

## Nel primo trimestre dell'anno, vendite a +13,4% ed EBITDA in crescita del +40,6%

Agrate Brianza, 7 maggio 2025 - Il Consiglio di Amministrazione di Intercos S.p.A. (ICOS.MI), riunitosi oggi sotto la presidenza di Dario Gianandrea Ferrari, ha approvato i Risultati Consolidati al 31 marzo 2025.

Risultati del Gruppo al 31 marzo 2025 – Sintesi:

- Nel primo trimestre 2025, **Ricavi Netti** pari a **€250,8 milioni**, in crescita del **+13,4%** (+13,1% a tassi costanti) o di **+€29,7 milioni**. Nonostante un avvio del 2025 sfidante per il mercato del Beauty, il Gruppo ha registrato un'ottima crescita, sia rispetto al primo trimestre dell'anno precedente, condizionato dal Cyber-Attack subito, sia rispetto al primo trimestre del 2023 (+6,9%). Il segmento Make-up si è confermato il principale driver di crescita, sostenuto da una significativa ripresa delle performance delle Multinazionali rispetto al primo trimestre 2024.
- Nel primo trimestre del 2025, l'**EBITDA Rettificato** si è attestato a **€29,3 milioni**, registrando un incremento del **+40,6%** rispetto allo scorso anno (**+€8,4 milioni**). La crescita è stata trainata non solo dall'ottimo andamento del fatturato, ma anche dal netto miglioramento della profittabilità, con un'espansione dell'incidenza dell'EBITDA sulle vendite nette di **+225** punti base rispetto al primo trimestre del 2024. L'EBITDA Rettificato cumulato degli ultimi dodici mesi ha così superato la soglia degli **€150 milioni**.
- La **Posizione Finanziaria netta** è pari a **€126,9 milioni**, o **€84,4 milioni** se si esclude l'impatto contabile derivante dall'IFRS16, riflettendo un lieve aumento principalmente per effetto dei maggiori investimenti legati ai piani di espansione del Gruppo. La leva finanziaria (posizione finanziaria netta su EBITDA rettificato degli ultimi dodici mesi) è pari a 0,84x, sostanzialmente allineata a quella dello scorso anno (0,80x).

**Renato Semerari, CEO di Intercos**

«Siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti nel primo trimestre del 2025. In un contesto di mercato che si sapeva sarebbe stato sfidante a inizio 2025 a causa di andamenti di mercato poco favorevoli, soprattutto negli USA e in Cina, il nostro Gruppo ha dimostrato ancora una volta una forte capacità di resilienza, con vendite in crescita sia rispetto al primo trimestre del 2024 (+13%) che rispetto al 2023 (+7%). In particolare, siamo molto soddisfatti della performance della nostra principale Business Unit, quella relativa al Make-up, che grazie a una crescita nel trimestre del +23%, è tornata a pesare più del 60% del fatturato complessivo del Gruppo. La forte crescita ha inoltre caratterizzato tutte le regioni in cui Intercos opera, con le Americhe, l'area EMEA e l'Asia, tutte in crescita a doppia cifra. In particolare i tassi di crescita Asiatici continuano ad essere in chiara controtendenza rispetto al mercato di riferimento, con crescite significative (+18% nel trimestre) sia in Cina che in Corea.

Anche il recupero di EBITDA (+40,6% a 29,3 milioni di Euro), per quanto atteso, è stato molto soddisfacente, riportando un aumento dell'incidenza dell'EBITDA sulle vendite nette di 225Bps rispetto al 2024.

In un contesto di mercato che rimane complesso, soprattutto negli Stati Uniti, questi risultati confortano il nostro ottimismo sulle potenzialità del nostro Gruppo. L'andamento degli ordinativi continua ad essere robusto, confermando la resilienza di Intercos, ed il rinnovato interesse per prodotti innovativi sviluppati dal nostro Gruppo in tutte le Regioni del Mondo in cui operiamo è stato confermato anche dall'interesse dimostrato dai nostri clienti durante la fiera Cosmoprof. Le attuali incertezze che stanno caratterizzando il commercio mondiale, non solo del Beauty, riteniamo andranno, nel medio termine, a favorire produttori che, come Intercos, godono di un footprint globale, ben bilanciato, e vicino ai mercati di sbocco finali.»

