De’ Longhi spinge sul piano di investimenti per comunicazione e marketing

De’ Longhi accelera su comunicazione e marketing. L’indicazione arriva contestualmente al rilascio dei risultati ottenuti nel terzo trimestre 2019.

Nel periodo, il Gruppo ha conseguito ricavi per 458,2 milioni di euro (+2,8% sul 2018 e +1,6% a livello organico) e un utile netto di 29 milioni di euro (29,1 milioni in termini normalizzati, in crescita del 11,9%). Numeri che portano il cumulato dei primi 9 mesi dell’anno a registrare ricavi in crescita dello 0,3% a 1.303,7 milioni di euro (-1,1% a livello organico) e un utile netto pari a 71,8 milioni di euro (72,4 milioni in valori normalizzati1);

“I risultati del terzo trimestre, sostanzialmente in linea con le aspettative e le guidance rilasciate - si legge in una nota dell’azienda - sono stati soddisfacenti, soprattutto in considerazione dell’attuale scenario internazionale. Tuttavia, alla luce delle opportunità di sviluppo offerte dall’evoluzione dei mercati di riferimento, la società ritiene fondamentale accelerare il piano di investimenti in marketing e comunicazione. Tali investimenti incrementali, nell’ordine dell’1% circa dei ricavi annui, con potenziali impatti diluitivi dei margini nel più breve termine, hanno il fine di rafforzare la leadership del Gruppo nei segmenti chiave e nei nuovi canali distributivi, sostenendo la crescita di lungo termine”.