



## Il 3° trimestre 2022 è stato un altro periodo di crescita delle vendite e degli utili:

**Vendite nette +14,9%**  
**+4,6% a cambi costanti**  
**+5,6% crescita organica<sup>1</sup>**

**EBITDA *adj.*<sup>2</sup> +18,6%**  
**e margine dell'8,7%**

**Le vendite di occhiali da sole hanno continuato a spingere la crescita in Europa e nei mercati emergenti grazie a una stagione estiva forte**

**Il business delle montature da vista ha confermato una performance solida in tutti i principali mercati**

**È proseguito il miglioramento degli utili e della marginalità nonostante le dinamiche macroeconomiche sfavorevoli**

### Primi 9 mesi 2022

- 
- Vendite nette: **€831,3M**, +12,7%, +5,7% a cambi costanti, +9,9% crescita organica<sup>1</sup>
  - Utile industriale lordo: **€458,4M**, +20,3% e margine al 55,1% vs 51,7% nel 2021
  - EBITDA *adj.*<sup>2</sup>: **€85,3M**, +24,0% e margine al 10,3% vs 9,3% nel 2021
  - Indebitamento netto: **€115,4M** vs €94,0M 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.

**Padova, 3 novembre 2022** – Il Consiglio di Amministrazione di Safilo Group S.p.A. ha oggi esaminato e approvato i principali indicatori economico finanziari relativi al 3° trimestre e ai primi 9 mesi 2022.

**Angelo Trocchia, Amministratore Delegato di Safilo, ha commentato:**

*“Il 3° trimestre è stato per noi un altro periodo di crescita delle vendite e degli utili, guidato dalla forza delle nostre nuove collezioni, dagli investimenti sui nostri marchi e dal continuo impegno per aumentare l'ampiezza dei nostri servizi al cliente.*

*Nel 3° trimestre, le nostre vendite nette sono aumentate del 14,9% grazie al buon ritmo di crescita messo a segno dal business organico<sup>1</sup>, in progressione del 5,6% a cambi costanti, a cui si è aggiunto l'ulteriore rafforzamento del dollaro. Nel periodo, la nostra performance ha riflesso la continua forza dei mercati europei, dell'America Latina e del Medio Oriente, così come il primo significativo incremento del business in Asia, e la tenuta del mercato nordamericano rispetto a un altro periodo di confronto sfidante e ad alcuni ritardi logistici negli Stati Uniti.*

*Gli occhiali da sole sono rimasti la nostra categoria prodotto più performante, trainata da una stagione estiva forte, e le vendite delle montature da vista sono risultate solide in tutti i principali mercati.*

*Nel trimestre, la nostra crescita è stata supportata dal lancio delle nostre nuove collezioni e campagne di marketing. Abbiamo infatti continuato a focalizzarci su progetti di grande impatto e visibilità, che hanno spaziato dalla partnership di Carrera con Ducati, alla nuova campagna 'Back to School' di Polaroid, al lancio della nuova campagna occhiali, vista e sole, di Smith, per finire a settembre con una nuova, entusiasmante collaborazione di Blenders con Oracle Red Bull Racing, che ha ufficialmente preso il via al Gran Premio d'Italia di Monza.*

*Il 3° trimestre ha confermato l'ulteriore miglioramento a doppia cifra dell'utile industriale lordo e dell'EBITDA adjusted<sup>2</sup>, con il rispettivo margine sulle vendite al 53,8% e all'8,7%, consentendoci di essere in linea con i nostri obiettivi di crescita per l'intero esercizio.”*

**PERFORMANCE DELLE VENDITE NETTE NEL 3° TRIMESTRE 2022**

**Le vendite nette di Safilo nel 3° trimestre 2022** si sono attestate a 260,4 milioni di euro, in crescita del 14,9% a cambi correnti e del 4,6% a cambi costanti rispetto ai 226,6 milioni di euro registrati nel 3° trimestre 2021.

La crescita organica<sup>1</sup> è risultata pari al +5,6%, e ha beneficiato del continuo successo dei principali marchi di proprietà e in licenza del Gruppo. Nel 3° trimestre hanno continuato a registrare un buon passo di crescita sia le vendite di occhiali da sole, in miglioramento del 7,1%, che quelle delle montature da vista, in progressione del 4,6%, nonostante il confronto sfidante con il 3° trimestre 2021.

