

<p>Informazione Regolamentata n. 1220-25-2025</p>	<p>Data/Ora Inizio Diffusione 14 Maggio 2025 17:42:12</p>	<p>Euronext Milan</p>
---	---	-----------------------

Societa' : SALVATORE FERRAGAMO

Identificativo Informazione Regolamentata : 205641

Utenza - referente : FERRAGAMON06 - Benocci

Tipologia : REGEM; 3.1

Data/Ora Ricezione : 14 Maggio 2025 17:42:12

Data/Ora Inizio Diffusione : 14 Maggio 2025 17:42:12

Oggetto : Comunicato Stampa - Ricavi Consolidati al 31 marzo 2025

Testo del comunicato

Vedi allegato

FERRAGAMO

COMUNICATO STAMPA

Il Consiglio di Amministrazione di **Salvatore Ferragamo S.p.A.** ha esaminato i Ricavi Consolidati al 31 marzo 2025

In un contesto complesso e incerto rimaniamo focalizzati sull'ottimizzazione dell'offerta prodotto e dei servizi alla clientela

- **Ricavi Totali di Gruppo pari a 221 milioni di euro (-1,0% a tassi di cambio costanti¹ e -2,6% a tassi di cambio correnti rispetto ai 227 milioni di euro del primo trimestre 2024)**
- **Vendite Nette Consolidate del canale DTC³ pari a 164 milioni di euro (-4,5% a tassi di cambio costanti¹ e -3,6% a tassi di cambio correnti rispetto ai 170 milioni di euro del primo trimestre 2024), con le performance positive a cambi costanti¹ in Europa, Giappone e America Latina che hanno in parte controbilanciato i risultati negativi in Asia Pacifico**
- **Vendite Nette Consolidate del canale Wholesale pari a 54 milioni di euro (+10,3% a tassi di cambio costanti¹ e +7,9% a tassi di cambio correnti rispetto ai 50 milioni di euro del primo trimestre 2024), con risultati positivi in tutte le aree geografiche**

Nei primi mesi dell'anno, abbiamo continuato a focalizzarci sul core business della pelletteria, consolidando ulteriormente la categoria borse, dove stiamo rafforzando l'offerta di modelli continuativi come la Hug Bag e introducendo nuovi best seller come la Soft Bag. Il nostro impegno ha portato nel primo trimestre alla performance positiva della categoria pelletteria.

Stiamo anche lavorando sull'ottimizzazione dell'offerta di calzature donna, concentrandoci su modelli funzionali come ballerine e décolleté, valorizzando i nostri best seller e sviluppando nuove linee. Per le calzature uomo puntiamo a coprire un'ampia gamma di segmenti, dallo sportivo ibrido all'elegante formale, facendo leva sui nostri modelli più iconici.

Continuiamo ad arricchire la nostra offerta nelle diverse fasce di prezzo e funzionalità in tutte le categorie, per accrescere il coinvolgimento dei clienti, anche attraverso un approccio di marketing multicanale agile e mirato, con eventi in negozio e contenuti digitali avvincenti.

Il difficile contesto macroeconomico ha influito sulla fiducia dei consumatori e impattato le performance del primo trimestre, determinando un calo del traffico, solo in parte compensato da un tasso di conversione più alto e dall'aumento dello scontrino medio. Il nostro canale DTC ha continuato a registrare risultati positivi in

FERRAGAMO

Europa, Giappone e America Latina, neutralizzato dalla performance negativa nell'Asia Pacifico, mentre il canale Wholesale ha registrato buoni risultati in tutte le aree geografiche.

Consapevoli del contesto sempre più incerto, continueremo ad aggiornare l'offerta prodotto per soddisfare pienamente le aspettative dei nostri clienti e consolidare il nostro posizionamento di mercato, facendo leva sul nostro solido DNA e sulle nostre capacità creative, con flessibilità e disciplina operativa.

Firenze, 14 maggio 2025 – Il Consiglio di Amministrazione di Salvatore Ferragamo S.p.A. (EXM: SFER), società a capo del Gruppo Salvatore Ferragamo, riunitosi in data odierna sotto la Presidenza di Leonardo Ferragamo, ha esaminato i Ricavi Consolidati al 31 marzo 2025, redatti secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS (dati “non audited”).

