

EBITDA Rettificato trimestrale record e Fatturato nel 2Q a +5%.

Utile Netto Rettificato semestrale a +33%.

Robusto portafoglio ordini per un'accelerazione della crescita nel secondo semestre.

Agrate Brianza, 4 agosto 2026 - Il Consiglio di Amministrazione di Intercos S.p.A. (ICOS.MI), riunitosi oggi sotto la presidenza di Dario Gianandrea Ferrari, ha approvato la Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2026.

- **Miglior secondo trimestre della storia del gruppo in termine di Ricavi Netti**, con vendite pari a **€285,1 milioni** nel 2Q26, in crescita del **+4,9%** a tassi costanti (+4,0% a tassi reported). Il ritorno alla crescita iniziato nel secondo trimestre riflette il robusto portafoglio ordini accumulato da fine 2025. Traina la performance sul secondo trimestre l'ottimo andamento delle vendite in area EMEA ed una continua crescita del canale Prestige, insieme all'espansione della business unit Hair & Body. Nel primo semestre, i ricavi sono stati pari a **€512,5 milioni**, sostanzialmente in linea con l'anno precedente (**-0,5%** a tassi costanti, **-2,4%** a tassi reported). Questo risultato è stato raggiunto nonostante il semestre sia stato contraddistinto da un decrescente peso della componente Packaging (passato dal 22,2% dei ricavi nel 1H25 al 21,1% nel 1H26), per cui le **Value Added Sales (VAS)** sono state pari a **€404,6 milioni** (**-0,9%** YoY a tassi reported).
- **Record storico di EBITDA Rettificato trimestrale**: Nel secondo trimestre, l'EBITDA Rettificato è stato pari a **€47,5 milioni**, in crescita del **+5,0%** rispetto al 2025, e con un margine del **16,7%**, anche esso in miglioramento rispetto allo scorso anno (**+16bps**). L'ottimo andamento nel secondo trimestre è stato trainato dall'asse Make-up, che ha beneficiato di crescite significative dei clienti Prestige nonché da una componente packaging in netta decrescita. **EBITDA Rettificato del primo semestre** è stato pari a **€72,6 milioni**, in lieve calo del **-2,6%** rispetto allo scorso anno, con un margine pari a **14,2%** allineato al livello del 2025. L'incidenza sulle VAS è stato pari a **17,9%**, segnando solo un lieve calo di **-32Bps** rispetto al primo semestre 2025, legato al crescente peso della divisione Hair & Body (che storicamente dispone della profittabilità minore tra le tre Business Units del gruppo).
- **Utile Netto Rettificato** nel primo semestre pari a **€27,6 milioni**, in aumento sullo scorso anno del **+33%**, principalmente per effetto della riduzione dei costi finanziari legata al minor impatto dei tassi di cambio, e di un minor tasso di imposte rispetto allo scorso anno. Al netto delle rettifiche, l'Utile Consolidato ammonta a **€23,9 milioni**, anch'esso in netto miglioramento rispetto al primo semestre del 2025 (**+44%**).
- **La Posizione Finanziaria Netta** al 30 giugno 2026 è pari a **€122,7 milioni** (€85,2 milioni escludendo l'impatto derivante dall'applicazione dell'IFRS16), in riduzione di **€11,8 milioni** rispetto allo scorso anno. La leva finanziaria (posizione finanziaria netta su EBITDA rettificato degli ultimi dodici mesi) è pari a **0,80x**, in lieve riduzione dal **0,87x** al 30 giugno 2025.

Renato Semerari, CEO di Intercos

«In un contesto di nuovo segnato da numerose instabilità geopolitiche, da fluttuazioni valutarie sfavorevoli e da un settore Beauty in fase di moderata ripresa, il nostro Gruppo ha ripreso il suo percorso di crescita segnando il suo record di EBITDA Rettificato trimestrale ed il miglior secondo trimestre della sua storia in termine di vendite. Questa performance, supportata anche da un portafoglio ordini robusto, particolarmente in ambito Make-up, e da forecast clienti in forte espansione sulla Business Unit Hair&Body, rafforza la fiducia già precedentemente comunicata in un'accelerazione della crescita nel secondo semestre.

Il primo semestre del 2026 si è concluso sostanzialmente in linea con l'anno scorso a tassi costanti grazie al secondo trimestre record che si è attestato a €285,1 milioni, segnando un incremento di +4,9% a tassi costanti (+4% reported) con un miglioramento sequenziale in tutte le business units e particolarmente marcato nel Hair & Body. Questa performance è ancor più positiva se si considera che il peso delle fatturazioni di packaging sul totale vendite si è ridotto ulteriormente rispetto all'anno precedente. L' EBITDA Rettificato trimestrale è stato il più alto mai raggiunto ed è stato pari a €47,5 milioni, in miglioramento sia in valore assoluto (+5,0%) che in termine di marginalità (16,7% ossia +16Bps rispetto al secondo trimestre del 2025). Il miglioramento del mix per canale, contraddistinto da un incremento delle vendite a clienti Prestige, e la riduzione del peso del packaging sul fatturato totale ci hanno consentito di compensare l'impatto diluitivo del mix delle Business Units, legato alla maggior crescita di Hair & Body.

