



IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI SAFILO GROUP S.P.A. APPROVA I RISULTATI DEL 1° SEMESTRE 2022

**Nel 1° semestre 2022, crescita organica¹ delle vendite del +12%
e margine EBITDA *adj.*² dell'11%**

**Nel 2° trimestre 2022, crescita organica¹ delle vendite del +9,8% e
margine EBITDA *adj.*² del 10,6%**

**Gli ottimi risultati confermano l'efficacia delle strategie e della loro
implementazione**

**L'Europa, i principali mercati emergenti e il portafoglio di prodotti
sportivi e outdoor Smith sono rimasti i principali motori della crescita**

**Significativo aumento della redditività grazie alla crescita delle vendite e
alla riduzione strutturale dei costi che hanno più che compensato le
pressioni inflazionistiche**

Principali Dati economico-finanziari del 1° semestre 2022

-
- Vendite nette: **€570,9M**, +6,2% a cambi costanti. Crescita organica¹ +12,0%
 - Utile industriale lordo: **€318,3M**, +21,4% e margine al 55,8% vs 51,3% nel 2021
 - EBITDA *adj.*²: **€62,6M**, +26,1% e margine al 11,0% vs 9,7% nel 2021
 - Risultato netto *adj.*²: **€33,7M** vs €4,4M e margine al 5,9% vs 0,9% nel 2021
 - Indebitamento netto: **€105,6M** vs €94,0M al 31 dicembre 2021
-

Padova, 3 agosto 2022 – Il Consiglio di Amministrazione di Safilo Group S.p.A. ha oggi esaminato e approvato i risultati economico finanziari del 1° semestre 2022.

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA e Indebitamento finanziario netto), il cui significato e contenuto sono illustrati in allegato, in linea con le raccomandazioni CESR/05 178b pubblicate il 3 novembre 2005.

Angelo Trocchia, Amministratore Delegato di Safilo, ha commentato:

“Siamo soddisfatti degli sviluppi che il nostro business ha continuato a registrare nel 2° trimestre. Il nostro obiettivo strategico di costruire una Safilo con un portafoglio di marchi, aree geografiche, prodotti e canali forte ed equilibrato sta procedendo bene. A cominciare quest'anno dall'Europa, il nostro secondo mercato per giro d'affari, che ha registrato un importante recupero, diventando il principale motore di crescita dei ricavi del Gruppo nel 1° semestre.

La performance del nostro business organico¹ è rimasta invece sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente in Nord America, un mercato nel quale il ritmo dei consumi è stato quest'anno indubbiamente moderato da un contesto economico più difficile negli Stati Uniti e dove le nostre vendite si confrontavano con un secondo trimestre 2021 particolarmente sfidante.

Nel 2° trimestre abbiamo inoltre beneficiato della forza del nostro business nei mercati emergenti, in particolare in Brasile, Messico e Medio Oriente, mentre la Cina è rimasta impattata dalle restrizioni legate al Covid.

Dopo aver registrato un buon inizio d'anno, la performance positiva delle vendite è proseguita nel 2° trimestre con una crescita complessiva a cambi costanti del 4,0% e un altro solido incremento dei ricavi organici¹ del 9,8% che ci ha consentito di chiudere il 1° semestre con una crescita organica¹ a doppia cifra del 12,0%. Come auspicato, le vendite di occhiali da sole sono tornate a crescere, e siamo altrettanto soddisfatti di aver ritrovato in crescita anche il nostro business delle montature da vista.

I marchi del Gruppo si confermano i nostri principali asset: dai nostri brand di proprietà Carrera e Polaroid, che hanno continuato a registrare forti crescite a doppia cifra, aggiungendosi alla straordinaria performance del portafoglio prodotti di Smith, dedicato allo sport e all'outdoor, ai nostri marchi in licenza, BOSS, Tommy Hilfiger, Kate Spade, David Beckham, Under Armour e Isabel Marant. Siamo infine particolarmente orgogliosi della forte domanda che abbiamo raccolto per le nostre nuove collezioni di Carolina Herrera, Chiara Ferragni e Dsquared2, tutti marchi a sostegno di un portafoglio licenze più diversificato e bilanciato.

Anche nel 2° trimestre, la crescita degli utili ha continuato a superare quella della top line. Abbiamo infatti registrato un altro significativo miglioramento dell'utile industriale lordo, in crescita del 20,0% rispetto allo scorso anno, mentre il margine è salito al 56,5% dal 52,3%, più che compensando le continue pressioni inflazionistiche sui costi logistici ed energetici attraverso un effetto positivo del price/mix di vendita. Questo risultato è stato un fattore chiave per continuare a investire nei nostri progetti di marketing e pubblicità a supporto della crescita dei nostri marchi.

A livello operativo, nel 2° trimestre abbiamo raggiunto un margine EBITDA adjusted² del 10,6%, che ha portato la marginalità del 1° semestre all'11,0%, in crescita di 130 punti base rispetto al 1° semestre 2021.

Nel 1° semestre siamo anche tornati a un risultato netto più consistente, pari a 33,7 milioni di euro, in crescita esponenziale sia rispetto al 2021 che al 2019.

Alla fine di giugno, l'indebitamento netto di Gruppo è risultato decisamente sotto controllo, leggermente sotto il livello raggiunto a fine marzo 2022, e circa 11 milioni di euro più alto rispetto alla fine dell'anno scorso a causa della stagionalità del nostro business.

