

**APPROVA**

Nel 1° , Safilo registra un forte rimbalzo rispetto al 2020, con risultati ben al di sopra del 2019:

**Vendite in crescita del +59,9% vs 2020 e del +7,7% vs 2019 (a cambi costanti)
Margine EBITDA *adjusted*¹ al 9,7% vs 8,3% nel 2019**

Nel 2° trimestre 2021:

**Vendite in crescita del +137,1% vs 2020 e +9,4% vs 2019 (a cambi costanti),
Margine EBITDA *adjusted*¹ al 9,2% vs 8,5% nel 2019:**

Efficace ribilanciamento del portafoglio marchi

**Massimo slancio alla crescita da Stati Uniti, Cina, canale online,
montature da vista e prodotti sportivi**

**Significativo aumento della redditività operativa grazie alla crescita delle vendite e alla
riduzione strutturale dei costi**

Principali dati economici e finanziari**1° TRIMESTRE 2021:**

- Vendite nette €251,4M, +20,0% vs 1° trim. 2020 e +6,0% vs 1° trim. 2019 (a cambi costanti)
- EBITDA *adjusted*¹ €25,8M, margine 10,3% vs 2,6% nel 1° trim. 2020 e 8,1% nel 1° trim. 2019

2° TRIMESTRE 2021:

- Vendite nette €259,4M, +137,1% vs 2° trim. 2020 e +9,4% vs 2° trim. 2019 (a cambi costanti)
- EBITDA *adjusted*¹ €23,8M, margine 9,2% vs -29,8% nel 2° trim. 2020 e 8,5% nel 2° trim. 2019

1° SEMESTRE 2021:

- Vendite nette €510,7M, +59,9% vs 1° sem. 2020 e +7,7% vs 1° sem. 2019 (a cambi costanti)
- EBITDA *adjusted*¹ €49,7M, margine 9,7% vs -8,4% nel 1° sem. 2020 e 8,3% nel 1° sem. 2019
- Risultato netto *adjusted*¹ €4,4M vs € -63,7M nel 1° sem. 2020 e €8,5M nel 1° sem. 2019
- Indebitamento finanziario netto €226,9M vs €222,1 al 31 dicembre 2020

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

Padova, 3 agosto 2021 – Il Consiglio di Amministrazione di Safilo Group S.p.A. ha oggi esaminato e approvato i risultati 2021.

Angelo Trocchia, Amministratore Delegato di Safilo, ha commentato:

Siamo molto soddisfatti che il secondo trimestre abbia continuato a registrare le solide performance di vendita e redditività messe a segno nei primi tre mesi dell'anno, consentendoci di chiudere il primo semestre del 2021 con un significativo rimbalzo del business rispetto all'anno precedente e ben sopra i livelli raggiunti nel primo semestre 2019, con vendite in crescita del 7,7% a cambi costanti e EBITDA adjusted¹ in aumento del 20,5%.

Nel periodo abbiamo continuato a cogliere le opportunità di business che il rinnovato portafoglio marchi ci ha messo a disposizione nei nostri mercati di riferimento.

Abbiamo beneficiato della significativa crescita organica messa a segno dai nostri marchi core già presenti in portafoglio, così come della piena compensazione dei brand usciti a fine 2020 con le nostre acquisizioni di Blenders e Privé Revaux e l'efficace introduzione di nuovi marchi in licenza.

Il nostro percorso di ripresa è stato certamente supportato dallo sprint della ripresa dei consumi negli Stati Uniti, e nuovamente dalla crescita tonica del business in Cina, in Australia e in buona parte dei paesi medio orientali.

Anche nel 2° trimestre, la crescita delle vendite è arrivata dalla forte progressione registrata in tutti i mercati dalle montature da vista, per noi particolarmente sostenuta nel canale degli ottici indipendenti, e dall'altrettanto forte impulso che la crescita delle attività outdoor ha dato ai prodotti sportivi di Smith.

Le vendite di occhiali da sole, nel periodo frenate dalle restrizioni ancora presenti in molti mercati a causa della pandemia, hanno continuato invece a beneficiare della forza del nostro canale online, in crescita double-digit anche nel secondo trimestre, grazie alla vivacità del business realizzato attraverso gli internet pure player e delle vendite direct-to-consumer di Blenders e Smith.

Siamo anche soddisfatti dell'andamento del nostro cash flow grazie al quale il nostro indebitamento finanziario netto è rimasto sostanzialmente stabile rispetto a fine 2020. Un risultato questo che abbiamo ottenuto nonostante il cash out sostenuto nel periodo per la chiusura definitiva del sito produttivo di Ormož, con il quale abbiamo compiuto un altro significativo passo avanti nella realizzazione del nostro piano di ristrutturazione industriale.

Di pari passo, abbiamo continuato il lavoro di ribilanciamento del nostro portafoglio marchi, con inserimenti mirati che ci consentano di rivestire un ruolo di primissimo piano nei diversi segmenti e mercati di riferimento dell'eyewear. Dopo aver siglato a maggio con Dsquared2, abbiamo annunciato qualche settimana fa una nuova partnership con Carolina Herrera, un marchio forte, apprezzato nel mondo per l'estrema eleganza e femminilità dei suoi prodotti, che a partire da gennaio 2022 ci consentirà un immediato rafforzamento della nostra proposta donna.