A livello di Business Units, è stato visibile nel secondo trimestre un miglioramento sequenziale in ogni categoria, con Hair & Body che ha trainato la crescita (+26,6% a tassi reported), mentre le performance sia in Makeup (-1,4%) che in Skincare (-3,4%) hanno registrato una progressiva ripresa della crescita nel corso del trimestre. La performance di top line è stata peraltro moderata dal minor peso della componente packaging, in particolar modo nel segmento Make-up. L'andamento geografico delle Business Unit è stato abbastanza disomogeneo con un asse Make-up trainato dalle performance del mondo occidentale, mentre lo Skin Care ha visto una predominanza del business arrivare dall'Oriente.

I risultati del secondo trimestre hanno quindi determinato un risultato semestrale a tassi correnti del +4,9% nel Hair & Body, -3,2% nel Makeup e -9,5% nel Skincare.

Dal punto di vista geografico, l'EMEA ha segnato una performance positiva sia sul secondo trimestre (+10,2%) che nel primo semestre (+1,0%), trainata dal Hair & Body e dal Make-up. Importante sottolineare anche il ritorno alla crescita dell'America nel secondo trimestre (+0,8%, -3,8% sul semestre) mentre l'Asia, dopo anni di crescita a doppia cifra, rimane in attesa di una ripresa nel secondo semestre (-4,8% sul secondo trimestre, -8,0% sul semestre). Da notare che la performance dell'Asia è stata impattata, oltre che dai tassi di cambio sfavorevoli, anche dal recupero di quote di mercato da parte dei brand internazionali che hanno ripreso parte del terreno perso in favore dei brand locali negli ultimi due anni.

Renato Semerari, CEO di Intercos

Infine, nel corso del primo semestre, Intercos ha comunicato il lancio del suo nuovo Piano di Sostenibilità con 24 obiettivi ESG al 2035 ed ha annunciato l'adesione al Global Compact delle Nazioni Unite e il commitment ufficiale alla Science Based Target initiative (SBTi). Il gruppo ha così rafforzato il suo impegno in termine di sostenibilità attraverso la definizione di obiettivi concreti, misurabili e verificabili, confermando la centralità delle tematiche ESG nel suo business model. Il Piano rafforza l'impegno del Gruppo lungo l'intera catena del valore e si sviluppa attraverso una strategia articolata su due dimensioni complementari: Apply (Sphere of Action), dedicata alle attività direttamente gestite dal Gruppo, e Promote (Sphere of Influence), focalizzata sulla diffusione di pratiche sostenibili lungo la filiera, coinvolgendo fornitori, partner e clienti.

Guardiamo alla seconda parte dell'anno con rinnovata fiducia legata sia all'andamento generale del mercato Beauty sia all'evoluzione specifica del nostro business. Ci attendiamo, da una parte, che il secondo semestre possa beneficiare della progressiva ripresa del Beauty e di tassi valutari più favorevoli del passato e, dall'altra, che Intercos possa accelerare la sua traiettoria di crescita grazie al robusto portafoglio ordini e a forecast positivi da parte dei nostri clienti, che stanno riscontrando risultati di mercato soddisfacenti con la maggior parte dei lanci effettuati con prodotti Intercos. Tutto questo ci conferma la forza della nostra innovazione che rimane il pilastro principale del successo di lungo periodo della Intercos.»

Sintesi dei principali Risultati del Gruppo

€/mln	1H26	1H25	% vs. 1H25	2Q26	2Q25	% vs. 2Q25
Ricavi	512,5	524,9	(2,4%)	285,1	274,1	4,0%
Ricavi - Costo del Pack (*VAS)	404,6	408,4	(0,9%)			
Margine Ind. lordo	111,0	111,8	(0,7%)			
% dei ricavi	21,7%	21,3%	36Bps			
EBITDA Rettificato	72,6	74,5	(2,6%)	47,5	45,3	5,0%
% dei ricavi	14,2%	14,2%	(4Bps)	16,7%	16,5%	16Bps
% delle VAS*	17,9%	18,2%	(32Bps)			
EBITDA	67,8	70,1	(3,2%)			
% dei ricavi	13,2%	13,4%	(12Bps)			
EBIT	41,7	43,9	(5,2%)			
% dei ricavi	8,1%	8,4%	(24Bps)			
PBT	36,6	30,5	20,2%			
% dei ricavi	7,1%	5,8%	134Bps			
Utile Netto	23,9	16,6	43,8%			
% dei ricavi	4,7%	3,2%	150Bps			
Utile Netto Rettificato	27,6	20,7	33,3%			
% dei ricavi	5,4%	4,0%	144Bps			

