

Informazione Regolamentata n. 20071-1-2026	Data/Ora Inizio Diffusione 4 Marzo 2026 12:29:05	Euronext Growth Milan
--	---	-----------------------

Societa' : MASI AGRICOLA

Utenza - referente : MASIN01 - Girotto

Tipologia : 1.1

Data/Ora Ricezione : 4 Marzo 2026 12:29:05

Data/Ora Inizio Diffusione : 4 Marzo 2026 12:29:05

Oggetto : MASI AGRICOLA SPA - RISULTATI
CONSOLIDATI DEL 2025

<i>Testo del comunicato</i>

Vedi allegato



COMUNICATO STAMPA

IL CDA DI MASI AGRICOLA APPROVA I RISULTATI CONSOLIDATI DEL 2025

**RICAVI A 64,4 MILIONI DI EURO
CRESCITA DELLE ATTIVITÀ MASI WINE EXPERIENCE
AUMENTA L'EBITDA
EFFETTO-CAMBI PENALIZZA**

- Ricavi netti consolidati 64,4 milioni di euro (66,8 mln di euro nel 2024, -3,7% a cambi correnti e -1,9% a cambi costanti)
- EBITDA *Adjusted* 7,1 milioni di euro (6,7 mln di euro nel 2024)
- EBIT 1,7 milioni di euro (1,8 mln di euro nel 2024)
- Risultato del periodo -1,4 milioni di euro (-1,1 mln di euro nel 2024)
- Indebitamento Finanziario Netto¹ 28,5 milioni di euro (27,2 mln di euro al 31 dicembre 2024)

Sant'Ambrogio di Valpolicella, 4 marzo 2026. Si è riunito oggi il Consiglio di Amministrazione di Masi Agricola S.p.A., società quotata nell'Euronext Growth Milan e tra i leader italiani nella produzione di vini *premium*, che ha approvato il progetto di bilancio e il bilancio consolidato dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025.

Sandro Boscaini, Presidente di Masi Agricola, ha dichiarato: «*Al di là di molteplici fattori geopolitici, di cambiamento climatico e socio-economici ostativi, il 2025 ci ha confermato che l'attitudine generale dei consumatori verso il vino in pochissimo tempo è cambiata: non basta più viverlo e proporlo nella sua mera espressione di prodotto, pertanto è compito del settore valorizzarlo in forme nuove, e tra esse quella di essere emblema di un territorio, inteso nella sua accezione paesaggistica, storica e culturale. Anche nel 2025 Masi ha fatto la sua parte, seguendo la linea strategica precisa della Masi Wine Experience, con due nuove e significative aperture, ovvero l'hub polifunzionale Monteleone21 in Valpolicella, destinato alla cultura e al turismo del vino, che pur in pochi mesi ha attirato un ampio interesse, e il più recente Masi Wine Bar & Restaurant all'Aeroporto di Verona. Entrambi rappresentano un ideale cancello di accesso alle Venezie e un modo di arricchire il brand con significati ulteriori e sempre più distintivi.*

ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO

A) IL SETTORE

Occorre contestualizzare i risultati del Gruppo nell'ambito del settore vinicolo, per il quale anche il 2025 è stato un anno difficile. I principali fattori causali sembrano essere i seguenti:

- a) continua la generalizzata riduzione dei consumi di vini nei vari Paesi serviti. Tale fenomeno sembra derivare principalmente dalla diminuzione della capacità di spesa dei consumatori, a seguito dell'impatto

¹ Indebitamento Finanziario Netto consolidato escluse le poste contabili emergenti a seguito dell'adozione del principio IFRS 16 e inclusi gli strumenti finanziari di investimento a scopo di impiego temporaneo di liquidità.

