



TRADING UPDATE 1° TRIMESTRE 2022

Inizio 2022 positivo per Safilo che nel 1° trimestre registra una solida crescita delle vendite e degli utili

- **Vendite nette +8,4% vs 2021 a cambi costanti**
- **Crescita organica¹ +14,3%**

- **Utile industriale lordo +22,8% e margine al 55,0% rispetto al 50,4%**

- **EBITDA *adj.*² +23,8% e margine all'11,3% rispetto al 10,3%**

Padova, 3 maggio 2022 – Il Consiglio di Amministrazione di Safilo Group S.p.A. ha esaminato e approvato oggi i principali indicatori di performance economico-finanziaria relativi al primo trimestre 2022.

Angelo Trocchia, Amministratore Delegato del Gruppo Safilo, ha commentato:

“Il primo trimestre si è chiuso per noi in maniera positiva, rappresentando un inizio 2022 solido per le nostre vendite nette, che sono cresciute dell’8,4% a cambi costanti rispetto al 2021, e ancor più per il miglioramento della nostra redditività, con il margine industriale lordo che ha raggiunto il 55,0% delle vendite e il margine EBITDA adjusted² che è aumentato all’11,3%.

Il trimestre ha confermato ancora una volta la forza dei nostri marchi di proprietà e di quelli in licenza, che hanno continuato a crescere a ritmi molto sostenuti nelle loro principali categorie prodotto e nei loro mercati di punta.

Abbiamo assistito a una promettente ripresa della domanda in Europa e al continuo progresso di alcuni dei nostri principali mercati emergenti in America Latina e Medio Oriente, mentre il mercato nordamericano è rimasto ben impostato nonostante la difficile base di confronto, sia nei nostri principali canali wholesale che nel business online.

Nonostante le sfide poste ancor oggi dalla pandemia da Covid-19, dalle pressioni inflazionistiche e dal conflitto in Ucraina, rimaniamo fiduciosi che la resilienza del settore eyewear e l’efficacia della nostra strategia sosterranno anche nel 2022 la crescita delle vendite e dei margini del Gruppo.”

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.

PERFORMANCE DELLE VENDITE NETTE NEL 1° TRIMESTRE 2022

Le vendite nette di Safilo nel 1° trimestre 2022 hanno raggiunto 282,6 milioni di euro, in crescita del 8,4% a cambi costanti (+12,4% a cambi correnti) rispetto ai 251,4 milioni di euro registrati nel 1° trimestre 2021.

La performance delle vendite organiche¹ è risultata in crescita a doppia cifra, pari a +14,3% a cambi costanti, trainata dalla continua forza dei marchi propri Smith e Carrera, e da un inizio d'anno incoraggiante per il business Polaroid.

Sul fronte dei *brand* in licenza, Tommy Hilfiger, Kate Spade e Hugo Boss hanno mantenuto un ritmo di crescita sostenuto, e i marchi di David Beckham, Missoni, Isabel Marant e Under Armour, entrati più recentemente nel portafoglio, hanno aumentato la loro rilevanza, guadagnando ulteriori spazi nei propri mercati di riferimento.

Il 1° trimestre 2022 ha inoltre visto il lancio delle nuove collezioni *eyewear* di Carolina Herrera, Dsquared2 e Chiara Ferragni, tre nuove licenze che hanno riscosso un notevole consenso di mercato, ben supportando la compensazione delle vendite non ricorrenti registrate nel corrispondente periodo dello scorso anno.

Nel 1° trimestre 2022, la performance delle vendite nette per **prodotto e canale distributivo** è stata ampia, con il business delle montature da vista che ha mantenuto un profilo di elevata resilienza, in crescita nel trimestre del 7,9% a cambi costanti, +5,2% a livello organico¹, continuando a spingere, a livello mondo, la buona progressione del principale canale distributivo degli ottici indipendenti. Il trimestre ha rappresentato un buon inizio d'anno anche per le vendite di occhiali da sole, cresciute del 5,1% a cambi costanti, +19,8% a livello organico¹, in particolare grazie al significativo rimbalzo della categoria prodotto in Europa. Infine, le vendite di prodotti sportivi a marchio Smith hanno confermato il ritmo di crescita a doppia cifra registrato nel 2021, risultando sempre molto sostenute sia nei negozi specializzati di articoli sportivi sia *online* attraverso il canale *direct to consumer (D2C)* del marchio. Quest'ultimo ha contribuito, insieme alle vendite realizzate dal Gruppo tramite i clienti *internet pure player*, a far crescere il business *online* totale di Safilo nel primo trimestre del 2022 del 9,4% a cambi costanti.