(*) VAS: Value Added Sales = Vendite dedotte dal costo del packaging

Vendite per business Unit, area Commerciale, tipologia di clienti

€/mln	1H26	1H25	Var.	% vs. 1H25	2Q26	2Q25	Var.	% vs. 2Q25
<u>Business Unit</u>								
Make-up	322,5	333,1	(10,6)	(3,2%)	173,1	175,6	(2,5)	(1,4%)
Skincare	70,7	78,1	(7,4)	(9,5%)	41,3	42,7	(1,4)	(3,4%)
Hair&Body	119,4	113,7	5,6	4,9%	70,7	55,8	14,9	26,6%
Totale Gruppo	512,5	524,9	(12,4)	(2,4%)	285,1	274,1	10,9	4,0%
<u>Area Commerciale</u>								
EMEA	263,3	260,6	2,6	1,0%	145,8	132,2	13,5	10,2%
Americas	141,7	147,3	(5,7)	(3,8%)	76,8	76,2	0,6	0,8%
Asia	107,6	116,9	(9,3)	(8,0%)	62,5	65,7	(3,2)	(4,8%)
Totale Gruppo	512,5	524,9	(12,4)	(2,4%)	285,1	274,1	10,9	4,0%
<u>Tipologia di clienti</u>								
Multinationals	242,9	262,6	(19,7)	(7,5%)	130,0	132,7	(2,6)	(2,0%)
Emerging Brands	240,9	226,9	14,0	6,2%	138,1	121,8	16,4	13,4%
Retailers	28,7	35,4	(6,7)	(18,8%)	16,9	19,7	(2,8)	(14,2%)
Totale Gruppo	512,5	524,9	(12,4)	(2,4%)	285,1	274,1	10,9	4,0%

Vendite per business Unit, area Commerciale, tipologia di clienti

Nel primo semestre del 2026, Intercos ha registrato ricavi pari a **€512,5 milioni**, impattati nuovamente da una dinamica dei tassi di cambio sfavorevole (**-0,5% a tassi costanti** e **-2,4%** a tassi reported). Il miglior secondo trimestre della storia del Gruppo, con ricavi pari a **€285,1 milioni** e in crescita di **+4,9% a tassi costanti** (+4,0% a tassi reported) ha compensato in gran parte l'andamento sfidante incontrato nel primo trimestre.

Analizzando i ricavi per **business unit** (percentuali di crescita a tassi reported):

- Il **Make-up** ha riportato ricavi nel secondo trimestre pari a **€173,1 milioni**, in lieve calo del **-1,4%** rispetto al 2025 ma segnando un miglioramento sequenziale rispetto al **-5,2%** osservato nel primo trimestre. I ricavi della Business Unit nel semestre sono pari a **€322,5 milioni**, in calo del **-3,2%** rispetto ai primi sei mesi del 2025. Le vendite nel canale Prestige sono state in crescita in entrambi i trimestri, con un'ulteriore accelerazione nel Q2. La performance è stata diluita dalla decrescente incidenza della componente Packaging in tutto il semestre. L'EMEA è stata la regione con il maggior contributo alla performance della business unit, mentre l'Asia ha mostrato una flessione dopo anni di crescita a doppia cifra.
- Lo **Skincare** ha raggiunto ricavi per **€41,3 milioni** nel secondo trimestre, in calo di **-3,4%** rispetto allo scorso anno ma anche esso in miglioramento rispetto al trend del primo trimestre. Il primo semestre si è chiuso, quindi, con ricavi di **€70,7 milioni**, in calo rispetto al 2025 (**-9,5%**). La contrazione è principalmente attribuibile alle Multinationals in EMEA e negli US. Le vendite degli Emerging Brands sono invece rimaste stabili sul semestre, con un ritorno alla crescita nel secondo trimestre, trainato dall'Asia. Il mix di clienti ha visto una ripresa della crescita del canale Prestige nel Q2.
- L'**Hair & Body** ha registrato ricavi per **€70,7 milioni** sul trimestre, una crescita significativa del **+26,6%** rispetto allo scorso anno. Tutte le geografie hanno contribuito alla crescita, con gli Emerging Brands ed il segmento Fragranze in EMEA come principali motori della crescita. I ricavi del semestre sono stati pari a **€119,4 milioni**, riportando una crescita del **+4,9%**, interamente legata alla forte performance del secondo trimestre.

Per quanto concerne le vendite per **area commerciale** (percentuali di crescita a tassi reported):

- L'**EMEA** ha segnato una crescita a doppia cifra nel secondo trimestre (**+10,2%**), con ricavi di **€145,8 milioni**, grazie alla forte performance dei clienti Prestige sia in Make-up che in Hair & Body. I ricavi del primo semestre 2026 sono stati pari a **€263,3 milioni**, sostanzialmente in linea con lo scorso anno (**+1%**). Le Emerging Brands hanno dimostrato una robusta crescita in questa geografia, in parte compensata dalla contrazione di Multinationals e Retailers.
- L'**America** ha anche riportato una performance positiva nel secondo trimestre con ricavi pari a **€76,8 milioni**, in crescita del **+1%** in linea con i trend di volumi del mercato locale. I clienti Multinationals hanno segnato una buona performance nel secondo trimestre. Nei primi sei mesi, le vendite sono state in calo del **-3,8%**, a **€141,7 milioni**, nonostante un canale Prestige in espansione su tutto il semestre.
- L'**Asia** ha riportato ricavi pari al **€62,5 milioni** nel secondo trimestre, in calo del **-4,8%** rispetto allo