Le vendite di Carrera e Polaroid hanno messo a segno un altro rialzo a doppia cifra, mentre è risultata nel trimestre più contenuta la performance di Smith, a causa di alcuni ritardi logistici nelle spedizioni di prodotto sportivo negli Stati Uniti. Nell'ambito del portafoglio dei marchi in licenza, Tommy Hilfiger, HUGO BOSS, David Beckham, Under Armour e Isabel Marant sono stati gli altri principali driver della performance organica<sup>1</sup> positiva, mentre le licenze di Carolina Herrera, Chiara Ferragni e Dsquared2, entrate quest'anno in portafoglio, hanno dato un significativo contributo in termini di nuovo business.

Il 3° trimestre 2022 è rimasto caratterizzato dal grande ritorno in negozio dei consumatori, fornendo a Safilo l'opportunità di dare ulteriore impulso allo sviluppo e all'utilizzo delle proprie piattaforme B2B, in particolare in Europa, dove il business generato attraverso 'You&Safilo' è cresciuto nel trimestre di circa il 40% rispetto allo stesso periodo 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.

## Performance delle vendite nette per area geografica:

(milioni di euro)	3° Trim. 2022		3° Trim. 2021		Variazione a cambi correnti		Variazione a cambi costanti	
		%		%	Reported	Reported	Organica <sup>1</sup>	
<b>Nord America</b>	124,7	47,9	115,1	50,8	+8,4%	-7,4%	-1,2%	
<b>Europa</b>	95,7	36,7	82,8	36,6	+15,5%	+14,1%	+8,1%	
<b>Asia e Pacifico</b>	16,2	6,2	11,3	5,0	+43,3%	+31,6%	+46,1%	
<b>Resto del mondo</b>	23,9	9,2	17,4	7,7	+36,9%	+21,8%	+13,3%	
<b>Totale</b>	<b>260,4</b>	<b>100,0</b>	<b>226,6</b>	<b>100,0</b>	+14,9%	+4,6%	+5,6%	

- **in Nord America**, le vendite nette nel 3° trimestre 2022 sono state pari a 124,7 milioni di euro, in crescita dell'8,4% a cambi correnti rispetto al 3° trimestre 2021, grazie all'ulteriore rafforzamento del dollaro sull'euro avvenuto nel periodo. La performance del business è risultata invece in calo del 7,4% a cambi costanti e dell'1,2% su base organica<sup>1</sup> rispetto a un periodo di confronto molto sfidante (il 3° trimestre 2021 era cresciuto di circa il 20% rispetto al 3° trimestre 2019 su base organica<sup>1</sup>).

Da un lato, le vendite negli Stati Uniti hanno continuato a registrare un andamento positivo nelle fasce più alte del portafoglio Safilo, e una performance invece più debole nelle fasce prezzo medio-basse, dall'altro, le vendite di prodotto sportivo Smith sono state temporaneamente limitate da alcuni ritardi logistici nelle consegne previste sul finire del trimestre.

**in Europa**, le vendite nette nel 3° trimestre 2022 sono salite a 95,7 milioni di euro, in crescita del 15,5% a cambi correnti e del +14,1% a cambi costanti rispetto al 3° trimestre 2021, grazie alla solida performance registrata dal business delle montature da vista e dal continuo incremento delle vendite di occhiali da sole, favorito da una stagione estiva forte, caratterizzata da consistenti flussi di turisti locali e internazionali. In Europa, Safilo ha registrato un'altra solida crescita del business organico<sup>1</sup>, pari a un +8,1%, grazie a un altro ottimo trimestre messo a segno da Polaroid e Carrera, così come da alcuni dei principali marchi in licenza. Nel periodo, le nuove licenze hanno invece garantito al mercato europeo un'ulteriore crescita di circa il 6%.

Italia, Spagna, Francia, Germania, e alcuni mercati dell'Europa orientale come Turchia e Polonia, sono rimaste le aree che hanno registrato i maggiori incrementi.

