



COMUNICATO STAMPA

Risultati di esercizio 2022 di KIKO Milano:

- **Ricavi netti a 671 milioni di euro (+ 42% vs 2021, + 14% vs 2019)**
- **EBITDA pari a 75 milioni di euro: +350% vs 2021, +30% vs 2019**
- **Crescita in tutte le Region: USA + 55%, Europa + 46%, Asia + 21% vs. 2021**
- **Incremento di tutti i segmenti di clientela**
- **Presenza in 62 mercati e ingresso in 10 nuovi nel 2022**
- **Aperture store: 60 in più vs. 2021, per un totale di 1003 negozi**

Bergamo, 6 aprile 2023 - Il Consiglio di Amministrazione di KIKO Milano, controllata al 100% dal Gruppo Percassi attraverso la holding Odissea, ha approvato sotto la Presidenza di Antonio Percassi il Progetto di Bilancio relativo all'esercizio 2022.

KIKO Milano ha registrato nel 2022 i risultati migliori di sempre, con **Ricavi Netti** pari a **€671 milioni**, in crescita del **42%** rispetto al 2021 e del **14%** in confronto al 2019. La crescita ha interessato tutte le aree geografiche e i segmenti di clientela, con risultati ampiamente superiori ai livelli prepandemici del 2019.

L'**America** è l'area geografica che è cresciuta di più nell'anno (+55% rispetto al 2021), con il Brasile che ha più che raddoppiato il fatturato e gli Stati Uniti che sono tornati a crescere a doppia cifra dopo anni difficili, grazie alla spinta dell'e-commerce. Ottima anche la partenza in Centro America, con l'apertura di nuovi mercati come Martinica, El Salvador e Honduras.

L'**Europa**, l'area geografica più grande, è cresciuta del 46% sulla spinta della Francia (+58%), Spagna (+50%) e l'Italia (+40%), con il Regno Unito che ha registrato la crescita più importante (+ 60%).

L'**Asia** ha assorbito bene la difficile situazione in Cina, mettendo a segno un +21%, con i Paesi del Medio Oriente a +90% e l'ingresso in nuovi mercati come la Thailandia e le Filippine. Da segnalare il rafforzamento in **Africa**, con l'ingresso in Egitto e Marocco, con risultati raddoppiati rispetto alle aspettative.

L'**EBITDA** è pari a **€75 milioni**, in crescita del 350% (**+€53 milioni**) rispetto al 2021 e soprattutto + €18 milioni (+30%) vs. il 2019, a testimonianza che la nuova strategia fondata sull'elevazione della Marca con un focus su Innovazione e Servizio e un minor ricorso alla leva promozionale, sta generando valore in maniera sostenibile, con una "resa al metro quadro" a doppia cifra.

Rimane inoltre sempre alta l'attenzione di KIKO nei confronti dell'**ESG** e della **sostenibilità a 360 gradi**, sancita da un primo sustainability report realizzato con Kpmg: da quella nei confronti dei dipendenti di KIKO, attraverso programmi di formazione articolati e il lancio di un programma di wellbeing e bonus straordinario; per le comunità in cui opera, con le partnership che coinvolgono diverse associazioni e fondazioni italiane a difesa della salute



e della lotta contro la povertà; così come per la salvaguardia dell'ambiente, con la raccolta degli imballaggi di plastica e la sostituzione delle luci tradizionali con quelle a LED nei negozi del brand per favorire il risparmio energetico.

Tornata al 100% di proprietà di Percassi, Gruppo visionario che ha dato i natali al brand, KIKO vuole essere ambasciatore dell'arte e della bellezza italiana nel mondo. dando slancio al comparto della Cosmetica Italiana, settore che genera oltre 22 miliardi di euro ed occupa oltre 300.000 persone compreso l'indotto.

Simone Dominici, CEO di KIKO Milano, ha commentato: *"I risultati 2022 di KIKO Milano sono stati i migliori di sempre, battendo tutti i record dei principali indicatori economico-finanziari precedenti alla pandemia, grazie alla trasformazione da una catena di negozi make-up principalmente Regionale a Global Beauty Brand presente in oltre 60 Paesi, leader nell'Innovazione di prodotto e di servizio al cliente. Il nostro modello di Creazione del Valore, fondato sul miglioramento costante della marginalità, che ci consente di investire in Innovazione, Servizio ed espansione geografica omnichannel, sta dimostrando di poter generare una crescita profittevole e sostenibile nel tempo di molto superiore al mercato. Entro la fine del 2023 apriremo altri 120 store, arrivando a oltre 1.100 negozi dislocati in 75 Paesi. Nella seconda parte dell'anno lanceremo inoltre una nuova piattaforma di Unified Commerce, che integrerà tutti i canali ed i sistemi, migliorando ulteriormente il modo in cui serviamo i nostri Clienti, e allo stesso tempo guadagnando in efficienza e capacità di crescita. Il piano di sviluppo punta inoltre a raggiungere, entro la fine del 2027, 2.000 punti vendita, entrando in nuovi Paesi e rafforzando la nostra presenza in Asia, America Latina e Africa, con l'obiettivo di conseguire ricavi netti pari a 1,250 miliardi di euro".*

KIKO MILANO

KIKO MILANO è stata fondata nel 1997 a Milano e da allora ha rivoluzionato il modo in cui i cosmetici vengono venduti a livello globale. KIKO è in grado di identificare i principali trend di bellezza del momento per renderli accessibili a tutti. Attraverso la combinazione di qualità e creatività che sono radicate nel suo DNA italiano, KIKO ha conquistato le beauty addicted più esigenti e diverse con una gamma infinita di tonalità, toni e texture per soddisfare ogni esigenza di make-up professionale e personalizzato. Il brand ha oltre 1.000 punti vendita in 42 Paesi ed è disponibile in 62 mercati.

Per ulteriori informazioni su KIKO MILANO:

Image Building

Cristina Fossati, Angela Fumis

Tel. 02 89011300

E-mail: percassi@imagebuilding.it