I risultati del primo semestre 2021 e la continuazione dei trend positivi all'inizio del terzo trimestre ci consentono di guardare con ottimismo alle prospettive di crescita per l'anno in corso e di consolidare la nostra ambizione di superare già nel 2021 i livelli di business pre-pandemia del 2019."

TRADING UPDATE 2° TRIMESTRE 2021

PERFORMANCE DELLE VENDITE NEL 2° TRIMESTRE 2021:

Nel 2° trimestre 2021, le vendite nette di Safilo, pari a 259,4 milioni di euro, sono più che raddoppiate, registrando un +137,1% a cambi costanti e un +126,6% a cambi correnti rispetto ai 114,5 milioni di euro del secondo trimestre 2020, il più pesantemente gravato dalla pandemia da Covid-19.

Il significativo rimbalzo delle vendite rispetto all'anno precedente si è tradotto in un'accelerazione sequenziale della *top line* rispetto al 2° trimestre 2019, a +9,4% a cambi costanti, +4,3% a cambi correnti (+6,0% nel 1° trimestre 2021 rispetto al 1° trimestre 2019 a cambi costanti).

L'andamento delle vendite ha continuato a riflettere l'efficace ribilanciamento del portafoglio marchi operato dal Gruppo, con i nuovi *brand* di proprietà e in licenza entrati nel portafoglio - da Blenders e Privé Revaux, a Levi's, David Beckham, Missoni, Ports, Isabel Marant e Under Armour – che hanno ampiamente compensato le licenze uscite a fine 2020.

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

La performance delle vendite organiche, realizzata dai marchi comparabili, è risultata molto positiva, in crescita *high-single digit* a cambi costanti rispetto al 2° trimestre 2019, e guidata dall'esposizione specifica di ciascun *brand* ai mercati, canali e categorie prodotto di riferimento.

Le vendite nette del periodo sono state nuovamente trainate dalla forte crescita registrata dalle montature da vista e dai prodotti sportivi, da una parte grazie ad un'attività di business sostenuta presso i negozi di ottica dei diversi mercati, dall'altra alla forte spinta che la crescita delle attività *outdoor* ha dato al business Smith nei suoi canali distributivi tradizionali e ancor più nel rinnovato canale digitale *direct to consumer (DTC)*.

Le vendite di occhiali da sole, più che raddoppiate su base annua, sono risultate invece leggermente inferiori ai livelli del 2019 a cambi costanti, a causa delle restrizioni imposte al commercio al dettaglio e ai viaggi, risultate particolarmente penalizzanti per Polaroid in alcuni dei suoi principali mercati come la Spagna, e di una base di confronto molto sfidante dovuta all'alta incidenza delle licenze scadute su questa categoria prodotto.

Nel 2° trimestre 2021, il business online del Gruppo ha registrato un altro forte tasso di crescita, in progresso del +64% rispetto al 2° trimestre 2020, e rappresentando il 14,4% delle vendite totali del Gruppo, grazie al nuovo, significativo contributo delle vendite e-commerce di Blenders, e all'andamento dei ricavi generati tramite gli *internet pure player* e del business *DTC* di Smith.

Driver per area geografica dell'andamento delle vendite nette del Gruppo nel 2° trimestre

							Var. % 2021 vs 2020		Var. % 2021 vs 2019	
(milioni di euro)	2° Trim. 2021	%	2 Trim. 2020	%	2° Trim. 2019	%	cambi correnti	cambi costanti	cambi correnti	cambi costanti
Nord America	121,0	46,6	44,1	38,5	80,6	32,4	+174,6%	+198,9%	+50,1%	+60,3%
Europa	106,7	41,1	57,2	50,0	121,7	48,9	+86,5%	+87,5%	-12,3%	-11,4%
Asia e Pacifico	12,9	5,0	8,8	7,7	25,7	10,3	+46,4%	+49,6%	-49,8%	-48,5%
Resto del mondo	18,7	7,2	4,4	3,8	20,6	8,3	+330,3%	+340,4%	-9,1%	+4,9%
Totale	259,4	100,0	114,5	100,0	248,6	100,0	+126,6%	+137,1%	+4,3%	+9,4%