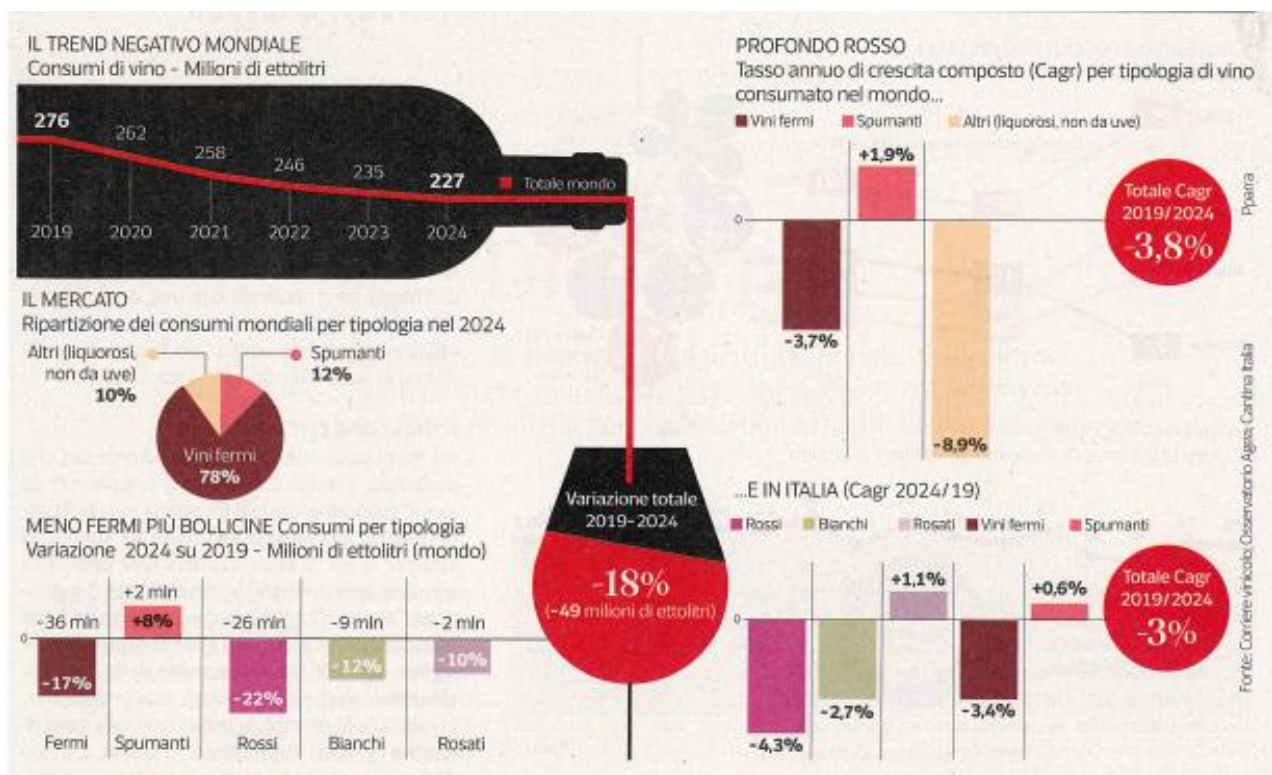
MASI AGRICOLA S.P.A.

VIA MONTELEONE, 26 – 37015 GARGAGNAGO DI SANT'AMBROGIO DI VALPOLICELLA – VERONA – ITALIA
TELEFONO +39 045 6832511 – FAX +39 045 6832435 – MASI@MASI.IT – WWW.MASI.IT



dell'inflazione (sia effettiva che percepita) sui redditi, aggravata dagli incrementati markup praticati sui vini dalla ristorazione sia italiana che internazionale;

- b) gli operatori della filiera distributiva mantengono compressi i loro stock, preoccupati dalla caduta dei consumi, dall'incertezza indotta anche da una serie di accadimenti e rischi a livello geopolitico (conflitti bellici in essere e/o temuti, elezioni varie etc.), dagli elevati tassi di interesse, da una maggiore cautela delle banche nell'erogazione del credito;
- c) si è accentuata la strategia comunicativa e legislativa contro il consumo di alcool - e del vino in particolare - posta in essere da molte istituzioni europee, senza distinzione tra uso e abuso, e il tema alcool e guida;
- d) oltre alla continua diminuzione dei litri di vino pro capite consumati nei principali Paesi del mondo, negli ultimi anni è aumentata la competizione nei confronti del vino da parte di bevande alcoliche alternative, come i cocktail o i c.d. "ready to drink", soprattutto presso il pubblico più giovane;
- e) i vini di fascia premium e ultrapremium sono risultati maggiormente penalizzati di quanto non siano quelli nel segmento entry;
- f) i vini veneti, e prevalentemente i rossi, hanno sofferto in misura superiore al mercato, in particolare in Canada e in Scandinavia.



Tra le numerose analisi a livello mondo e Italia ci sembra significativa quella di Luciano Ferraro sul settimanale "7" del Corriere della Sera del 27 febbraio 2026

A fronte delle suesposte argomentazioni va altresì rilevato quanto emerge anche dalla ricerca *Resilienza e*



preparazione al prossimo ciclo di consumo globale di vino. Masi: un caso studio originale²:

“L'attività economica è per sua natura ciclica. I cicli economici hanno un forte impatto sul consumo di vino, indipendentemente dal tipo di vino o dal canale di distribuzione. Le famiglie stanno concentrando i loro consumi su beni più essenziali del vino. Il potere d'acquisto è diminuito in tutti i settori e anche se l'inflazione è scesa e ne traiamo delle lezioni:

- la prima lezione da trarre è: se pur il clima economico è al momento sfavorevole al consumo di vino, essendo per sua natura questa tendenza ciclica, come dimostra l'esperienza passata, con l'inflazione sotto controllo possiamo aspettarci un periodo più favorevole in futuro. (...);

- la seconda constatazione è: i vini consumati in un contesto temporale non sono gli stessi di quelli consumati in quello successivo. Né si tratta degli stessi consumatori. La sociologia del consumo è cambiata. Ciò implica che il futuro ciclo di consumo vedrà uno spostamento verso vini e consumatori diversi da quelli del ciclo appena concluso. Dobbiamo quindi prestare particolare attenzione ai segnali deboli che potrebbero guidare questo consumo futuro;

(...)

