



**Nel 2023,
l'Europa e i mercati emergenti hanno continuato a trainare la
crescita dei marchi di proprietà e delle principali licenze,
mentre il contesto di business in Nord America è rimasto debole.
Continuità negli investimenti a supporto dei marchi propri e nella
trasformazione digitale**

- **Vendite nette a €287,2 M, +1,6% a cambi correnti
-0,4% a cambi costanti e performance organica¹ +3,2%**
- **Utile industriale lordo a €167,8 M
Margine del 58,4% vs 55,0% nel 1° trim. 2022**
- **EBITDA adj.² a €32,4 M
Margine dell'11,3% in linea con il 1° trim. 2022**
- **Indebitamento netto stabile a €112,4 M**

Padova, 3 maggio 2023 – 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 2023.

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

"Il 2023 ha sostanzialmente rispecchiato le nostre aspettative d'entrata nell'anno, all'insegna della continuità di alcuni dei principali driver di business che avevano caratterizzato la seconda metà del 2022.

La performance delle vendite, nel complesso sostanzialmente stabile rispetto allo stesso trimestre 2022 e in crescita del 3,2% a livello organico¹, è stata guidata da un'altra buona progressione dei nostri marchi di proprietà e delle nostre principali licenze nei paesi emergenti e soprattutto in Europa, dove i diversi mercati dell'area hanno continuato a svilupparsi bene, più che controbilanciando l'atteso, significativo calo del business generato attraverso la catena Grand Vision. Viceversa, il contesto di business negli Stati Uniti è rimasto ancora debole, soprattutto nelle fasce prezzo medio-basse dove gli ordini da parte dei nostri clienti sono rimasti ancora modesti, e negli occhiali da sole, in parte influenzati da condizioni meteorologiche sfavorevoli in alcuni stati chiave.

Sul fronte reddituale, siamo soddisfatti di aver continuato il nostro viaggio verso una migliore marginalità industriale, nel trimestre aumentata al 58,4% delle vendite, in crescita di 340 punti base rispetto al 1° trimestre 2022, ma anche di aver confermato un margine EBITDA adjusted² in linea con quello dell'anno scorso, all'11,3% dei ricavi, a fronte dei continui investimenti nelle attività di marketing a favore dei nostri marchi proprietari e di quelli a supporto dello sviluppo delle nostre infrastrutture e servizi digitali."

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 NEL 1°

2023

Le vendite nette di Safilo nel 1° trimestre 2023 si sono attestate a 287,2 milioni di euro, in crescita dell'1,6% a cambi correnti e in leggero calo, dello 0,4%, a cambi costanti rispetto ai 282,6 milioni di euro registrati nel 2° trimestre 2022. Le vendite organiche¹ sono risultate invece in crescita del 3,2% a cambi costanti, da una parte beneficiando della buona performance dei marchi proprietari e delle principali licenze, con Carrera, Polaroid, Carolina Herrera e David Beckham ancora in crescita a doppia cifra, e Hugo Boss e Tommy Hilfiger in buona progressione, dall'altra registrando una raccolta ordini ancora debole negli Stati Uniti sui prodotti posizionati nelle fasce prezzo medio-basse.

Nel 1° trimestre 2023, la performance delle vendite organiche¹ per area geografica è stata particolarmente brillante nei mercati europei e nei principali mercati dell'America Latina e del Medio Oriente, trainate in tutti i casi sia dal business degli occhiali da sole che da quello delle montature da vista.

(milioni di euro)	1° Trim. 2023		1° Trim. 2022		Variazione a cambi correnti	Variazione a cambi costanti	
					Reported	Reported	Organica ¹
		%		%			
Nord America	124,7	43,4	129,0	45,7	-3,4%	-7,2%	-0,9%
Europa	121,6	42,3	117,2	41,5	+3,8%	+4,0%	+5,5%
Resto del mondo	28,8	10,0	23,9	8,5	+20,3%	+16,6%	+16,7%
Asia e Pacifico	12,0	4,2	12,4	4,4	-3,0%	-2,6%	-2,5%
Totale	287,2	100,0	282,6	100,0	+1,6%	-0,4%	+3,2%