Nel 1° trimestre 2022, la performance delle vendite nette **per area geografica** è stata trainata da un significativo rimbalzo del business in Europa e dalla continua crescita dei principali mercati dell'America Latina e del Medio Oriente, mentre le vendite negli Stati Uniti sono rimaste sostenute.

Viceversa, l'andamento complessivo del business nella regione asiatica è stato influenzato dalle nuove restrizioni legate alla pandemia da Covid-19.

(milioni di euro)					Variazione a cambi correnti		Variazione a cambi costanti	
	1° Trim. 2022	%	1° Trim. 2021	%	Reported	Reported	Organica ¹	
Nord America	129,0	45,7	119,1	47,4	+8,3%	+0,9%	+5,5%	
Europa	117,2	41,5	101,5	40,4	+15,5%	+16,2%	+24,9%	
Asia e Pacifico	12,4	4,4	13,0	5,2	-4,4%	-9,3%	+2,3%	
Resto del mondo	23,9	8,5	17,8	7,1	+34,6%	+27,3%	+29,8%	
Totale	282,6	100,0	251,4	100,0	+12,4%	+8,4%	+14,3%	

- **in Nord America**, le vendite nette del 1° trimestre 2022 hanno raggiunto 129,0 milioni di euro, in crescita del 0,9% a cambi costanti (+8,3% a cambi correnti) rispetto al 1° trimestre 2021, a fronte di una base di confronto sfidante. La crescita del business organico¹ è rimasta sostenuta, a +5,5%, nuovamente supportata dalla forza di Smith nel mercato dei caschi e delle maschere da sci e bici, ma sempre di più anche dalla sua crescita nell'*eyewear*, tra le principali priorità strategiche del *brand* per l'anno, insieme alla sua espansione internazionale. Tra gli altri marchi di punta dell'area, Kate Spade, Carrera e Under Armour sono stati i principali motori della crescita nei diversi canali *wholesale*, mentre nell'*online*, le vendite *e-commerce* di Blenders sono risultate sostanzialmente in linea con lo straordinario livello di business registrato nel 1° trimestre 2021 quando il marchio è cresciuto del 79%.

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.

- in Europa**, le vendite nette del 1° trimestre 2022 hanno raggiunto 117,2 milioni di euro, in crescita del 16,2% a cambi costanti (+15,5% a cambi correnti) rispetto al 1° trimestre 2021. Il significativo rimbalzo del business in Europa è stato guidato dalla crescita del 24,9% del business organico¹, a cui hanno contribuito tutti i principali marchi propri e in licenza del Gruppo, in particolare grazie alla crescita molto sostenuta delle vendite di occhiali da sole.
 La ripresa di Safilo in Europa ha interessato la gran parte dei mercati, con in testa la crescita delle vendite nel Regno Unito, in Francia e Germania, mentre Spagna e Portogallo, tra i paesi più esposti l'anno scorso al lento recupero del mercato degli occhiali da sole, hanno registrato un rimbalzo annuo molto consistente.
- in Asia e Pacifico**, le vendite nette del 1° trimestre 2022 sono rimaste sottotono a causa del riaccendersi dei contagi da Covid-19, e dei conseguenti *lockdown* in un numero crescente di province cinesi. Nel periodo, le vendite nette nella regione si sono attestate a 12,4 milioni di euro, in calo del 9,3% a cambi costanti (-4,4% a cambi correnti) rispetto al 1° trimestre 2021, penalizzate anche dalla cancellazione della *Shanghai optical fair*, la più importante fiera del settore *eyewear* in Asia. La performance organica¹ è risulta invece positiva del 2,3% a cambi costanti, supportata da una ripresa del business in Giappone e nel sud-est asiatico.
- nel Resto del Mondo**, le vendite nette del 1° trimestre 2022 sono risultate pari a 23,9 milioni di euro, in crescita del 27,3% a cambi costanti (+34,6% a cambi correnti) rispetto al 1° trimestre 2021. La performance del business, che ha pienamente rispecchiato la crescita organica¹ del 29,8%, è stata trainata dall'andamento molto positivo delle vendite in Brasile e Messico, ma anche dal continuo miglioramento del contesto di mercato in Medio Oriente e in India, quest'ultima tornata a crescere dopo molti trimestri di debolezza.