- la crisi non colpisce tutti i vini. Un esempio è il Prosecco, che sta superando il mercato con un ampio margine. In media, i vini bianchi e frizzanti stanno resistendo meglio dei rossi. Tuttavia, i rossi rimangono i vini più popolari nei mercati emergenti, che potrebbero diventare i principali mercati del futuro;

- le vendite dirette stanno diventando un canale di distribuzione strategico. L'accoglienza dei clienti sta diventando un problema di distribuzione. Stiamo assistendo a una graduale diversificazione della distribuzione. La tendenza ad allontanarsi dal consumismo potrebbe essere arrestata da un aumento dell'uso della tecnologia digitale e della vendita diretta;

- la consapevolezza collettiva (regione) e individuale (marchio) rimane un fattore chiave di successo, anche in periodi di calo delle vendite. I vini premium, in media, stanno guadagnando quote di mercato in tutti i mercati maturi;

(...)

- il turismo rappresenta un asset importante che si è rafforzato dal dopo Covid. L'enoturismo non fa eccezione a questa tendenza. Il desiderio di un'esperienza di consumo arricchita. Il momento della degustazione, la discussione con il produttore, che incarna il suo vino, conferisce un ulteriore valore emotivo e affettivo al vino. Tuttavia, l'acquisto di vino in azienda non è destinato solo al consumatore locale. Spesso l'acquirente è un turista di passaggio che non vive nell'area geografica del viticoltore.

- il turismo del vino ha registrato una crescita massiccia negli ultimi quindici anni. Si stima che il mercato dell'enoturismo avrà un valore superiore ai 50 miliardi di dollari per il 2025. Le previsioni indicano che questa tendenza continuerà nei prossimi anni, con un tasso di crescita annuo di quasi il 13%.”

B) IL GRUPPO MASI

Per quanto specificamente riguarda Masi Agricola, alla luce di alcuni risultati condividiamo quanto sopra. Inoltre, permane la pressione sulla marginalità derivante dai costi delle materie prime uva e vino. Per l'Amarone in particolare temiamo che anche nei prossimi due esercizi non sarà semplice riversare sui prezzi di vendita del vino in affinamento gli incrementi del costo della materia prima avvenuti negli anni scorsi, a seguito sia delle politiche consortili del “sistema-Valpolicella”, volte a mantenere artificiosamente elevati i costi dell'uva mediante riduzione delle quantità di uva appassibile ricavabili dai vigneti in fase di vendemmia, sia del mantenimento di transazioni a prezzi ingiustificatamente elevati nel mercato dello sfuso, nell'evidente ed erronea (come infatti è risultato ex post) convinzione degli operatori che il mercato del prodotto finito

² Jean-Marie Cardebat (Università di Bordeaux) e Davide Gaeta (Università di Verona)

MASI AGRICOLA S.P.A.

VIA MONTELEONE, 26 – 37015 GARGAGNAGO DI SANT'AMBROGIO DI VALPOLICELLA – VERONA – ITALIA
TELEFONO +39 045 6832511 – FAX +39 045 6832435 – MASI@MASI.IT – WWW.MASI.IT



consenta di consumare le quantità in modo economicamente onorevole, sia infine a una significativamente maggiore onerosità dell'attività viticola, in termini di più elevati costi di coltivazione e minori quantità di uva ottenuta, anche a causa delle patologie in atto in molte parti del vigneto-Italia, denominate "Mal dell'Esca" e "Flavescenza Dorata", e della irregolarità dell'andamento meteo.

Fatte queste premesse, relativamente a un esercizio in cui possiamo peraltro immaginare che molta parte dei bilanci delle aziende del vino risulterà fortemente penalizzata, riteniamo che il nostro Gruppo abbia mitigato il *décalage* potenzialmente conseguibile grazie a una serie di strategie sviluppate da qualche anno e che consentono di accrescere la nostra resilienza aziendale, come ad esempio:

- la sempre maggiore apertura del portfolio a vini bianchi, rosati e spumanti: si veda ad esempio anche il recente sbarco in Oltrepò Pavese con l'acquisto della tenuta Casa Re e il conseguente lancio dello spumante Metodo Classico Moxxé del Re, come pure lo sviluppo di Canevel Spumanti a Valdobbiadene;
- la convinta insistenza sul progetto *Masi Wine Experience*, volto a creare e mantenere un contatto sempre più diretto con il consumatore finale, con particolare riferimento al turismo del vino sia presso le tenute che in luoghi lifestyle, attività che ha registrato una crescita anche nel 2025. Si veda in quest'ambito anche l'apertura del nuovo visitor center Monteleone21 in Valpolicella e del nuovo Masi Wine Bar & Restaurant presso l'Aeroporto di Verona;
- il fattore *green* e la sostenibilità a tutto tondo, che un paio di anni fa ha conseguito uno step-up significativo mediante l'adozione del modello statutario *Masi Green Governance* e dello status di società benefit.

In questa fase, peraltro, il conto economico è penalizzato anche dal fatto che le suesposte attività strategiche risultano ancora *in fieri* e in parte più o meno rilevante stanno ancora assorbendo costi, o richiedono un capitale investito non ancora produttivo del ROI tipico della fase di maturità. In sostanza, stiamo costruendo per il futuro e certamente le turbolenze avvenute a vari livelli e per svariate ragioni nei mercati negli ultimi anni non agevolano lo sviluppo di tali progetti.