- **Nel 2° trimestre 2021, le vendite nette in Nord America**, pari a 121,0 milioni di euro, sono quasi triplicate rispetto allo stesso periodo del 2020, in crescita del 198,9% a cambi costanti e del 174,6% a cambi correnti. Rispetto al 2° trimestre 2019, le vendite nette di Safilo nell'area sono ulteriormente accelerate, mettendo a segno un +60,3% a cambi costanti (+41,8% nel 1° trimestre 2021 rispetto al 1° trimestre 2019), in virtù del perdurante slancio degli Stati Uniti. In questo mercato, la forza dei consumi e della proposta Safilo, ora comprensiva anche delle nuove acquisizioni, ha consentito al Gruppo di registrare un'altra crescita significativa che ha riguardato la gran parte dei marchi, categorie prodotto e canali distributivi, con Smith in particolare evidenza;
- **Nel 2° trimestre 2021, le vendite nette in Europa**, pari a 106,7 milioni di euro, hanno registrato un significativo rimbalzo del +87,5% a cambi costanti e del +86,5% a cambi correnti rispetto all'anno precedente. Una performance positiva che non è stata però per il mercato sufficiente a recuperare i livelli pre-pandemia e a compensare completamente il considerevole business cessato, presente nel periodo di confronto. Rispetto al 2° trimestre 2019, le vendite nette in Europa sono risultate infatti in calo dell'11,4% a cambi costanti, evidenziando comunque un miglioramento rispetto al trend registrato nel 1° trimestre (-17,8% nel 1° trimestre 2021 rispetto al 1° trimestre 2019). Dopo un debole inizio della stagione sole, ancora influenzata dall'impatto che le restrizioni sul commercio al dettaglio hanno avuto fino a maggio, e dalla mancanza di turisti nelle principali città e località di vacanza, l'andamento delle vendite è migliorato nel Regno Unito, in Italia e in alcuni paesi del Nord Europa, mentre è rimasto più sottotono in mercati come Germania, Francia e Spagna e nei canali più esposti al business delle licenze uscite dal portafoglio, in particolare le boutique dei licenzianti, i *department store* e il canale *travel retail*. Viceversa, anche nel 2° trimestre 2021, le vendite di montature da vista in Europa sono aumentate a doppia cifra rispetto al 2° trimestre 2019.

- **Nel 2° trimestre 2021, le vendite nette in Asia e Pacifico**, pari a 12,9 milioni di euro, hanno registrato una crescita del 49,6% a cambi costanti e del +46,4% a cambi correnti rispetto all'anno precedente. Il business nell'area è risultato invece in calo del 48,5% a cambi costanti rispetto al 2° trimestre del 2019, che era stato un periodo di vendite record in particolare per il business *travel retail*.

Nel 2° trimestre 2021, i trend di business nell'area Asia e Pacifico sono rimasti molto contrastanti e hanno riflesso da un lato la continua forza di mercati quali la Cina e l'Australia, grazie a un contesto di business favorevole nel quale si è inserito l'efficace rilancio del portafoglio marchi da parte del Gruppo, dall'altro la perdurante debolezza del canale *travel retail* e di molti altri mercati della regione, ancora colpiti dalla pandemia e dai *lockdown*.

- **Nel 2° trimestre 2021, le vendite nette nel Resto del Mondo**, pari a 18,7 milioni di euro, hanno registrato una crescita esponenziale anno su anno del +340,4% a cambi costanti e del +330,3% a cambi correnti. Rispetto al 2° trimestre 2019, le vendite nette nel Resto del Mondo sono aumentate del 4,9% a cambi costanti, con entrambe le aree del Medio Oriente e dell'America Latina che hanno contribuito alla performance positiva delle vendite nella regione.

PERFORMANCE ECONOMICA DEL 2° TRIMESTRE 2021:

Dal punto di vista economico, il significativo rimbalzo delle vendite registrato da Safilo nel 2° trimestre 2021 si è tradotto in un forte aumento della redditività operativa rispetto alla base eccezionalmente bassa dell'anno precedente e nell'opportunità di superare i margini del 2019 a livello di EBITDA.

I risultati economici positivi sono stati alimentati da un recupero strutturale della leva operativa dovuto all'aumento dei volumi di vendita e dal raggiungimento di una maggiore efficienza dei costi in termini di minori costi di obsolescenza, che hanno contribuito a compensare le pressioni inflazionistiche, in particolare sui costi di trasporto.

Come previsto, le spese di marketing e pubblicità hanno subito un'accelerazione rispetto al 1° trimestre 2021, trainate dall'alta stagionalità del business online e dall'aspettativa di un contesto di business meno restrittivo.

Il 22 luglio 2021, l'Autorità della concorrenza francese, a seguito dell'indagine avviata a partire dal 2009 in merito ad alcune presunte pratiche commerciali nel settore dell'occhialeria in Francia, ha rigettato tutte le accuse mosse contro Safilo e che la stessa aveva fortemente contestato.

A seguito di tale esito, nessuna sanzione è stata applicata a Safilo, che ha potuto rilasciare il fondo rischi ed oneri, pari a 17 milioni di euro, iscritto a bilancio nel 2015 a copertura della potenziale passività stimata. Tale rilascio ha avuto un impatto positivo sui risultati economici consolidati del 2° trimestre e del 1° semestre 2021, mentre non è stato incluso negli indicatori di performance *adjusted*.

(milioni di euro)	2° trim. 2021	2° trim. 2020	2° trim. 2019	Var % 2° Trim. 2021 vs 2° Trim. 2020	Var % 2° Trim. 2021 vs 2° Trim. 2019
Vendite nette	259,4	114,5	248,6	+126,6%	+4,3%
Utile industriale lordo	135,6	39,2	135,9	+246,3%	-0,2%
% sulle vendite nette	52,3%	34,2%	54,7%		
EBITDA	37,7	(42,0)	17,4	+189,7%	+116,6%
% sulle vendite nette	14,5%	(36,7%)	7,0%		
EBITDA <i>adjusted</i> ¹	23,8	(34,1)	21,2	+169,9%	+12,2%
% sulle vendite nette	9,2%	(29,8%)	8,5%		
Impatto IFRS 16 su EBITDA	2,8	3,0	3,6		

I risultati economici del 2° trimestre 2021 hanno incluso costi di ristrutturazione pari a 3,2 milioni di euro (3,8 milioni di euro a livello di utile industriale lordo) e il sopracitato provento di 17 milioni di euro dovuto al rilascio di un fondo rischi e oneri.