Vendite per business Unit, area Commerciale, tipologia di clienti

scorso anno, e al **€107,6 milioni** nel semestre, in calo del **-8%**. È stata l'unica geografia con ricavi in calo sia nel trimestre che nel semestre, dopo anni di crescita a doppia cifra e una base di paragone molto sfidante (l'Asia era cresciuta del +14%/+16% nel 2Q25/1H25). La solida performance degli Emerging Brands e dello Skincare ha solo parzialmente compensato la flessione in ambito Make-up. L'evoluzione sfavorevole dei tassi di cambio nel semestre, in particolare in Corea, hanno ulteriormente impattato la performance del semestre.

Infine, con riferimento alle vendite per **tipologia di cliente** (percentuali di crescita a tassi reported):

- i clienti **Multinationals** hanno chiuso il secondo trimestre con ricavi pari a **€130,0 milioni**, in lieve flessione del **-2%**. Il primo semestre ha registrato **€242,9 milioni**, in calo del **-7,5%** rispetto al 2025, che costituiva una base di confronto sfidante (+10%/+18% nel 2Q/1H25). Il canale Prestige è cresciuto sia nel secondo trimestre che nel semestre, con una buona performance del Make-up e dell'America nel secondo trimestre.
- I clienti **Emerging Brands** riportano vendite per **€138,1 milioni** nel secondo trimestre, in crescita del **+13,4%** rispetto al 2025, e hanno riportato ricavi pari a **€240,9 milioni (+6,2%)** sul semestre. La crescita è attribuibile alla buona performance in ambito Hair & Body in Europa e Skincare in Asia.
- I clienti **Retailers** hanno registrato ricavi pari a **€16,9 milioni (-14,2%)** nel secondo trimestre e a **€28,7 milioni (-18,8%)** nel semestre, attribuibile alle performance del Make-up e del Hair&Body in Europa.

Record trimestrale di EBITDA Rettificato nel secondo trimestre 2026, margine stabile sul semestre.

Intercos ha raggiunto nel secondo trimestre il **record di EBITDA rettificato trimestrale della storia del Gruppo** con **€47,5 milioni**, segnando anche una redditività in miglioramento (margine **+16 bps** rispetto all'anno precedente). La notevole performance del secondo trimestre, porta l'**EBITDA Rettificato** del primo semestre a **€72,6 milioni**, in lieve calo del **-2,6%** sullo scorso anno. L'incidenza sui ricavi si è mantenuta stabile al **14,2%**, nonostante i tre seguenti fattori: i) il calo delle vendite sul semestre; ii) il rallentamento dei margini del primo trimestre; e iii) la base di paragone sfidante della profittabilità del primo semestre del 2025.

Questo buon andamento è stato raggiunto principalmente grazie a: i) il miglioramento della marginalità intrinseca della business unit Makeup; ii) il minor peso della componente Packaging sulle vendite (21,1% dei ricavi nel primo semestre 2026, da 22,2% nel 2025), e iii) il miglioramento derivante dai diversi progetti messi in atto dal Gruppo a livello di Operations, che hanno consentito un progressivo miglioramento di produttività.

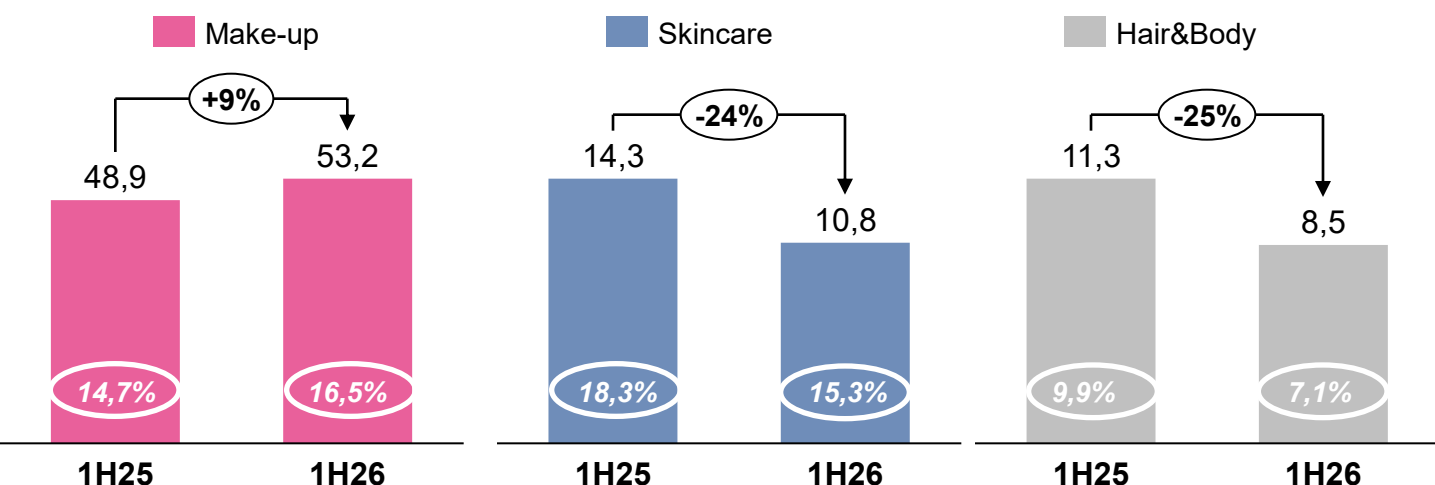
Rimane visibile il miglioramento della produttività alla luce dell'andamento dell'EBITDA Rettificato sulle *Value Added Sales* (vendite al netto del costo del Packaging), che rimane sostanzialmente stabile al **17,9% (-32Bps** rispetto allo scorso anno) nonostante la flessione dei ricavi e la crescita maggiore della business unit Hair & Body (quella con il margine storicamente minore tramite le attività del gruppo).

