TRADING UPDATE 1° TRIMESTRE 2021

Il 1° trimestre 2021 di Safilo cresce rispetto al 2020 e al 2019:

- **Vendite nette: +20,0% vs 1° trim. 2020, +6,0% vs 1° trim. 2019 (a cambi costanti)**
- **EBITDA *adjusted*[1]: 25,8 milioni di euro, margine 10,3% (2,6% nel 1° trim. 2020, 8,1% nel 1° trim. 2019)**

Forte ripresa dei marchi propri e in licenza, con i nuovi *brand* in portafoglio che compensano efficacemente le licenze uscite a fine 2020

Business online in forte progressione e pari al 13% delle vendite nette del Gruppo

Significativo miglioramento della redditività grazie alla crescita delle vendite e a spese generali e struttura dei costi oggi più snelle

---

Padova, 11 maggio 2021 – 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 2021.

Nel 1° trimestre 2021, le vendite nette di Safilo hanno raggiunto 251,4 milioni di euro, in crescita del 20,0% a cambi costanti rispetto al 1° trimestre 2020, il primo ad essere colpito dallo scoppio della pandemia da Covid-19.
Il miglioramento delle vendite risulta maggiormente rappresentativo nel confronto con lo stesso periodo 2019, in crescita del 6,0% a cambi costanti, grazie alla forte ripresa registrata dai marchi propri e dalle licenze del Gruppo, e al significativo contributo dei nuovi marchi in portafoglio che hanno efficacemente compensato le licenze uscite a fine 2020.
La performance positiva del periodo è stata nuovamente in gran parte trainata dagli Stati Uniti e da un contributo superiore alle attese del *business ecommerce* recentemente acquisito, che unitamente alla crescita del canale *direct-to-consumer (D2C)* di Smith, ha portato il business *online* totale di Safilo al 13% delle vendite nette, dal 5.9% nel 1° trimestre 2020.
Come previsto, Cina, Australia e i mercati medio orientali hanno rappresentato l'altro driver molto positivo del periodo, mentre l'Europa è risultata complessivamente sottotono, ancora penalizzata dalle persistenti restrizioni in alcuni mercati e canali distributivi.

Dal punto di vista economico, lo sviluppo positivo delle vendite, unito alle continue azioni di contenimento dei costi e alla più snella struttura delle spese generali derivante dai risparmi strutturali conseguiti dal Gruppo negli ultimi anni, ha permesso a Safilo di conseguire un significativo miglioramento della propria performance operativa, anche in questo caso sopra i risultati registrati nel 1° trimestre 2019.
L'EBITDA *adjusted*[1] del 1° trimestre 2021 si è attestato a 25,8 milioni di euro rispetto ai 5,8 milioni di euro del 1° trimestre 2020 e ai 20,0 milioni di euro registrati nel 1° trimestre 2019. Nel periodo, il margine EBITDA *adjusted*[1] ha raggiunto il 10,3%, rispetto al 2,6% registrato nel 1° trimestre 2020 e all'8,1% nel 1° trimestre 2019.

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.

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

"Il 2021 rappresenta un nuovo inizio per il nostro Gruppo, dopo due anni di cambiamenti importanti che hanno rafforzato il nostro modello di business rendendolo più resiliente, attraverso un portafoglio marchi diversificato e una supply chain in linea con i nostri reali fabbisogni.

Siamo soddisfatti di questo inizio d'anno particolarmente positivo, che ci ha visti chiudere il primo trimestre 2021 con vendite e risultati economici superiori al primo trimestre 2019.

Risultati che sono per noi ancora più significativi perché ottenuti in un contesto sanitario e di business che è rimasto nel frattempo complesso in diversi paesi e canali distributivi, e che rappresentano una prima incoraggiante testimonianza della crescita a cui Safilo può aspirare grazie ai suoi nuovi driver di business.

Nonostante un quadro generale ancora eterogeneo in Europa e l'incertezza sull'evoluzione della stagione estiva, il secondo trimestre dovrebbe comunque consegnarci risultati solidi, nuovamente supportati dalla forza del mercato statunitense, del business online e dai progressi di alcuni paesi emergenti."