Nonostante il percorso rimanga costellato da numerose sfide macroeconomiche, con il persistere di forti pressioni inflazionistiche e i possibili conseguenti impatti sui consumi, le restrizioni legate al Covid e il conflitto in Ucraina, i nostri risultati e le dinamiche di business fin qui registrate dal settore eyewear ci danno fiducia di poter raggiungere già nel 2022 gli obiettivi economici indicati nel piano strategico al 2024.”

TRADING UPDATE 2° TRIMESTRE 2022 – PERFORMANCE DELLE VENDITE

Le vendite nette di Safilo nel 2° trimestre 2022 si sono attestate a 288,3 milioni di euro, in crescita dell'11,2% a cambi correnti e del 4,0% a cambi costanti rispetto ai 259,4 milioni di euro registrati nel 2° trimestre 2021.

La performance organica¹, pari a una crescita del 9,8% a cambi costanti, è stata nuovamente guidata dalla forza del business Smith, nonché dalle crescite a doppia cifra percentuale di Carrera e Polaroid. Nell'ambito del portafoglio in licenza, si sono messe in evidenza le performance molto sostenute di Tommy Hilfiger, BOSS, David Beckham, Under Armour e Isabel Marant.

Nel 2° trimestre, la performance complessiva delle vendite Safilo ha continuato ad essere supportata dal lancio dei nuovi occhiali a marchio Carolina Herrera, Dsquared2 e Chiara Ferragni, che hanno contribuito a compensare le vendite derivanti dai business cessati, ancora registrate nel 2° trimestre 2021.

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA e Indebitamento finanziario netto), il cui significato e contenuto sono illustrati in allegato, in linea con le raccomandazioni CESR/05 178b pubblicate il 3 novembre 2005.

La performance organica¹ delle vendite trimestrali ha visto inoltre la continuazione delle principali dinamiche per categoria prodotto e canale distributivo messe a segno nel 1° trimestre, con il business degli occhiali da sole che ha registrato un altro importante rimbalzo, pari a un +9,2% a cambi costanti, trainato dalla vigorosa ripresa dei consumi in Europa, in Medio Oriente e in America Latina, e le vendite di montature da vista che hanno fatto segnare l'ennesima progressione trimestrale, del 4,6% a cambi costanti. Infine, la categoria prodotto denominata "Altro" e rappresentata principalmente dalle vendite di maschere per lo sci e caschi da sci e bicicletta, ha confermato un forte tasso di crescita a doppia cifra, pari nel trimestre a un +48,2% a cambi costanti.

Nel secondo trimestre Safilo ha anche continuato a beneficiare dell'evoluzione sempre più multicanale del proprio modello di business, che le ha consentito da un lato di cogliere appieno le opportunità fornite dalla forte ripresa del retail fisico, dall'altro di proseguire nello sviluppo dei canali di vendita digitali, *direct to consumer (D2C)* e degli *internet pure player (IPP)*, cresciuti nel 2° trimestre di circa il 6% a cambi costanti.

Performance delle vendite nette del Gruppo per area geografica nel 2° trimestre 2022:

(milioni di euro)	2° Trim. 2022		2° Trim. 2021		Variazione a cambi correnti		Variazione a cambi costanti	
		%		%	Reported	Reported	Organica ¹	
Nord America	129,6	45,0	121,0	46,6	+7,1%	-5,1%	-0,6%	
Europa	120,0	41,6	106,7	41,1	+12,4%	+12,1%	+20,7%	
Asia e Pacifico	12,7	4,4	12,9	5,0	-1,4%	-8,5%	+5,9%	
Resto del mondo	26,0	9,0	18,7	7,2	+38,6%	+24,9%	+26,4%	
Totale	288,3	100,0	259,4	100,0	+11,2%	+4,0%	+9,8%	

- **in Nord America**, le vendite nette nel 2° trimestre 2022 sono state pari a 129,6 milioni di euro, in crescita del 7,1% a cambi correnti grazie all'impatto positivo del cambio derivante dal significativo rafforzamento del dollaro sull'euro. A cambi costanti, la performance del mercato è risultata complessivamente in calo del 5,1% a causa del confronto sfidante con il 2° trimestre 2021 e di un andamento dei consumi più lento negli Stati Uniti. Il business organico¹ è rimasto invece sostanzialmente stabile rispetto all'anno scorso, a -0,6%, grazie all'eccezionale performance di Smith nelle categorie prodotto delle maschere e dei caschi, e alla solida crescita di Carrera, BOSS, HUGO, Under Armour e David Beckham, mentre Blenders ha rallentato a causa di un contesto di business progressivamente più sfidante per gli *e-tailer* puri.
- **in Europa**, le vendite nette nel 2° trimestre 2022 hanno raggiunto 120,0 milioni di euro, in crescita del 12,4% a cambi correnti e del +12,1% a cambi costanti rispetto al 2° trimestre 2021. La crescita organica¹ del business, pari a un +20,7% a cambi costanti, ha confermato l'ottima performance registrata dall'area nel 1° trimestre, sulla scia di un contesto di business molto dinamico, alimentato dal ritorno del turismo locale e internazionale, proveniente soprattutto da Stati Uniti e Medio Oriente.
Le vendite di occhiali da sole hanno registrato un forte rimbalzo in tutti i principali mercati europei, e in particolare in Italia, Francia, Spagna e Portogallo, mentre il business in Turchia e Polonia è risultato particolarmente forte grazie alla crescita significativa di Polaroid, Carrera e delle principali licenze del Gruppo.
L'Europa, e in particolare i mercati iberici hanno beneficiato del lancio, di grande successo, delle nuove collezioni Carolina Herrera by Safilo.
- **in Asia e Pacifico**, le vendite nette nel 2° trimestre 2022 si sono attestate a 12,7 milioni di euro, in calo dell'1,4% a cambi correnti e dell'8,5% a cambi costanti rispetto al 2° trimestre 2021, principalmente a causa dell'andamento del business in China, con i mesi di aprile e maggio che sono stati pesantemente influenzati dai *lockdown* legati al Covid. L'andamento del business è risultato invece dinamico nel sud-est asiatico, in Australia e in Giappone grazie alla continua espansione di marchi come Carrera, Smith, BOSS, Kate Spade e Levi's, che hanno sostenuto un altro trimestre di crescita organica¹ positiva per l'area, pari a +5,9% a cambi costanti.