Analisi dei ricavi consolidati

Ripartizione delle vendite per area geografica:

<i>(migliaia di euro)</i>	Esercizio 2025	%	Esercizio 2024	%	Delta	Delta %
Italia	20.924	32,5%	21.191	31,7%	(267)	(1,3)%
Altri Paesi europei	19.191	29,8%	20.604	30,8%	(1.412)	(6,9)%
Americhe	21.871	34,0%	22.505	33,7%	(635)	(2,8)%
Resto del mondo	2.397	3,7%	2.541	3,8%	(145)	(5,7)%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	64.383	100,0%	66.841	100,0%	(2.459)	(3,7)%

I ricavi consolidati risultano particolarmente penalizzati sia dall'andamento dei tassi di cambio (riduzione del 1,95% a cambi costanti), con particolare riferimento all'area "Americhe", sia dalle significative vendite realizzate nell'ultimo trimestre del 2024 negli "Altri Paesi europei" in relazione a un vino speciale a marchio Masi nei confronti di un importante retailer svizzero, operazione una tantum non ripetuta nel 2025. Al netto



di tali differenze, la riduzione dei ricavi rispetto all'esercizio precedente sarebbe stata pari al 0,81%. Cresce l'apporto delle attività *Masi Wine Experience*.

Ricavi riclassificati secondo il posizionamento commerciale del prodotto (in percentuale)³:

	Esercizio 2025	Esercizio 2024
Top Wines	27,4%	26,9%
Premium Wines	46,8%	45,5%
Classic Wines	25,8%	27,6%

Si nota una premiumizzazione del mix nell'esercizio di bilancio.

Esaminando l'aspetto della stagionalità occorre ricordare che negli ultimi esercizi la maggioranza dei ricavi è stata realizzata nel secondo semestre. Nell'esercizio di bilancio tale stagionalità è risultata peraltro molto attenuata.

Analisi dei risultati operativi e netti consolidati

Il *marginale industriale lordo* migliora sia in senso assoluto, passando da euro 40.176 migliaia a euro 40.674 migliaia, sia in percentuale, passando dal 60,1% al 63,2%, per il combinato effetto di:

- cambi valutari sfavorevoli (incidenza negativa);
- crescita del business Masi Wine Experience;
- maggiore incidenza dei prodotti finiti nel mix delle rimanenze finali;
- vinificazione dell'Amarone, effettuata per la vendemmia 2025 nell'esercizio di bilancio in ragione delle particolari condizioni meteo verificatesi nell'autunno-inverno, anziché realizzata nell'esercizio successivo come di consueto.

I *costi per servizi*, depurati dagli oneri non ricorrenti collegati nel 2024 all'adozione dello status di società benefit e del paradigma Masi Green Governance e nel 2025 all'apertura del *visitor center* Monteleone21 in Valpolicella, passano da euro 23.117 migliaia a euro 23.244 migliaia, principalmente a causa di costi di natura produttiva.

I *costi per il personale* aumentano da euro 10.979 migliaia a euro 11.523 migliaia, prevalentemente in relazione all'apertura del *visitor center* Monteleone21.

Gli *altri costi operativi* aumentano da euro 598 migliaia a euro 792 migliaia, a causa di costi straordinari legati all'ambito viticolo.

Gli *altri ricavi* e proventi aumentano da euro 1.240 migliaia a euro 2.028 migliaia, in ragione di maggiori contributi OCM e risarcimenti per danni da grandine percepiti.

³ Con riferimento a un tendenziale posizionamento di fascia-prezzo retail a scaffale in Italia, si intende: Top Wines: vini con prezzo per bottiglia superiore a 30 euro; Premium Wines: vini con prezzo per bottiglia tra i 12 e 30 euro; Classic Wines: vini con prezzo per bottiglia tra 8 e 12 euro.



L'*EBITDA Adjusted*, calcolato escludendo i costi per servizi non ricorrenti, migliora passando da euro 6.722 migliaia a euro 7.143 migliaia (*EBITDA Adjusted margin* dal 10,1% all'11,1%), mentre l'*EBITDA Reported* si attesta a euro 6.616 migliaia, contro euro 6.073 migliaia del 2024.

L'*EBIT* passa da euro 1.786 migliaia a euro 1.673 migliaia, dopo aver speso *ammortamenti e svalutazioni* per euro 4.943 migliaia.

Proventi e oneri finanziari, proventi e oneri da partecipazioni, utili e perdite su cambi: passano da un onere netto di euro 2.196 migliaia a un onere netto di euro 2.948 migliaia, prevalentemente a causa di minori proventi finanziari, legati in passato principalmente allo smobilizzo delle attività finanziarie, e un peggioramento dei risultati su cambi, in linea con quanto evidenziato relativamente ai ricavi, stando all'andamento incrementativo dei tassi di cambio nel corso dell'esercizio.