PERFORMANCE DELLE VENDITE NEL 1° TRIMESTRE 2021

Nel 1° trimestre 2021, Safilo ha registrato vendite nette totali pari a 251,4 milioni di euro, in crescita del 20,0% a cambi costanti e del 13,7% a cambi correnti rispetto ai 221,1 milioni di euro del 1° trimestre 2020, il primo ad essere stato colpito dallo scoppio della pandemia da Covid-19. Le vendite nette del periodo sono risultate invece in crescita del 6,0% a cambi costanti e dell'1,7% a cambi correnti rispetto al 1° trimestre 2019.
Il buon andamento delle vendite è stato reso possibile grazie al significativo recupero registrato dalla gran parte dei marchi in portafoglio, alla forte crescita dei marchi di proprietà Smith e Carrera e al significativo rimbalzo dei marchi in licenza, in particolare di Hugo Boss, Tommy Hilfiger, Kate Spade e Jimmy Choo.
In linea con gli obiettivi della strategia di rinnovamento del portafoglio marchi attuata dal Gruppo negli ultimi due anni, il contributo fornito al periodo da Privé Revaux e Blenders – quest'ultimo non ancora compreso nel perimetro Safilo nel primo trimestre 2020 – e dai nuovi marchi in licenza, tra i quali Levi's, David Beckham, Missoni, Ports e Isabel Marant, ha ampiamente compensato le licenze uscite a fine 2020.
A livello di prodotto e canale distributivo, le vendite del 1° trimestre 2021 sono state ancora una volta in gran parte trainate dalla forte crescita registrata dalle montature da vista, a conferma della resilienza di tale categoria di prodotto nei negozi di ottica dei diversi mercati, e dai prodotti sportivi Smith attraverso il canale *D2C* e i negozi sportivi.
Nel 1° trimestre 2021, il business *online* totale di Safilo è cresciuto del 164%, soprattutto grazie al contributo dell'*e-commerce* di Blenders, in progressione del 79% su base pro-forma[2], alla crescita del canale *D2C* di Smith e alle vendite del Gruppo generate tramite gli *internet pure player*.

I driver per area geografica dell'andamento delle vendite nette del Gruppo nel 1° trimestre 2021 sono stati:

(milioni di euro)							Var. % 2021 vs 2020		Var. % 2021 vs 2019	
	1° trim. 2021	%	1° trim. 2020	%	1° trim. 2019	%	cambi correnti	cambi costanti	cambi correnti	cambi costanti
Europa	101,5	40,4	107,7	48,7	124,6	50,4	-5,8%	-5,0%	-18,5%	-17,8%
Nord America	119,1	47,4	84,4	38,2	88,9	36,0	+41,1%	+53,8%	+34,0%	+41,8%
Asia e Pacifico	13,0	5,2	14,9	6,7	17,7	7,2	-13,0%	-10,8%	-26,8%	-25,3%
Resto del mondo	17,8	7,1	14,1	6,4	16,1	6,5	+26,6%	+40,6%	+10,7%	+26,5%
Totale	**251,4**	**100,0**	**221,1**	**100,0**	**247,3**	**100,0**	**+13,7%**	**+20,0%**	**+1,7%**	**+6,0%**

- una crescita delle vendite più forte del previsto negli Stati Uniti, a cui hanno contribuito tutte le categorie di prodotto e tutti i marchi in portafoglio, grazie all'effetto combinato del sopracitato contributo di Privé Revaux e Blenders e alla significativa progressione del business nei negozi di ottica indipendenti, nelle catene, nei *department store* e nei negozi sportivi.

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.

Nel 1° trimestre 2021, le vendite totali di Safilo in Nord America sono state pari a 119,1 milioni di euro, in crescita del 53,8% a cambi costanti e del 41,1% a cambi correnti rispetto al 1° trimestre 2020.
Rispetto al 1° trimestre 2019, le vendite nette totali in Nord America sono aumentate del 41,8% a cambi costanti;

