



2021 nel segno della crescita per Gruppo Salov: eguagliati i volumi di vendita del 2020, fatturato a +12,27%

L'Assemblea Ordinaria dei soci del Gruppo Salov S.p.A. ha approvato il bilancio consolidato 2021. Nel quadro di un anno considerato notevolmente positivo spicca la crescita in doppia cifra del fatturato ottenuta eguagliando i volumi di vendita del 2020. Il percorso di miglioramento e di rilancio avviato dal management nel 2019 procede con importanti investimenti in nuove tecnologie e digitalizzazione e si conferma pagante con la crescita delle quote di mercato in diversi Paesi in cui il Gruppo è presente.

Massarosa, 26 maggio 2022 – L'assemblea ordinaria dei soci di **Salov S.p.A.**, gruppo industriale tra i principali player mondiali del settore oleario, archivia il 2021 approvando il **bilancio consolidato**, chiuso con **numeri estremamente positivi in termini di crescita e di consolidamento** tanto più significativi poiché realizzati dopo gli exploit del 2020.

Nel 2021 il Gruppo Salov, che ha sede e stabilimento a Massarosa (Lucca) e a cui fanno capo due marchi storici e di prestigio quali **Sagra** e **Filippo Berio**, ha proseguito nel suo percorso di miglioramento e rilancio mettendo a segno un'ulteriore **crescita in doppia cifra del fatturato netto consolidato**, portato a **376.769.000 euro (+12,27%** su base annua) per effetto di vendite ammontate a **120 milioni di litri**, sostanzialmente pari a quelle registrate nel 2020.

L'**utile netto** si attesta a **10.441.000 euro** e l'**EBITDA** a **19.487.000 euro**. Si tratta di risultati conseguiti in un contesto di mercato non più condizionato da circostanze esterne straordinarie. A differenza del 2020, infatti, nel 2021 non si sono ripetuti i picchi da *panic sales* e il costo della materia prima è tornato a crescere. Ciò nonostante, Salov non solo ha eguagliato i volumi di vendita del 2020, ma è stata anche in grado di mantenere una marginalità più che apprezzabile grazie a una tempestiva politica di acquisti preventivi.

La crescita dal 2019

La positività delle performance portate a bilancio l'anno scorso è evidente raffrontando il **2021** con l'anno più prossimo che ha avuto dinamiche non influenzate da fattori esterni straordinari, ossia il **2019**. In tal caso, infatti, emergono **incrementi in doppia cifra su tutti gli indicatori**, dai volumi di vendita (+31%) al fatturato +37% fino all' EBITDA (+33%).

Investimenti in tecnologie e digitalizzazione

Un ruolo importante nel percorso di crescita dell'Azienda è giocato dagli investimenti in innovazione, in particolare dall'aggiornamento e dal potenziamento in termini di **tecnologie, IT e sistemi gestionali** che il Gruppo Salov sta portando avanti con continuità dal 2019. L'innovazione, insieme alla sostenibilità, rappresenta infatti uno dei principali valori del Gruppo.

Solo nel 2021, infatti, Salov ha investito **5.000.000 di euro nell'acquisto di nuove tecnologie** e **1.500.000 euro in IT e sistemi gestionali**, arrivando a sostenere, in questo triennio, una spesa di circa **15.000.000 euro** per queste due voci, a conferma della volontà di investire nel miglioramento dell'efficienza, della flessibilità e della qualità della produzione aziendale, riducendo al massimo l'operatività. A titolo esemplificativo, da giugno 2020 l'Azienda ha attivato diverse iniziative volte a rivedere tutti i processi della Supply chain, dalla domanda alla produzione: investimenti di lungo periodo che puntano all'adozione di sistemi applicativi evoluti e di infrastrutture tecnologiche avanzate, con l'obiettivo di innescare una cultura basata sull'analisi dei dati a sistema. In questo modo, inoltre, Salov va acquisendo una dimensione sempre più da *Industria 4.0*, attrezzata anche a livello gestionale per affrontare al meglio le future sfide del mercato.