Il *risultato netto consolidato* si attesta quindi su una perdita di euro 1.431 migliaia, contro una perdita di euro 1.070 migliaia nell'esercizio precedente.

Situazione patrimoniale e finanziaria

La Posizione Finanziaria Netta al 31 dicembre 2025 ammonta a euro 28.514 migliaia, contro euro 27.209 migliaia al 31 dicembre 2024. A fronte di un incremento dell'attivo fisso netto che riflette soprattutto l'avanzamento dell'investimento riferito al nuovo visitor center Monteleone21 a Gargagnago, si registra una significativa contrazione del capitale circolante netto, soprattutto nei crediti commerciali, dato l'andamento infraperiodale dei ricavi (che nel 2024 sono risultati molto più concentrati nel secondo semestre), e con un incremento dei debiti verso fornitori derivante dal cronoprogramma degli investimenti. Tornando ai crediti commerciali, a fine 2025 alcune posizioni specifiche sono peraltro state oggetto di cessione pro soluto, per un valore inferiore di circa euro 1 milione rispetto a quanto fatto a fine 2024. Relativamente alle rimanenze, l'incremento deriva da una maggiore componente di prodotti finiti, a fronte di un mese di dicembre con ricavi meno rilevanti del consueto.

Negli scorsi esercizi l'edificazione di Monteleone21 e l'ampliamento della cantina di Valgatarà sono stati finanziati con linee di credito bancarie chirografarie a medio termine. Successivamente, al termine del ciclo di investimenti e dato il contesto di mercato, la Società ha inteso ridefinire la propria struttura finanziaria per ottimizzare il bilanciamento delle scadenze delle fonti rispetto alla tipologia e caratteristiche degli investimenti effettuati, pertanto con un allungamento delle scadenze dell'esposizione in essere. A tal fine sono state attivate specifiche interlocuzioni con il sistema bancario, che hanno portato, come più sopra descritto, a sottoscrivere nel mese di settembre 2025 un contratto di finanziamento ipotecario a medio-lungo termine per un importo complessivo pari a euro 40 milioni con un pool di primari istituti finanziari composto da UniCredit S.p.A. (anche in qualità di banca agente), Banco BPM S.p.A., Cassa Depositi e Prestiti, Crédit Agricole Italia S.p.A., Banco di Desio e della Brianza S.p.A. e Valpolicella Benaco BCC Società Cooperativa. Tale finanziamento prevede un piano di rimborso decennale, con i primi 18 mesi di preammortamento e un balloon finale di circa euro 10 milioni. Il finanziamento beneficia di una garanzia SACE, che copre il 50% dell'importo complessivo, quale intervento di sostegno pubblico a favore delle imprese italiane. Nel contesto dell'operazione, l'indebitamento a medio termine pregresso è stato integralmente rimborsato. A latere è stato sottoscritto un finanziamento con Credem Banca per un importo di euro 3.700 migliaia, ai medesimi termini e condizioni del finanziamento in pool.



FATTI DI RILIEVO DEL PERIODO

Il nostro Presidente, Dott. Sandro Boscaini, conosciuto internazionalmente come “Mister Amarone”, ha ricevuto il prestigioso “Lifetime Achievement Award of the Year 2024” dalla rivista americana *Wine Enthusiast*. Il riconoscimento alla carriera è stato conferito durante la serata di gala del 25° anniversario dei Wine Star Awards, tenutasi il 27 gennaio scorso a San Francisco alla presenza di oltre 500 illustri rappresentanti del mondo internazionale del vino, tra cui produttori, importatori, distributori e altri protagonisti del trade. Nella motivazione ufficiale del premio, Wine Enthusiast ha sottolineato che “Sandro Boscaini ha rivoluzionato il concetto di vino italiano nel mondo, senza mai smettere di sperimentare, innovare e guardare al futuro”, affermando che “l’innovazione è fonte di ottimismo”.

Sempre a gennaio 2025, per il secondo anno consecutivo il Masi Wine Bar di Monaco di Baviera si è aggiudicato il prestigioso riconoscimento della Guida “Top Italian Restaurants” del Gambero Rosso, dedicata alle più autentiche esperienze enogastronomiche italiane all'estero. Il Masi Wine Bar di Monaco è stato definito “un autentico piccolo tempio del vino italiano”, con oltre 50 etichette provenienti da molteplici regioni e una selezione di vecchie annate di Amarone. L'atmosfera elegante si fonde con un design contemporaneo e, secondo la guida ai ristoranti italiani, è “il luogo ideale per una pausa all'insegna del relax, sorseggiando un bicchiere di vino o un cocktail”.