- un contesto di business ancora sottotono in alcuni paesi europei, dove le restrizioni e la mancanza di flussi turistici hanno continuato a penalizzare in particolare le vendite di occhiali da sole nelle grandi catene, nonché in canali specializzati come *boutiqu*e, *department store* e *travel retail*. Un contesto di cui ha risentito soprattutto Polaroid, marchio particolarmente esposto al mercato sole europeo.
  Per la maggior parte dei marchi di Safilo è risultato invece molto solido anche in Europa il business delle montature da vista, in crescita sia verso il 1° trimestre 2020 sia rispetto al 1° trimestre 2019.
  Nel 1° trimestre 2021, le vendite di Safilo in Europa sono state pari a 101,5 milioni di euro, in calo del 5,0% a cambi costanti e del 5,8% a cambi correnti rispetto al 1° trimestre 2020.
  Rispetto al 1° trimestre 2019, le vendite nette in Europa sono diminuite del 17,8% a cambi costanti;

- un rallentamento dell'area Asia e Pacifico, in gran parte dovuto a una base di confronto ancora alta nel 1° trimestre 2020 in termini di attività *travel retail* e alla maggiore esposizione dell'Asia alle licenze uscite a fine 2020.
  Sono risultate viceversa molto positive le vendite del Gruppo in Cina e Australia, a conferma della significativa traiettoria di crescita registrata dai due mercati a partire dalla seconda metà del 2020, e dell'efficacia della strategia di portafoglio che il Gruppo sta implementato per ricostituire nell'area un business rilevante e duraturo.
  Nel 1° trimestre 2021, le vendite di Safilo in Asia e Pacifico sono state pari a 13,0 milioni di euro, in calo del 10,8% a cambi constanti e del 13,0% a cambi correnti rispetto al 1° trimestre 2020.
  Rispetto al 1° trimestre 2019, le vendite nette in Asia e Pacifico sono diminuite del 25,3% a cambi costanti;
- una forte accelerazione del business su tutti i principali marchi e categorie di prodotto nel Resto del Mondo, che ha fatto seguito ai primi segnali di ripresa evidenziatisi nei paesi del Medio Oriente a partire dal quarto trimestre 2020.
  Nel 1° trimestre 2021, le vendite di Safilo nel Resto del Mondo sono state pari a 17,8 milioni di euro, in crescita del 40,6% a cambi costanti e del 26,6% a cambi correnti rispetto al 1° trimestre 2020.
  Rispetto al 1° trimestre 2019, le vendite nette nel Resto del mondo sono diminuite del 26,5% a cambi costanti.

PRINCIPALI INDICATORI ECONOMICI E FINANZIARI DEL 1° TRIMESTRE 2021

Nel 1° trimestre 2021, la significativa crescita delle vendite nette ha supportato un miglioramento ancora più evidente a livello di performance operativa.

L'utile industriale lordo del 1° trimestre 2021 si è attestato a 126,6 milioni di euro, con un margine sulle vendite del 50,4% rispetto al 49,5% dello stesso trimestre 2020 e al 52,7% del 1° trimestre 2019. L'EBITDA *reported* del 1° trimestre 2021 è stato pari a 13,4 milioni di euro, con un margine sulle vendite del 5,3%, rispetto all'1,5% nel 1° trimestre 2020 e al 7,6% nel 1° trimestre 2019.

Su base *adjusted*[1], l'utile industriale lordo del 1° trimestre 2021 si è attestato a 131,2 milioni di euro, con un margine sulle vendite del 52,2%, mentre l'EBITDA *adjusted*[1] è stato pari a 25,8 milioni di euro nel 1° trimestre 2021, segnando un aumento esponenziale rispetto ai 5,8 milioni di euro registrati nel 1° trimestre 2020, e un incremento significativo, del +29,4%, rispetto all'EBITDA *adjusted*[1] di 20,0 milioni di euro registrato nel 1° trimestre 2019.
Nel 1° trimestre 2021, il margine EBITDA *adjusted*[1] è salito al 10,3% delle vendite, rispetto al 2,6% nel 1° trimestre 2020 e all'8,1% nel 1° trimestre 2019.

Il trimestre ha beneficiato delle continue azioni di contenimento dei costi attuate dal Gruppo e da una struttura di spese generali più snella, derivante dai risparmi strutturali conseguiti nell'ultimo biennio.

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.