L'utile industriale lordo del 2° trimestre 2021 è cresciuto a 135,6 milioni di euro, mettendo a segno un aumento esponenziale rispetto ai 39,2 milioni di euro registrati nel 2° trimestre 2020 e risultando sostanzialmente in linea con l'utile industriale lordo di 135,9 milioni di euro registrato nel 2° trimestre 2019.

Il margine industriale lordo del 2° trimestre 2021 si è attestato al 52,3% rispetto al margine del 34,2% registrato nel 2° trimestre 2020 e a quello del 54,7% registrato nel 2° trimestre 2019.

Su base *adjusted*¹, l'utile industriale lordo del 2° trimestre 2021 è stato pari a 139,4 milioni di euro, con un margine sulle vendite del 53,7%.

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

L'EBITDA del 2° trimestre 2021 è salito a 37,7 milioni di euro, rispetto all'EBITDA negativo di -42,0 milioni di euro registrato nel 2° trimestre 2020, e mettendo a segno una crescita del 116,6% rispetto all'utile di 17,4 milioni di euro registrato nel 2° trimestre 2019. Il margine EBITDA del 2° trimestre 2021 è salito al 14,5% delle vendite, rispetto al margine negativo del -36,7% nel 2° trimestre 2020 e al margine EBITDA del 7,0% registrato nel 2° trimestre 2019.

L'EBITDA *adjusted*¹ del 2° trimestre 2021 è stato pari a 23,8 milioni di euro rispetto alla perdita di -34,1 milioni di euro registrata nel 2° trimestre 2020, e mettendo a segno una crescita del 12,2% rispetto all'EBITDA *adjusted*¹ di 21,2 milioni di euro registrato nel 2° trimestre 2019.

Il margine EBITDA *adjusted*¹ del 2° trimestre 2021 è salito al 9,2% delle vendite, rispetto al margine negativo di -29,8% nel 2° trimestre 2020, e in crescita di 70 punti base rispetto al margine EBITDA *adjusted*¹ dell'8,5% registrato nel 2° trimestre 2019.

RISULTATI ECONOMICI E FINANZIARI DEL 1° SEMESTRE 2021

PERFORMANCE DELLE VENDITE NETTE NEL 1° SEMESTRE 2021

Nel 1° semestre 2021, le vendite nette di Safilo sono state pari a 510,7 milioni di euro, registrando un rimbalzo del +59,9% a cambi costanti e del +52,2% a cambi correnti rispetto ai 335,6 milioni di euro del 1° semestre 2020.

Nel confronto con il 1° semestre 2019, le vendite nette totali del 1° semestre 2021 hanno invece registrato un miglioramento del +7,7% a cambi costanti e +3,0% a cambi correnti, con uno slancio che è stato costantemente guidato, nel corso dei primi due trimestri, dalla forte crescita registrata negli Stati Uniti e in Cina e da alcuni dei principali driver strategici del Gruppo. Rispetto al 2019, le dinamiche di vendita registrate nel 1° semestre 2021 sono state:

- la piena compensazione del business uscito alla fine del 2020 con le acquisizioni di Blenders e Privé Revaux e l'inserimento in portafoglio dei nuovi marchi in licenza di Levi's, David Beckham, Missoni, Ports, Isabel Marant e Under Armour;
- la crescita organica registrata su ampia scala dal portafoglio dei marchi confrontabili, in crescita *high-single digit* a cambi costanti, e guidata dalla forte progressione di Smith nelle sue principali categorie prodotto, così come da Carrera e dalle principali licenze di Hugo Boss, Tommy Hilfiger, Kate Spade e Jimmy Choo, tutte ben sopra i livelli del 2019;
- il forte progresso del business online, grazie al nuovo, significativo contributo dell'e-commerce di Blenders, in crescita del +31,3% su base pro-forma², alla crescita del canale DTC di Smith e alle vendite del Gruppo generate tramite gli *internet pure player*. Nel 1° semestre 2021, le vendite online totali di Safilo hanno rappresentato il 13,6% del business totale del Gruppo, dall'11% nel 1° semestre 2020 e dal 3,8% nel 1° semestre 2019, raddoppiando e quasi quadruplicando il giro d'affari del canale nel confronto con i rispettivi periodi;
- la crescita *double-digit* del business delle montature da vista registrata dalla gran parte dei marchi e dei mercati, che ha permesso al Gruppo di fare passi avanti nella strategia di riequilibrio del business per categoria prodotto, e la performance ancora sottotono degli occhiali da sole.