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA e Indebitamento finanziario netto), il cui significato e contenuto sono illustrati in allegato, in linea con le raccomandazioni CESR/05 178b pubblicate il 3 novembre 2005.

- **nel Resto del Mondo**, le vendite nette nel 2° trimestre 2022 sono aumentate a 26,0 milioni di euro, mettendo a segno una crescita del 38,6% a cambi correnti e del 24,9% a cambi costanti rispetto al 2° trimestre 2021. Analogamente, la performance organica¹, pari a un +26,4% a cambi costanti, ha ulteriormente consolidato la forte spinta registrata dall'area nel 1° trimestre, sottolineando ancora una volta, da un lato, lo slancio molto positivo di Brasile, Messico e degli altri mercati minori dell'America Latina, dall'altro, la continua crescita di Medio Oriente e India grazie a un contesto di business dinamico e alla performance particolarmente forte di Carrera, Polaroid, Tommy Hilfiger, BOSS, HUGO e David Beckham.

TRADING UPDATE 2° TRIMESTRE 2022 – PERFORMANCE ECONOMICA

Nel 2° trimestre 2022, Safilo ha continuato a contrastare efficacemente le pressioni inflazionistiche attraverso un effetto positivo derivante dal price/mix di vendita e ulteriori risparmi strutturali sul costo del venduto, che hanno nel complesso garantito un altro significativo incremento dell'utile industriale lordo, e la capacità di reinvestire parte di questo miglioramento in maggiori attività di pubblicità e comunicazione a sostegno della top line.

Principali dati economici - in milioni di euro	2° trim. 2022	% sulle vendite nette	2° trim. 2021	% sulle vendite nette	Var. % 2022 vs 2021
Vendite nette	288,3		259,4		+11,2%
<i>Reported</i> a cambi costanti					+4,0%
Organiche¹ a cambi costanti					+9,8%
Utile industriale lordo	162,8	56,5%	135,6	52,3%	+20,0%
EBITDA	33,3	11,6%	37,7	14,5%	-11,5%
EBITDA <i>adjusted</i>²	30,6	10,6%	23,8	9,2%	+28,5%
Impatto IFRS 16 su EBITDA	2,8		2,8		

L'**utile industriale lordo** nel 2° trimestre 2022 si è attestato a 162,8 milioni di euro, mettendo a segno una crescita del 20,0% rispetto al 2° trimestre 2021, mentre il margine industriale è aumentato di 420 punti base, dal 52,3% al 56,5% delle vendite (in crescita rispettivamente del 16,8% e di 280 punti base rispetto all'utile e al margine industriale lordo *adjusted*² del 2° trimestre 2021).

Nel periodo, i costi di vendita, generali e amministrativi sono aumentati del 13,0% rispetto al 2° trimestre 2021 in seguito ai maggiori investimenti in marketing e pubblicità e all'impatto, pari a 1,8 milioni di euro, relativo a progetti di investimento *software-as-a-service* secondo la nuova agenda IFRIC, il cui equivalente nel 2° trimestre 2021 era stato capitalizzato.

L'**EBITDA *adjusted*²** nel 2° trimestre 2022 si è attestato a 30,6 milioni di euro, in aumento del 28,5% rispetto al 2° trimestre 2021, mentre il margine EBITDA *adjusted*² è aumentato di 140 punti base, dal 9,2% al 10,6% delle vendite (11,2% prima dell'impatto IFRIC SaaS).

RISULTATI 1° SEMESTRE 2022 - PERFORMANCE DELLE VENDITE

Le vendite nette di Safilo nel 1° semestre 2022 hanno totalizzato 570,9 milioni di euro, in crescita dell'11,8% a cambi correnti e del 6,2% a cambi costanti rispetto ai 510,7 milioni di euro registrati nel 1° semestre 2021.

Dopo aver messo a segno una crescita organica¹ molto forte, del 14,3%, nel 1° trimestre, e aver registrato una performance molto sostenuta, del 9,8%, anche nel 2° trimestre, il Gruppo ha chiuso il 1° semestre 2022 con una crescita organica¹ a doppia cifra del 12,0% a cambi costanti, trainata dalla continua forza dei marchi di proprietà Polaroid, Smith e Carrera e dei principali marchi in licenza. Nel 1° semestre, Safilo ha continuato l'implementazione della propria strategia di turnaround, fronteggiando le vendite realizzate nel 1° semestre 2021 con i marchi cessati attraverso il lancio a gennaio delle nuove collezioni di Carolina Herrera, Dsquared2 e Chiara Ferragni.

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA e Indebitamento finanziario netto), il cui significato e contenuto sono illustrati in allegato, in linea con le raccomandazioni CESR/05 178b pubblicate il 3 novembre 2005.

