Company profile

Safilo è uno dei **principali player dell'occhialeria** che crea, produce e distribuisce da oltre **90 anni** occhiali da sole, montature da vista, caschi, maschere e occhiali per l'outdoor. Grazie a un approccio data driven, Safilo supera i tradizionali confini del settore dell'eyewear: in un'unica company si fondono il **design**, **l'innovazione stilistica**, tecnica e industriale italiani e le **piattaforme digitali** di ultima generazione, nate nei **«digital hub»** di Padova e Portland e messe a disposizione di ottici e clienti per una customer experience senza precedenti. Guidata dal suo purpose, **See the world at its best**, Safilo porta nel futuro un'eredità di Gruppo fondata su innovazione e responsabilità.

Con una presenza globale capillare, il business model di 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 alti standard qualitativi, fino alla distribuzione che, con filiali dirette in 40 Paesi e un network di oltre 40 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.

L'approccio innovativo di Safilo si è concretizzato attraverso una strategia di digital transformation in grado di migliorare la relazione con il cliente e gli stakeholder in generale. Significativa è stata l'introduzione di piattaforme di B2B e B2C smart ed efficienti, orientate al cliente e con un forte focus sui canali di vendita digitali a integrazione e completamento del tradizionale e consolidato modello wholesale. Così come i tool avanzati di Data Analysis nello sviluppo delle collezioni che consentono sia di intercettare in maniera più efficace i trend che di ottimizzare i flussi di lavoro.

Anche un player globale innovativo come Amazon ha scelto Safilo per l'ideazione dei nuovi occhiali smart Alexa realizzati con Carrera. A settembre 2023, infatti, è stato annunciato il lancio di questo prodotto di ultima generazione che è un mix tra il design italiano di Safilo e la tecnologia Alexa, racchiuso in due modelli iconici e innovativi.

Dotati di tecnologia open-air, i nuovi occhiali smart dirigono il suono all'orecchio senza coprire i rumori circostanti e allo stesso tempo minimizzano ciò che le persone intorno possono sentire. Disponibili sul mercato statunitense, gli occhiali smart Carrera coniugano la consolidata distribuzione tradizionale sui canali Safilo con l'incredibile distribuzione online di Amazon.

I marchi

Il portafoglio del Gruppo è composto da marchi di proprietà e in licenza.

I marchi di proprietà rivestono grande importanza strategica per gli obiettivi di sviluppo del Gruppo. I principali sono: **Carrera**, **Smith**, **Polaroid, SPY+, Serengeti, Safilo1934, Blenders Eyewear** e **Privé Revaux**.

Nel 2026 Safilo ha completato l'acquisizione di **SPY+** e **Serengeti.** L'operazione, che comprende selezionati asset SPY+ e Serengeti in Europa, e il 100% delle azioni di due società dedicate operanti negli Stati Uniti e in Canada, rappresenta un ulteriore passo avanti nella strategia di Safilo focalizzata sull'acquisizione selettiva di marchi in grado di rafforzare il posizionamento del Gruppo in segmenti attrattivi e ad elevato potenziale di crescita, valorizzando il portafoglio di marchi di proprietà. SPY+ e Serengeti sono marchi altamente complementari al portafoglio Safilo e pienamente coerenti con il focus del Gruppo sullo sport e sull'occhialeria di alta qualità.

Da maggio 2024 **Eyewear by David Beckham** si è trasformato in **licenza perpetua,** assicurando al portafoglio Safilo uno dei marchi eyewear di maggiore successo degli ultimi anni e segnando un'altra pietra miliare per la strategia del Gruppo.

I brand in licenza del Gruppo sono fra i più importanti e diversificati nel mercato dell'occhialeria. Sono, infatti, molteplici le case di moda che si affidano a Safilo riconoscendone la forte expertise sviluppata negli anni, la capacità di declinare e valorizzare al meglio il DNA di ogni singolo brand e un *savoir-faire* che permette di creare storie di successo nella categoria eyewear.