Andamento delle vendite nette del Gruppo per area geografica nel 1° semestre 2021 :

							Var. % 2021 vs 2020		Var. % 2021 vs 2019	
(milioni di euro)	1° Sem. 2021	%	1° Sem. 2020	%	1° Sem. 2019	%	cambi correnti	cambi costanti	cambi correnti	cambi costanti
Nord America	240,1	47,0	128,5	38,3	169,5	34,2	+86,9%	+103,6%	+41,6%	+50,6%
Europa	208,2	40,8	165,0	49,2	246,3	49,7	+26,2%	+27,1%	-15,5%	-14,7%
Asia e Pacifico	25,9	5,1	23,7	7,1	43,5	8,8	+9,1%	+11,7%	-40,4%	-39,1%
Resto del mondo	36,5	7,2	18,4	5,5	36,7	7,4	+98,6%	+111,7%	-0,4%	+14,4%
Totale	510,7	100,0	335,6	100,0	495,9	100,0	+52,2%	+59,9%	+3,0%	+7,7%

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

PERFORMANCE ECONOMICA NEL 1° SEMESTRE 2021

Nel 1° semestre 2021, i risultati economici di Safilo hanno beneficiato di un recupero della leva operativa ottenuto grazie alla forte crescita dei ricavi, di una struttura dei costi generali ora più snella, che il Gruppo ha continuato a gestire con grande attenzione e disciplina, e delle efficienze nell'area del costo del venduto.

Nel 1° semestre 2021, i risparmi strutturali sui costi sono stati pari a circa 13 milioni di euro, mentre le misure di intervento ancora in atto in relazione all'emergenza Covid-19 hanno portato a una riduzione stimata dei costi intorno ai 4 milioni di euro.

I risultati del Gruppo hanno invece risentito delle pressioni inflazionistiche derivanti dall'aumento dei costi, in particolare quelli di trasporto.

Principali dati della performance economica del Gruppo nel 1° semestre 2021

(Euro in millions)	1° Sem. 2021	1° Sem. 2020	1° Sem. 2019	Var. % 1° Sem. '21 vs 1° Sem. '20	Var. % 1° Sem. '21 vs 1° Sem. '19
Vendite nette	510,7	335,6	495,9	+52,2%	+3,0%
Utile industriale lordo	262,2	148,6	266,2	+76,5%	-1,5%
% sulle vendite nette	51,3%	44,3%	53,7%		
EBITDA	51,0	(38,6)	36,3	+232,4%	+40,8%
% sulle vendite nette	10,0%	(11,5%)	7,3%		
EBITDA adjusted¹	49,7	(28,3)	41,2	+275,7%	+20,5%
% sulle vendite nette	9,7%	(8,4%)	8,3%		
Risultato operativo	22,3	(68,4)	(218,8)	+132,7%	+110,2%
% sulle vendite nette	4,4%	(20,4%)	(44,1%)		
Risultato operativo adjusted¹	24,7	(55,2)	13,3	+144,7%	+85,5%
% sulle vendite nette	4,8%	(16,4%)	2,7%		
Risultato netto di Gruppo	2,0	(74,8)	(246,9)	+102,6%	+100,8%
% sulle vendite nette	0,4%	(22,3%)	(49,8%)		
Risultato netto di Gruppo adjusted¹	4,4	(63,7)	8,5	+106,9%	-48,5%
% sulle vendite nette	0,9%	(19,0%)	1,7%		
Impatto IFRS 16 su EBITDA	5,7	6,0	7,0		
su Risultato operativo	0,9	0,8	0,4		
su Risultato netto	(0,1)	(0,2)	(0,3)		

I risultati economici del 1° semestre 2021 hanno incluso costi di ristrutturazione 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) e il sopracitato provento di 17 milioni di euro dovuto al rilascio di un fondo rischi e oneri.

L'utile industriale lordo del 1° semestre 2021 si è attestato a 262,2 milioni di euro, facendo registrare una crescita significativa, del +76,5%, rispetto al 1° semestre 2020, e un leggero calo dell'1,5% rispetto all'utile industriale lordo registrato nel 1° semestre 2019. Il margine industriale lordo è stato pari al 51,3% rispetto al 44,3% registrato nel 1° semestre 2020 e al 53,7% registrato nel 1° semestre 2019.

Su base adjusted¹, l'utile industriale lordo del 1° semestre 2021 è stato pari a 270,6 milioni di euro e a un margine sulle vendite del 53,0%.

L'EBITDA del 1° semestre 2021 è aumentato a 51,0 milioni di euro dalla perdita di -38,6 milioni di euro registrata nel 1° semestre 2020 e ha messo a segno una crescita del +40,8% rispetto all'EBITDA di 36,3 milioni di euro registrato nel 1° semestre 2019. Il margine EBITDA del 1° semestre 2021 è aumentato al 10,0% delle vendite rispetto al margine negativo di -11,5% nel 1° semestre 2020 e al margine EBITDA del 7,3% nel 1° semestre 2019.

L'EBITDA adjusted¹ del 1° semestre 2021 è stato pari a 49,7 milioni di euro rispetto alla perdita adjusted¹ di -28,3 milioni di euro registrata nel 1° semestre 2020, e facendo segnare un aumento del +20,5% rispetto all'EBITDA adjusted¹ di 41,2 milioni di euro registrato nel 1° semestre 2019.

Il margine EBITDA adjusted¹ è aumentato al 9,7% delle vendite, rispetto al margine negativo di -8,4% nel 1° semestre 2020, e in crescita di 140 punti base rispetto al margine EBITDA adjusted¹ dell'8,3% registrato nel 1° semestre 2019.