Ricavi Consolidati

Al 31 marzo 2025, il Gruppo Salvatore Ferragamo ha realizzato Ricavi Consolidati pari a 221 milioni di euro, in calo del 2,6% a tassi di cambio correnti e dell'1,0% a tassi di cambio costanti¹ rispetto al primo trimestre 2024. Il risultato è stato penalizzato in particolare dal contesto negativo dei consumi in Asia Pacifico e dalla performance debole del canale DTC³ secondario.

Vendite nette per canale distributivo²

Il canale distributivo DTC³ ha registrato, al 31 marzo 2025, Vendite Nette in calo del 3,6% (-4,5% a tassi di cambio costanti¹), rispetto allo stesso periodo del 2024, con le performance positive in Europa, Giappone e America Latina che hanno in parte controbilanciato i risultati negativi in Asia Pacifico.

Il canale Wholesale ha riportato, al 31 marzo 2025, Vendite Nette in aumento del 7,9% (+10,3% a tassi di cambio costanti¹), rispetto allo stesso periodo del 2024, con risultati positivi in tutte le aree geografiche.

Vendite nette per area geografica e per canale distributivo²

L'area EMEA, nel primo trimestre 2025, ha registrato un aumento delle Vendite Nette del 9,1% (+8,3% a tassi di cambio costanti¹), rispetto al primo trimestre 2024, con risultati positivi sia per il canale DTC³ che per il canale Wholesale. Il canale DTC³ primario ha continuato a sovraperformare il secondario, grazie sia agli acquisti dei turisti, in particolare Americani, che dei consumatori locali.

FERRAGAMO

L'area del Nord America ha registrato, nel primo trimestre 2025, un aumento delle Vendite Nette pari al 3,7% (+1,5% a tassi di cambio costanti¹), rispetto allo stesso periodo del 2024, grazie all'andamento positivo del canale DTC³ primario e del canale Wholesale.

L'area del Centro e Sud America ha registrato nel primo trimestre 2025 Vendite Nette in calo dello 0,8% (+12,2% a tassi di cambio costanti¹), rispetto allo stesso periodo del 2024, con il canale DTC³ in aumento a doppia cifra (a tassi di cambio costanti¹) e con un andamento positivo anche per il canale Wholesale.

L'area Asia Pacifico ha registrato Vendite Nette in calo del 13,0% (-13,7% a tassi di cambio costanti¹), rispetto al primo trimestre 2024, a causa di un contesto di consumi particolarmente debole che ha significativamente impattato il traffico.

Il mercato giapponese nel primo trimestre 2025 ha riportato un aumento delle Vendite Nette del 4,1% (+3,6% a tassi di cambio costanti¹) rispetto al primo trimestre 2024, soprattutto grazie agli acquisti dei turisti.

Note al comunicato stampa

¹ I Ricavi/Vendite Nette a "cambi costanti" vengono calcolati applicando ai Ricavi/Vendite Nette del periodo 2024, non inclusivi dell'"effetto hedging", i cambi medi dello stesso periodo 2025.

² Le variazioni delle Vendite nette si intendono a cambi correnti (escluso l'effetto hedging), qualora non indicato diversamente.

³ Nel nostro modello di distribuzione, il canale Direct to Consumer (DTC) è costituito da negozi monomarca gestiti direttamente da noi (DOS), nonché da vendite online gestite direttamente e da altre piattaforme di e-commerce attraverso le quali vendiamo direttamente ai nostri clienti.

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Pierre Giorgio Sallier de La Tour, dichiara ai sensi dell'articolo 154-bis, comma 2, del D. Lgs. n. 58/1998 che l'informativa contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

FERRAGAMO

Si precisa che il documento può contenere dichiarazioni previsionali, relative a eventi futuri e risultati operativi, che per loro natura hanno una componente di rischio e incertezza, in quanto dipendono da eventi e sviluppi futuri e non prevedibili. I risultati effettivi potranno pertanto discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli preannunciati in relazione ad una pluralità di fattori.

I ricavi consolidati del primo trimestre 2025 saranno illustrati oggi, 14 maggio 2025 alle ore 18:00 (CET) nel corso di una conference call con la comunità finanziaria. La presentazione è disponibile sul sito internet della società <http://group.ferragamo.com> nella sezione "Investor Relations/Presentazioni".

