



FERRARI CAPITAL MARKETS DAY PIANO STRATEGICO 2022-2026

DEDIZIONE ALL'UNICITÀ, ARRICCHENDO ULTERIORMENTE LA GAMMA

- 15 nuovi lanci nel periodo 2023-2026.
- I modelli Icona e Supercar costituiranno, in media, meno del 5% del totale volumi nel periodo di piano, le Serie Speciali intorno al 10%.
- Il modello Purosangue verrà presentato a settembre 2022. Il suo contributo medio annuo alle consegne rimarrà al di sotto del 20% durante il suo ciclo vita.
- La tanto attesa nuova Supercar sarà presentata nel periodo di piano.
- La prima Ferrari elettrica verrà presentata nel 2025, come annunciato in precedenza.

TRE MOTORIZZAZIONI CON EMOZIONI DI GUIDA DISTINTIVE

- Entro il 2026, l'offerta di prodotti sarà per il 40% ICE, 60% ibrida ed elettrica.
- Lo sviluppo dell'ICE, componente essenziale della tradizione della Società, proseguirà.
- I motori ibridi continueranno a beneficiare del trasferimento tecnologico dall'esperienza di Ferrari nel mondo delle corse.
- I motori elettrici saranno progettati, sviluppati e realizzati artigianalmente a Maranello, per assicurare un'esperienza di guida unica derivante anche da soluzioni del mondo delle corse.

CRESCITA DEL VALORE⁽¹⁾

- Il piano favorisce i ricavi rispetto ai volumi, e prevede un forte contributo del mix/prezzo, raggiungendo nel 2026 un EBITDA pari a Euro 2,5-2,7 miliardi, con un margine EBITDA di 38%-40%.
- Gli investimenti cumulati sono pari a Euro ~4,4 miliardi, che sosterranno lo sviluppo del prodotto, di cui ~75% relativi a nuovi progetti vettura e ~25% alle infrastrutture.
- Generazione di free cash flow industriale cumulato coerente e pari a Euro 4,6-4,9 miliardi nel periodo di piano 2022-2026.
- Remunerazione degli azionisti tramite l'incremento del dividend pay-out dal 30% al 35% dell'utile netto rettificato dal 2022 in avanti e un programma di riacquisto delle azioni proprie di Euro ~2 miliardi da ora al 2026.

AZIONI MIRATE PER RAGGIUNGERE LA NEUTRALITÀ DELLE EMISSIONI DI CARBONIO ENTRO IL 2030

- Per gli Scopi 1 e 2, Ferrari sta implementando il biometano per il trigeneratore, installando pannelli fotovoltaici e sistemi basati su celle a combustibile.
- Per quanto riguarda lo Scopo 3, l'elettrificazione ridurrà le emissioni di CO_{2e} nella fase d'uso del veicolo (almeno -50% in media per vettura entro il 2030), inoltre Ferrari sta esplorando soluzioni per

¹ Per le note complete e le definizioni delle misure finanziarie non-GAAP si rimanda ai documenti pubblici



ridurre (almeno -30% in media per vettura entro il 2030) le emissioni relative alle materie prime, altrimenti in crescita, principalmente dovute al modulo batteria.

- Ferrari è impegnata a definire Science Based Targets⁽²⁾ in linea con lo scenario climatico 1,5°C.

Maranello (Italia), 16 giugno 2022 – Ferrari N.V. (NYSE/EXM: RACE) ("Ferrari" oppure "Società") presenta oggi durante il Capital Markets Day il piano strategico 2022-2026 e le azioni che sta intraprendendo per cogliere le future opportunità.

Sviluppo dei dipendenti, esperienza, emozioni, elettrificazione, motore, ambiente e risultati finanziari: la Società sta aprendo un nuovo ed emozionante capitolo, pronta a spingersi più che mai oltre i confini in modo distintivo.

John Elkann, Presidente di Ferrari: "Il nostro brand fa sognare milioni di persone. È stato costruito in 75 anni di esperienze emozionanti e indimenticabili, grazie ai successi in pista e al puro piacere di guida su strada. Ha creato una comunità inclusiva e affiatata, che unisce persone e Paesi diversi, perfino industrie diverse. Finché ne preserveremo la tradizione e i valori, potremo contare su solide basi per i nostri piani strategici futuri".