PRINCIPALI INDICATORI ECONOMICI E FINANZIARI DEL 1° TRIMESTRE 2022

Nel 1° trimestre 2022, Safilo ha registrato un significativo miglioramento del margine industriale lordo, trainato da un effetto *price/mix* positivo e dall'ulteriore avanzamento del piano di risparmio strutturale dei costi industriali, previsto dal *business plan* al 2024. Queste leve hanno continuato a contrastare efficacemente le pressioni inflazionistiche derivanti dall'aumento dei costi di trasporto e dalla più marcata incidenza delle spese energetiche.

Safilo ha continuato a focalizzarsi sull'efficientamento della supply chain anche attraverso il completamento, nel trimestre, del progetto di ristrutturazione industriale avviato a fine 2019.

Nel periodo, sono aumentate le spese di marketing e pubblicità a fronte della maggiore dinamicità del business e del contesto di mercato rispetto al 1° trimestre 2021, mentre le spese EDP sono incrementate a causa della recente inclusione dei costi, non più capitalizzati in applicazione dell'IFRIC *SaaS (software as a service)*, legati agli investimenti in software che il Gruppo sta continuando a implementare in linea con la propria strategia di digitalizzazione.

A livello di EBITDA *adjusted*², Safilo ha chiuso il 1° trimestre 2022 con una forte crescita dell'utile e un altro, significativo miglioramento del margine.

(milioni di euro)	1° trim. 2022	% sulle vendite nette	1° trim. 2021	% sulle vendite nette	Var % 2022 vs 2021
Vendite nette	282,6		251,4		+12,4%
Utile industriale lordo	155,5	55,0%	126,6	50,4%	+22,8%
EBITDA	28,7	10,2%	13,4	5,3%	+114,7%
EBITDA <i>adjusted</i>²	32,0	11,3%	25,8	10,3%	+23,8%
Impatto IFRS-16 su EBITDA	2,6		2,9		
Impatto IFRIC SaaS su EBITDA	(1,9)		n.d.		

L'utile industriale lordo del 1° trimestre 2022 si è attestato a 155,5 milioni di euro, in crescita del 22,8% rispetto al 1° trimestre 2021, mentre il margine industriale, salito al 55,0% delle vendite, ha messo a segno un miglioramento di 460 punti base rispetto al margine del 50,4% registrato nel 1° trimestre 2021. L'avanzamento del trimestre è risultato molto

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.

mercato, del 18,5% in valore assoluto e di 280 punti base a livello di margine, anche rispetto all'utile industriale lordo *adjusted*² dello scorso anno, pari a 131,2 milioni di euro e a un margine sulle vendite del 52,2%.

Nel periodo, i costi di vendita, generali e amministrativi sono aumentati di circa il 15% rispetto al 1° trimestre 2021, principalmente a fronte dell'incremento degli investimenti in marketing e pubblicità, e di costi IFRIC *SaaS*, non ancora contabilizzati nel periodo di confronto, pari a 1,9 milioni di euro nel 1° trimestre 2022.

L'EBITDA *adjusted*² del 1° trimestre 2022 è stato pari a 32,0 milioni di euro, in crescita del 23,8% rispetto al 1° trimestre 2021, con il margine EBITDA *adjusted*² salito al 11,3% delle vendite (12,0% prima dell'impatto IFRIC *SaaS*), in miglioramento di 100 punti base rispetto al 10,3% registrato nel 1° trimestre 2021.

Da un punto di vista finanziario, l'indebitamento netto del Gruppo al 31 marzo 2022 è stato pari a 109,1 milioni di euro (68,9 milioni di euro pre-IFRS 16), registrando una leggera crescita rispetto ai 94,0 milioni di euro (52,8 milioni di euro pre-IFRS 16) al 31 dicembre 2021, principalmente dovuta alla normale stagionalità del capitale circolante.

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° trimestre 2022, l'EBITDA *adjusted* esclude costi non ricorrenti pari a 3,3 milioni di euro dovuti ad alcuni progetti speciali e ad oneri di ristrutturazione.

Nel 1° trimestre 2021, l'EBITDA *adjusted* escludeva costi non ricorrenti pari a 12,4 milioni di euro (4,6 milioni di euro a livello di utile industriale lordo), principalmente dovuti all'annunciata chiusura, a partire da giugno 2021, dello stabilimento produttivo di Ormoz in Slovenia.

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.

Conference Call

Si terrà oggi, alle ore 18.15 locali, la conference call con analisti e investitori, nel corso della quale verranno illustrati i principali dati relativi al primo trimestre 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/Q12022TradingUpdate/audiowebcast>.

La registrazione della conference call sarà disponibile dal 3 al 5 maggio 2022 al seguente indirizzo: <http://SafiloGroup/Q12022TradingUpdate/replay>.

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 e maschere per lo sport e occhiali sportivi. 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 Collection, 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