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

Il risultato operativo del 1° semestre 2021 è tornato a un utile di 22,3 milioni di euro, rispetto alle perdite operative di -68,4 milioni di euro e -218,8 milioni di euro registrate rispettivamente nel 1° semestre 2020 e nel 1° semestre 2019. Il margine operativo del 1° semestre 2021 si è attestato invece al 4,4% delle vendite.

Il risultato operativo *adjusted*¹ del 1° semestre 2021 è stato pari a un utile di 24,7 milioni di euro rispetto alla perdita di -55,2 milioni di euro registrata nel 1° semestre 2020, e mettendo a segno un incremento significativo, del +85,5%, rispetto all'utile operativo *adjusted*¹ di 13,3 milioni di euro registrato nel 1° semestre 2019.

Il margine operativo *adjusted*¹ si è attestato al 4,8% delle vendite, rispetto al margine *adjusted*¹ negativo di -16,4% nel 1° semestre 2020, e in miglioramento di 210 punti base rispetto al margine operativo *adjusted*¹ del 2,7% registrato nel 1° semestre 2019.

Il risultato netto di Gruppo del 1° semestre 2021 è stato pari a un utile di 2,0 milioni di euro, rispetto alle perdite nette di -74,8 milioni di euro e -246,9 milioni di euro registrate rispettivamente nel 1° semestre 2020 e nel 1° semestre 2019.

Il risultato netto *adjusted*¹ di Gruppo del 1° semestre 2021 è stato pari a un utile di 4,4 milioni di euro rispetto alla perdita *adjusted*¹ di -63,7 milioni di euro subita nel 1° semestre 2020 e registrando un calo del 48,5% rispetto all'utile netto *adjusted*¹ di 8,5 milioni di euro del 1° semestre 2019.

CASH FLOW E PERFORMANCE FINANZIARIA AL 30 GIUGNO 2021

Nel 1° semestre 2021, il Free Cash Flow ha registrato un leggero assorbimento di cassa, pari a 4,8 milioni di euro, rispetto al free cash flow leggermente positivo (prima delle acquisizioni) di 2,5 milioni di euro registrato nel 1° semestre 2020 in virtù della rigorosa gestione di cassa messa in atto a protezione dei fabbisogni monetari del Gruppo a causa del Covid-19.

(in milioni di euro)	1° Sem. 2021	1° Sem. 2020
Flusso monetario da attività operativa prima delle var. del capitale circolante	19,5	(39,3)
Variazioni del capitale circolante	(9,4)	56,3
Flusso monetario da attività operativa	10,1	17,0
Flusso monetario per attività organiche di investimento	(9,8)	(9,3)
Rimborsi della quota capitale del debito per leasing IFRS 16	(5,1)	(5,3)
Free Cash Flow (prima di acquisizioni/cessioni)	(4,8)	2,5
Flusso monetario per/da acquisizioni/cessioni	-	(111,7)
Free Cash Flow	(4,8)	(109,2)

Safilo ha chiuso il 1° semestre 2021 con un flusso di cassa da attività operative positivo, pari a 10,1 milioni di euro, che ha riflesso da una parte il significativo miglioramento della performance operativa del Gruppo nel periodo, dall'altra un *cash out* di circa 12 milioni di euro relativo al piano di ristrutturazione intrapreso dalla Società e ancora in corso, e un assorbimento relativamente contenuto di capitale circolante, pari a 9,4 milioni di euro. Nel 1° semestre 2021, l'andamento del capitale circolante netto è caratterizzato sia dal normale incremento dei crediti e dei debiti commerciali che ha accompagnato l'impennata del business, sia da una riduzione del magazzino, pari nel periodo a 6,7 milioni di euro.

Nel 1° semestre 2021, il flusso di cassa per investimenti è stato pari a 9,8 milioni di euro, principalmente dedicati all'attuale trasformazione digitale del Gruppo, alla revisione della propria infrastruttura IT e all'ordinaria manutenzione industriale.

Al 30 giugno 2021, l'indebitamento finanziario netto del Gruppo era pari a 226,9 milioni di euro, rispetto alla posizione di 222,1 milioni di euro registrata al 31 dicembre 2020.

Le componenti chiave dell'indebitamento finanziario netto del Gruppo al 30 giugno 2021 sono state le seguenti:

- un indebitamento finanziario a medio-lungo termine di 269,2 milioni di euro, costituito da finanziamenti bancari per 141,4 milioni di euro (di cui 108 milioni di euro relativi alla *Term Loan Facility* garantita da SACE), dal finanziamento soci per 96,5 milioni di euro e da debiti per leasing IFRS-16 per 31,3 milioni di euro;

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

- un indebitamento finanziario corrente pari a 28,9 milioni di euro, costituito da prestiti bancari e altri debiti finanziari correnti per 20 milioni di euro e da debiti per leasing IFRS-16 per 8,9 milioni di euro;
- una posizione di cassa di 71,2 milioni di euro.

OUTLOOK SULL'ESERCIZIO 2021

Sulla base della performance migliore delle attese nel 1° semestre 2021 e della continuazione dei trend positivi all'inizio del 3° trimestre, Safilo si attende ora che le vendite nette del Gruppo per l'esercizio 2021 siano superiori ai livelli registrati nel 2019, in crescita *mid single digit* a cambi costanti. Anche l'*EBITDA adjusted* è previsto superare il risultato raggiunto nel 2019. Tali aspettative si basano inoltre sull'ipotesi che nel secondo semestre 2021, lo scenario di business rimanga stabile rispetto alla pandemia da Covid-19.