Benedetto Vigna, Amministratore Delegato di Ferrari: "Con impegno e passione, le donne e gli uomini di Ferrari sono determinati a realizzare in modo impeccabile il piano strategico e a sfruttare tutte le opportunità che si prospettano, facendo propria la vocazione del nostro fondatore: mantenere viva la volontà di progresso perseguita in passato. Continueremo a far leva sui nostri vantaggi competitivi: unicità e leadership tecnologica, intraprendendo al contempo delle azioni per raggiungere la neutralità delle emissioni di carbonio entro il 2030."

Il piano industriale 2018-2022 ha dimostrato la capacità di Ferrari di mantenere le proprie promesse e di attuare la propria strategia nonostante la pandemia da Covid-19. Tra i principali risultati ottenuti nel piano precedente vi sono il lancio di 15 vetture, un aumento del 25% della base clienti⁽³⁾ e un free cash flow industriale cumulato⁽⁴⁾ di oltre Euro 2,46 miliardi, che tiene conto del significativo free cash flow industriale previsto per il 2022.

DEDIZIONE ALL'UNICITÀ, ARRICCHENDO ULTERIORMENTE LA GAMMA

La Società dispone oggi della gamma prodotti più ampia e più bella di sempre, nonché del portafoglio ordini più alto mai raggiunto, che consentono di preparare e gestire il percorso di crescita futuro in linea con la propria dedizione all'unicità, fedele alla filosofia del suo fondatore "Ferrari consegnerà sempre un'auto in meno della domanda di mercato".

Per mantenere la gamma prodotti ai massimi livelli, preservando l'unicità, il piano annuncia oggi prevede il lancio di 15 nuovi modelli tra il 2023 e il 2026. Ogni modello sarà progettato con un

² La policy SBTi per il settore OEMs è attualmente in revisione, gli obiettivi sullo Scopo 3 potrebbero essere soggetti a requisiti più stringenti

³ Clienti attivi che hanno comprato Ferrari negli ultimi 5 anni

⁴ Periodo 2018-2022E



posizionamento unico e per rivolgersi a una clientela specifica, secondo il principio "diverse Ferrari per diversi Ferraristi e diverse Ferrari per momenti diversi".

Per mantenere l'unicità, la gamma prodotti 2022-2026 comprenderà, in media, oltre ai modelli di gamma:

- **Icona e Supercar**, che saranno limitate a meno del 5% dei volumi totali
- **Serie Speciali** che rappresenteranno circa il 10% dei volumi totali

Ferrari seguirà un approccio disciplinato nell'applicare tale esclusività anche al modello Purosangue, un puro V12 che sarà presentato nel settembre 2022. Il suo contributo medio annuo alle consegne è attualmente previsto al di sotto del 20% nel corso del suo ciclo vita.

L'attesissima nuova Supercar sarà lanciata entro il periodo di piano.

Dal 2018, è stato realizzato un allargamento e un ringiovanimento, accuratamente progettato, dei fedeli clienti di Ferrari, sempre nel rispetto del principio di esclusività che si riflette nel suo attuale tasso di penetrazione di ~0,3% tra ~26 milioni di HNWI in tutto il mondo⁽⁵⁾. La base clienti è stata aumentata del 25%, con nuovi clienti che in media hanno 8 anni in meno rispetto a prima. Durante il piano, Ferrari è stata anche in grado di sviluppare i suoi collezionisti top, il 60% dei quali sono nuovi clienti e hanno ampliato il numero di auto nel loro garage in media del 25%.

TRE MOTORI CON DISTINTIVE EMOZIONI DI GUIDA

Fedele alla filosofia del suo fondatore, secondo cui "il motore è l'anima di una vettura", la Ferrari continuerà a progettare, sviluppare e realizzare artigianalmente i propri motori a Maranello, insieme ad altri componenti fondamentali per differenziare la tecnologia e le prestazioni delle proprie vetture.

Entro il 2026 Ferrari punta a un gamma prodotto ben diversificata, composta, in termini di numero di modelli, per il 60% da ibridi ed elettrici e per il 40% da ICE, ognuno dei quali è in grado di offrire emozioni di guida distintive, ma sempre inconfondibilmente Ferrari. Entro il 2030, l'obiettivo è un'offerta composta per il 20% da veicoli ICE, per il 40% da ibridi e per il 40% da elettrici.