Escludendo le rettifiche, l'EBITDA di Gruppo è ammontato invece a **€67,8 milioni**, in calo del **-3,2%** sullo scorso anno. Per il dettaglio degli oneri e proventi della gestione non caratteristica si rimanda a pag. 12 del Comunicato Stampa.

1H26 vs 1H25 - EBITDA Rettificato di Gruppo



1H26 vs 1H25 - EBITDA Rettificato per Business Unit



Con riferimento all'evoluzione dell'EBITDA per Business unit:

- **Make-up:** L'EBITDA Rettificato del primo semestre si è attestato a **€53,2 milioni**, in aumento del **+9%**. Ottima la crescita sia in termini assoluti che in termini di incidenza sulle vendite nette (**+183Bps**), grazie all'evoluzione favorevole del mix di vendite, definito dalla crescita del canale Prestige e dalla riduzione del peso delle vendite di Packaging sui ricavi totali.
- **Skincare:** L'EBITDA Rettificato dei primi sei mesi dell'anno è risultato in calo del **-24%**, attestandosi a **€10,8 milioni**. Una performance legata all'andamento delle vendite con volumi in calo, causando un minor assorbimento dei costi fissi in entrambi i trimestri, compensato solo in parte dal miglioramento del mix per canale nel secondo trimestre.
- **Hair & Body:** l'EBITDA Rettificato del primo semestre si è attestato a **€8,5 milioni**, in diminuzione del **-25%** rispetto all'anno precedente. Il calo sia in valore assoluto che in termini di percentuale delle vendite è stato causato, oltre che dalla componente Contract Manufacturing in espansione, anche dal peso crescente del Packaging nei ricavi di questa Business Unit.

Utile Netto del periodo

Il **Risultato netto Rettificato** di Gruppo nel primo semestre 2026 è stato pari a **€27,6 milioni**, in miglioramento del **+33%** rispetto allo scorso anno. La performance riflette in primis la normalizzazione degli oneri finanziari, i quali erano stati impattati nel primo semestre 2025 dal forte incremento delle variazioni di cambi realizzati e non realizzati a seguito del marcato apprezzamento dell'Euro rispetto all'USD, il CNY e il KRW. Il tax rate è risultato in riduzione (34,7% nel 1H26, 45,5% nel 1H25) riflettendo principalmente le tempistiche della distribuzione di dividendi Intercompany durante il primo semestre 2025. Il **Risultato netto di Gruppo**, che include gli oneri e proventi della gestione non caratteristica ed il relativo impatto fiscale, è stato pari a **€23,9 milioni**. Per maggiori dettagli in merito alla differenza tra Risultato Rettificato e Non Rettificato si rimanda alla pag. 12 del presente Comunicato Stampa.

Flusso di cassa e Indebitamento Finanziario Netto

€/mln	1H26	1H25	Var.
EBITDA Rettificato	72,6	74,5	(2,0)
Rettifiche (*)	(3,4)	(5,5)	2,1
Variazione Capitale Circolante Commerciale	(28,4)	(35,9)	7,5
Altre Variazioni Capitale Circolante	14,2	7,9	6,2
Investimenti	(28,6)	(33,4)	4,7
Flusso di cassa operativo	26,2	7,7	18,6
Altre Variazioni attività/passività a lungo termine	0,3	2,3	(2,0)
Oneri Finanziari	(5,0)	(13,4)	8,4
Tasse	(12,7)	(13,9)	1,1
Dividendi	(18,5)	(17,7)	(0,8)
Buyback (cassa)	(16,9)	0,0	(16,9)
Altre variazioni Patrimonio Netto e altri	4,5	(1,9)	6,3
Flusso di cassa netto	(22,2)	(36,8)	14,6

