

# FERRAGAMO

## COMUNICATO STAMPA

Il Consiglio di Amministrazione di **Salvatore Ferragamo S.p.A.** ha esaminato i Ricavi Consolidati al 31 marzo 2023

Marco Gobetti, Amministratore Delegato e Direttore Generale di Salvatore Ferragamo S.p.A ha commentato:

*"Da fine febbraio sono presenti nei nostri negozi i primi prodotti disegnati dal nostro direttore creativo, Maximilian Davis. Sebbene la nuova collezione rappresenti una parte ancora limitata dell'offerta, costituisce comunque un importante passo nell'attuazione della nostra strategia, tesa a creare una nuova proposta in sintonia con le aspirazioni dei clienti e siamo soddisfatti dei risultati iniziali.*

*La percentuale limitata di nuovi prodotti non ha potuto generare un impatto significativo sulla performance di vendita e l'effetto delle nuove collezioni non sarà misurabile fino alla parte finale dell'anno.*

*Siamo anche molto soddisfatti della notevole visibilità e dei riscontri delle nostre prime attività di marketing. L'incremento degli investimenti e del contributo dei nuovi prodotti diventerà nel corso dell'anno volano di crescita e di miglioramento dell'efficienza dei punti vendita.*

*Proseguiremo nel piano di investimenti e nell'ottimizzazione ed elevazione del canale wholesale, per presentare al più presto e nel miglior contesto le nuove collezioni. Confermiamo i nostri programmi e le ambizioni di medio termine, consapevoli del lavoro che ci attende."*

Firenze, 20 aprile 2023 – 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 2023.

### **Ricavi Consolidati**

Al 31 marzo 2023, il Gruppo Salvatore Ferragamo ha realizzato Ricavi Consolidati pari a 278 milioni di euro, in calo del 4,0% a cambi correnti e del 6,5% a cambi costanti<sup>1</sup> rispetto al primo trimestre 2022.

# FERRAGAMO

## Vendite nette per canale distributivo<sup>2</sup>

Il canale distributivo Retail ha registrato, al 31 marzo 2023, Vendite Nette in calo del 2,3% (-2,4% a tassi di cambio costanti<sup>1</sup>), rispetto allo stesso periodo del 2022, principalmente penalizzato dal rallentamento del mercato Statunitense, mentre abbiamo registrato una performance positiva in EMEA e un trend in progressivo miglioramento in Cina, con i clienti cinesi che hanno trainato la ripresa anche a Hong Kong.

Il canale Wholesale ha riportato, al 31 marzo 2023, Vendite Nette in calo del 13,9% (-16,1% a tassi di cambio costanti<sup>1</sup>), rispetto allo stesso periodo del 2022, a causa della pianificata razionalizzazione della rete distributiva soprattutto negli Stati Uniti e della ritardata ripresa del Travel Retail in Asia Pacifico, mentre l'area EMEA ha registrato un solido andamento.

## Vendite nette per area geografica<sup>2</sup>

L'area Asia Pacifico ha registrato Vendite Nette in calo del 13,6% (-13,0% a tassi di cambio costanti<sup>1</sup>), rispetto al primo trimestre 2022, penalizzata dal canale Travel Retail, mentre la performance del canale Retail in Greater China è stata positiva.

Il mercato giapponese nel primo trimestre 2023 ha riportato un calo delle Vendite Nette del 7,1% (+1,2% a tassi di cambio costanti<sup>1</sup>), rispetto al primo trimestre 2022.

L'area EMEA nel primo trimestre 2023 ha registrato un aumento delle Vendite Nette del 24,7% (+25,0% a tassi di cambio costanti<sup>1</sup>), rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con una performance positiva in entrambi i canali.

L'area del Nord America ha registrato, nel primo trimestre 2023, un calo delle Vendite Nette pari al 19,8% (-23,4% a tassi di cambio costanti<sup>1</sup>), rispetto allo stesso periodo del 2022, con il canale Wholesale che si riduce più che proporzionalmente come conseguenza della razionalizzazione della rete distributiva.

L'area del Centro e Sud America ha registrato nel primo trimestre 2023 un aumento delle Vendite Nette del 5,4% (-5,7% a tassi di cambio costanti<sup>1</sup>), rispetto allo stesso periodo del 2022.