**Vendite per business Unit, area Commerciale, tipologia di clienti**

€/mln	1Q25	1Q24	Var.	% vs. 1Q24
<b><u>Business Unit</u></b>				
Make-up	157.5	127.9	29.6	23.2%
Skincare	35.4	39.5	(4.1)	(10.3%)
Hair&Body	57.9	53.7	4.2	7.8%
<b>Totale Gruppo</b>	<b>250.8</b>	<b>221.1</b>	<b>29.7</b>	<b>13.4%</b>
<b><u>Area Commerciale</u></b>				
EMEA	128.4	117.1	11.4	9.7%
Americas	71.1	60.6	10.5	17.3%
Asia	51.2	43.4	7.8	18.0%
<b>Totale Gruppo</b>	<b>250.8</b>	<b>221.1</b>	<b>29.7</b>	<b>13.4%</b>
<b><u>Tipologia di clienti</u></b>				
Multinationals	129.1	100.7	28.4	28.2%
Emerging Brands	105.6	106.5	(0.9)	(0.8%)
Retailers	16.1	13.9	2.2	15.5%
<b>Totale Gruppo</b>	<b>250.8</b>	<b>221.1</b>	<b>29.7</b>	<b>13.4%</b>

## Vendite per business Unit, area Commerciale, tipologia di clienti

Nel primo trimestre del 2025, i **Ricavi** del Gruppo Intercos sono stati pari a **€250,8m**, in forte aumento rispetto allo stesso periodo del 2024 (+13,4%, o +13,1% a tassi costanti). La performance ha beneficiato, tra le altre, sia dell'ottimo andamento del Make-up, sia di una base di confronto del 2024 che aveva risentito dell'attacco informatico.

Analizzando i ricavi per **business unit**:

- Nel primo trimestre dell'esercizio 2025, la business unit **Make-up** ha registrato ricavi pari a **€157,5 milioni**, in crescita del **+23,2%** rispetto ai primi tre mesi del 2024. L'ottima performance ha caratterizzato tutte le aree geografiche, inclusa l'Asia, che già nel primo trimestre 2024 aveva evidenziato tassi di crescita significativi, e tutte le tipologie di clientela, con una performance particolarmente solida da parte delle Multinazionali. Il segmento Prestige ha evidenziato la crescita più marcata.
- La business unit **Skincare** ha chiuso il primo trimestre 2025 con ricavi pari a **€35,4 milioni**, in calo rispetto al 2024 (-€4,1 milioni), anche per effetto dell'ottima performance riportata nel primo trimestre 2024. Nonostante la volatilità su base trimestrale, il Gruppo conferma le buone performance attese per il 2025.
- L'**Hair & Body** ha registrato ricavi pari a **€57,9 milioni**, in crescita del **+8%** rispetto al 2024. La crescita della Business Unit è stata spinta soprattutto dai prodotti Hair Care, con le Fragranze sostanzialmente in linea con l'anno scorso. Come anticipato, dopo anni di forte espansione, si prevede che la business unit consolidi i volumi di crescita fin qui raggiunti durante l'esercizio in corso.

Per quanto concerne le vendite per **area commerciale**:

- L'area **EMEA** ha registrato ricavi pari a **€128,4 milioni** nel primo trimestre 2025, in crescita del **+9,7%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La crescita è stata sostenuta da un contributo positivo sia della business unit Make-up che di quella Skincare, con un apporto rilevante da parte delle Multinazionali, in particolare nel canale Prestige.
- Nel **continente Americano**, i ricavi si sono attestati a **€71,1 milioni**, con un incremento del **+17,3%** rispetto allo scorso anno. Le business unit Make-up ed Hair & Body hanno trainato la crescita, registrando performance positive sia nel segmento Prestige che in quello Mass, nonostante un contesto di mercato ancora debole.
- L'**Asia** ha proseguito il trend di crescita sostenuta, arrivando a rappresentare il **20,4%** del fatturato consolidato del Gruppo. Come nel 2024, anche il primo trimestre 2025 ha evidenziato una crescita a doppia cifra (**+18%**), con ricavi pari a **€51,2 milioni**. Il risultato riflette l'ottima performance di Corea e Cina, grazie al contributo dei brand locali e delle Multinazionali, attivi sia nel Make-up che nello Skincare.