Nel 1° semestre dell'anno si è assistito all'attesa ripresa delle vendite di occhiali da sole, che a livello organico¹ hanno messo a segno una crescita del 13,9% a cambi costanti, grazie alla vigorosa ripresa dei consumi in Europa, in Medio Oriente e in America Latina. Le vendite di montature da vista, che alla fine del semestre rappresentavano il 38,9% del business totale del Gruppo, hanno confermato la loro innata resilienza, in crescita del 5,0% a livello organico¹ a cambi costanti, nonostante il confronto molto impegnativo con il 1° semestre 2021, quando la categoria prodotto era cresciuta del 19,8% rispetto allo stesso semestre 2019. Infine, il business delle maschere e dei caschi per le attività sportive invernali ed estive ha continuato a crescere a ritmi sostenuti anche nella prima metà del 2022, portando la quota della categoria prodotto 'Altro' al 9,6% del fatturato totale del Gruppo, con una crescita delle vendite del +33,6% a cambi costanti che ha fatto più che raddoppiare il giro d'affari dei prodotti sportivi rispetto al 1° semestre 2019.

Nel 1° semestre 2022, le vendite *online* totali di Safilo, costituite dal business *direct to consumer (D2C)* e dalle vendite del Gruppo attraverso gli *internet pure player (IPP)*, sono aumentate del 7% a cambi costanti, mantenendo la loro quota sui ricavi totali Safilo al 14,4% (13,6% nel 1° semestre 2021) nonostante il considerevole ritorno dei consumatori nei negozi fisici. Il Gruppo ha inoltre continuato a sfruttare il proprio modello distributivo multicanale, continuando a far leva sullo sviluppo delle proprie piattaforme *business to business (B2B)*, tra cui in Europa 'You&Safilo', le cui vendite sono cresciute di circa il 12% rispetto al 1° semestre 2021.

Per area geografica, la crescita delle vendite nel 1° semestre dell'anno è stata trainata dalla forte ripresa dei consumi registrata in Europa, mentre il business in Nord America, che ha affrontato la doppia sfida di un confronto impegnativo con il 1° semestre 2021 e un andamento dei consumi quest'anno più lento negli Stati Uniti, è risultato in crescita a livello organico¹.

I mercati emergenti di America Latina, India e Medio Oriente, che rappresentano insieme l'area denominata 'Resto del Mondo', hanno confermato tassi di crescita molto sostenuti nel corso dell'intero semestre, mentre le vendite in Asia e Pacifico, rimaste complessivamente penalizzate dalle restrizioni e dai *lockdown* legati al Covid imposti dalla Cina fino all'inizio di giugno, sono cresciute a livello organico¹ grazie all'andamento positivo del business nel Sud Est Asiatico e in Giappone.

Performance delle vendite nette del Gruppo per area geografica nel 1° semestre 2022:

(milioni di euro)	1° Sem. 2022		1° Sem. 2021		Variazione a cambi correnti	Variazione a cambi costanti	
		%		%	Reported	Reported	Organica ¹
Nord America	258,7	45,3	240,1	47,0	+7,7%	-2,2%	+2,4%
Europa	237,1	41,5	208,2	40,8	+13,9%	+14,1%	+22,7%
Asia e Pacifico	25,1	4,4	25,9	5,1	-2,9%	-8,9%	+4,1%
Resto del mondo	49,9	8,7	36,5	7,2	+36,7%	+26,1%	+28,1%
Totale	570,9	100,0	510,7	100,0	+11,8%	+6,2%	+12,0%

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA e Indebitamento finanziario netto), il cui significato e contenuto sono illustrati in allegato, in linea con le raccomandazioni CESR/05 178b pubblicate il 3 novembre 2005.

RISULTATI 1° SEMESTRE 2022 - PERFORMANCE ECONOMICA

Nel 1° semestre 2022 Safilo ha registrato un altro significativo miglioramento economico rispetto allo stesso periodo del 2021, nel quale il Gruppo aveva già messo a segno una buona accelerazione rispetto al 2019. Le principali dinamiche che hanno caratterizzato la crescita della *top line*, quali l'aumento dei volumi, gli effetti positivi del *price/mix* di vendita, unitamente al raggiungimento di risparmi strutturali sul costo del venduto, pari nel semestre a circa 6 milioni di euro, hanno consentito al Gruppo di più che compensare le pressioni inflattive che hanno continuato a incidere sui costi di trasporto e dell'energia e di registrare un notevole incremento dell'utile industriale lordo.

Safilo ha registrato risultati economici in crescita anche a livello operativo, nonostante l'aumento degli investimenti in marketing e pubblicità, sulla scia della stagionalità del business e a supporto del buon momento di crescita, nonché i maggiori costi EDP dovuti alla contabilizzazione degli investimenti *software-as-a-service* secondo la nuova agenda IFRIC.

A livello di utile netto, il Gruppo ha registrato un ulteriore significativo rialzo, grazie a minori oneri finanziari e a un utile su passività per opzioni su partecipazioni di minoranza.