- **ICE** – Ferrari continuerà a lavorare all'innovazione del motore a combustione interna e, con il supporto dei partner, svilupperà soluzioni nel campo dell'efficienza energetica e dei carburanti alternativi per accrescere una parte essenziale della tradizione della Società.
- **Ibrido** – Dal 2009, Ferrari ha dimostrato che l'ibrido è la tecnologia giusta per aumentare la pura prestazione e ha sfruttato il trasferimento tecnologico dal mondo delle corse. Oggi, con quattro vetture ibride in gamma, la Società è ancora fermamente convinta che il motore ibrido possa aumentare ulteriormente le performance.
- **Elettrico** – Sfruttando i forti punti in comune con il motore a combustione interna - tra cui il trasferimento di tecnologia dal mondo delle corse, la meccanica di precisione, la fluidodinamica e il software per le prestazioni - anche la tecnologia elettrica fornirà elementi unici, emozioni di guida e brividi di una vera Ferrari.

⁵ High Net Worth Individuals con più di \$ 1 milione di patrimonio investibile, Bain Luxury Report



IL PERCORSO DI ELETTRIFICAZIONE CHE PARTE DALLA TRADIZIONE DELLE CORSE

La prima Ferrari elettrica sarà presentata nel 2025 e affonderà le sue radici nel patrimonio del Cavallino Rampante, attingendo a una più ampia esperienza tecnica per migliorare ulteriormente le emozioni di guida. Le sue caratteristiche uniche, sfruttando il know-how delle corse, la renderanno una vera Ferrari, assicurando che si distingua in tutte le dimensioni: densità di potenza del motore, peso, suono ed emozioni di guida.

Un altro elemento chiave di differenziazione per le vetture elettriche Ferrari sarà il modo in cui le celle delle batterie - che saranno acquistate per garantire la massima qualità e la tecnologia più avanzata - saranno assemblate a Maranello. I moduli della batteria, realizzati artigianalmente, saranno integrati nel telaio delle vetture in un processo che mira a ridurre il peso del veicolo, ad aumentare le prestazioni e a creare un'esperienza di guida unica, come solo una Ferrari può offrire.

Ancora una volta, saranno utilizzate le tecnologie esistenti con l'obiettivo di continuare a superare le aspettative dei clienti, rimanendo fedeli alla convinzione del fondatore che "la miglior Ferrari che sia mai stata costruita è la prossima".

MAGGIORE PRODUZIONE IN-HOUSE E OPEN INNOVATION

Ferrari continuerà a produrre internamente i componenti strategici, allo stesso tempo collaborerà allo sviluppo e personalizzerà le migliori soluzioni esistenti con partner selezionati, come ha sempre fatto fin dalla sua fondazione. Le partnership strategiche nelle aree hardware e software non-core garantiranno l'accesso a soluzioni tecnologiche all'avanguardia, contribuendo a mantenere un approccio disciplinato agli investimenti e migliorando al contempo il design, le prestazioni e le emozioni di guida.

Un ampliamento dello stabilimento di Maranello garantirà per gli anni a venire una capacità tecnica superiore alle esigenze. In particolare, lo stabilimento sarà arricchito da un nuovo e-building dove verranno progettati, realizzati artigianalmente e assemblati i motori elettrici, gli inverter e le batterie, mentre un nuovo impianto di verniciatura consentirà un livello di personalizzazione ancora più ampio, trend rilevante nel settore del lusso.

EMOZIONI DI GUIDA SUPERIORI ED ESPERIENZE PER I CLIENTI

Ferrari continuerà a offrire ai suoi clienti l'unicità che meritano, ampliando la proposta di valore, preservando allo stesso tempo il DNA del marchio.

Emozioni di guida - Nel mondo dell'auto, che sarà sempre più condiviso, a guida autonoma, connesso ed elettrificato, la Società intende perseguire la propria strada in maniera distintiva per mantenere il design, le prestazioni e le emozioni sempre al centro dell'esperienza di guida. Questo obiettivo sarà raggiunto sviluppando componenti distintivi e adattando le soluzioni tecnologiche esistenti alle esigenze di Ferrari. La Società limiterà la guida autonoma delle sue vetture a L2/L2+, per preservare le straordinarie emozioni vissute al volante, mentre la connettività sarà innanzitutto finalizzata a migliorare l'esperienza e il rapporto con il cliente.