A marzo si è tenuta a Milano la presentazione della ricerca accademica “Resilienza e preparazione al prossimo ciclo di consumo globale di vino. Masi: Un caso studio originale”, a cura di Jean-Marie Cardebat, Professore di economia all’Università di Bordeaux, Direttore del Dipartimento di Ricerca ECOOr, Professore affiliato all’INSEEC Grande École e Direttore della Cattedra Wines & Spirits di Parigi, e Davide Gaeta, Professore e docente di economia dell’impresa vitivinicola e dei mercati agroalimentari e competitività - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona, da cui abbiamo tratto citazione in precedenza. Preceduto da un’attenta analisi del contesto nazionale ed internazionale dei mercati del vino e delle possibili evoluzioni delle tendenze della domanda, lo studio accademico ha esaminato gli strumenti strategici necessari per adeguarsi ai prossimi cicli economici del settore vitivinicolo, riscontrando, per quanto riguarda l’Italia, in Masi Agricola un interessante esempio di resilienza e di capacità di competizione all’interno di situazioni che possono rivelarsi critiche in mancanza di organizzazione, struttura e diversificazione. La ricerca ha evidenziato come Masi Agricola rappresenti un modello di resilienza capace di trasformare le sfide in opportunità di crescita sostenibile, grazie ad una serie di fattori quali in primis: una governance solida, strategie mirate di acquisizione e diversificazione del portafoglio prodotti, segmentazione della distribuzione, marketing strategico e innovazione orientata alla sostenibilità.

Nel corso delle fiere Wine Paris, Prowein e Vinitaly il Gruppo Masi ha presentato ai mercati internazionali diverse novità-prodotto:

- Moxxé del Re Rosé 2021 Oltrepò Pavese D.O.C.G., un nuovo spumante rosato Metodo Classico 100% Pinot Nero, dai vigneti della tenuta Casa Re, acquisita un paio di anni fa;
- Canevel Valdobbiadene Superiore Cartizze Brut, una nuova interpretazione di uno degli spumanti più emblematici nel panorama italiano delle bollicine;
- nuovi marchi dalle tenute del Gruppo: la risposta del Gruppo Tecnico Masi alle esigenze di sostenibilità e di cambiamento del consumatore nel mercato globale: a) Sanroseda: varietà argentini in purezza dai 160 ettari della Finca La Arboleda a conduzione biologica: Pinot Grigio, Malbec e Malbec Riserva; b) Tripoggi: vini toscani dalla tenuta biologica di Cinigiano: Vermentino Toscana IGT, Rosso Toscana IGT e Toscana IGT Merlot-Cabernet-Sangiovese.



A Vinitaly si è inoltre tenuto il XXXV Seminario Masi, dal titolo “La contemporaneità del Bordolese di Montagna” e focalizzato sull’evoluzione del Fojaneghe, il primo uvaggio bordolese italiano, simbolo della tradizione e dell’innovazione trentina.

A fine maggio con modalità *soft* e a settembre con maggiore ufficialità, il nostro nuovo *visitor center* Monteleone21 in Valpolicella, dopo alcuni anni richiesti per l’edificazione, ha aperto al pubblico: un unicum nel territorio per concept e offerta, questo nuovo polo produttivo-enoturistico-esperienziale è la casa del brand Masi e dell’Amarone, valorizzando l’enocultura, il turismo del vino e il paesaggio. Monteleone21 mette a disposizione dei visitatori un ricco programma di esperienze immersive ed eventi con tour guidati e degustazioni, lo shop “Enoteca Masi” e il ristorante-bistrot “Locanda Costasera”, caratterizzato dall’approccio “wine first” e da una proposta gastronomica fusion, con ricette ispirate all’esperienza maturata nell’abbinamento dei vini Masi con le cucine dei cinque continenti. Nel c.d. “fruttaio monumentale” è stata allestita un’installazione site-specific del maestro Fabrizio Plessi, pioniere della videoarte, che ha unito la secolare tradizione della Valpolicella Classica al “miracolo nuovo” dell’intelligenza artificiale con la sua grandiosa installazione “L’Anima dell’Amarone”, dando nuovo vigore e attualità al fascino di questo vino straordinario e del mestiere antico che lo produce in Valpolicella.

In giugno, Masi Agricola è stata premiata da Il Sole 24 Ore, in collaborazione con l’Università degli Studi di Milano-Bicocca, per l’eccellenza dimostrata nei tre ambiti chiave ESG: governance, consapevolezza e monitoraggio. Masi si è distinta come prima classificata nel segmento Euronext Growth Milan (EGM) di Borsa Italiana.

A fine novembre ha aperto il Masi Wine Bar & Restaurant presso l’Aeroporto Valerio Catullo di Verona, nella zona a cui i passeggeri accedono prima degli imbarchi, dopo avere effettuato i controlli di sicurezza (c.d. “airside”). Luogo ideale per una piacevole sosta prima di prendere il volo accomiatandosi da Verona, in uno spazio elegante con arredi dal design contemporaneo e animato da una calda convivialità, il nuovo Masi Wine Bar & Restaurant si presenta con un concept distintivo e versatile, combinando l’eleganza di un wine bar e ristorante di tradizione italiana con un format più cosmopolita e lifestyle. Il tutto nel contesto dell’ampliato, aggiornato e riqualificato Aeroporto Valerio Catullo, che dopo qualche anno di lavori è stato reinserito a pieno titolo nella best practice internazionale, per essere sempre più in grado di supportare il turismo di Verona e del Lago di Garda, un fenomeno che annovera 19 milioni di presenze annue, dando adeguata rappresentazione dell’importanza di quest’area anche come centro di business internazionale.

