



SAFILO GROUP S.P.A. COMUNICA LE VENDITE PRELIMINARI¹ DELL'ESERCIZIO 2020

**In crescita le vendite del 4° trimestre: +3,0% a cambi costanti
grazie al progressivo miglioramento del business wholesale²
e alla continua crescita del canale online**

**Cresce del 4,5% il 2° semestre e le vendite dell'anno
si attestano a 780,3 milioni di euro, -15,2% a cambi costanti**

A break-even l'EBITDA adjusted³ dell'esercizio 2020

Padova, 27 gennaio 2021 – Il Consiglio di Amministrazione di Safilo Group S.p.A. ha esaminato in data odierna le vendite preliminari¹ per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020. I risultati economico-finanziari dell'intero esercizio saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione il prossimo 11 marzo 2021.

Nell'esercizio 2020, le vendite nette preliminari¹ di Safilo si sono attestate a 780,3 milioni di euro, in calo del 15,2% a cambi costanti e del 16,9% a cambi correnti rispetto ai 939,0 milioni di euro registrati nel 2019, a causa della forte flessione subita nel primo semestre dell'anno in seguito alle significative misure di blocco messe in atto dai governi di tutto il mondo per arginare la pandemia da Covid-19. Nel secondo semestre dell'anno, le vendite nette di Safilo sono risultate invece in crescita del 4,5% a cambi costanti, grazie alla significativa ripresa del business registrata nel 3° trimestre e ad un aumento delle vendite messo a segno dal Gruppo anche nel 4° trimestre nonostante gli impatti negativi derivanti dalla seconda ondata pandemica.

Le vendite nette nel 4° trimestre 2020 si sono infatti attestate a 225,6 milioni di euro, in crescita del 3,0% a cambi costanti (-2,1% a cambi correnti) rispetto ai 230,4 milioni di euro dello stesso trimestre 2019, una performance positiva che è risultata ancor più significativa perché realizzata anche grazie al progressivo miglioramento del business wholesale², che nel 4° trimestre ha ridotto il calo sull'anno precedente a un -1,6% a cambi costanti, dal -5,5% registrato nel 3° trimestre 2020. Nel periodo, le acquisizioni di Privé Revaux e Blenders Eyewear hanno invece contribuito alle vendite del Gruppo in Nord America per un totale di 14,1 milioni di euro.

VENDITE NETTE PRELIMINARI¹ PER AREA GEOGRAFICA NEL 4° TRIMESTRE:

(milioni di euro)	Q4 2020	%	Q4 2019	%	Var. % a cambi correnti	Var. % a cambi costanti
Europa	86,1	38,2	106,9	46,4	-19,4%	-18,0%
Nord America	100,9	44,7	84,7	36,8	19,2%	27,0%
Asia e Pacifico	21,1	9,3	17,0	7,4	24,1%	28,1%
Resto del mondo	17,5	7,8	21,8	9,5	-19,7%	-6,5%
Totale	225,6	100,0	230,4	100,0	-2,1%	3,0%

Nel 4° trimestre 2020, i principali driver dell'andamento delle vendite di Gruppo sono stati:

- la resilienza del business *wholesale* nordamericano, in crescita dell'8,9% su base organica, escluse le acquisizioni e a cambi costanti. Nel 4° trimestre, le vendite totali in Nord America sono risultate invece in crescita del 27,0% a cambi costanti e del 19,2% a cambi correnti, grazie al contributo, stagionalmente più contenuto rispetto ai precedenti due trimestri, di Privé Revaux e Blenders Eyewear;
- il contesto di business ancora difficile in Europa, dove le vendite nette sono risultate nel periodo in calo del 18,0% a cambi costanti (-16,0% il business *wholesale*²) e del 19,4% a cambi correnti, a causa della reintroduzione di nuove restrizioni alla circolazione delle persone e all'apertura delle attività commerciali dovute alla seconda ondata di contagi da Coronavirus. I lockdown e la mancanza di turismo hanno colpito in particolare i canali specializzati come le boutique e il travel retail, mentre i clienti *internet pure player* hanno continuato a registrare una forte crescita. Il trimestre in Europa ha inoltre evidenziato la ripresa della raccolta ordini e dell'attività *wholesale* verso le grandi catene;
- un rimbalzo del business in Asia e Pacifico, con le vendite trimestrali in crescita del 28,1% a cambi costanti e del 24,1% a cambi correnti, dal -6,4% registrato nel 3° trimestre, grazie alla forte accelerazione del business in Cina, più che triplicato nel 4° trimestre, e a una crescita più marcata anche nel mercato australiano;
- al miglioramento dei trend di vendita nel Resto del Mondo, in contrazione del 6,5% a cambi costanti e del 19,7% a cambi correnti, sulla scia dell'andamento positivo del business in Brasile e in Messico e dei primi segnali di recupero che si sono materializzati nei mercati del Medio Oriente.