(*) considerano solo la quota parte di rettifiche a livello di EBITDA aventi impatto monetario e che nel primo semestre sono ammontate a €3,4m su un totale rettifiche nette, che considerano anche proventi, pari a €4,7m

Posizione Finanziaria Netta

€/mln	1H26	1H25	Var.
Posizione Finanziaria (escluso IFRS16)	85,2	95,2	(10,1)
Posizione Finanziaria netta	122,7	134,5	(11,8)
Leverage Ratio (*)	0,80x	0,87x	(0,08x)

(*) Calcolato come Posizione Finanziaria Netta / EBITDA Rettificato degli ultimi dodici mesi

Flusso di cassa e Indebitamento Finanziario Netto

Il **Flusso di cassa operativo** dei primi sei mesi è stato pari a **€26,2 milioni**, in miglioramento di **€+18,6 milioni** rispetto allo scorso anno, per via di due effetti principali: (i) una riduzione del capex rispetto al primo semestre del 2025 impattato da investimenti conseguenti in Cina e Corea del Sud (**€+4,7 milioni**), (ii) un minor assorbimento di cassa dal capitale circolante netto complessivo (**€+13,7 milioni**), legato principalmente a dinamiche di minori DSO e DIO rispetto allo stesso periodo nel 2025. Il **flusso di cassa netto** ha riportato un assorbimento di **-€22,2 milioni**, riflettendo sia la distribuzione di dividendi avvenuta

nel secondo trimestre (**€-18,5 milioni**) che la spesa per l'esecuzione del piano di buyback nel semestre (**€-16,9 milioni**). Notevole il minor impatto della variazione dei tassi di cambio rispetto all'anno precedente, che contribuisce sia alla riduzione dei costi finanziari che alla voce «Altre variazioni patrimonio netto e altri».

L'indebitamento finanziario netto al 30 giugno 2026 è pari a **€122,7 milioni**, è stato in riduzione di - **€11,8 milioni** rispetto allo scorso anno, con una leva finanziaria pari a **0,80x**, anche essa in diminuzione. L'Indebitamento Finanziario Netto al 30 giugno 2026, escludendo l'impatto contabile derivante dall'applicazione dell'IFRS16, è risultato essere pari a **€85,2 milioni**.

Outlook & Guidance

Il percorso del Gruppo nel corso del primo semestre del 2026 è stato in linea con le nostre aspettative, poiché al previsto rallentamento del primo trimestre del 2026 ha fatto seguito una solida ripresa nel secondo trimestre. Infatti, il secondo trimestre del 2026 ha visto l'inizio della concretizzazione del nostro consistente portafoglio ordini, sostenuto da un buon ritmo di nuovi lanci e da una forte dinamica di riordini, testimonianza dell'eccellente accoglienza riservata ai lanci Intercos degli ultimi mesi.

In un contesto macroeconomico ancora volatile, nuovamente influenzato da numerosi eventi geopolitici, il mercato Beauty globale ha complessivamente mostrato dinamiche di crescita positive nel primo semestre del 2026, sebbene siano emerse differenze tra le varie aree geografiche in cui il Gruppo opera.

In Europa, il mercato Beauty nel suo complesso ha registrato una crescita positiva nel primo semestre. Il segmento dei cosmetici ha però mostrato un ritmo di crescita molto più contenuto, evidenziando persino un lieve rallentamento rispetto alle tendenze osservate alla fine del 2025, poiché i volumi non sono riusciti a riprendersi in modo significativo in tale comparto. Il mercato del Beauty negli Stati Uniti, invece, ha mostrato segnali di una ripresa più solida nel corso del primo semestre del 2026, sebbene la crescita del mercato nell'area continui a essere trainata principalmente dall'aumento dei prezzi. In Cina, il mercato della bellezza ha evidenziato andamenti contrastanti. Da un lato, la domanda complessiva di cosmetici è migliorata in entrambi i trimestri, dall'altro, il secondo trimestre del 2026 è stato caratterizzato anche da una lieve flessione della spesa in ambito Beauty durante il festival «6/18», nel corso del quale i marchi premium occidentali hanno registrato una miglior performance rispetto agli operatori locali, recuperando parte della quota di mercato persa negli ultimi anni.

Continuiamo a prevedere che il mercato Beauty globale crescerà nel 2026 a un ritmo in linea con i livelli storici (ossia tra il +4% e il +5%), confermando sostanzialmente il trend evidenziato dai dati di mercato del primo semestre, auspicabilmente con un contributo più consistente della crescita dei volumi.

Il solido portafoglio ordini attuale di Intercos ci offre una buona visibilità sulla prosecuzione e sul rafforzamento della traiettoria di crescita del fatturato nella seconda metà dell'anno, con le Business Units Make-up e Hair & Body come principali motori di questa accelerazione. Ulteriori fattori potrebbero inoltre contribuire a tale andamento, poiché ci attendiamo un ritorno graduale dei marchi locali cinesi, che potrebbero reagire alle perdite di quota di mercato subite nel primo semestre, fornendo così un ulteriore impulso al ritmo di crescita del secondo semestre del 2026.