- **in Asia e Pacifico**, le vendite nette nel 3° trimestre 2022 si sono attestate a 16,2 milioni di euro, registrando, per la prima volta nell'anno, un significativo recupero rispetto al 2021. Il miglioramento dell'area, pari a una crescita del 43,3% a cambi correnti e del 31,6% a cambi costanti, ha riflesso la marcata accelerazione delle vendite organiche<sup>1</sup>, pari a un +46,1%, grazie alla significativa progressione dei marchi su cui il Gruppo sta puntando per garantire il business corrente e il futuro sviluppo dell'area. Nel periodo, le principali licenze del Gruppo sono rimaste i principali driver di crescita nei mercati del sud-est asiatico, mentre le vendite di Carrera e Smith hanno registrato un notevole progresso in Australia.
- **nel Resto del Mondo**, le vendite nette nel 3° trimestre 2022 sono risultate pari a 23,9 milioni di euro, evidenziando un'altra crescita a doppia cifra, pari al +36,9% a cambi correnti e al +21,8% a cambi costanti rispetto al 3° trimestre 2021. Nel periodo, Carrera, Polaroid e alcune delle principali licenze del Gruppo sono stati ancora una volta i maggiori contributori della buona performance organica<sup>1</sup> dell'area, pari al +13,3%, e i principali marchi con cui il Gruppo, insieme al più recente inserimento di Carolina Herrera, sta perseguendo la crescita di mercati emergenti quali il Brasile e il Messico.

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.

**PRINCIPALI INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA DEL 3° TRIMESTRE 2022**

Nel 3° trimestre 2022, il profilo economico del Gruppo è migliorato rispetto allo stesso trimestre 2021, grazie alla crescita e alla maggior marginalità messe a segno a livello di utile industriale lordo.

Le principali dinamiche che hanno contribuito ai risultati del periodo sono state le seguenti:

- l'effetto positivo dei ricavi in termini di *price/mix*, e alcuni ulteriori risparmi strutturali sul costo del venduto, relativi al *business plan 2020-2024*, che hanno efficacemente contrastato l'impennata dei costi energetici, legati alle attuali pressioni inflazionistiche, e l'impatto diluitivo dei cambi sui margini;
- i maggiori costi di vendita, generali e amministrativi dovuti all'incremento degli investimenti in marketing a sostegno della crescita del business durante l'estate, e all'impatto relativo a progetti di investimento *software-as-a-service* secondo la nuova agenda IFRIC, il cui equivalente nel 3° trimestre 2021 era stato capitalizzato.

**L'utile industriale lordo** del 3° trimestre 2022 si è attestato a 140,0 milioni di euro, in crescita del 18,0% rispetto al 3° trimestre 2021, con il margine industriale che è migliorato di 140 punti base, dal 52,4% al 53,8% delle vendite (in crescita rispettivamente del 16,2% e di 60 punti base se confrontato con l'utile e il margine industriale lordo *adjusted*<sup>2</sup> del 3° trimestre 2021).

**L'EBITDA *adjusted*<sup>2</sup>** del 3° trimestre 2022 è risultato pari a 22,6 milioni di euro, in aumento del 18,6% rispetto al 3° trimestre 2021, mentre il margine EBITDA *adjusted*<sup>2</sup> è aumentato di 30 punti base, dall'8,4% all'8,7% delle vendite (9,4% prima dell'impatto IFRIC SaaS).

Principali dati economici - in milioni di euro	3° trim. 2022	% sulle vendite nette	3° trim. 2021	% sulle vendite nette	Var. % 2022 vs 2021
Vendite nette	260,4		226,6		+14,9%
<i>Reported</i> a cambi costanti					+4,6%
Organiche <sup>1</sup> a cambi costanti					+5,6%
<b>Utile industriale lordo</b>	<b>140,0</b>	<b>53,8%</b>	118,7	52,4%	+18,0%
<b>EBITDA</b>	<b>21,5</b>	<b>8,3%</b>	17,4	7,7%	+24,0%
<b>EBITDA <i>adjusted</i><sup>2</sup></b>	<b>22,6</b>	<b>8,7%</b>	19,1	8,4%	+18,6%
Impatto IFRS 16 su EBITDA	3,1		3,0		

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.

**PERFORMANCE DELLE VENDITE NETTE NEI PRIMI 9 MESI 2022**

Grazie al buon andamento del business anche nel 3° trimestre 2022, le vendite nette del Gruppo nei primi 9 mesi dell'anno hanno totalizzato 831,3 milioni di euro, in crescita del 12,7% a cambi correnti e del 5,7% a cambi costanti rispetto ai 737,4 milioni di euro registrati nei primi 9 mesi 2021.

Nel periodo, le vendite organiche<sup>1</sup> sono aumentate del 9,9%, in particolare grazie alla forte crescita messa a segno dai marchi Smith, Polaroid e Carrera, che insieme agli altri marchi di proprietà, hanno rappresentato, a fine settembre, il 41,3%<sup>3</sup> dei ricavi del Gruppo. Nell'ambito del business in licenza, si è messa invece costantemente in luce la performance a doppia cifra di Tommy Hilfiger, HUGO BOSS, David Beckham e Isabel Marant.