Principali dati economici - in milioni di euro	1° Sem. 2022	% sulle vendite nette	1° Sem. 2021	% sulle vendite nette	Var. % 2022 vs 2021
Vendite nette	570,9		510,7		+11,8%
<i>Reported</i> a cambi costanti					+6,2%
Organiche ¹ a cambi costanti					+12,0%
Utile industriale lordo	318,3	55,8%	262,2	51,3%	+21,4%
EBITDA	62,1	10,9%	51,0	10,0%	+21,6%
EBITDA <i>adjusted</i>²	62,6	11,0%	49,7	9,7%	+26,1%
Risultato operativo	38,0	6,7%	22,3	4,4%	+70,1%
Risultato operativo <i>adjusted</i>²	39,2	6,9%	24,7	4,8%	+59,1%
Risultato netto di Gruppo	32,7	5,7%	2,0	0,4%	n.s.
Risultato netto di Gruppo <i>adjusted</i>²	33,7	5,9%	4,4	0,9%	n.s.
Impatto IFRS 16 su EBITDA	5,5		5,7		
su Risultato operativo	0,7		0,9		
su Risultato netto	(0,1)		0,1		

L'utile industriale lordo nel 1° semestre 2022 si è attestato a 318,3 milioni di euro, mettendo a segno una crescita del 21,4% rispetto al 1° semestre 2021, mentre il margine industriale lordo è salito al 55,8% delle vendite, in miglioramento di 450 punti base rispetto al margine del 51,3% registrato nel 1° semestre 2021 (in crescita rispettivamente del 17,6% e di 280 punti base rispetto all'utile e al margine industriale lordo *adjusted*² del 1° semestre 2021).

Nel 1° semestre 2022, le spese di vendita, generali e amministrative sono aumentate del 13,9% rispetto al 1° semestre 2021, in seguito all'aumento degli investimenti in marketing e pubblicità registrato sia nel 1° trimestre che nel 2° trimestre in concomitanza con l'alta stagione per il business degli occhiali da sole, e all'impatto, pari a 3,7 milioni di euro, relativo a progetti di investimento *software-as-a-service* secondo la nuova agenda IFRIC, il cui equivalente nel 1° semestre 2021 era ancora capitalizzato.

L'EBITDA *adjusted*² nel 1° semestre 2022 è stato pari a 62,6 milioni di euro, in aumento del 26,1% rispetto all'EBITDA *adjusted*² di 49,7 milioni di euro registrato nel 1° semestre 2021. Il margine EBITDA *adjusted*² si è attestato all'11,0% (11,6% prima dell'impatto IFRIC SaaS), segnando un miglioramento di 130 punti base rispetto al 9,7% registrato nel 1° semestre 2021.

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA e Indebitamento finanziario netto), il cui significato e contenuto sono illustrati in allegato, in linea con le raccomandazioni CESR/05 178b pubblicate il 3 novembre 2005.

L'**EBIT adjusted²** nel 1° semestre 2022 è stato pari a 39,2 milioni di euro, in aumento del 59,1% rispetto all'**EBIT adjusted²** di 24,7 milioni di euro registrato nel 1° semestre 2021, mentre il margine **EBIT adjusted²** è cresciuto al 6,9%, dal 4,8% registrato nel 1° semestre 2021.

Sotto il risultato operativo, i principali *driver* sono stati:

- un utile pari a 8,7 milioni di euro, dovuto a una minore passività per opzioni su partecipazioni di minoranza, principalmente per l'aumento della partecipazione di controllo di Safilo in Privé Revaux dal 64,2% all'82,8%;
- gli oneri finanziari netti, pari a 2,7 milioni di euro, in sostanziale calo rispetto agli 11,6 milioni di euro registrati nel 1° semestre 2021, per effetto dell'aumento di capitale completato lo scorso anno, che ha più che dimezzato l'indebitamento netto di Gruppo, e di un impatto netto positivo sulle differenze cambio di 3,4 milioni di euro.

Il **risultato netto di Gruppo adjusted²** nel 1° semestre 2022 è stato pari a un utile di 33,7 milioni di euro rispetto ai 4,4 milioni di euro registrati nel 1° semestre 2021. Il margine netto **adjusted²** è aumentato al 5,9% delle vendite dallo 0,9% registrato l'anno scorso.

FREE CASH FLOW E PERFORMANCE FINANZIARIA AL 30 GIUGNO 2022

Nel 1° semestre 2022, il Free Cash Flow è stato pari a un assorbimento di cassa di 14,5 milioni di euro rispetto all'assorbimento di 4,8 milioni di euro registrato nel 1° semestre 2021.

Free Cash Flow - in milioni di euro	1° Sem. 2022	1° Sem. 2021
Flusso monetario da attività operativa prima delle var. del capitale circolante	52,0	19,5
Variazioni del capitale circolante	(55,6)	(9,4)
Flusso monetario da attività operativa	(3,6)	10,1
Flusso monetario per attività organiche di investimento	(6,2)	(9,8)
Rimborsi della quota capitale del debito per leasing IFRS 16	(4,7)	(5,1)
Free Cash Flow	(14,5)	(4,8)

Safilo ha chiuso il 1° semestre 2022 con un flusso di cassa da attività operative negativo per 3,6 milioni di euro (era positivo di 10,1 milioni di euro nel 1° semestre 2021), che ha riflesso da un lato il significativo miglioramento della performance economica del periodo, dall'altro l'assorbimento di cassa dovuto alla variazione del capitale circolante netto. Nel 1° semestre, Safilo ha registrato un sensibile incremento dei crediti commerciali, in linea con la crescita del business, mentre i debiti commerciali sono aumentati solo leggermente, compensando il modesto aumento del magazzino rispetto a fine anno. Vale la pena ricordare che nonostante gli incassi siano stati molto sostenuti durante l'intero semestre, l'attività del periodo non ha potuto contare su circa 10 milioni di euro di pagamenti anticipati a fine 2021 da parte di alcuni clienti. Nel primo semestre 2022 il flusso di cassa per investimenti si è attestato a 6,2 milioni di euro.

Al 30 giugno 2022, l'**indebitamento finanziario netto del Gruppo** ammontava a 105,6 milioni di euro (63,5 milioni di euro pre-IFRS 16, corrispondente a una leva finanziaria, anche pre IFRIC *SaaS*, di 0,7x), rispetto a 109,1 milioni di euro (68,9 milioni di euro pre-IFRS 16) a fine marzo 2022 e ai 94,0 milioni di euro (52,8 milioni di euro pre-IFRS 16) al 31 dicembre 2021.