## Vendite per business Unit, area Commerciale, tipologia di clienti

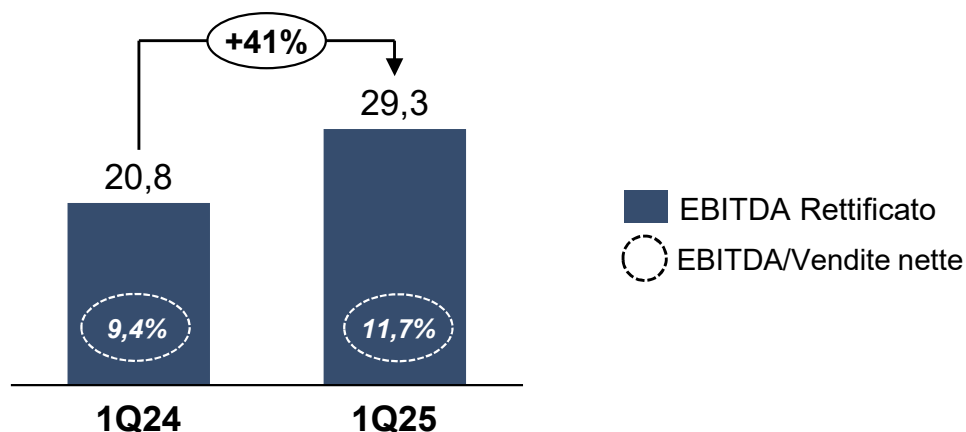
Infine, con riferimento alle vendite per **tipologia di cliente**:

- I clienti **Multinationals** sono quelli che hanno registrato la performance migliore (**+28,2%**), chiudendo il primo trimestre 2025 con **€129,1 milioni** di vendite. La business unit del Make-up ha contribuito in modo significativo alla crescita in tutte le Regioni del mondo ed in entrambi i segmenti, mass e prestige.
- I clienti **Emerging Brands** sono rimasti nel complesso stabili rispetto al 2024, raggiungendo **€105,6 milioni** di vendite nette, e consolidando la buona performance ottenuta nel primo trimestre dello scorso anno. L'andamento ha visto i brand asiatici in forte crescita e quelli statunitensi influenzati da un contesto di mercato più debole.
- I **Retailers** hanno registrato ricavi pari a **€16,1 milioni**, riportando una buona crescita delle vendite (**+15,5%**), anche se rappresentano meno del 7% delle vendite totali del Gruppo.

Relativamente alla suddivisione delle vendite per tipologia di cliente si ricorda che, come per lo scorso anno, a partire dal primo trimestre del 2025, è stata leggermente rivista la classificazione di alcuni clienti al fine di riflettere alcune modifiche nelle anagrafiche (es. alcuni Emerging Brands oggetto di acquisizione/dismissione da parte di multinazionali riclassificati nel rispettivo cluster di appartenenza).

## EBITDA Consolidato

L'**EBITDA Rettificato** di Gruppo del primo trimestre 2025 è stato pari a **€29,3 milioni**, in forte espansione rispetto al 2024 (**+€8,4 milioni** o **+40,6%**). Come anticipato, l'ottima performance è stata trainata da vendite in forte crescita e da un netto miglioramento di profittabilità che ha caratterizzato sia la business unit del Make-up che quella dello Skincare. L'EBITDA Rettificato sulle vendite nette si è infatti attestato all'**11,7%**, in netto aumento rispetto al **9,4%** dello scorso anno (**+225 punti base**).