Tra il 2023 e il 2025, Safilo ha rinnovato le principali licenze in portafoglio, da Kate Spade e Tommy Hilfiger, a BOSS e HUGO, così come altre importanti partnership. Questo garantisce al business in licenza una **visibilità senza precedenti fino al 2031.**

Nel 2025 ha anche siglato un accordo globale di licenza decennale per le collezioni eyewear d**i Victoria Beckham.**

Con oltre 30 marchi complessivi, Safilo copre tutti i settori: dal **Fashion Luxury** – con Boss, Carolina Herrera, Dsquared2, Etro, Isabel Marant, Missoni, Moschino, PORTS, Victoria Beckham – al **Lifestyle** – con Carrera, Eyewear by David Beckham, Marc Jacobs, Levi's Liz Claiborne, Love Moschino, Pierre Cardin e Stuart Weitzman – **allo Sports e Outdoor** – con Smith, SPY+, Serengeti e Under Armour – fino **al Mass Cool**, con Blenders, Polaroid, Privé Revaux e Seventh Street.

Dalla nascita a oggi

Il Gruppo Safilo affonda le sue radici nel 1934, quando Guglielmo Tabacchi acquistò il primo stabilimento italiano per la produzione di occhiali a Calalzo di Cadore, attivo dal 1878. Con la fondazione della Società Azionaria Fabbrica Italiana Lavorazione Occhiali (S.A.F.I.L.O.), l'azienda diviene uno dei principali produttori di occhialeria al mondo.

Negli anni '60 e '70, Safilo avvia importanti sviluppi industriali con l'apertura del secondo stabilimento a Santa Maria di Sala (Venezia), il trasferimento della produzione di montature in acetato e cellulosa e l'inaugurazione degli uffici a Padova, oggi sede principale del Gruppo e importante centro logistico.

Nel 1970, l'azienda brevetta la rivoluzionaria cerniera Elasta, un meccanismo innovativo progettato per migliorare la flessibilità e la durata delle montature degli occhiali. Questa cerniera consente alle aste di sopportare sollecitazioni verso l'esterno senza deformarsi, mantenendo inalterata la forma degli occhiali e garantendo un comfort ottimale per chi li indossa.

Nello stesso anno, Safilo lancia il modello di occhiali da sole UFO, caratterizzato da un design distintivo e all'avanguardia per l'epoca. Questi occhiali sono diventati rapidamente popolari, rappresentando un'icona di stile negli anni '70. Oggi, i modelli originali degli occhiali da sole Safilo UFO sono considerati pezzi da collezione.

Durante gli anni ’80 e ’90, Safilo espande la propria presenza globale, aprendo filiali commerciali in Europa, Asia e America.

Nel 1996, il Gruppo acquisisce un ramo d'azienda di Carrera GmbH, azienda specializzata nella produzione di occhiali sportivi. Nello stesso anno, l’acquisizione della società americana Smith Sport Optics segna l’ingresso del Gruppo nel segmento sportivo.

Dopo la prima quotazione alla Borsa di Milano dal 1987 al dicembre 2001, il Gruppo torna alla Borsa di Milano nel 2005.

Nel 2010, l’ingresso di HAL Holding N.V. come azionista di riferimento rafforza la stabilità finanziaria e strategica del Gruppo.

Nel 2012, Safilo acquisisce Polaroid Eyewear, leader nella tecnologia delle lenti polarizzate.

Negli anni successivi, Safilo affronta importanti sfide settoriali, in particolare la decisione dei principali gruppi francesi del lusso di internalizzare il business eyewear e la conseguente uscita, dal portafoglio, di licenze chiave come Gucci (2016) e Dior (2020).

Tra il 2018 e il 2022, il Gruppo intraprende un ambizioso percorso di rilancio strategico per riaffermarsi tra i leader del settore dell’occhialeria.

Nel 2019, Safilo completa la cessione del business retail (catena Solstice), al fine di focalizzarsi sulle attività wholesale e iniziare un percorso di sviluppo nel DtC (Direct-to-Consumer) grazie al digitale.