AGGIORNAMENTI SUL BUSINESS DOPO LA CHIUSURA DEL 1° SEMESTRE 2021

Il 15 luglio 2021, Safilo ha annunciato un nuovo accordo di licenza globale per il design, la produzione e la distribuzione di occhiali a marchio Carolina Herrera, a partire da gennaio 2022.

Il 28 luglio 2021, Blenders Eyewear ha annunciato un ulteriore passo avanti nei piani di crescita ed espansione internazionale al di fuori degli Stati Uniti. Dopo il go-live della piattaforma e-commerce in Canada e Australia nel primo trimestre del 2021, Blenders arriverà ora nel Regno Unito e in Irlanda.

Il 30 luglio 2021, l'assemblea straordinaria degli azionisti di ha approvato l'aumento di capitale per un importo massimo di 135 milioni di euro. L'aumento di capitale, supportato dal principale azionista del Gruppo, è principalmente finalizzato a rimborsare il finanziamento non garantito e subordinato ("*Shareholder Loan*") di originari 90 milioni di euro, oltre al relativo ammontare di interessi maturati, concesso a Safilo per supportare la tempestiva conclusione delle acquisizioni di Blenders Eyewear e Privé Goods. La parte residuale dei proventi è volta all'ulteriore rafforzamento della struttura patrimoniale del Gruppo, supportandone gli investimenti e i driver di crescita futura, incluse nuove opportunità eventualmente disponibili nel settore.

GROUP BUSINESS PLAN 2020-2024

Il Gruppo conferma le strategie delineate a dicembre 2019 nel *Group Business Plan 2020-2024*, la cui implementazione sta efficacemente supportando Safilo nel percorso di ripresa dagli effetti negativi della pandemia da Covid-19, consentendogli di continuare a perseguire i propri obiettivi di vendita, economici e finanziari al 2024, che includono ora anche gli effetti dell'acquisizione di Privé Revaux, le nuove licenze sottoscritte nel 2020 e 2021 e i proventi previsti con l'aumento di capitale.

Note al comunicato stampa:

¹ Nel 1° semestre 2021, i risultati economici *adjusted* escludono 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* esclude 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.

Nel 1° 20, i risultati economici *adjusted* escludevano oneri non ricorrenti pari a 13,2 milioni di euro (10,3 milioni di euro a livello di EBITDA) dovuti a costi di ristrutturazione legati all'avanzamento del piano di risparmio costi.

Nel 2° trimestre 2020, l'*EBITDA adjusted* escludeva costi non ricorrenti pari a 7,9 milioni di euro.

Nel 1° semestre 2019, i risultati economici *adjusted* escludevano: (i) la svalutazione dell'intero avviamento allocato alle *cash generating unit* del Gruppo per 227,1 milioni di euro, (ii) oneri non ricorrenti per 5 milioni di euro (3,8 milioni di euro nel 2° trimestre 2019) dovuti alle spese di ristrutturazione legate al programma di riduzione dei costi in corso e (iii) una svalutazione delle attività per imposte anticipate per 23,3 milioni di euro.

² La performance su base pro-forma di Blenders nel 1° 2021 è calcolata rispetto allo stesso periodo del 2020. Safilo Group ha consolidato Blenders dal 1° giugno 2020.

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

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 18.30 locali, la conference call con analisti e investitori, nel corso della quale verranno illustrati i risultati del 1° semestre 2021.

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: <http://SafiloGroup/H12021Results/audiowebcast>.

La registrazione della conference call sarà disponibile dal 3 agosto fino al 5 agosto 2021 al seguente indirizzo: <http://SafiloGroup/H12021Results/callconferenceReplay>.

Conto Economico consolidato

<i>(Euro/000)</i>	Primo 2021	Primo 2020
Vendite nette	510.724	335.590
Costo del venduto	(248.487)	(187.007)
Utile industriale lordo	262.236	148.583
Spese di vendita e di marketing	(188.080)	(149.954)
Spese generali e amministrative	(59.050)	(56.715)
Altri ricavi e (spese operative)	7.235	(10.323)
Utile/(Perdita) operativo	22.342	(68.409)
Utili/(perdite) da valutazione passività per opzioni su quote di minoranza	(673)	-
Oneri finanziari netti	(11.605)	(11.580)
Utile/(Perdita) prima delle imposte	10.064	(79.989)
Imposte dell'esercizio	(7.584)	5.693
Utile/(Perdita) del periodo	2.480	(74.297)
Utile/(Perdita) attribuibile a:		
Soci della controllante	1.960	(74.754)
Patrimonio netto di terzi	520	457
Utile/(Perdita) per azione - base (Euro)	0,007	(0,271)
Utile/(Perdita) per azione - diluito (Euro)	0,007	(0,271)

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA, Indebitamento finanziario netto e Free Cash Flow), 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