FATTI DI RILIEVO INTERVENUTI DOPO LA CHIUSURA DEL PERIODO E PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

Guardando all’apertura del 2026, i mercati nell’insieme non sembrano presentare particolari segni di ripresa, rimanendo molto cauti i canali sia ho.re.ca che retail. La view più condivisa dagli operatori di settore immagina la persistenza di questa attitudine per il prosieguo del 2026. Troppe incertezze, anche collegate a criticità geopolitiche internazionali (ad esempio la “guerra dei dazi” tra USA e resto del Mondo, i conflitti bellici ancora pesantemente in corso in molti Paesi, la corsa al riarmo internazionale etc.) rendono molto cauti sia i consumatori che la filiera distributiva.

CONVOCAZIONE DELL’ASSEMBLEA

L’Assemblea verrà convocata in sede ordinaria il 10 aprile 2026 alle ore 11.00. In conformità alle previsioni



della normativa applicabile e allo Statuto sociale, l'intervento in Assemblea e l'esercizio del diritto di voto potranno svolgersi esclusivamente tramite conferimento di apposita delega al rappresentante designato. L'Assemblea si svolgerà unicamente mediante sistema di audio-conferenza che verrà comunicato dalla Società ai soggetti legittimati a partecipare. Per i dettagli sulle proposte si rinvia all'avviso di convocazione con i relativi punti all'ordine del giorno e alla documentazione a supporto di tali proposte, che saranno pubblicati e messi a disposizione degli azionisti della Società nel rispetto delle previsioni di legge e regolamentari applicabili.

L'avviso di convocazione dell'Assemblea, nonché la documentazione relativa ai punti all'ordine del giorno e a supporto delle proposte sottoposte all'approvazione dell'Assemblea saranno pubblicate ai sensi di legge e di statuto, nonché sul sito internet www.masi.it, nella sezione "investor-relations/assemblee" (nell'area dedicata all'Assemblea in oggetto), unitamente alle istruzioni e al modulo per conferire la delega senza spese a carico del delegante.

MESSA A DISPOSIZIONE DEL BILANCIO CONSOLIDATO E DEL PROGETTO DI BILANCIO DELL'ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2025

Il bilancio consolidato e il progetto di bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 verranno messi a disposizione del pubblico ai sensi e nei termini di legge presso la sede sociale, Borsa Italiana S.p.A. e nel sito internet www.masi.it, nella sezione "investor-relations/bilanci".

— — —

MASI AGRICOLA

Masi Agricola è un'azienda vitivinicola radicata in Valpolicella Classica che produce e distribuisce vini di pregio ancorati ai valori del territorio delle Venezie. Grazie all'utilizzo di uve e metodi autoctoni, e a una continua attività di ricerca e sperimentazione, Masi è oggi uno dei produttori italiani di vini pregiati più conosciuti al mondo. I suoi vini e in particolare i suoi Amaroni sono pluripremiati dalla critica internazionale. Il modello imprenditoriale del Gruppo coniuga l'alta qualità e l'efficienza con l'attualizzazione di valori e tradizioni del proprio territorio. Il tutto in una visione che porta Masi a contraddistinguersi non solo per il core business, ma anche per la realizzazione di progetti di sperimentazione e ricerca in ambito agricolo e vitivinicolo, per la valorizzazione e la promozione del territorio e del patrimonio culturale delle Venezie. Il Gruppo può contare su una forte vocazione internazionale: è presente in oltre 140 Paesi, con una quota di esportazione di circa il 68% del fatturato complessivo. Il Gruppo Masi ha fatturato nel 2025 circa 64 milioni di euro. Masi ha una precisa strategia di crescita che si basa su tre pilastri: crescita organica attraverso il rafforzamento nei tanti mercati dove è già protagonista; allargamento dell'offerta di vini legati ai territori e alle tecniche delle Venezie, anche aggregando altre aziende vitivinicole; raggiungimento di un contatto più diretto con il consumatore finale, dando più pregnanti significati al proprio marchio, internazionalmente riconosciuto.

Il codice alfanumerico delle azioni è "MASI" e il codice ISIN è IT0004125677.

EGA e Specialist della società è Equita Sim S.p.A.

ALLEGATI

- Conto economico consolidato riclassificato
- Stato patrimoniale consolidato riclassificato
- Rendiconto finanziario consolidato riclassificato

Nota: i dati relativi al 2024 sono stati redatti secondo i principi contabili IAS/IFRS e sono stati sottoposti a revisione contabile completa. Per i dati relativi al 2025 la revisione contabile completa è tuttora in corso. Il conto economico, lo stato patrimoniale e il rendiconto finanziario sono stati riclassificati secondo uno schema che viene normalmente utilizzato dal management e dagli investitori per valutare i risultati del Gruppo. Tali prospetti di bilancio riclassificati non rispondono agli standard di presentazione richiesti dai Principi Contabili Internazionali (IFRS) e non debbono quindi essere visti come sostitutivi di questi ultimi. Tuttavia, poiché ne riportano gli stessi contenuti, essi sono facilmente riconciliabili con quelli previsti dai principi contabili di riferimento.