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA e Indebitamento finanziario netto), il cui significato e contenuto sono illustrati in allegato, in linea con le raccomandazioni CESR/05 178b pubblicate il 3 novembre 2005.

Le principali componenti dell'indebitamento finanziario netto del Gruppo al 30 giugno 2022 sono state le seguenti:

- un indebitamento finanziario a medio-lungo termine di 141,3 milioni di euro, costituito da 107,6 milioni di euro relativi alla *Term Loan Facility* garantita da SACE e da debiti per leasing IFRS-16 per 33,7 milioni di euro;
- un indebitamento finanziario corrente pari a 43,0 milioni di euro, costituito da prestiti bancari e altri debiti finanziari correnti per 34,5 milioni di euro e da debiti per leasing IFRS-16 per 8,4 milioni di euro;
- una posizione di cassa di 78,7 milioni di euro.

OUTLOOK SULL'ESERCIZIO 2022

Sulla base dei risultati registrati nel primo semestre del 2022 e dell'attuale visibilità sul 3° trimestre, il management Safilo è fiducioso di raggiungere già nel 2022 gli obiettivi economici indicati nel piano strategico al 2024, che prevedevano vendite nette intorno a 1 miliardo di euro e un margine EBITDA *adjusted* tra il 9% e l'11%.

Il Gruppo si attende ora che le vendite nette per l'intero esercizio 2022 crescano *mid-single digit* a cambi costanti rispetto al 2021 e che il margine EBITDA *adjusted*² si attesti intorno al 10% dall'8,4% registrato nel 2021. Queste previsioni presuppongono che lo scenario economico e di business rimanga per il resto dell'anno ragionevolmente stabile rispetto all'attuale contesto in relazione ai principali *driver* macroeconomici e geopolitici.

Il Gruppo si propone di fornire un aggiornamento dei propri obiettivi economico-finanziari di medio termine nel corso del quarto trimestre dell'anno.

AGGIORNAMENTI DOPO LA CHIUSURA DEL 1° SEMESTRE 2022

Il 21 luglio 2022, Safilo ha annunciato di aver aderito a The Fashion Pact, una coalizione di aziende globali leader del settore della moda e tessile (ready-to-wear, sport, lifestyle e lusso), oltre ai fornitori e distributori, tutti impegnati al raggiungimento di una serie di obiettivi condivisi e focalizzati su tre aree principali: arrestare il riscaldamento globale, ripristinare la biodiversità e proteggere gli oceani.

Note al comunicato stampa:

¹ Le vendite organiche includono i soli marchi di proprietà e le licenze non terminate, presenti in entrambi i periodi a confronto, ed escludono il business attribuibile al contratto di fornitura con Kering Eyewear.

² Nel 1° semestre 2022, i risultati economici *adjusted* escludono oneri non ricorrenti netti pari a 1,2 milioni di euro (0,6 milioni di euro a livello di EBITDA), dovuti ad alcuni costi per progetti speciali e spese di ristrutturazione, quasi integralmente compensati dal rilascio di un fondo per oneri di ristrutturazione.

Nel 2° trimestre 2022, l'EBITDA *adjusted* esclude un provento netto non ricorrente pari a 2,7 milioni di euro, principalmente dovuto al rilascio del sopra citato fondo per oneri di ristrutturazione, al netto di alcuni costi non ricorrenti del periodo.

Nel 1° semestre 2021, i risultati economici *adjusted* escludevano oneri non ricorrenti pari a 19,3 milioni di euro (8,4 milioni di euro a livello di utile industriale lordo e 15,6 milioni di euro a livello di EBITDA), principalmente dovuti alla chiusura, a partire da giugno 2021, dello stabilimento produttivo di Ormož in Slovenia, e un provento non ricorrente di 17 milioni di euro dovuto al rilascio di un fondo rischi e oneri, iscritto a bilancio nel 2015 in relazione ad un'indagine dell'Autorità della concorrenza francese. Il rilascio è dovuto all'esito positivo, senza sanzioni, di questa indagine.

Nel 2° trimestre 2021, l'EBITDA *adjusted* escludeva oneri non ricorrenti pari a 3,2 milioni di euro (3,8 milioni di euro a livello di utile industriale lordo), e un provento non ricorrente di 17 milioni di euro dovuto al rilascio del fondo sopra citato.

Dichiarazione del Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili e societari Dott. Gerd Graehsler 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 ed alle scritture contabili.

Disclaimer

Il documento potrebbe contenere dichiarazioni previsionali (“forward-looking statements”), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari del Gruppo Safilo. 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.

Indicatori alternativi di performance

Viene di seguito fornito il contenuto degli “Indicatori alternativi di performance”, non previsti dai principi contabili IFRS-EU, utilizzati nel presente comunicato al fine di consentire una migliore valutazione dell’andamento della gestione economico-finanziaria del Gruppo:

- L’EBITDA (margine operativo lordo) è calcolato da Safilo sommando all’utile operativo gli ammortamenti;
- L’indebitamento finanziario netto è per Safilo la somma dei debiti verso banche e dei finanziamenti a breve e medio lungo termine, al netto della cassa attiva. Tale grandezza non include la valutazione dei contratti derivati e la passività relativa all’opzione sulle quote di minoranze;
- Il Free Cash Flow è per Safilo la somma del flusso monetario generato/(assorbito) dalla gestione operativa e del flusso monetario generato/(assorbito) dall’attività di investimento e del flusso relativo al rimborso della quota capitale del debito per leasing IFRS 16.