(Euro/000)	30 giugno 2021	31 dicembre 2020
ATTIVITA'		
Attivo corrente		
Disponibilità liquide	71.229	88.966
Crediti verso clienti	220.635	172.642
Rimanenze	195.063	197.285
Strumenti finanziari derivati	166	599
Altre attività correnti	64.598	55.533
Totale attivo corrente	551.691	515.026
Attivo non corrente		
Immobilizzazioni materiali	116.506	128.821
Diritti d'Uso	35.975	38.808
Immobilizzazioni immateriali	147.576	148.915
Avviamento	31.318	30.331
Attività per imposte anticipate	37.167	38.084
Strumenti finanziari derivati	-	-
Altre attività non correnti	7.343	7.376
Totale attivo non corrente	375.886	392.336
Attività non correnti possedute per la vendita	11.450	6.560
TOTALE ATTIVITÀ	939.026	913.921

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

(Euro/000)	30 giugno 2021	31 dicembre 2020
PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO		
Passivo corrente		
Debiti verso banche e finanziamenti	20.000	23.000
Debiti per leasing	8.858	9.605
Debiti commerciali	215.143	181.401
Debiti tributari	18.710	18.369
Strumenti finanziari derivati	109	764
Altre passività correnti	57.725	51.697
Fondi rischi	19.652	38.515
Totale passivo corrente	340.196	323.349
Passivo non corrente		
Debiti verso banche e finanziamenti	237.915	244.926
Debiti per leasing	31.321	33.504
Benefici a dipendenti	20.060	23.500
Fondi rischi	15.931	14.324
Passività fiscali differite	12.709	11.345
Strumenti finanziari derivati	-	-
Passività per opzioni su quote di minoranza	77.958	74.839
Altre passività non correnti	1.874	1.765
Totale passivo non corrente	397.768	404.204
TOTALE PASSIVO	737.964	727.553
Patrimonio netto		
Capitale sociale	349.943	349.943
Riserva sovrapprezzo azioni	594.277	594.277
Utili a nuovo e altre riserve	(784.899)	(727.519)
Riserva per cash flow hedge	26	-
Utile/(Perdita) attribuibile ai soci della controllante	1.960	(69.380)
Capitale e riserve attribuibili ai soci della controllante	161.308	147.321
Interessenze di pertinenza di terzi	39.754	39.047
TOTALE PATRIMONIO NETTO	201.062	186.368
TOTALE PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO	939.026	913.921

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA, Indebitamento finanziario netto e Free Cash Flow), 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

(Euro/000)	2021	2020
A - Disponibilità monetarie nette iniziali (Indebitamento finanziario netto a breve)	85.966	53.915
B - Flusso monetario da (per) attività del periodo		
Utile/(Perdita) del periodo (comprese interessenze di terzi)	2.480	(74.297)
Ammortamenti	23.817	24.554
Ammortamenti diritti d'uso IFRS 16	4.882	5.298
Variazioni non monetarie legate a passività per opzioni su quote di minoranza	673	-
Altre variazioni	(20.362)	9.205
Interessi passivi, netti	6.515	3.838
Interessi passivi su debiti per leasing IFRS 16	788	924
Imposte sul reddito	7.584	(5.692)
Flusso dalle attività operative prima delle variazioni del capitale circolante	26.377	(36.169)
(Incremento) Decremento dei crediti commerciali	(43.783)	37.931
(Incremento) Decremento delle rimanenze	6.730	15.360
Incremento (Decremento) dei debiti commerciali	31.556	(3.155)
(Incremento) Decremento degli altri crediti	(7.191)	(6.561)
Incremento (Decremento) degli altri debiti	3.303	12.680
Interessi passivi pagati	(3.121)	(1.854)
Interessi passivi pagati su debiti per leasing IFRS 16	(788)	(924)
Imposte pagate	(2.968)	(312)
Totale (B)	10.115	16.996
C - Flusso monetario da (per) attività di investimento		
Investimenti in immobilizzazioni materiali	(5.725)	(6.290)
Disinvestimenti in immobilizzazioni materiali e attività possedute per la vendita	598	(66)
(Acquisizione)/Cessione di controllate (al netto della cassa acquisita/ceduta)	-	(111.680)
Incremento netto immobilizzazioni immateriali	(4.715)	(2.911)
Totale (C)	(9.842)	(120.946)
D - Flusso monetario da (per) attività finanziarie		
Nuovi finanziamenti	-	168.623
Rimborso quota finanziamenti a terzi	(10.457)	(5.000)
Rimborso quota capitale dei debiti per leasing IFRS 16	(5.111)	(5.263)
Distribuzione dividendi	(1.121)	-
Totale (D)	(16.688)	158.360
E - Flusso monetario del periodo (B+C+D)	(16.415)	54.410
Differenze nette di conversione	1.678	(1.345)
Totale (F)	1.678	(1.345)
G - Disponibilità monetarie nette finali (Indebitamento finanziario netto a breve) (A+E+F)	71.229	106.980

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

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, Safilo, Blenders, Privé Revaux e Seventh Street – e da marchi in licenza – Banana Republic, BOSS, Eyewear by David Beckham, Elie Saab, Fossil, Givenchy, 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 2020 ha realizzato un fatturato netto di 780.3 milioni di Euro.

Contatti:

Safilo Group Investor Relations

Barbara Ferrante

Tel. +39 049 6985766

<http://investors-en.safilogroup.com>

Safilo Group Press Office

Elena Todisco

Tel. +39 339 1919562

Anna Cappozzo

Tel. +39 366 9293953