Nello stesso anno, l’azienda intraprende un percorso di razionalizzazione del proprio footprint produttivo, tassello fondamentale all’interno della più ampia strategia di rilancio del gruppo. Tra il 2020 e il 2023, Safilo chiude lo stabilimento di Ormoz, e cede i siti produttivi di Martignacco e Longarone, al fine di riallineare i volumi produttivi al rinnovato contesto di mercato e alle esigenze di portafoglio.

A partire dal 2019, Safilo intraprende anche un’importante strategia di trasformazione digitale a 360°, che dota l’azienda delle ultime tecnologie in ambito di business intelligence e data analytics. Safilo investe nell’adozione di innovative piattaforme BtB (vd. You&Safilo) e in un CRM (Customer

Relationship Management) di ultima generazione che ridefiniscono e migliorano l'esperienza, il coinvolgimento e i servizi al cliente.

Nel 2020, Safilo porta a termine le acquisizioni di Privé Revaux e del marchio Blenders Eyewear. Quest'ultimo, brand californiano digitally native, oltre ad arricchire il portafoglio di marchi di proprietà dell'azienda, apporta un business innovativo e in crescita, incentrato su e-commerce e focalizzato sugli Stati Uniti.

Nel 2022, in linea con il crescente impegno verso una gestione sostenibile del business, Safilo entrata a far parte di 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.

Nel 2023, Safilo ha fissato i propri obiettivi di sostenibilità a breve termine convalidati dalla Science Based Targets initiative (SBTi) nel febbraio 2024.

Tra il 2023 e il 2024, Safilo rinnova le principali licenze in portafoglio, da Kate Spade e Tommy Hilfiger, a BOSS e HUGO, così come altre importanti partnership. Questo garantisce al business in licenza una visibilità senza precedenti, di circa 6 anni.

Nel 2024, Safilo celebra 90 anni di storia, tra i leader globali nell'occhialeria. Tra le iniziative più significative dell'anno, spicca la firma della licenza perpetua per le collezioni Eyewear by David Beckham, un traguardo che contribuisce a portare il ricco portafoglio di marchi di proprietà, fatto dei marchi Carrera, Smith, Blenders e Polaroid a rappresentare circa il 50% delle vendite complessive del Gruppo.

Nel 2025, Safilo rinnova Under Armour, Dsquared2, Carolina Herrera completando il previsto rinnovo degli accordi di licenza dei marchi, aggiungendo al portafoglio il marchio Victoria Beckham. Inoltre, rinnova l'accordo di fornitura con Kering fino al 2029 e conferma nuovamente la partnership con Carrera Ducati fino al 2027.

Nel 2026 Safilo completa l'acquisizione di SPY+ e Serengeti da Bollé Brands. L'operazione

rappresenta un ulteriore passo avanti nella strategia di Safilo focalizzata sull'acquisizione selettiva di marchi in grado di rafforzare il posizionamento del Gruppo in segmenti attrattivi e ad elevato potenziale di crescita, valorizzando il portafoglio di marchi di proprietà.

Alcuni dati

3400 dipendenti in tutto il mondo

5 design studio internazionali: Padova, Milano, New York, Hong Kong e Portland

3 stabilimenti produttivi di proprietà e un network di fornitori esterni selezionati

3 principali centri distributivi: Padova, Denver (Colorado, USA) e Hong Kong

Un network globale di filiali di proprietà in circa 40 Paesi e oltre 40 partner distributivi in altri 70 Paesi

Circa 100.000 punti vendita selezionati raggiunti in tutto il mondo

Oltre 145 anni di tradizione manifatturiera nell'occhialeria

La capogruppo Safilo Group S.p.A. è quotata sull'Euronext Milan organizzato e gestito da Borsa Italiana (ISIN code IT0004604762, Bloomberg SFL.IM, Reuters SFLG.MI). Il Gruppo Safilo nel 2025 ha realizzato un fatturato netto di 983,4 milioni di Euro.