Crescita in Italia e nei mercati esteri

Dal punto di vista commerciale, il 2021 ha visto significativi incrementi in termini di vendite, penetrazione e di



quote di mercato in buona parte dei **75 Paesi** in cui il Gruppo Salov è presente.

Importanti sono stati gli investimenti in marketing e comunicazione, soprattutto sul fronte digital e social media, al quale è stata dedicata una fetta importante del budget.

In **Italia** l'investimento commerciale dell'Azienda è stato ripagato con la crescita delle quote di mercato sia nell'oliva che nei semi, trainate dal successo dell'inserimento del marchio **Filippo Berio** e dall'andamento più che positivo del marchio **Sagra**, leader di mercato negli oli di semi.

Per quanto riguarda **le filiali e gli uffici commerciali esteri** del Gruppo, si assiste a un generale consolidamento del presidio sui mercati. Di particolare rilievo sono le performance messe a segno in **Canada e Brasile**.

L'ufficio commerciale **canadese** ha incrementato il fatturato su base annua del **22%**, portandolo a **4.200.000 euro** per effetto di vendite per **534.000 litri di olio** (+21,6%) (Nielsen Canada – full year 2021).

In **Brasile**, la filiale Salov ha conquistato la leadership tra le marche italiane di olio, guadagnato un'importante crescita distributiva rendendo Filippo Berio la quinta marca più distribuita del paese nel canale Super/lper (NielsenIQ Dic 2021), e ottenuto l'ingresso nei punti vendita di alcune note catene della GDO. Ciò ha permesso un incremento del **25%** nei volumi di olio venduti.

“Possiamo ritenerci assolutamente soddisfatti dei risultati che Salov ha raggiunto nel 2021 che confermano che la strategia di management messa a punto sta dando i suoi frutti. L'oggettività dei numeri mostra come nel 2021 siano stati compiuti dei passi importanti che hanno reso il Gruppo ancor più solido e competitivo, in crescita in tutti i mercati in cui opera e sempre più smart. Abbiamo mantenuto i volumi di vendita di un anno del tutto eccezionale come il 2020, caratterizzato dalla corsa agli acquisti, e addirittura aumentato il fatturato” - ha commentato l'Ing. Fabio Maccari, Amministratore Delegato di Gruppo Salov. “Ringrazio tutti coloro che, con il loro ottimo lavoro, hanno contribuito a rendere il 2021 un anno molto positivo. Il nostro impegno, ora, prosegue per crescere ulteriormente.”

La **SALOV SpA** nasce nel **1919** dalla volontà di Giovanni Silvestrini, storico socio in affari di Filippo Berio fondatore dell'omonimo marchio, e di un gruppo di imprenditori lucchesi. Rapidamente l'azienda diventa un punto di riferimento della Lucchesia nel mondo. Salov **ha sede a Massarosa**, in provincia di Lucca, ed è **tra le più grandi Aziende del settore oleario** con un fatturato netto consolidato nel 2021 di circa 376 milioni di euro e 120 milioni di litri venduti. Dal 2015 fa parte del Gruppo Internazionale Bright Food.

Il Gruppo Salov è presente da sempre sul mercato italiano con lo storico marchio **Sagra** e ha lanciato a fine 2019, per la prima volta in Italia, il marchio **Filippo Berio**, brand con oltre 150 anni di storia presente in tutto il mondo e in posizione di leadership in USA, UK e Russia, oltre che in Belgio, Svizzera e Hong Kong.

In Italia, Filippo Berio è presente con una gamma dedicata, capace di rispondere a un consumatore sempre più esigente in termini di **qualità** e soprattutto di **tracciabilità** e **sostenibilità**. Grazie al **Metodo Berio**, infatti, ogni fase del processo produttivo è tracciata e certificata a partire dal campo e dall'applicazione delle tecniche sostenibili della produzione integrata.