Nel 4° trimestre 2020 hanno trovato inoltre conferma le due principali tendenze evidenziatesi nel corso dell'anno a livello di canale distributivo e categoria prodotto. E' risultata infatti nuovamente molto significativa per Safilo la spinta delle vendite *online*, che nel trimestre hanno rappresentato circa il 12% delle vendite nette del Gruppo (dal circa 4,5% nello stesso trimestre 2019), grazie all'apporto del business *e-commerce* di Blenders e Privé Revaux, e a una crescita delle vendite organiche *online* del 60,9% a cambi costanti, guidata dal canale *D2C* di Smith e dal business generato dai clienti *internet pure player* del Gruppo.

In un contesto di business che anche nel 4° trimestre è rimasto fortemente restrittivo, la richiesta dei consumatori finali e l'attività al dettaglio nei diversi mercati ha continuato a focalizzarsi sulle montature da vista, categoria prodotto che rappresenta per Safilo una priorità strategica e nella quale il Gruppo sta compiendo importanti progressi sul fronte della *product offer*, del servizio offerto al cliente e del suo coinvolgimento grazie alla nuova piattaforma digitale *B2B* e al nuovo sistema di *CRM*.

VENDITE NETTE PRELIMINARI¹ PER AREA GEOGRAFICA NELL'ESERCIZIO:

(milioni di euro)	2020	%	2019	%	Var. % a cambi correnti	Var. % a cambi costanti
Europa	330,4	42,3	448,8	47,8	-26,4%	-25,9%
Nord America	342,5	43,9	334,0	35,6	2,5%	4,7%
Asia e Pacifico	60,7	7,8	78,0	8,3	-22,2%	-20,9%
Resto del mondo	46,8	6,0	78,3	8,3	-40,3%	-32,6%
Totale	780,3	100,0	939,0	100,0	-16,9%	-15,2%

Nell'esercizio 2020, le vendite preliminari¹ del business organico di Safilo sono risultate in calo del 21,9% a cambi costanti (-21,5% il business *wholesale*²), mentre le acquisizioni hanno contribuito per 61,8 milioni di euro sull'intero periodo di consolidamento. Nel 2020, Blenders Eyewear e Privé Revaux hanno registrato insieme una crescita pro-forma⁴ del 66%.

Nell'esercizio 2020, le vendite *online* di Safilo, comprensive delle acquisizioni, hanno raggiunto il 13% delle vendite totali di Gruppo, da circa il 4% nel 2019.

La performance delle vendite nel 4° trimestre ha consentito al Gruppo di proseguire il percorso di recupero degli utili iniziato nel 3° trimestre. In valore assoluto, l'EBITDA *adjusted*² messo a segno da Safilo nel secondo semestre dell'anno ha così pienamente controbilanciato la significativa perdita registrata nel primo semestre, consentendo al Gruppo di riportarsi sull'anno a *break-even*.

Su base preliminare¹, a fine dicembre 2020 l'indebitamento netto di Gruppo è atteso intorno ai 179 milioni di euro (pre-IFRS 16), rispetto ai 155,8 milioni di euro a fine settembre 2020.

Note al comunicato stampa:

¹ I dati preliminari dell'esercizio 2020 (vendite nette, EBITDA adjusted e indebitamento netto di Gruppo) non sono certificati.

² Il business *wholesale* esclude il business relativo al contratto di fornitura con Kering, riportato all'interno dell'area geografica denominata Europa.

³ L'EBITDA *adjusted* non include poste non ricorrenti.

⁴ Safilo Group ha consolidato Privé Revaux e Blenders Eyewear nel 2020, secondo le rispettive date di acquisizione del 10 febbraio 2020 e del 1° giugno 2020. La performance pro-forma di Privé Revaux e Blenders Eyewear è calcolata sulle loro vendite nette totali 2020 rispetto al 2019.

Safilo

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 sei 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 – Blenders, Carrera, Polaroid, Privé Revaux, Safilo, Seventh Street e Smith – e da marchi in licenza – Banana Republic, BOSS, David Beckham, Elie Saab, Fendi, 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 2019 ha realizzato un fatturato netto di 939 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 Cappelletto

Tel. +39 366 9293953