- **in Nord America**, le vendite nette del 1° trimestre 2023 si sono attestate a 124,7 milioni di euro, in calo del 3,4% a cambi correnti e del 7,2% a cambi costanti rispetto ai 129,0 milioni di euro registrati nel 1° trimestre 2022, mentre le vendite organiche¹ sono risultate più stabili, in calo dello 0,9% a cambi costanti. Il mercato *wholesale* statunitense ha continuato a evidenziare una domanda sostenuta di prodotti *premium* e *high-end*, trend di cui ha beneficiato anche una parte del portafoglio Safilo, mentre è risultata ancora debole la propensione d'acquisto da parte degli ottici indipendenti nelle fasce prezzo medio-basse. Nel trimestre, Smith ha registrato un andamento del business molto positivo nel canale *direct to consumer (D2C)*, ma meno dinamico nei negozi sportivi a causa di una base di confronto molto alta nel corrispondente trimestre 2022, in particolare per i prodotti da bicicletta. Gli occhiali da sole Blenders, nel trimestre per il marchio di più bassa stagionalità, sono stati influenzati dalle cattive condizioni atmosferiche nella costa californiana.
- **in Europa**, le vendite nette del 1° trimestre 2023 hanno raggiunto 121,6 milioni di euro, in crescita del 3,8% a cambi correnti e del 4,0% a cambi costanti rispetto ai 117,2 milioni di euro registrati nel 2° trimestre 2022, mentre le vendite organiche¹ sono cresciute del 5,5% a cambi costanti. La performance positiva dell'area si è contraddistinta per la forte crescita di tutti i principali mercati europei, che ha consentito al Gruppo di ben controbalanciare l'attesa, significativa contrazione dei ricavi, di quasi il 70%, generati attraverso la catena Grand Vision. Italia, Spagna, Francia e i mercati per il Gruppo più nuovi dell'Europa centro-orientale hanno continuato a sovraperformare, registrando crescite dei ricavi particolarmente evidenti presso gli ottici indipendenti e le catene. In Europa, le vendite di Carrera e Polaroid sono cresciute rispettivamente di circa il 20% e 10%.
- **nel Resto del Mondo**, le vendite nette del 1° trimestre 2023 sono risultate pari a 28,8 milioni di euro, facendo segnare un'altra importante crescita, del 20,3% a cambi correnti e del 16,6% a cambi costanti, rispetto ai 23,9 milioni di euro registrati nel 1° trimestre 2022. A trainare l'espansione dell'area è stato nuovamente il forte sviluppo commerciale del Gruppo in Brasile e soprattutto in Messico, dove Carrera, Polaroid e tutti i principali *brand* in licenza hanno registrato incrementi a doppia cifra, sia grazie alla maggiore produttività dei marchi nei punti vendita esistenti che a una crescita dei clienti serviti. Anche le vendite nei mercati di India e Medio Oriente hanno messo a segno incrementi significativi, sulla scia di un'azione di business che continua a focalizzarsi sulla

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.

creazione di grandi momenti di coinvolgimento con i principali partner *wholesale* locali, così come sullo sviluppo dei canali online attraverso gli operatori *internet pure player* (IPP).

- **in Asia e Pacifico**, le vendite nette del 1° trimestre 2023 si sono attestate a 12,0 milioni di euro, in calo del 3,0% a cambi correnti e del 2,6% a cambi costanti rispetto ai 12,4 milioni di euro registrati nel 1° trimestre 2022. La performance dell'area è stata influenzata dall'andamento delle vendite nel mercato cinese, nel periodo ancora debole a causa di una certa prudenza da parte dei clienti *wholesale*, con un cambio di tendenza atteso a partire dalla *Shanghai optical fair*, la più importante fiera del settore *eyewear* in Asia, che quest'anno si è tenuta nel mese di aprile. Nel trimestre, sono risultate invece in crescita le vendite nei canali *travel retail*, grazie alle riaperture in Cina e alla graduale ripresa dei flussi turistici, e in Australia, dove è continuata l'espansione del business sportivo.