Salvatore Ferragamo S.p.A.

Salvatore Ferragamo S.p.A. è la capogruppo del Gruppo Salvatore Ferragamo, uno dei principali operatori del settore del lusso, le cui origini risalgono al 1927.

Salvatore Ferragamo è rinomata per la creazione, produzione e distribuzione mondiale di collezioni di lusso di calzature, pelletteria, abbigliamento, prodotti in seta e altri accessori per uomo e donna, tra cui occhiali, orologi e profumi realizzati su licenza.

Ferragamo continua a reinterpretare ed evolvere lo spirito del suo Fondatore e il proprio heritage con creatività, innovazione e approccio sostenibile. Unicità ed esclusività, insieme al perfetto connubio tra stile e ricercato savoir-faire Made in Italy, sono i tratti distintivi di tutti i prodotti Ferragamo.

Per ulteriori informazioni:

Salvatore Ferragamo S.p.A.

Paola Pecciarini

Group Investor Relations

Tel. (+39) 055 3562230

investor.relations@ferragamo.com

Image Building

Giuliana Paoletti, Mara Baldessari

Media Relations

Tel. (+39) 02 89011300

ferragamo@imagebuilding.it

Il comunicato è disponibile anche sul sito <http://group.ferragamo.com>, nella sezione "Investor Relations/Comunicati Finanziari".

FERRAGAMO

Si riportano di seguito alcune analisi di dettaglio dei Ricavi/Vendite Nette del Gruppo Salvatore Ferragamo per il primo trimestre 2025.

Ricavi per canale distributivo al 31 marzo 2025

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 31 marzo					a cambi costanti var%
	2025	% sui Ricavi	2024	% sui Ricavi	Var %	
DTC	163.729	74,1%	169.759	74,8%	(3,6%)	(4,5%)
Wholesale	53.898	24,4%	49.948	22,0%	7,9%	10,3%
<i>Vendite nette</i>	<i>217.627</i>	<i>98,5%</i>	<i>219.707</i>	<i>96,8%</i>	<i>(0,9%)</i>	<i>(1,2%)</i>
Effetto Cash flow hedging sui ricavi	(1.803)	(0,8%)	2.446	1,1%	nm	nm
Licenze e prestazioni	4.227	1,9%	3.961	1,7%	6,7%	6,7%
Locazioni immobiliari	1.006	0,5%	854	0,4%	17,8%	14,2%
Totale	221.057	100,0%	226.968	100,0%	(2,6%)	(1,0%)

* Nel nostro modello di distribuzione, il canale Direct to Consumer (DTC) è costituito da negozi monomarca gestiti direttamente da noi (DOS), nonché da vendite online gestite direttamente e da altre piattaforme di e-commerce attraverso le quali vendiamo direttamente ai nostri clienti.

Vendite Nette per area geografica al 31 marzo 2025

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 31 marzo					a cambi costanti var%
	2025	% sui Ricavi	2024	% sui Ricavi	Var %	
Europa	54.261	24,9%	49.746	22,6%	9,1%	8,3%
Nord America	62.262	28,6%	60.031	27,3%	3,7%	1,5%
Giappone	20.769	9,6%	19.953	9,1%	4,1%	3,6%
Asia Pacifico	63.783	29,3%	73.292	33,4%	(13,0%)	(13,7%)
Centro e Sud America	16.552	7,6%	16.685	7,6%	(0,8%)	12,2%
Vendite nette	217.627	100,0%	219.707	100,0%	(0,9%)	(1,2%)

FERRAGAMO

Vendite nette per categoria merceologica al 31 marzo 2025

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 31 marzo				Var %	a cambi costanti var%
	2025	% sui Ricavi	2024	% sui Ricavi		
Calzature	92.116	42,3%	101.920	46,4%	(9,6%)	(10,1%)
Pelletteria	96.218	44,2%	87.778	40,0%	9,6%	9,8%
Abbigliamento	13.071	6,0%	13.474	6,1%	(3,0%)	(2,6%)
Seta e Altro	16.222	7,5%	16.535	7,5%	(1,9%)	(2,9%)
Vendite nette	217.627	100,0%	219.707	100,0%	(0,9%)	(1,2%)

Fine Comunicato n.1220-25-2025

Numero di Pagine: 8