

**IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA L'INFORMATIVA PERIODICA AGGIUNTIVA  
RIFERITA AL 1° TRIMESTRE 2021**

**TOTALE RICAVI DI VENDITA PARI A € 20,6 MILIONI IN CRESCITA DEL 15,2 % RISPETTO AL 1 TRIM. 2020**

**PROSEGUE LA CRESCITA DELLE VENDITE ALL'ESTERO + 13,9%**

**IN ITALIA INCREMENTANO I RICAVI DI TUTTI I BRAND, SIA DIVISIONE SALUTE, SIA DIVISIONE FOOD**

**OTTIMA PARTENZA NELLA GESTIONE DELLA PIADINA LORIANA**

**POSIZIONE FINANZIARIA NETTA POSITIVA PER € 19,6 MILIONI**

**STOCK OPTION PLAN 2019-2022: RICONOSCIUTA IN CAPO AI BENEFICIARI LA MATURAZIONE DEI DIRITTI  
D'OPZIONE RELATIVI AL SECONDO ANNO DEL PIANO**

**Bologna 10 maggio, 2021** - In data odierna si è riunito il Consiglio di Amministrazione di **Valsoia S.p.A. (MTA: VLS)** che ha approvato l'Informativa periodica aggiuntiva al 31 marzo 2021.

Il Presidente Lorenzo Sassoli de Bianchi ha così commentato: *“Esprimo soddisfazione per i risultati di questo primo trimestre che ci ha visti impegnati nella tutela della salute e sicurezza dei nostri collaboratori. Abbiamo migliorato i ricavi di tutti i nostri Brand nonostante il confronto con la parte iniziale del lockdown, marzo 2020, che vide crescere significativamente le scorte in Famiglia e presso i Retailers. In questi primi mesi del 2021 abbiamo inoltre presentato al mercato numerose innovazioni nell'area salutistica ed avviato con successo la gestione della Piadina Loriana. Le vendite all'estero ci danno soddisfazione proseguendo nella loro crescita e stimolandoci a velocizzare il processo di internazionalizzazione della nostra Società.”*

Indicatori Economici (migliaia di Euro)	31.03.2021	31.03.2020	Variazione	
	Euro	Euro	Euro	%
Totale Ricavi di Vendita	20.577	17.856	2.720	15,2

Nel primo trimestre 2021 la Società ha registrato **ricavi di vendita** per € 20,58 milioni rispetto a € 17,86 milioni del pari periodo 2020. L'incremento è pari a € 2,72 milioni (+15,2%) rispetto all'esercizio precedente che aveva già registrato un incremento del +14,4% sul pari trimestre 2019.

Il miglioramento delle coperture distributive, la crescita del numero delle famiglie trattanti sostenute da continuativi ed importanti investimenti in “consumer marketing” ed ADV, sono alla base dell'incremento dei ricavi, unitamente all'ottima partenza nella gestione della Piadina Loriana.

Nello specifico, evidenziamo la crescita dei ricavi di **“Valsoia Bontà e Salute”** e di tutta la **Divisione food**, con particolare rilievo per la Marca **Diete. Tic**.

Sostanzialmente positivi i consumi relativi alle Marche della Società in tutti i segmenti presidiati, sia salutistico che food, con l'eccezione di una prima normalizzazione del “sell-out” per le linee di prodotti

(segnatamente, tra queste, le confetture), che durante il primo *lockdown* 2020 si erano avvantaggiate maggiormente dalla crescita dei consumi e dagli stock in famiglia.

Particolarmente significativa è la crescita dei mercati nelle alternative vegetali, anche a seguito di una maggiore leggibilità della offerta a scaffale, conseguente alla riduzione assortimentale decisa dal *trade* con il *delisting* di prodotti basso rotanti.

In questo contesto appare chiara la preferenza accordata dai consumatori alla marca “Valsoia Bontà e Salute” ed alle altre marche specialiste, a discapito dei followers.

In linea con i piani risulta essere l’andamento della crescente distribuzione della nuova linea di integratori alimentari vegetali a marca Valsoia.

Positivo anche l’inizio della distribuzione dei cerali a marca Oreo O’s.

Infine, risultano ancora in ottima crescita le vendite all’estero che evidenziano nel trimestre, ricavi in aumento del +13,9% verso il pari periodo dell’esercizio precedente.