Alla luce dell'andamento complessivamente positivo del mercato del Beauty, della nostra performance nel secondo trimestre, della visibilità garantita dal nostro solido portafoglio ordini e nonostante il complesso contesto macroeconomico, Intercos conferma l'attuale consensus sui ricavi, che è all'interno dell'originale range di guidance per il 2026.

ALTRE INFORMAZIONI

MESSA A DISPOSIZIONE DELLA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE AL 30 GIUGNO 2026

La Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2026 approvata in data odierna dal Consiglio di Amministrazione verrà messa a disposizione nei termini e con le modalità di legge.

DICHIARAZIONE DEL DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI SOCIETARI

Il Dott. Vittorio Brenna, 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 semestre chiuso al 30 giugno 2026 saranno illustrati ad analisti ed investitori il 4 agosto 2026 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-investor.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. A partire dal giorno successivo alla call, nello stesso sito, verrà inoltre messa a disposizione una registrazione della stessa.

PROSSIMI EVENTI NEL CALENDARIO FINANZIARIO

Resoconto Intermedio di gestione relativo al III trimestre di esercizio al 30 settembre 2026

5 novembre 2026

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 (Skincare) 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 oltre 6.000 risorse, 12 centri di ricerca, 15 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'informazione 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 oneri e proventi della gestione non caratteristica 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.
- Utile Netto rettificato: è ottenuto depurando l'utile dai componenti valutati dalla Società come oneri e proventi della gestione non caratteristica 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 ed i relativi impatti fiscali.
- 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:

- VAS: Value Added Sales: Vendite nette dedotte dal costo del packaging
- DSO: Days of Sales outstanding - tempo medio di incasso dei crediti commerciali
- DIO: Days of Inventory outstanding – giorni di giacenza media delle scorte

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 e 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

Investor Relations:

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

APPENDIX

Conto Economico Consolidato Riclassificato

€/mln	1H26	1H25	Delta	Var.%
Ricavi	512,5	524,9	(12,4)	(2,4%)
Costo del venduto	(401,5)	(413,1)	11,6	(2,8%)
Margine industriale lordo	111,0	111,8	(0,8)	(0,7%)
<i>% sui ricavi</i>	<i>21,7%</i>	<i>21,3%</i>		
Costi di Ricerca e Sviluppo ed Innovazione	(23,9)	(21,5)	(2,4)	11,1%
Spese di Vendita	(14,3)	(15,1)	0,8	(5,3%)
Spese Generali e Amministrative	(28,6)	(28,9)	0,3	(1,1%)
Altri proventi/(oneri) operativi netti	(2,6)	(2,4)	(0,2)	7,8%
Risultato Operativo (EBIT)	41,7	43,9	(2,3)	(5,2%)
<i>% sui ricavi</i>	<i>8,1%</i>	<i>8,4%</i>		
Ammortamenti e Svalutazioni (***)	(26,2)	(26,2)	0,0	(0,0%)
EBITDA	67,8	70,1	(2,3)	(3,2%)
Oneri non ricorrenti (*)	4,7	4,4	0,3	
EBITDA Rettificato	72,6	74,5	(2,0)	(2,6%)
<i>% sui ricavi</i>	<i>14,2%</i>	<i>14,2%</i>		
Proventi/(Oneri) finanziari - netti	(5,0)	(13,4)	8,4	(62,6%)
Risultato ante imposte (EBT)	36,6	30,5	6,2	20,2%
Imposte sul reddito	(12,7)	(13,9)	1,1	(8,2%)
Utile/(Perdita) Netto	23,9	16,6	7,3	43,8%
Oneri non ricorrenti (**)	3,7	4,1	(0,4)	
Utile/(Perdita) Netto Rettificato	27,6	20,7	6,9	33,3%

(***) Tutte le aree funzionali includono ammortamenti che vengono qui riesposti per la costruzione dell'EBITDA

Dettaglio delle rettifiche a livello di EBITDA e Utile Netto

€/mln	1H26	1H25
Management Long Term Incentive Plan	(1,3)	(1,3)
Costi relativi al personale (principalmente layoff)	(0,7)	(2,8)
Cyber Cost/insurance reimbursement	0,0	2,5
Costi per consulenze varie e legali	(2,7)	(3,4)
Svalutazione straordinaria credito commerciale cliente "The Body Shop"	0,0	0,6
Altri	0,0	(0,1)
Oneri non ricorrenti (*) a livello di EBITDA	(4,7)	(4,4)
Svalutazione capitalizzazione anni precedenti	(0,4)	(1,3)
Effetto fiscale teorico delle componenti della gestione non caratteristica	1,4	1,6
Oneri non ricorrenti (**) a livello di Utile/(Perdita) Netto	(3,7)	(4,1)