Nel 1° trimestre 2021, i risparmi strutturali sui costi generali sono stati pari a circa 3 milioni di euro, mentre le misure di intervento ancora in atto in relazione all'emergenza Covid-19 hanno determinato un risparmio una tantum di 2 milioni di euro.

(milioni di euro)	1° trim. 2021	1° trim. 2020	1° trim. 2019	Var % 2021 vs 2020	Var. % 2021 vs 2019
Vendite nette	251,4	221,1	247,3	+13,7%	+1,7%
Utile industriale lordo	**126,6**	109,4	130,2	+15,7%	-2,8%
% sulle vendite nette	***50,4%***	*49,5%*	*52,7%*		
EBITDA	**13,4**	3,4	18,9	+293,1%	-29,0%
% sulle vendite nette	***5,3%***	*1,5%*	*7,6%*		
EBITDA *adjusted* [1]	**25,8**	5,8	20,0	+342,8%	+29,4%
% sulle vendite nette	***10,3%***	*2,6%*	*8,1%*		
Impatto IFRS 16 su EBITDA	2,9	3,1	3,4		

Al 31 marzo 2021, l'indebitamento finanziario netto del Gruppo si è attestato a 223,9 milioni di euro (181,3 milioni di euro pre-IFRS 16), sostanzialmente in linea con la posizione di 222,1 milioni di euro (179,0 milioni di euro pre-IFRS 16) registrata a fine dicembre 2020, grazie ai positivi risultati economici del periodo e al costante e rigoroso focus posto dal Gruppo sulla gestione del capitale circolante.

AGGIORNAMENTI SUL BUSINESS DOPO LA CHIUSURA DEL 1° TRIMESTRE 2021

Nel mese di aprile 2021, l'andamento delle vendite è rimasto forte e ancora trainato dalla notevole crescita del mercato statunitense, dal business online e dall'andamento positivo di alcuni paesi emergenti. Le restrizioni e incertezze sulle riaperture dei negozi in alcuni paesi hanno invece impedito un significativo rimbalzo del mercato Europeo.
Sulla base dell'attuale visibilità sul portafoglio ordini, il Gruppo si attende che le vendite totali nette del 2° trimestre 2021 si normalizzino rispetto all'eccezionale calo registrato nel 2° trimestre 2020 a causa della pandemia da Covid-19, con l'obiettivo di superare leggermente il 2° trimestre 2019 a cambi costanti.

Sul fronte del portafoglio marchi, Safilo ha annunciato oggi un nuovo accordo di licenza globale per il design, la produzione e la distribuzione di occhiali a marchio Dsquared2, a partire da gennaio 2022.

Note:

[1] Nel primo trimestre 2021, i risultati economici *adjusted* escludono oneri non ricorrenti pari a 16,2 milioni di euro (4,6 milioni di euro a livello di utile industriale lordo e 12,4 milioni di euro a livello di EBITDA), principalmente dovuti all'annunciata chiusura, a partire da giugno 2021, dello stabilimento produttivo di Ormoz in Slovenia.
Nel primo trimestre 2020, i risultati economici *adjusted* escludevano oneri non ricorrenti pari a 2,7 milioni di euro (2,4 milioni di euro a livello di EBITDA), dovuti a costi di ristrutturazione legati all'avanzamento del piano di risparmio costi.

[2] La performance su base pro-forma di Blenders nel 1° trimestre 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 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.

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 rischiosità ed 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 18.30 locali, la conference call con analisti e investitori, nel corso della quale verranno illustrati i principali dati relativi al primo trimestre 2021.
Sarà possibile seguire la conference call componendo il numero +39 02 8020911, +44 121 2818004, +33 1 70918704 o +1 718 7058796 (per i giornalisti +39 02 8020927). La conference call potrà essere seguita in diretta anche attraverso webcast, al seguente indirizzo: https://87399.choruscall.eu/links/safilo210511.html.
La presentazione sarà disponibile e scaricabile dal sito dell'azienda https://www.safilogroup.com/it/investors, prima dell'inizio dell'evento.
La registrazione della conference call sarà disponibile dall'11 fino al 13 maggio 2021 al seguente indirizzo: http://SafiloGroup/Q12021TradingUpdate/callconferenceReplay.

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.

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 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, 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 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

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.