Nei primi 9 mesi, il business generato dalle nuove licenze di Carolina Herrera, Dsquared2 e Chiara Ferragni è stato un ottimo supporto per l'ulteriore sviluppo del Gruppo in specifiche aree geografiche e segmenti di business, e per compensare le vendite realizzate lo scorso anno con i marchi cessati.

Sul fronte delle principali aree geografiche e categorie prodotto in cui il Gruppo opera, i primi 9 mesi 2022 hanno registrato, da una parte, la tenuta del mercato nord americano, rispetto a una base di confronto molto sfidante, e la significativa ripresa dell'Europa, in crescita rispettivamente dell'1,2% e del 18,2% a livello organico<sup>1</sup>, dall'altra, il forte incremento delle vendite di occhiali da sole e la solidità del business delle montature da vista, in crescita rispettivamente dell'11,9% e del 4,9% a livello organico<sup>1</sup>.

Il periodo è stato, inoltre, particolarmente favorevole per il mercato delle attività sportive *outdoor*, nell'ambito del quale si è confermata la straordinaria performance delle maschere da sci e dei caschi da sci e bici di Smith, grazie ai quali le vendite della categoria prodotto denominata 'Altro' hanno messo a segno una crescita del 20,3% rispetto ai primi 9 mesi 2021.

Nei primi 9 mesi, il business Safilo è cresciuto in maniera sostenuta anche nei mercati emergenti, in particolare in Brasile, Messico e Medio Oriente, che rappresentano la gran parte dell'area denominata 'Resto del mondo', cresciuta nel periodo del 23,0% a livello organico<sup>1</sup>. In Asia e Pacifico, il Gruppo ha invece registrato una progressione organica<sup>1</sup> del 17,2%, beneficiando del buon andamento dei mercati del sud-est asiatico e della ripresa registrata dalla Cina nel terzo trimestre.

Nei primi 9 mesi 2022, le vendite *online* di Safilo, costituite dal business *direct to consumer (D2C)* e dalle vendite realizzate attraverso gli *internet pure player (IPP)*, hanno rappresentato circa il 14% del business totale del Gruppo, e sono cresciute del 5,2% a cambi costanti.

**Performance delle vendite nette per area geografica:**

(milioni di euro)	9 Mesi 2022		9 Mesi 2021		Variazione a cambi correnti		Variazione a cambi costanti	
					Reported	Reported	Organica <sup>1</sup>	
	<b>9 Mesi 2022</b>	<b>%</b>	<b>9 Mesi 2021</b>	<b>%</b>				
<b>Nord America</b>	383,5	46,1	355,2	48,2	+8,0%	-3,8%	+1,2%	
<b>Europa</b>	332,7	40,0	291,0	39,5	+14,3%	+14,1%	+18,2%	
<b>Asia e Pacifico</b>	41,3	5,0	37,2	5,0	+11,1%	+3,4%	+17,2%	
<b>Resto del mondo</b>	73,8	8,9	54,0	7,3	+36,8%	+24,7%	+23,0%	
<b>Totale</b>	<b>831,3</b>	<b>100,0</b>	737,4	100,0	+12,7%	+5,7%	+9,9%	

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.

**PRINCIPALI INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICO-FINANZIARIA NEI PRIMI 9 MESI 2022**

Nei primi 9 mesi 2022, Safilo ha registrato un significativo miglioramento di tutti i principali indicatori economici, nonostante il periodo sia rimasto caratterizzato dagli impatti negativi delle pressioni inflazionistiche.

La crescita delle vendite, positivamente influenzate sia dai volumi che dal *price/mix*, insieme ai circa 8 milioni di euro di risparmi strutturali realizzati da inizio anno a livello di costo del venduto, hanno rappresentato i principali driver di crescita degli utili e della redditività, che il Gruppo ha in parte reinvestito in maggiori attività di marketing e pubblicità a supporto della crescita del business.

**L'utile industriale lordo** nei primi 9 mesi 2022 si è attestato a 458,4 milioni di euro, in crescita del 20,3% rispetto ai primi 9 mesi 2021, con il margine industriale che è migliorato di 340 punti base, dal 51,7% al 55,1% delle vendite (in crescita rispettivamente del 17,2% e di 210 punti base se confrontato con l'utile e il margine industriale lordo *adjusted*<sup>2</sup> dei primi 9 mesi 2021).