Per ulteriori informazioni:

Masi Agricola S.p.A.

Investor Relations

Federico Girotto

Tel: +39 045 6832511

Fax: +39 045 6832535

Email: investor@masi.it

Ufficio Stampa Finance

Close to Media

Adriana Liguori

Tel: +39 02 70006237

Fax: +39 02 89694809

Cell. : +39 345 1778974

Email: adriana.liguori@closetomedia.it

Email : masi@closetomedia.it

EGA e Specialista

EQUITA SIM S.p.A.

Marco Clerici

Tel: +39 02 6204 1

Fax: +39 02 2900 5805

Email: m.clerici@equita.eu

Ufficio Stampa Masi Agricola S.p.A.

Elisa Venturini

Tel: +39 045 6832511

Cell: +39 335 7590837

Email: elisa.venturini@masi.it

www.masi.it



CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in migliaia di euro)</i>	Esercizio 2025	% sui ricavi	Esercizio 2024	% sui ricavi
Ricavi	64.383	100,0%	66.841	100,0%
Costo di acquisto e produzione del venduto	(23.709)	(36,8%)	(26.665)	(39,9%)
Margine Industriale lordo	40.674	63,2%	40.176	60,1%
Costi per servizi*	(23.244)	(36,1%)	(23.117)	(34,6%)
Costi per il personale	(11.523)	(17,9%)	(10.979)	(16,4%)
Altri costi operativi	(792)	(1,2%)	(598)	(0,9%)
Altri ricavi e proventi	2.028	3,2%	1.240	1,9%
EBITDA Adjusted	7.143	11,1%	6.722	10,1%
Costi per servizi non ricorrenti*	(527)	(0,8%)	(649)	(1,0%)
EBITDA Reported	6.616	10,3%	6.073	9,1%
Ammortamenti	(4.862)	(7,6%)	(4.272)	(6,4%)
Svalutazioni	(81)	(0,1%)	(14)	(0,0%)
EBIT	1.673	2,6%	1.786	2,7%
Proventi finanziari	39	0,1%	278	0,4%
Oneri finanziari	(2.830)	(4,4%)	(2.941)	(4,4%)
(Oneri)/Proventi da partecipazioni	30	0,0%	0	0,0%
Utili (perdite) su cambi	(187)	(0,3%)	467	0,7%
Risultato prima delle imposte	(1.275)	(2,0%)	(410)	(0,6%)
Imposte sul reddito	(156)	(0,2%)	(660)	(1,0%)
Risultato del periodo	(1.431)	(2,2%)	(1.070)	(1,6%)

* i costi per servizi, includendo anche quelli non ricorrenti distinti ai fini dell'analisi delle performance, corrispondono al valore dello schema di bilancio

**STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO**

<i>(in migliaia di euro)</i>	31.12.2025	31.12.2024	Delta
Immobilizzazioni immateriali	15.266	15.374	(107)
Immobilizzazioni materiali	86.589	83.691	2.897
Attività agricole e biologiche	6.520	7.121	(601)
Attività per diritti d'uso	8.723	8.358	365
Altre attività nette non correnti	527	220	308
Attivo fisso netto	117.625	114.764	2.862
Crediti verso clienti	9.979	11.995	(2.015)
Rimanenze	61.519	60.457	1.063
Debiti verso fornitori	(15.798)	(12.924)	(2.874)
CCN operativo commerciale	55.701	59.527	(3.827)
Altre attività	2.431	3.239	(807)
Altre passività	(3.733)	(4.266)	533
CCN	54.399	58.500	(4.101)
Fondi rischi e oneri	(25)	(52)	28
TFR	(705)	(722)	16
Imposte differite	(206)	(694)	489
Capitale investito netto	171.088	171.795	(707)
Posizione finanziaria netta	28.514	27.209	1.305
Passività per leasing	9.182	8.870	312
Indebitamento finanziario netto	37.695	36.079	1.616
Patrimonio netto consolidato	133.393	135.716	(2.323)
Totale fonti di finanziamento	171.088	171.795	(707)



RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in migliaia di euro)</i>	Esercizio 2025	Esercizio 2024
Risultato netto	(1.431)	(1.070)
Ammortamenti e svalutazioni delle attività non correnti	4.862	4.272
Altre rettifiche non monetarie applicazione IAS 21 e 29	(2.423)	1.570
Altre rettifiche (imposte, interessi passivi, dividendi incassati, accantonamento fondi, altre rettifiche non monetarie etc.)	(409)	323
Variazione derivata dalla gestione corrente	600	5.095
Variazione capitale circolante netto	4.101	(3.886)
Cashflow attività operativa	4.701	1.209
Investimenti netti	(5.957)	(11.494)
Free cashflow	(1.257)	(10.285)
Dividendi	(48)	(965)
Variazione di posizione finanziaria netta	(1.305)	(11.249)
Posizione finanziaria netta iniziale	(27.209)	(15.960)
Posizione finanziaria netta finale	(28.514)	(27.209)