APPENDIX

Stato Patrimoniale Consolidato Riclassificato

€/mln	30Giu26	31Dic25	Delta
Immobilizzazioni materiali	251,6	252,1	(0,6)
Immobilizzazioni immateriali	73,5	72,1	1,4
Avviamento	134,1	133,8	0,3
Investimenti in partecipazioni	1,5	1,5	(0,0)
Imposte differite attive nette	26,4	26,1	0,2
Altre attività/passività non correnti	(10,1)	(10,0)	(0,2)
Attività non correnti nette	476,9	475,7	1,2
Rimanenze	218,1	172,2	45,9
Crediti commerciali	162,3	140,2	22,1
Debiti commerciali	(204,8)	(165,2)	(39,6)
Altre attività/passività correnti	(48,7)	(34,5)	(14,2)
Capitale Circolante Netto	127,0	112,8	14,3
Capitale investito Netto	603,9	588,4	15,5
Posizione Finanziaria Netta	122,7	100,5	22,2
Patrimonio Netto	481,2	487,9	(6,7)

Flusso di cassa consolidato

€/mln	1H26	1H25	Delta
Flusso monetario generato dall'attività operativa	40,3	22,5	17,8
Flusso monetario generato dall'attività di investimento	(23,7)	(29,6)	5,9
Flusso monetario generato dall'attività finanziaria	3,3	(33,1)	36,4
Flusso monetario del Periodo	19,9	(40,1)	60,0
Dividendi distribuiti e Buyback	(35,5)	(17,7)	(17,7)
Disponibilità liquide a inizio periodo	152,2	190,0	(37,8)
Di cui delta cambi	(3,0)	5,9	(9,0)
Disponibilità liquide a fine periodo	139,6	126,2	13,5
Variazione delle disponibilità liquide del periodo	(15,6)	(57,9)	42,3

APPENDIX

Conto Economico Consolidato da Nota Integrativa

€/mln	1H26	1H25	Delta	Var.%
Ricavi	512,5	524,9	(12,4)	(2,4%)
Costo del venduto	(401,5)	(413,1)	11,6	(2,8%)
Margine industriale lordo	111,0	111,8	(0,8)	(0,7%)
Costi di Ricerca e Sviluppo ed Innovazione	(23,9)	(21,5)	(2,4)	11,1%
Spese di Vendita	(14,3)	(15,1)	0,8	(5,3%)
Spese Generali e Amministrative	(28,6)	(28,9)	0,3	(1,1%)
Altri proventi e oneri	(2,6)	(2,4)	(0,2)	7,8%
Risultato Operativo -EBIT-	41,7	43,9	(2,3)	(5,2%)
Proventi Finanziari	5,3	7,4	(2,1)	(28,1%)
Oneri Finanziari	(10,4)	(20,9)	10,5	(50,3%)
Risultato ante imposte -EBT-	36,6	30,5	6,2	20,2%
Imposte sul reddito	(12,7)	(13,9)	1,1	(8,2%)
Utile/(Perdita) Netto	23,9	16,6	7,3	43,8%

Stato Patrimoniale Consolidato da Nota Integrativa

€/mln	30Giu26	31Dic25
ATTIVITA'		
ATTIVITA' NON CORRENTI		
Immobilizzazioni materiali	251,6	252,1
Immobilizzazioni immateriali	73,5	72,1
Avviamento	134,1	133,8
Investimenti in partecipazioni	1,5	1,5
Imposte differite attive	34,8	34,7
Altre attività non correnti	0,8	0,8
Attività finanziaria non correnti	0,2	0,2
Attività non correnti	496,5	495,2
ATTIVITA' CORRENTI		
Rimanenze	218,1	172,2
Crediti commerciali	162,3	140,2
Altre attività correnti	24,0	19,6
Crediti finanziari correnti	0,0	0,0
Disponibilità liquide e mezzi equivalent	139,6	152,2
Attività correnti	544,1	484,3
Attività destinate alla cessione	0,4	0,0
TOTALE ATTIVITA'	1.041,0	979,5

€/mln	30Giu26	31Dic25
PATRIMONIO NETTO		
Capitale Sociale	11,3	11,3
Altre riserve	108,5	108,5
Risultati portati a nuovo	358,9	365,8
Totale patrimonio netto di Gruppo	478,8	485,6
Patrimonio netto di Terzi	2,4	2,3
TOTALE PATRIMONIO NETTO	481,2	487,9
PASSIVITA'		
PASSIVITÀ NON CORRENTI		
Debiti verso banche e altri finanziatori	217,7	200,3
Fondi rischi e oneri non correnti	1,3	0,9
Passività per imposte differite	8,5	8,5
Altre passività non correnti	0,3	0,3
Fondi del personale	9,8	9,6
Passività non correnti	237,5	219,5
PASSIVITA' CORRENTI		
Debiti verso banche e altri finanziatori c	37,5	47,4
Altri debiti finanziari	7,3	5,3
Debiti commerciali	204,8	165,2
Altre passività correnti	72,6	54,1
Passività correnti	322,3	272,0
TOTALE PASSIVITÀ' E PATRIMONIO NETTO	1.041,0	979,5