**L'EBITDA *adjusted*<sup>2</sup>** nei primi 9 mesi 2022 è stato pari a 85,3 milioni di euro, in crescita del 24,0% rispetto all'EBITDA *adjusted*<sup>2</sup> di 68,8 milioni di euro registrato nei primi 9 mesi 2021. Il margine EBITDA *adjusted*<sup>2</sup> si è attestato al 10,3% (10,9% prima dell'impatto IFRIC SaaS), segnando un miglioramento di 100 punti base rispetto alla marginalità del 9,3% registrata nei primi 9 mesi 2021.

Principali dati economici - in milioni di euro	9 Mesi 2022	% sulle vendite nette	9 Mesi 2021	% sulle vendite nette	Var. % 2022 vs 2021
Vendite nette	831,3		737,4		+12,7%
<i>Reported</i> a cambi costanti					+5,7%
Organiche <sup>1</sup> a cambi costanti					+9,9%
<b>Utile industriale lordo</b>	<b>458,4</b>	<b>55,1%</b>	380,9	51,7%	+20,3%
<b>EBITDA</b>	<b>83,6</b>	<b>10,1%</b>	68,4	9,3%	+22,2%
<b>EBITDA <i>adjusted</i><sup>2</sup></b>	<b>85,3</b>	<b>10,3%</b>	68,8	9,3%	+24,0%
Impatto IFRS 16 su EBITDA	8,6		8,7		

Da un punto di vista finanziario, al 30 settembre 2022, l'**indebitamento netto del Gruppo** ammontava a 115,4 milioni di euro (67,2 milioni di euro pre-IFRS 16, corrispondente a una leva finanziaria, anche pre IFRIC *SaaS*, di 0,7x), rispetto a 105,6 milioni di euro (63,5 milioni di euro pre-IFRS 16) a fine giugno 2022 e ai 94,0 milioni di euro (52,8 milioni di euro pre-IFRS 16) al 31 dicembre 2021.

**ULTIME NOTIZIE E PROSSIMI APPUNTAMENTI**

Safilo ha annunciato l'introduzione di Eastman Tritan™ Renew nelle proprie lenti polarizzate, diventando il primo player nel mercato ad adottare lenti polarizzate in Tritan™ Renew e ad avere una collaborazione bilaterale con Eastman riguardante l'innovazione tecnica, aprendo così a nuove opportunità per il settore dell'eyewear.

Safilo e rag & bone hanno annunciato il rinnovo del loro accordo di licenza.

Safilo ha esteso l'accordo di produzione con Kering Eyewear fino al 2026.

Safilo ospiterà un *Capital Market Day* per fornire un aggiornamento dei propri obiettivi economico-finanziari di medio termine entro il primo trimestre 2023.

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.

*Note al comunicato stampa:*

<sup>1</sup> Le vendite organiche sono a cambi costanti e 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.

<sup>2</sup> Nei primi 9 mesi 2022, l'EBITDA *adjusted* esclude oneri non ricorrenti netti pari a 1,7 milioni di euro, dovuti ad alcuni costi per progetti speciali e spese di ristrutturazione, parzialmente compensati dal rilascio di un fondo per oneri di ristrutturazione.

Nel 3° trimestre 2022, l'EBITDA *adjusted* esclude oneri non ricorrenti pari a 1,1 milioni di euro.

Nei primi 9 mesi 2021, l'EBITDA *adjusted* escludeva oneri non ricorrenti pari a 17,4 milioni di euro (10,2 milioni di euro a livello di utile industriale lordo), 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 3° trimestre 2021, l'EBITDA *adjusted* escludeva oneri non ricorrenti pari a 1,7 milioni di euro (1,8 milioni di euro a livello di utile industriale lordo).

<sup>3</sup> % sulle vendite totali, escluso il business attribuibile al contratto di fornitura con Kering Eyewear.

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;

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 economico-finanziari del 3° trimestre e dei primi nove mesi 2022.

Sarà possibile seguire la conference call componendo i seguenti 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/TradingUpdateQ32022/audiowebcast>.

La registrazione della conference call sarà disponibile dal 3 al 5 novembre 2022: +39 02 8020987 – Passcode: 700714# - Pin: 714#.

**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 sull'Euronext Milan 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](mailto:elena.todisco@safilo.com)

Tel. +39 339 1919562

***Barabino&Partners S.p.A.***

Pietro Cavallera

[p.cavallera@barabino.it](mailto:p.cavallera@barabino.it)

Tel. +39 02 72023535

Cell. +39 338 9350534