Per continuare a coltivare la sua comunità, Ferrari proseguirà con lo sviluppo della sua strategia omni-touchpoint e con il coinvolgimento dei clienti attraverso esperienze esclusive e personalizzate, tra cui eventi quali la Cavalcade e le Finali Mondiali.

Altre attività lusso e lifestyle - La presenza del Gruppo nel più ampio settore del lusso rappresenta un'opportunità unica per garantire la rilevanza del marchio tra le generazioni future. Dall'ultimo Capital Markets Day del 2018, Ferrari ha ridotto il numero di licenze per rafforzare la desiderabilità del marchio e la qualità dei ricavi, ha rinnovato la propria rete di distribuzione, ha attratto importanti talenti dal mondo del lusso e ha lanciato due Collezioni Fashion.

CRESCITA DEL VALORE

Ferrari punta a raggiungere un fatturato netto fino a Euro 6,7 miliardi nel 2026, con un tasso di crescita annuo composto del 9%, trainato principalmente dalle attività legate alle auto, sostenute dal ricco portafoglio di modelli e dalle personalizzazioni. Ci si attende che anche gli altri ricavi, generati sia dalle attività racing sia da quelle attività lifestyle, contribuiranno positivamente alla performance della Società, includendo l'ambizione di raddoppiare le vendite lifestyle entro il 2026 rispetto ai livelli pre-pandemia.

L'EBIT raggiungerà Euro 1,8-2,0 miliardi entro il 2026, con un margine del 27%-30%, trainato dal mix/prezzo come fattore principale e, in misura minore, dal volume. I costi industriali e di ricerca e sviluppo cresceranno principalmente a causa degli ammortamenti e delle spese per migliorare ulteriormente il vantaggio tecnologico di Ferrari. Anche le SG&A aumenteranno leggermente, per supportare le attività di comunicazione e marketing a sostegno della gamma di prodotti, di lifestyle, del network e dello sviluppo organizzativo.

Come risultato, nel 2026 la Società punta ad un EBITDA di Euro 2,5-2,7 miliardi, con un CAGR dell'11%, superiore rispetto alla crescita dei ricavi, e un margine dell'EBITDA di 38%-40%.

Ferrari punta a generare un free cash flow industriale cumulato di Euro 4,6-4,9 miliardi nel periodo 2022-2026, raddoppiato rispetto al 2016-2021, sostenuto prevalentemente dalla crescente profittabilità e in parte compensato da investimenti cumulati di Euro ~4,4 miliardi e da altre variazioni operative.

Ferrari pubblica oggi i seguenti obiettivi finanziari:

<i>(€Mld, salvo diversamente indicato)</i>	2022 GUIDANCE	2026
RICAVI NETTI	~4,8	≤6,7
ADJ. EBITDA (margine %)	1,65-1,70 34,5%-35,5%	2,5-2,7 38%-40%
ADJ. EBIT (margine %)	1,10-1,15 23%-24%	1,8-2,0 27%-30%
UTILE DILUITO ADJ. PER AZIONE (€)	4,55-4,75 ⁶	7,2-8,0 ⁶
FCF INDUSTRIALE CUMULATO	4,6-4,9 (2022 ≥ 0,6)	

⁶ Calcolato in base al numero medio ponderato diluito di azioni ordinarie al 31 dicembre 2021 (184.722 migliaia)



Tali obiettivi si confrontano con la guidance per il 2022, che il management è fiducioso di raggiungere nella parte alta del range e in traiettoria per gli obiettivi 2023 di Euro 1,8-2,0 miliardi di EBITDA e di un margine dell'EBITDA superiore al 38%, come precedentemente comunicato.

La Società ha inoltre deciso di proseguire con la proposta di incrementare il dividend pay-out per gli anni a venire a un 35% stabile dell'utile netto rettificato, e di iniziare un programma di riacquisto azioni proprie di Euro ~2 miliardi da eseguirsi da ora fino alla fine del periodo di piano, in linea con il progredire della generazione di free cash.