PRINCIPALI INDICATORI ECONOMICI E FINANZIARI DEL 1° TR

3

Nel 1° 3, la performance economica di Safilo è stata caratterizzata, da una parte, dal significativo incremento della marginalità industriale lorda, alla quale hanno contribuito soprattutto l'effetto *price/mix* positivo delle vendite e l'alleggerimento dei costi di trasporto e delle spese energetiche, dall'altra, dai maggiori investimenti in attività di marketing e pubblicità a supporto dei marchi di proprietà e nei *software* che il Gruppo sta continuando a implementare in linea con la propria strategia di digitalizzazione (*software as a service*).

(milioni di euro)	1° trim. 2023	% sulle vendite nette	1° trim. 2022	% sulle vendite nette	Var % 2023 vs 2022
Vendite nette	287,2		282,6		+1,6%
Utile industriale lordo	167,8	58,4%	155,5	55,0%	+7,9%
EBITDA	29,3	10,2%	28,7	10,2%	+1,9%
EBITDA <i>adjusted</i>²	32,4	11,3%	32,0	11,3%	+1,3%
Impatto IFRS-16 su EBITDA	3,0		2,6		
Impatto IFRIC SaaS su EBITDA	(3,3)		(1,9)		

L'utile industriale lordo del 1° 3 si è attestato a 167,8 milioni di euro, in crescita dell'7,9% rispetto ai 155,5 milioni di euro registrati nel 2, mentre il margine industriale è aumentato al 58,4% delle vendite, in miglioramento di 340 punti base rispetto al 55,0% del 1° 2.

Nel periodo, i costi di vendita, generali e amministrativi sono aumentati di circa il 9% rispetto al corrispondente periodo 2022, trainati dagli investimenti in marketing e pubblicità e dall'avanzamento della *roadmap* di trasformazione digitale del Gruppo.

L'EBITDA *adjusted*² del 1° 3 è stato pari a 32,4 milioni di euro e a un margine sul fatturato dell'11,3%, in linea con i 32,0 milioni di euro e l'11,3% registrati nel 1° 2.

Anche l'indebitamento netto del Gruppo al 31 marzo 2023 è rimasto sostanzialmente stabile rispetto al 31 dicembre 2022, attestandosi a 112,4 milioni di euro (70,2 milioni di euro pre-IFRS 16). In scia alla leggera generazione di cassa registrata nell'ultimo trimestre 2022, anche nel 1° trimestre 2023 il free cash flow è risultato leggermente positivo.

Si è riunito per la prima volta in data odierna, sotto la presidenza di Maria Francesca Talamonti, il nuovo Collegio Sindacale di Safilo Group S.p.A. nominato dall'Assemblea degli Azionisti svoltasi lo scorso 27 aprile. Secondo quanto previsto dal Regolamento Emittenti Consob e dal Codice di Corporate Governance, il Collegio Sindacale ha verificato il possesso da parte di tutti i suoi componenti effettivi (Maria Francesca Talamonti, Bettina Solimando e Roberto Padova) dei requisiti di indipendenza previsti tanto dalla legge (art. 148, comma 3 del Testo Unico della Finanza) quanto dal medesimo Codice italiano di Corporate Governance (Raccomandazione 7, come richiamata dalla Raccomandazione 9) per i sindaci di società con azioni quotate. Il Consiglio di Amministrazione, riunitosi oggi sotto la presidenza di

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.

Eugenio Razelli, ha accertato in capo ai componenti del nuovo Collegio Sindacale i requisiti di onorabilità e professionalità previsti per i sindaci di società con azioni quotate dal Decreto del Ministero della Giustizia 30 marzo 2000, n. 162, come integrati – per quanto riguarda i soli requisiti di professionalità – dall’art. 27.1 dello statuto sociale di Safilo. Il Consiglio di Amministrazione ha altresì preso atto dei risultati dell’indicata verifica compiuta dal nuovo Collegio Sindacale circa il possesso in capo ai Sindaci effettivi dei requisiti di indipendenza previsti dalla legge.

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 2023, l’EBITDA *adjusted* esclude costi non ricorrenti pari a 3,1 milioni di euro dovuti ad alcuni progetti speciali e ad oneri di ristrutturazione.

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.

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 2023.

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://SafiloGrouQ12023TradingUpdate>.

La registrazione della conference call sarà disponibile dal 3 al 5 maggio 2023 al seguente numero: +39 02 802 0987 – passcode: 700713# - pin: 713#.

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, 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 2022 ha realizzato un fatturato netto di 1.076,7 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