



## **Comunicato Stampa**

### **Assemblea dei Soci Domori: approvato il Bilancio 2020, presentata la Relazione di Impatto 2020.**

None, 29 aprile 2021 - E' stato approvato nel corso dell'Assemblea dei Soci del 28 aprile 2021, il Bilancio Domori per l'anno 2020. Nonostante le restrizioni imposte dall'emergenza sanitaria legata al Covid19, Domori ha chiuso il 2020 con risultati di rilievo, che hanno ampiamente mitigato i mesi più difficili della scorsa primavera: le vendite hanno registrato un volume pari a 18,6 milioni di Euro, con una diminuzione del -4,85% rispetto all'esercizio precedente. Il risultato è stato possibile grazie alla capacità dell'azienda di compensare le vendite dal canale HORECA - tra i più colpiti in assoluto dalla crisi - a quello della grande distribuzione, dell'e-commerce e dei mercati esteri.

#### **Società Benefit**

Nel corso del 2020 Domori ha modificato la propria ragione sociale in Domori S.p.A. ed è diventata una Società Benefit. Coerentemente a questo nuovo status, Domori ha scelto di avviare l'iter per diventare B-CORP, con l'obiettivo di ottenere la prestigiosa certificazione nel corso del 2021. Durante l'Assemblea dei Soci è stata presentata la "Relazione di Impatto 2020", che ha ricostruito i risultati conseguiti dalla Società sia nel settore della sostenibilità ambientale che in quello della responsabilità sociale. Tra gli obiettivi più importanti raggiunti, si distinguono donazioni a ONLUS del territorio per quasi 80 mila Euro, l'avvio di una nuova importantissima collaborazione con il Gruppo Abele, destinata a crescere nel corso del 2021.

Per quanto riguarda la sostenibilità ambientale, Domori ha proseguito la revisione completa degli imballaggi, puntando sull'abbattimento degli sprechi e della quantità dei materiali utilizzati: per 22, sui 39 tipi di tavolette oggi in produzione, Domori ha eliminato il pack secondario, mentre per quanto riguarda gli imballaggi Domori ha raggiunto il dato del 95% smaltibile nella raccolta differenziata.



Inoltre, grazie alla partnership con il marchio Favini, Domori ha sperimentato il riuso delle bucce di cacao per la produzione di carta da packaging, in sostituzione a cellulosa vergine, per un totale di 1300 Kg di materiale di scarto utilizzato.

### **Dati vendite: Domori Retail & Professional**

Per quanto riguarda Domori, è da sottolineare come le vendite complessivamente siano riuscite a segnare comunque un segno positivo: il risultato è di 11 milioni di Euro, con una crescita dell'1% rispetto al 2019.

Le vendite dei prodotti Retail sono state pari a 6,7 milioni di euro, con un incremento pari al 35% rispetto al 2019. Le vendite dei prodotti Professionali, invece, sono state pari a 4,2 milioni di Euro con una riduzione del 28% rispetto al 2019.

Il 2020 è stato, inoltre, contraddistinto da un'importante crescita delle vendite di prodotti Domori all'estero che tra retail e professionale hanno visto, rispetto al 2019, un incremento del 15% e di quelle sul canale e-commerce del 65%.

### **I marchi distribuiti**

Per quanto riguarda i prodotti distribuiti le vendite complessive sono state pari a 7,5 milioni di Euro con una flessione del 7,5% rispetto all'anno precedente.

Le vendite dei prodotti Dammann, pari a 1,2 milioni di Euro, hanno chiuso l'anno con -36% rispetto al 2019 e sono quelle che hanno risentito maggiormente delle restrizioni imposte dall'emergenza sanitaria a causa del crollo dell'industria del turismo.

Anche le vendite dei prodotti Taittinger hanno risentito delle restrizioni imposte per il Covid, ma hanno chiuso l'anno con 2,8 milioni di Euro, segnando solo -5% rispetto al 2019.

Ottima performance, invece, per le vendite dell'etichetta Mastrojanni: il risultato complessivo di 419 mila euro segna +152% rispetto al 2019, grazie all'allargamento della distribuzione sulla quasi totalità delle province italiane.

Le vendite dei prodotti della controllata Inglese Prestat sono state pari a 153 mila euro e hanno chiuso l'anno con +28% rispetto al 2019. In crescita anche le vendite degli altri marchi, che nel corso del 2020 hanno visto l'allargamento della gamma, con un +175%.

### **Altri dati**

L'Ebitda di fine periodo è stato pari a 336 mila euro (+ 667 mila nel 2019) mentre il risultato netto è stato negativo per 306 mila euro (+22 mila euro nel 2019). Da segnalare, inoltre, l'ottimo risultato della PFN che nel 2020 è migliorata nettamente



rispetto al 2019 con una riduzione di quasi 2,3 milioni di euro chiudendo a – 8,1 milioni di euro (-10,388 milioni di euro). Nel corso del 2020 la Società ha inoltre concluso la trattativa per regolare l'acquisto completo e il pagamento finale di tutte le azioni della Società Prestat.