La **Posizione Finanziaria Netta**, in data 31 marzo 2021, **risulta positiva per € 19,6 milioni**, in diminuzione rispetto al corrispondente periodo dell’esercizio precedente (€ 25,1 milioni al 31 marzo 2020) in considerazione della uscita di cassa pari a circa € 13,0 milioni avvenuta a fronte della acquisizione della Piadina Lorianana.

Al netto dell’effetto dell’applicazione dell’IFRS16 al 31 marzo 2021, la PFN è pari a € 21,4 milioni.

/

## COVID 19

La salute dei propri dipendenti e di tutti gli stakeholders unitamente alla continuità del business continuano a caratterizzare l’approccio operativo della Società che mantiene attivi i protocolli di sicurezza allineati con le indicazioni delle autorità competenti.

/

## PRINCIPALI EVENTI AVVENUTI DURANTE E SUCCESSIVAMENTE ALLA CHIUSURA DEL 1° TRIMESTRE 2021

Nel corso del mese di aprile il trend dei ricavi è proseguito positivamente per tutte le principali marche della Società (Valsoia “Bontà e Salute”, Diète. Tic, Piadina Lorianana, Weetabix ed Oreo O’s) con l’eccezione delle confetture Santa Rosa che hanno registrato una netta frenata dei ricavi dovuti al confronto con il mese di aprile 2020, caratterizzato dalla opposta forte crescita dei consumi e degli stock in casa a seguito del primo lockdown.

In ulteriore accelerazione invece il *trend* delle vendite all’estero anche nel mese di aprile.

Si segnala il raggiungimento dell’accordo con la società Vallè Italia S.r.l. per la distribuzione in esclusiva sul Territorio Italiano di tutto il portafoglio prodotti a marca “Vallè”. L’accordo avrà efficacia a partire dal 1° gennaio 2022.

Già dal mese di gennaio, la Società ha deciso di proseguire con determinazione il sostegno a tutte le sue Marche attraverso una forte pianificazione media televisiva.

Con il pensiero rivolto al futuro, la Società ha inoltre implementato nel corso del trimestre alcune operazioni di rilievo previste nei piani aziendali:

- Lo start up nella gestione della neoacquisita **Piadina Loriania**;
- L'avvio della distribuzione della marca di cereali **Oreo O's**;
- La **partnership negli USA** con l'importante struttura distributiva americana WFF a copertura dell'intero territorio nazionale;
- Il prosieguo della copertura distributiva degli **"integratori alimentari"** naturali e 100% vegetali dedicati alla GDO. La presentazione ai *Retailers* è di successo sostenuta dalla campagna di pubblicità televisiva a supporto del lancio;
- La finalizzazione del primo **documento di "sostenibilità aziendale 2019-2020"**;
- Il lancio del gelato **"gran cookie"**;
- Il lancio della **"super salsiccia"** vegetale innovativo prodotto di altissima qualità;
- La estensione della linea **bevande "senza zucchero"**;
- Il lancio di una linea di yogurt vegetali base avena.

/

## STOCK OPTION PLAN 2019-2022

Il Consiglio di Amministrazione, preso atto dei risultati raggiunti dalla Società nell'esercizio 2020 così come approvati dall'Assemblea dei soci dello scorso 26 aprile 2021, ha riconosciuto in capo ai beneficiari dello Stock Option Plan 2019-2022, la maturazione di complessivi n. 53.200 diritti di opzione esercitabili secondo le modalità e tempistiche previste dal Piano stesso.

/

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Dott. Nicola Mastacchi, dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

/

**Valsoia S.p.A.** ([www.valsoiaspa.com](http://www.valsoiaspa.com)) fondata nel 1990, ha sviluppato il mercato italiano dei prodotti vegetali a base di soia crescendo da un fatturato iniziale di circa 350.000 Euro (1990) ad 83,5 milioni di Euro (fonte: Relazione Finanziaria Annuale al 31 dicembre 2020) ed oggi è una delle società di riferimento nel mercato dell'alimentazione salustica in Italia. Il marchio Valsoia rappresenta, per il consumatore, innovazione e attenzione alla salute attraverso prodotti buoni, naturali e sani. Dal 14 luglio 2006, Valsoia S.p.A. è quotata sul mercato MTA organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.

Per ulteriori informazioni

---

### Valsoia S.p.A.

---

Nicola Mastacchi

Tel. +39 051 6086800

---

### CDR Communication

---

Silvia Di Rosa

Cell +39 335 78 64209

---

Martina Zuccherini/Angelo Brunello

Cell +39 339 43 45708