2020

Nel difficile contesto macroeconomico che ha caratterizzato il 2020, Euro Cosmetic, grazie alla diversificazione sia dei canali di distribuzione sia delle categorie di prodotto, oltre a mantenere i volumi e fatturati previsti è anche riuscita a superare le grandezze attese. Nel settore cosmetico, la categoria dei prodotti di Make-Up ha subito un crollo verticale stimato intorno al 47% rispetto al 2019, mentre le categorie *hair care*, *oral care* e detergenti per il corpo hanno registrato un incremento di circa il 18% (indagine condotta a Dicembre 2020, fonte Cosmetica Italia). Euro Cosmetic, attiva nelle categorie dei prodotti in crescita, continua il suo percorso di espansione con la previsione di una chiusura dell'esercizio 2020 con Ricavi Operativi pari a 27,4 milioni di Euro e Ricavi Prodotto finito pari a 26,8 milioni di Euro, dati previsionali e non ancora sottoposti a revisione legale. La Società raggiunge nel 2020 un EBITDA pari a ca. 4,8 milioni di Euro (EBITDA *margin* pari a ca. il 17,5%) ed EBIT pari a ca. 3,4 milioni di Euro (EBIT *margin* pari a circa il 12,4%), dati previsionali e non ancora sottoposti a revisione legale.

I risultati positivi della Società riflettono l'aumento dei volumi degli ordini dei canali Industrial, GDO e Farmacia/Para-farmacia in modo particolare sulle categorie detergenti e *oral care*, dovuti alla consolidata tendenza all'igienizzazione non solo delle mani ma della persona in generale. Nel 2020 la Società consolida sempre di più, in un momento critico, il ruolo di partner strategico per i clienti fidelizzati e ne acquisisce di nuovi, a conferma degli alti livelli qualitativi, della flessibilità e tempestività dei servizi offerti.

Si stima una Posizione finanziaria netta positiva nel 2020 pari a 5,9 milioni di Euro, dato previsionale e non ancora sottoposto a revisione legale.

Daniela Maffoni, Amministratore Delegato di Euro Cosmetic, ha così dichiarato: “La strategia e la pianificazione intrapresa da Euro Cosmetic sta portando ai risultati attesi. In uno scenario molto complesso, causa evento pandemico, siamo riusciti a dimostrare reattività e a fronteggiare un periodo di crisi che ha duramente colpito anche il nostro settore cosmetico. Con tutti gli indicatori positivi, posso ritenermi soddisfatta e la chiusura d’anno è sicuramente una conferma di ulteriore crescita. Le prospettive future sono molto buone e stiamo lavorando a pieno regime per portare a compimento tutte le attività di sviluppo e crescita del business. Vi attendono importanti novità”.

HIGHLIGHT ECONOMICO – FINANZIARI DEL BUDGET 2021

La Società stima una crescita dei Ricavi prodotto finito nell’esercizio 2021 principalmente nei canali Professional e Industrial. Si ritiene infatti plausibile un recupero significativo del canale Professional che nel 2020 ha risentito fortemente delle ripercussioni causate dal Covid-19 per quanto concerne i settori del turismo e dei saloni di bellezza.

HIGHLIGHT STRATEGICO – INDUSTRIALI

Linee guida strategiche alla base del budget 2021:

1. Investimenti in innovazione

Sono previsti nel 2021 investimenti pari a ca. 2 milioni di Euro. Le aree interessate sono l’area logistica e produttiva; in particolare, è prevista l’acquisizione di uno stabile di 600 mq adiacente allo stabilimento per un importo di 540 mila Euro che ospiterà le linee di confezionamento dedicate alle produzioni di nicchia della cosmetica di alta gamma (Atelier Cosmetico); la Società prevede un secondo investimento relativo all’ampliamento dell’area logistica di 5.800 mq che sarà portato a compimento nel 2022 per un totale complessivo di 4,6 milioni di Euro, con stanziamento di 900 mila Euro nel corso del 2021. La Società prevede investimenti nell’area produttiva pari a 560 mila Euro, di cui 400 mila Euro per l’acquisto di una nuova linea di riempimento completamente automatizzata e 160 mila Euro per il completamento del progetto di integrazione di impianti e linee di confezionamento con la tecnologia 4.0.

2. Nuove proposte al mercato

La Società investendo in modo continuativo e costante nell’attività di Ricerca & Sviluppo per la creazione e industrializzazione di nuove formule e la realizzazione di nuovi progetti, concentrati nelle aree ECO-BIO, COSMOS e PMC (Presidi Medico Chirurgici), prevede un incremento dei volumi e delle commesse in relazione alle richieste sempre più frequenti in queste categorie di prodotti che nascono dalla richiesta e ricerca di nuove proposte da parte del mercato cosmetico in continua evoluzione.

3. Entrata di nuovi clienti: La Società, in funzione dell’aumentata capacità produttiva legata a impianti, stoccaggi bulk, linee produttive e all’ampliamento dell’area logistica da 6.000 a 12.000

mq coperti, è in grado di acquisire nuovi potenziali clienti nel canale Industrial e Professional, avviando un processo di diversificazione del portafoglio cliente attuale.

4. Marketing strategico: creazione di un marchio proprio e lancio sul mercato

Il progetto prevede il deposito di un marchio, la creazione di un concept innovativo ed emozionale, lo studio e la creazione di una linea di prodotti cosmetici *skin care* altamente performanti, con test di efficacia prodotto a supporto e certificazioni per il packaging. Il posizionamento dei prodotti con marchio proprio sarà medio-alto, dando l'opportunità alla Società di inserirsi in un mercato internazionale con alta marginalità.

Per questo progetto cosmetico è stata siglata una collaborazione con l'agenzia di *publishing* digitale "*The Blonde Salad*" fondata da Chiara Ferragni.

Inoltre, la Società prevede la predisposizione di un piano redazionale media promo-pubblicitario su canali social dedicati al brand e la collaborazione con note influencer a completamento della diffusione del lancio.

5. Operazioni di M&A

La Società continua la ricerca e selezione di realtà potenzialmente complementari, con particolare attenzione al settore Farmaceutico/Para-farmaceutico in quanto ritenuto importante per il completamento dell'offerta in termini di prodotto, sia per gli attuali clienti che per nuove opportunità.

About Euro Cosmetic

Euro Cosmetic S.p.A. è un'azienda attiva nella ricerca&sviluppo, produzione e vendita di prodotti Personal Care (igiene, benessere e profumazione della persona): detergenti, prodotti dedicati all'igiene orale, skin care e fine fragrances. La produzione è realizzata interamente in Italia nello stabilimento di Trezano (BS) dove operano oltre 90 dipendenti. Il portafoglio clienti è costituito da aziende della GDO, multinazionali, e da aziende che operano nel canale professional (saloni di bellezza) e nel canale delle farmacie e para farmacie.

Nomad

Banca Profilo SpA

02 584081

eurocosmetic@bancaprofilo.it

Investor Relation - Euro Cosmetic SpA

Silvia Tosin

tosin@eurocosmetic.it

CDR Communication – Ufficio stampa Corporate

Angelo Brunello angelo.brunello@cdr-communication.it

Martina Zuccherini martina.zuccherini@cdr-communication.it