AZIONI MIRATE PER RAGGIUNGERE LA NEUTRALITÀ DELLE EMISSIONI DI CARBONIO ENTRO IL 2030

Ferrari si è impegnata a raggiungere la totale neutralità delle emissioni di carbonio entro il 2030, dando il proprio contributo al raggiungimento degli obiettivi fissati nel 2015 dagli Accordi di Parigi attraverso un approccio olistico e scientifico. Infatti, Ferrari è orgogliosa di annunciare il proprio impegno a definire Science Based Targets per ridurre le proprie emissioni tramite:

- la neutralità delle emissioni di carbonio nelle proprie attività a partire dalle emissioni del 2021;
- la riduzione di almeno il 40% delle emissioni Scopo 3⁽⁷⁾ per vettura entro il 2030, concentrandosi principalmente sui materiali e sulla fase di uso del veicolo; e
- l'impegno in progetti rilevanti con positivi risvolti in ambito sociale e climatico a livello globale.

Come primo passo nel percorso di decarbonizzazione, il Gruppo ha quantificato in 622 ktCO_{2e} tutte le proprie emissioni relative al 2021, che contribuiscono allo 0,001% delle emissioni globali di gas serra⁽⁸⁾, verificandole e certificandole tramite un ente terzo in conformità alla norma ISO 14064:

- **Dirette e Indirette energetiche** (Scopo 1 e 2), che si riferiscono alle attività di Ferrari e che rappresentano circa il 15% delle emissioni totali della Società.
- **Indiretto Upstream** (Scopo 3), che rappresenta circa il 45% delle emissioni e riguarda principalmente il processo di approvvigionamento della catena di fornitura, in particolare l'estrazione delle materie prime e la produzione dei componenti.
- **Indirect Downstream** (Scope 3), il restante 40% riguarda principalmente la fase di uso del veicolo.

Il fine ciclo vita dei veicoli non viene preso in considerazione perché una Ferrari è per sempre.

Alla luce di questi dati, l'impegno del Gruppo è quello di andare oltre la decarbonizzazione della fase di uso e oltre la riduzione delle emissioni locali di CO_{2e}. Ferrari agirà anche a monte dei propri processi per garantire azioni eque e diffuse a livello globale, puntando sull'energia verde, sui materiali riciclati e sullo sviluppo di tecnologie innovative in grado di cambiare radicalmente il presente e delineare il futuro.

Per gli Scopi 1 e 2, si stanno implementando progetti innovativi a Maranello:

- Utilizzo di 77 MW di biometano, che sarà introdotto prossimamente, per il trigeneratore
- Realizzazione di 37 MW di nuovi impianti fotovoltaici
- Installazione di 1 MW di celle a combustibile a idrogeno, già attive

⁷ Scope perimeter in compliance with SBTi requirements, mainly focusing on purchasing goods and use phase

⁸ Latest normalized data - Global GHG emissions by sector in 2019: 58,100,000 ktCO_{2e} (UNEP Emissions Gap Report)



Queste azioni, oltre al fatto che dal 2014 il 100% dell'energia elettrica dei propri impianti di produzione proviene da fonti rinnovabili, fanno sì che la Società decarbonizzerà tutti gli impianti entro il 2030.

Tuttavia, Ferrari ritiene che sia estremamente importante agire fin d'ora anche iniziando ad acquistare crediti certificati per la riduzione e il sequestro delle emissioni e, di fatto, oggi Ferrari ha già raggiunto la neutralità delle emissioni di carbonio in tutte le proprie attività dirette. Non appena saranno implementate le azioni di decarbonizzazione relative alle proprie attività, la Società invertirà il trend riducendo le attività di "contributo climatico", raggiungendo così la completa decarbonizzazione delle attività dirette entro il 2030.

La riduzione delle emissioni di Scopo 3 di almeno il 40% per vettura entro il 2030 sarà raggiunta, data la tecnologia attuale, attraverso:

- L'elettrificazione per la fase d'uso del veicolo, ampliando la propria offerta di modelli ibridi ed elettrici, riducendo così entro il 2030 almeno il 50% in media di emissioni di CO_{2e} per vettura.
- L'utilizzo, tra gli altri, di alluminio riciclato e acciaio a basso impatto ambientale, per ridurre entro il 2030 almeno il 30% in media di emissioni di CO_{2e} per vettura, al fine di controbilanciare principalmente l'impatto dei moduli batteria, che comportano un aumento delle emissioni relative alle materie prime.