\*\*\*\*

# FERRAGAMO

## Note al comunicato stampa

<sup>1</sup> I Ricavi/Vendite Nette a “cambi costanti” vengono calcolati applicando ai Ricavi/Vendite Nette del periodo 2022, non inclusivi dell’“effetto hedging”, i cambi medi dello stesso periodo 2023.

<sup>2</sup> Le variazioni delle Vendite nette si intendono a cambi correnti (escluso l’effetto hedging), qualora non indicato diversamente.

\*\*\*\*

*Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Alessandro Corsi, 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.*

*Si precisa che il documento può contenere dichiarazioni previsionali, relative a eventi futuri e risultati operativi, che per loro natura hanno una componente di rischiosità ed 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 2023 saranno illustrati oggi, 20 aprile 2023 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.

# 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 2023.

## Ricavi per canale distributivo al 31 marzo 2023

(In migliaia di Euro)	2023	% su Vendite Nette	2022*	% su Vendite Nette	var %	a cambi costanti var %
Retail	190.992	68,7%	195.443	67,5%	(2,3%)	(2,4%)
Wholesale	80.924	29,1%	94.040	32,5%	(13,9%)	(16,1%)
<b>Vendite Nette</b>	<b>271.916</b>	<b>97,8%</b>	<b>289.483</b>	<b>100,0%</b>	<b>(6,1%)</b>	<b>(6,9%)</b>
Hedging	1.512	0,5%	(3.620)	(1,3%)	nm	nm
Licenze e prestazioni	3.847	1,4%	2.953	1,0%	30,3%	30,3%
Locazioni immobiliari	677	0,2%	625	0,2%	8,3%	3,6%
<b>Ricavi</b>	<b>277.952</b>	<b>100,0%</b>	<b>289.441</b>	<b>100,0%</b>	<b>(4,0%)</b>	<b>(6,5%)</b>

\* Per una migliore analisi della performance, i dati del periodo chiuso al 31 marzo 2022 sono stati ripresentati ai fini comparativi per una diversa esposizione dei ricavi per canale.

## Vendite Nette per area geografica al 31 marzo 2023

(In migliaia di Euro)	2023	% su Vendite Nette	2022*	% su Vendite Nette	var %	a cambi costanti var %
Europa	71.875	26,4%	57.641	19,9%	24,7%	25,0%
Nord America	67.339	24,8%	83.952	29,0%	(19,8%)	(23,0%)
Giappone	23.681	8,7%	25.479	8,8%	(7,1%)	1,2%
Asia Pacifico	90.775	33,4%	105.097	36,3%	(13,6%)	(13,0%)
Centro e Sud America	18.246	6,7%	17.314	6,0%	5,4%	(5,7%)
<b>Vendite Nette</b>	<b>271.916</b>	<b>100,0%</b>	<b>289.483</b>	<b>100,0%</b>	<b>(6,1%)</b>	<b>(6,9%)</b>

\* Per una migliore analisi della performance, la rappresentazione delle Vendite Nette per area geografica è stata esposta escludendo l'effetto della copertura dal rischio di cambio sui Ricavi (Effetto Cash flow hedging sui Ricavi) e i dati del periodo chiuso al 31 marzo 2022 sono stati ripresentati ai fini comparativi.

# FERRAGAMO

## Vendite nette per categoria merceologica al 31 marzo 2023

(In migliaia di Euro)	2023	% su Vendite Nette	2022*	% su Vendite Nette	var %	a cambi costanti var %
Calzature	124.801	45,9%	125.357	43,3%	(0,4%)	(1,7%)
Pelletteria	107.656	39,6%	126.316	43,6%	(14,8%)	(15,3%)
Abbigliamento	19.378	7,1%	17.836	6,2%	8,6%	8,0%
Accessori	19.214	7,1%	19.118	6,6%	0,5%	(0,3%)
Profumi	867	0,3%	856	0,3%	1,2%	(0,0%)
<b>Vendite Nette</b>	<b>271.916</b>	<b>100,0%</b>	<b>289.483</b>	<b>100,0%</b>	<b>(6.1%)</b>	<b>(6.9%)</b>

\* Per una migliore analisi della performance, la rappresentazione delle Vendite nette per categoria merceologica è stata esposta escludendo l'effetto della copertura dal rischio di cambio sui Ricavi (Effetto Cash flow hedging sui Ricavi) e i dati del periodo chiuso al 31 marzo 2022 sono stati ripresentati ai fini comparativi.