## Outlook & Guidance

L'**innovazione** continua a essere centrale nel nostro modello di business e garantisce la posizione unica del nostro Gruppo nel mercato globale del Beauty. Questo è ancora più rilevante in un contesto di debolezza generale del mercato, in cui i brand tendono a rafforzare la propria pipeline di innovazioni per guadagnare quote di mercato. A ciò si aggiunge la **diversificazione merceologica e geografica**, un altro pilastro del nostro Gruppo, che assume un'importanza oggi ancor più strategica.

Durante il **Cosmoprof**, la più grande fiera del Beauty al mondo, il Gruppo ha tenuto **circa 450 incontri con clienti**, interessati a scoprire le nuove tendenze e le nuove formulazioni proposte da Intercos per i prossimi anni.

Intercos continua a sviluppare **nuovi brevetti e nuove formulazioni**, concepite anche a livello regionale per i mercati locali in cui Intercos ed i nostri clienti operano.

In un contesto di guerre commerciali innescate dalle politiche tariffarie, Intercos continuerà a beneficiare **del suo elevato livello di diversificazione geografica**. Grazie ai **due** stabilimenti produttivi negli **Stati Uniti**, **uno** in **Brasile**, **cinque** in **Italia**, **uno** in **Svizzera**, **uno** in **Polonia**, **uno** in **India**, **quattro** in **Cina** e **uno** in **Corea del Sud**, Intercos rappresenta la miglior alternativa nel panorama globale del sourcing del Beauty, in grado di fornire innovazione ai clienti in modo capillare ed efficiente.

Riteniamo che, nell'attuale contesto, l'ampia impronta geografica del Gruppo offrirà, nel medio termine, **valide alternative** per le catene di approvvigionamento dei brand del Beauty a livello globale, che, con buona probabilità, aumenteranno la localizzazione delle produzioni e in conseguenza l'outsourcing delle produzioni stesse.

Alla luce dei risultati del primo trimestre e dell'andamento della raccolta ordini, il Gruppo conferma per il 2025 la sua guidance che prevede un **aumento delle vendite nette rispetto al 2024** in un intervallo compreso tra **+5% e +7%** a cambi costanti.

## ALTRE INFORMAZIONI

### DICHIARAZIONE DEL DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI SOCIETARI

Il Dott. Stefano Zanelli, in qualità di dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, dichiara – ai sensi del comma 2, articolo 154-bis del D. Lgs. n. 58/1998 (“Testo Unico della Finanza”) - che l’informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

### CONFERENCE CALL DI PRESENTAZIONE DEI RISULTATI

I risultati del primo trimestre chiuso al 31 marzo 2025 saranno illustrati ad analisti ed investitori il 7 maggio 2025 alle ore 18:30 (CET). Sarà possibile seguire la *conference call* componendo il numero +39 02 8020911 (dall’Italia), +44 1 212818004 (da UK), +1 718 7058796 (da USA), (per i giornalisti +39 02 8020927). La presentazione a supporto della *conference call* sarà messa a disposizione sul sito della Società [www.intercos.com](http://www.intercos.com) nella sezione «Investor Relations» al seguente indirizzo: <https://www.intercos-investor.com/investors/documenti-finanziari/presentazioni/> e nel meccanismo di stoccaggio "1info" all’indirizzo [www.1info.it](http://www.1info.it). A partire dal giorno successivo alla call, nello stesso sito, verrà inoltre messa a disposizione una registrazione della stessa.