Il dialogo costante con i partner della catena di fornitura è fondamentale al fine di individuare gli approcci innovativi per ridurre ulteriormente le emissioni di CO_{2e}.

Per quanto riguarda le attività di "contributo climatico", l'approccio Ferrari consiste in due pilastri distinti e trasparenti:

- L'acquisto di crediti certificati per la riduzione e il sequestro delle emissioni. Ferrari ha avviato una partnership con ClimateSeed, una impact-driven company che sta aiutando Ferrari a sostenere progetti innovativi e rilevanti focalizzati su contributi positivi in ambito climatico e sociale; e
- La seconda azione è la creazione di Bosco Ferrari, un progetto italiano di riforestazione con l'obiettivo di agire a livello locale.

Ferrari

Ferrari è uno tra i marchi leader del settore del lusso a livello mondiale e si occupa di design, progettazione, produzione e vendita delle auto sportive di lusso ad alte prestazioni più famose al mondo. Il marchio Ferrari è simbolo di esclusività, innovazione, prestazioni sportive all'avanguardia e design italiano. La storia e l'immagine delle auto Ferrari sono strettamente legate al team di Formula 1 Scuderia Ferrari, la squadra che ha ottenuto più successi nella storia della Formula 1. Dal 1950, anno in cui ha avuto inizio il Campionato del Mondo di Formula 1, fino a oggi, la Scuderia Ferrari ha vinto 240 Gran Premi, 16 titoli mondiali Costruttori e 15 titoli mondiali Piloti. Ferrari progetta e produce i propri veicoli a Maranello, Italia, e li vende in oltre 60 mercati in tutto il mondo.



Dichiarazioni previsionali

Il presente documento contiene dichiarazioni previsionali. In alcuni casi tali affermazioni possono essere caratterizzate da termini quali "può", "sarà", "si prevede", "potrebbe", "dovrebbe", "intende", "stima", "prevede", "crede", "rimane", "continua", "in linea", "successo", "crescita", "progetto", "target", "obiettivo", "risultato", "previsione", "proiezione", "aspettativa", "prospettiva", "piano", "guidance" ed espressioni simili. Le dichiarazioni previsionali non costituiscono una garanzia o promessa da parte del Gruppo riguardo ai risultati futuri. Piuttosto, sono basate sulle aspettative e proiezioni attuali del Gruppo Ferrari (il "Gruppo") circa eventi futuri e, per loro stessa natura, sono soggette a rischi e incertezze. Tali dichiarazioni si riferiscono ad eventi, e dipendono da circostanze, che potrebbero effettivamente verificarsi o non verificarsi in futuro. Pertanto, è opportuno non fare indebito affidamento su tali affermazioni. I risultati effettivi del Gruppo potrebbero differire significativamente da quelli indicati nelle dichiarazioni previsionali a causa di una serie di fattori, tra cui: la capacità del Gruppo di preservare e di incrementare il valore del marchio Ferrari; il successo del team di Formula 1 del Gruppo e le spese del Gruppo relative alle attività in Formula 1, l'incertezza dei ricavi da sponsorizzazioni e proventi commerciali che il Gruppo genera dalla sua partecipazione al Campionato del Mondo di Formula 1, in conseguenza anche della pandemia di Covid-19, oltre alla popolarità della Formula 1 più in generale; la capacità del Gruppo di tenersi al passo con i progressi tecnologici delle autovetture ad alte prestazioni, di rispondere alle sfide e ai costi legati all'integrazione delle tecnologie avanzate, compresa la tecnologia ibrida ed elettrica, in misura più ampia nella sua gamma nel corso del tempo e di creare progetti accattivanti per i suoi nuovi modelli; l'abilità del Gruppo di preservare la sua relazione con i collezionisti di automobili e la comunità di appassionati; i cambiamenti nelle scelte dei clienti e dei trend del settore automobilistico; i cambiamenti nel contesto economico generale, inclusi i cambiamenti in alcuni dei mercati in cui opera il Gruppo, e i cambiamenti nella domanda dei beni di lusso, incluse le autovetture di lusso ad alte prestazioni, la cui domanda è altamente volatile; la concorrenza nell'industria automobilistica ad alte prestazioni di lusso; la capacità del Gruppo di raggiungere con successo la propria strategia di crescita controllata e, in particolare, la capacità del Gruppo di aumentare la propria presenza in paesi con mercati in crescita; la strategia del Gruppo di produrre limitate quantità di autovetture; condizioni economiche globali, eventi macro e pandemie, inclusi gli effetti dell'evoluzione e della risposta all'epidemia del Covid-19 e del conflitto Russia-Ucraina; l'impatto degli standard sempre più rigidi in materia di consumo di carburante, emissioni e sicurezza, inclusi i costi di compliance, e ogni cambiamento richiesto per i suoi prodotti; l'affidamento su un numero di persone chiave fra dirigenti e dipendenti e l'abilità del suo attuale team manageriale di operare e gestire con efficacia; il rendimento della rete commerciale dei rivenditori del Gruppo dal quale il medesimo Gruppo dipende per vendite e servizi; gli incrementi dei costi, le interruzioni di offerta o le carenze di componenti e di materie prime; le interruzioni negli stabilimenti di produzione a Maranello e a Modena; gli effetti della Brexit nel mercato del Regno Unito; il rendimento delle licenze del Gruppo per i prodotti Ferrari; la capacità del Gruppo di proteggere i propri diritti di proprietà intellettuale e di evitare violazioni di diritti di proprietà intellettuale altrui; la capacità di Maserati, il cliente dei motori del Gruppo, di vendere le proprie quantità programmate di autovetture; l'adeguamento continuo del Gruppo ai regolamenti doganali delle varie giurisdizioni; campagne di richiamo dei prodotti, azioni di responsabilità e garanzie sul prodotto; l'adeguatezza della copertura assicurativa del