Conference Call

Si terrà oggi, alle ore 18.15 locali, la conference call con analisti e investitori, nel corso della quale verranno illustrati i risultati del 1° semestre 2022.

Sarà possibile seguire la conference call componendo i numeri +39 02 8020911, +44 1212 818 004, +33 1 70918704 o +1 718 7058796 (per i giornalisti 39 02 8020927).

La conference call potrà essere seguita in diretta anche attraverso live webcast, al seguente indirizzo: <https://SafiloGroup/H1Results2022/audiowebrtc>.

La registrazione della conference call sarà disponibile dal 3 al 5 agosto 2022 al seguente indirizzo:

<http://SafiloGroup/H1Results2022/audiowebrtc>.

Conto economico consolidato

Valori in Euro migliaia	Primo semestre 2022	Primo semestre 2021	Variazione %
Vendite nette	570.882	510.724	11,8%
Costo del venduto	(252.572)	(248.487)	-1,6%
Utile industriale lordo	318.310	262.236	21,4%
Spese di vendita e di marketing	(219.015)	(188.080)	-16,4%
Spese generali ed amministrative	(62.520)	(59.050)	-5,9%
Altri ricavi e (spese) operative	1.236	7.235	-82,9%
Utile/(Perdita) operativo	38.011	22.342	70,1%
Utili/(perdite) da valutazione passività per opzioni su quote di minoranza	8.731	(673)	n.s.
Oneri finanziari netti	(2.701)	(11.605)	76,7%
Utile/(Perdita) prima delle imposte	44.041	10.064	n.s.
Imposte sul reddito	(11.699)	(7.584)	-54,3%
Utile/(Perdita) del periodo	32.342	2.480	n.s.
Interessenze di pertinenza di terzi	(375)	520	n.s.
Utile/(Perdita) di pertinenza del Gruppo	32.717	1.960	n.s.
Utile/(Perdita) per azione - base (Euro)	0,079	0,007	
Utile/(Perdita) per azione - diluito (Euro)	0,078	0,007	

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA e Indebitamento finanziario netto), il cui significato e contenuto sono illustrati in allegato, in linea con le raccomandazioni CESR/05 178b pubblicate il 3 novembre 2005.

Situazione patrimoniale - finanziaria consolidata

Valori in Euro migliaia	30 giugno 2022	31 dicembre 2021	Variazione
ATTIVITA'			
Attivo corrente			
Disponibilità liquide	78.674	99.002	(20.328)
Crediti verso clienti	241.108	173.548	67.561
Rimanenze	252.728	234.430	18.298
Strumenti finanziari derivati	1.898	1.503	395
Altre attività correnti	46.365	53.406	(7.042)
Totale attivo corrente	620.772	561.888	58.885
Attivo non corrente			
Immobilizzazioni materiali	112.667	115.613	(2.946)
Diritti d'Uso	37.337	36.918	418
Immobilizzazioni immateriali	143.437	141.659	1.778
Avviamento	35.832	32.861	2.971
Attività per imposte anticipate	38.168	37.441	727
Strumenti finanziari derivati	-	-	-
Altre attività non correnti	9.099	9.070	28
Totale attivo non corrente	376.538	373.563	2.975
Attività non correnti possedute per la vendita	2.320	2.320	-
Totale attivo	999.631	937.771	61.860
PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO			
Passivo corrente			
Debiti verso banche e finanziamenti	34.549	20.000	14.549
Debiti per leasing	8.410	8.247	163
Debiti commerciali	201.971	193.082	8.889
Debiti tributari	28.845	17.420	11.424
Strumenti finanziari derivati	59	545	(485)
Altre passività correnti	55.524	55.562	(37)
Fondi rischi	8.087	15.776	(7.689)
Totale passivo corrente	337.446	310.632	26.814
Passivo non corrente			
Debiti verso banche e finanziamenti	107.611	131.798	(24.187)
Debiti per leasing	33.672	32.917	755
Benefici a dipendenti	18.001	18.995	(994)
Fondi rischi	14.521	15.144	(623)
Passività fiscali differite	13.031	13.031	-
Strumenti finanziari derivati	-	-	-
Passività per opzioni su quote di minoranza	42.501	47.406	(4.905)
Altre passività non correnti	1.855	1.760	95
Totale passivo non corrente	231.192	261.052	(29.859)
Totale passivo	568.638	571.684	(3.045)

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA e Indebitamento finanziario netto), il cui significato e contenuto sono illustrati in allegato, in linea con le raccomandazioni CESR/05 178b pubblicate il 3 novembre 2005.

Patrimonio netto			
Capitale sociale	384.824	384.820	4
Riserva sovrapprezzo azioni	692.467	692.458	10
Utili a nuovo e altre riserve	(710.599)	(771.812)	61.214
Riserva per cash flow hedge	-	-	-
Utile/(Perdita) attribuibile ai soci della controllante	32.717	21.275	11.442
Capitale e riserve attribuibili ai soci della controllante	399.410	326.741	72.669
Interessenze di pertinenza di terzi	31.582	39.346	(7.764)
Totale patrimonio netto	430.992	366.087	64.905
Totale passività e patrimonio netto	999.631	937.771	61.860

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA e Indebitamento finanziario netto), il cui significato e contenuto sono illustrati in allegato, in linea con le raccomandazioni CESR/05 178b pubblicate il 3 novembre 2005.