### PROSSIMI EVENTI NEL CALENDARIO FINANZIARIO

Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2025

**4 agosto 2025**

Resoconto Intermedio di gestione relativo al III trimestre di esercizio al 30 settembre 2025

**6 novembre 2025**

### CODICI IDENTIFICATIVI

Codice ISIN delle Azioni: IT0005455875

Codice alfanumerico: ICOS

### INTERCOS GROUP

Intercos è uno dei principali operatori business to business a livello globale nella creazione, produzione e commercializzazione di prodotti cosmetici (*Make-up*) e per il trattamento della pelle (*Skin-care*) oltre che per il trattamento dei capelli e del corpo (*Hair&Body*), destinati ai principali marchi nazionali e internazionali, ai marchi emergenti, nonché ai retailer attivi nel mercato della cosmesi e, più in generale, del *beauty*. Fondato nel 1972 da Dario Ferrari, Intercos annovera tra i suoi maggiori clienti i principali marchi dell’industria cosmetica, può contare su un organico di circa 5.200 risorse, 11 centri di ricerca, 16 stabilimenti produttivi e 16 uffici commerciali dislocati in tre continenti. Intercos da più di 50 anni interpreta la bellezza, creando prodotti cosmetici e ponendosi quale *trend setter* in grado di prevedere, anticipare e influenzare le nuove tendenze del mondo della cosmesi, soddisfacendo così le richieste di tutte le tipologie di clienti con prodotti per tutte le fasce di prezzo.

### NOTA E DEFINIZIONI

Allo scopo di fornire un’informativa in linea con i parametri di analisi e controllo dell’andamento del Gruppo, vengono illustrati nel seguito gli indicatori alternativi di performance, non definiti dagli IFRS, utilizzati dal management in quanto contribuiscono a fornire informazioni utili per una migliore valutazione dell’andamento economico e finanziario del Gruppo. Tali indicatori non devono essere considerati sostitutivi di quelli previsti dagli IFRS.

Si dettaglia nel seguito il contenuto degli indicatori alternativi di performance non immediatamente riconducibili ai prospetti di bilancio:

- EBITDA: è definito come la somma dell’utile dell’esercizio, più le imposte sul reddito, i proventi e oneri finanziari, e gli effetti delle valutazioni delle partecipazioni con il metodo del patrimonio netto delle partecipazioni detenute a titolo di investimento finanziario, gli ammortamenti e svalutazioni.
- EBITDA rettificato: è ottenuto depurando l’EBITDA dai componenti valutati dalla Società come di natura non ricorrente riferibile, cioè, ad eventi di particolare significatività non riconducibili all’andamento ordinario dei business di riferimento o che non determinano flussi finanziari e/o modifiche nell’entità del patrimonio netto.
- Indebitamento (disponibilità) netto o posizione finanziaria netta: è dato dalla somma dei debiti finanziari correnti e non correnti al netto dei crediti finanziari correnti e non correnti, comprese le disponibilità liquide o equivalenti;

Altre definizioni:

- Rep Fx : variazione percentuale a cambi correnti.

## ALTRE INFORMAZIONI

### **Nuovo assetto organizzativo Area "Innovation"**

In data odierna, il Consiglio di Amministrazione ha approvato, fra l'altro, un nuovo assetto organizzativo volto a ottimizzare e razionalizzare l'organizzazione della Funzione "Innovation", permettendo la realizzazione di importanti sinergie.

Si rende, pertanto, nota l'istituzione di un'unica integrata funzione "Innovation Make-up & SHPC" a diretto riporto della Dott.ssa Ludovica Arabella Ferrari, quale "Group Chief Innovation Officer Make-up & SHPC", nonché il trasferimento del dipartimento "Global Regulatory Affairs" all'interno dell'area "HR, Organization, Legal & Sustainability", a diretto riporto dell'Avv. Maria D'Agata, quale "Group Chief HR, Organization, Legal, Regulatory & Sustainability Officer".

### **DISCLAIMER**

Le informazioni presentate in questo documento non sono state assoggettate a revisione contabile. Il documento potrebbe contenere dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari di Intercos. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori.

### **CONTATTI**

#### **Media Relations:**

Image Building  
Via Privata Maria Teresa, 11 20123 – Milano  
Tel. +39 02 89011300  
intercos@imagebuilding.it

#### **Group Financial Sr. Director & IR:**

Intercos S.p.A.  
Andrea Tessarolo  
tel. +39 039 65521  
investor.relations@intercos.com