Gruppo a proteggerlo da potenziali perdite; la capacità del Gruppo di assicurare che i suoi dipendenti, agenti e rappresentanti siano conformi alle leggi e ai regolamenti applicabili; la capacità del Gruppo di mantenere l'operatività funzionale ed efficiente dei sistemi informatici e di difendersi dal rischio di attacchi informatici, anche alla propria tecnologia di bordo; la capacità del Gruppo di onorare e rifinanziare il suo debito; la capacità del Gruppo di dotarsi o fornirsi di un adeguato accesso al finanziamento per i propri rivenditori e clienti, e rischi associati; relazioni sindacali e accordi collettivi; fluttuazioni dei tassi di cambio, variazioni dei tassi d'interesse, rischio di credito e altri rischi di mercato; cambiamenti nelle politiche fiscali o tariffarie e nelle condizioni regolamentari, politiche e occupazionali nelle giurisdizioni in cui il Gruppo opera, inclusi eventuali futuri divieti alle automobili con motori a combustione nelle città e il possibile arrivo della tecnologia a guida autonoma; potenziali conflitti di interesse per la presenza di amministratori e dirigenti del Gruppo che rivestono le medesime cariche presso il maggior azionista del Gruppo e per altri fattori descritti altrove nel presente documento.

Il Gruppo declina espressamente e non si assume alcuna responsabilità in relazione ad eventuali inesattezze nelle dichiarazioni previsionali contenute nel presente documento o in relazione all'utilizzo di tali dichiarazioni previsionali da parte di terzi. Le dichiarazioni previsionali contenute nel presente documento devono considerarsi valide solo alla data del presente documento e la Società non si assume alcun obbligo di aggiornare o modificare pubblicamente tali dichiarazioni. Ulteriori informazioni riguardo al Gruppo e alle sue attività, inclusi elementi che potrebbero significativamente influenzare i risultati finanziari della Società, sono inclusi nelle relazioni della Società e nelle informative trasmesse alla Securities and Exchange Commission statunitense, all'AFM e alla CONSOB.

Per ulteriori informazioni:

Media Relations

tel.: +39 0536 949337

Email: media@ferrari.com

Investor Relations

tel.: +39 0536 949695

Email: ir@ferrari.com

www.ferrari.com