Rendiconto finanziario consolidato

Valori in Euro migliaia	Primo semestre 2022	Primo semestre 2021
A - Disponibilità monetarie nette iniziali (Indebitamento finanziario netto a breve)	99.002	85.966
B - Flusso monetario da (per) attività del periodo		
Utile/(Perdita) del periodo (comprese interessenze di terzi)	32.342	2.480
Ammortamenti	19.221	23.817
Ammortamenti Diritti d'Uso IFRS 16	4.822	4.882
Variazioni non monetarie legate a passività per opzioni su quote di minoranza	(8.731)	673
Altre variazioni	(11.230)	(20.362)
Interessi passivi, netti	2.070	6.515
Interessi passivi su debiti per leasing IFRS 16	781	788
Imposte sul reddito	11.699	7.584
Flusso dell'attività di esercizio prima delle variazioni del capitale circolante	50.974	26.377
(Incremento) Decremento dei crediti commerciali	(57.885)	(43.783)
(Incremento) Decremento delle rimanenze	(4.833)	6.730
Incremento (Decremento) dei debiti commerciali	3.840	31.556
(Incremento) Decremento degli altri crediti	4.443	(7.191)
Incremento (Decremento) degli altri debiti	(1.152)	3.303
Interessi passivi pagati	(1.678)	(3.121)
Interessi passivi pagati su debiti per leasing IFRS 16	(781)	(788)
Imposte pagate	3.462	(2.968)
Totale (B)	(3.609)	10.115
C - Flusso monetario da (per) attività di investimento		
Investimenti in immobilizzazioni materiali	(4.702)	(5.725)
Disinvestimenti in immobilizzazioni materiali e attività possedute per la vendita	62	598
(Acquisizione)/Cessione di controllate (al netto della cassa acquisita/ceduta)	-	-
Incremento netto immobilizzazioni immateriali	(1.597)	(4.715)
Totale (C)	(6.237)	(9.842)
D - Flusso monetario da (per) attività finanziarie		
Nuovi finanziamenti	-	-
Rimborso quota finanziamenti a terzi	(10.000)	(10.457)
Rimborso quota capitale dei debiti per leasing IFRS 16	(4.688)	(5.111)
Aumento di capitale, al netto dei costi della transazione	13	-
Distribuzione dividendi	(589)	(1.121)
Totale (D)	(15.263)	(16.688)
E - Flusso monetario del periodo (B+C+D)	(25.109)	(16.415)
Differenze nette di conversione	4.781	1.678
Totale (F)	4.781	1.678
G - Disponibilità monetaria netta finale (Indebitamento finanziario netto a breve) (A+E+F)	78.674	71.229

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA e Indebitamento finanziario netto), il cui significato e contenuto sono illustrati in allegato, in linea con le raccomandazioni CESR/05 178b pubblicate il 3 novembre 2005.

Safilo Group

Fondato nel 1934 in Veneto, il Gruppo Safilo è tra i più importanti player del mercato dell'eyewear per design, produzione e distribuzione di occhiali da sole, montature da vista, caschi, maschere e occhiali per l'outdoor. Il Gruppo Safilo studia e realizza le proprie collezioni coniugando innovazione stilistica, tecnica e industriale con qualità ed eccellenza artigianale. Con una presenza globale capillare, il business model del Gruppo Safilo consente di presidiare l'intera filiera produttivo-distributiva: dalla ricerca e sviluppo, con prestigiosi design studio a Padova, Milano, New York, Hong Kong e Portland, alla produzione, con stabilimenti di proprietà e qualificati partner produttivi grazie ai quali il Gruppo è in grado di assicurare, per ogni prodotto, una perfetta vestibilità e i più alti standard qualitativi, fino alla distribuzione che, con filiali dirette in 40 Paesi e un network di oltre 50 partner in altri 70 Paesi, raggiunge circa 100.000 punti vendita selezionati in tutto il mondo tra ottici, optometristi, oftalmologi, catene di distribuzione, grandi magazzini, rivenditori specializzati, boutique, duty free e negozi sportivi. Il tradizionale e consolidato modello wholesale è inoltre integrato da piattaforme di vendita Direct-to-consumer e Internet Pure Player, in linea con le strategie di sviluppo del Gruppo.

Il portafoglio marchi del Gruppo è composto da brand di proprietà – Carrera, Polaroid, Smith, Blenders, Privé Revaux e Seventh Street – e da marchi in licenza – Banana Republic, BOSS, Carolina Herrera, Chiara Ferragni, Dsquared2, Eyewear by David Beckham, Fossil, havaianas, HUGO, Isabel Marant, Jimmy Choo, Juicy Couture, kate spade new york, Levi's, Liz Claiborne, Love Moschino, Marc Jacobs, Missoni, M Missoni, Moschino, Pierre Cardin, PORTS, rag&bone, Rebecca Minkoff, Tommy Hilfiger, Tommy Jeans e Under Armour.

La capogruppo Safilo Group S.p.A. è quotata sul Mercato Telematico azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana (ISIN code IT0004604762, Bloomberg SFL.IM, Reuters SFLG.MI). Il Gruppo Safilo nel 2021 ha realizzato un fatturato netto di 969.6 milioni di Euro.

Contatti:

Safilo Group Investor Relations

Barbara Ferrante

Tel. +39 049 6985766

<https://www.safilogroup.com/it/investors>

Safilo Group Press Office

Elena Todisco

elena.todisco@safilo.com

Tel. +39 339 1919562

Barabino&Partners S.p.A.

Pietro Cavallera

p.cavallera@barabino.it

Tel. +39 02 72023535

Cell. +39 338 9350534