



IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI SAFILO GROUP S.P.A. APPROVA IL GROUP BUSINESS PLAN 2020-2024

Il Gruppo punta a una crescita delle vendite e dei margini attraverso un modello di *business* moderno, incentrato sul cliente e orientato al consumatore finale, implementato grazie a una nuova strategia di trasformazione digitale

Padova, 10 dicembre 2019 – Il Consiglio di Amministrazione di Safilo Group S.p.A. ha oggi approvato il Group Business Plan 2020-2024.

Il nuovo Piano recepisce gli effetti delle più recenti evoluzioni avvenute nel *business* del Gruppo, e in particolare:

- la cessione delle attività *retail* Solstice, avvenuta il 1° luglio 2019;
- il rinnovo della licenza Marc Jacobs fino al 31 dicembre 2026; l'uscita del marchio Dior dal 1° gennaio 2021; l'uscita del marchio Fendi dal 1° luglio 2021;
- il rinnovo delle licenze Tommy Hilfiger, Hugo Boss e Kate Spade;
- il rinnovo dell'accordo di fornitura con Kering Eyewear;
- il lancio dei marchi in licenza siglati nel corso del 2019, specificamente Missoni e M Missoni, Levi's, David Beckham, e Under Armour, un brand sportivo iconico la cui licenza è stata recentemente siglata;
- l'acquisizione di Blenders Eyewear, marchio californiano *digitally-native* in forte crescita, che arricchirà il portafoglio dei marchi di proprietà del Gruppo e il suo *business e-commerce* D2C.

I principali obiettivi strategici e le leve del nuovo Group Business Plan sono:

- lo sviluppo di un modello di *business* moderno e di successo, incentrato sul cliente e orientato al consumatore finale, implementato grazie a una nuova strategia di trasformazione digitale;
- la crescita delle vendite, mettendo il cliente e il consumatore al centro della strategia, attraverso l'accelerazione delle iniziative volte all'aggiornamento digitale del modello di *business* del Gruppo. Partendo nel 2020 dal mercato europeo, nei prossimi 5 anni Safilo intende rafforzare e ampliare la propria base clienti attraverso una strategia *customer-centric*, che prevede di ridefinire e migliorare l'esperienza, il coinvolgimento e i servizi al cliente (*Customer Experience, Customer Engagement* e *Customer Care*), grazie all'adozione delle ultime tecnologie in ambito B2B, CRM (*Customer Relationship Management*) e all'automazione dei processi di vendita.

Safilo continuerà a perseguire una strategia di sviluppo multi-segmento e multi-canale anche attraverso l'accelerazione di progetti finalizzati a conseguire una sempre più stretta connessione con il consumatore finale. Una scelta strategica che il Gruppo sta realizzando attraverso un più deciso spostamento del mix di competenze e investimenti nel digitale, dal *social* e *digital marketing* alla distribuzione *Direct-to-Consumer*, un canale in forte sviluppo nel quale Safilo vuole crescere sia attraverso *partnership* commerciali strategiche, sia attraverso l'acquisizione di nuove importanti competenze, come dimostra la recente acquisizione di Blenders Eyewear. Nato nel web e cresciuto rapidamente attraverso la propria piattaforma *e-commerce direct-to-consumer*, questo marchio californiano si rivolge con successo ai consumatori Millennial e alla Generazione Z, attraverso strategie di *social* e *digital marketing* molto efficaci;

- la crescita dei margini, attraverso una struttura dei costi che risponda efficacemente alla necessità di riallineare l'attuale capacità industriale del Gruppo alle future esigenze produttive e di conseguire ulteriori efficienze nell'area del costo del venduto e delle spese generali, garantendo al Gruppo solidità economico-finanziaria e il perseguimento, nell'arco temporale del Piano, dei livelli di redditività a cui la Società aspira.

L'uscita delle licenze del lusso LVMH rende ora necessario per Safilo l'avvio di un piano di riorganizzazione e ristrutturazione industriale, che risponda prontamente al nuovo scenario produttivo che l'azienda si troverà presto a dover gestire, con il conseguente riallineamento delle proprie strutture.

Il Piano, tracciato per salvaguardare la competitività aziendale a favore dei lavoratori che rimangono in forza, ha identificato un totale di circa 700 esuberanti nel 2020 in Italia.

La Società ha aperto un tavolo negoziale con le organizzazioni sindacali e i rappresentanti dei lavoratori al fine di individuare tutti gli ammortizzatori sociali disponibili per limitare gli impatti sulle persone coinvolte.

Angelo Trocchia, Amministratore Delegato, ha commentato: *“Oggi stiamo aggiornando ed estendendo il nostro Group Business Plan, confermando l'obiettivo strategico di garantire alla Società una crescita del business, partendo dai significativi miglioramenti realizzati negli ultimi 18 mesi grazie a un rigoroso piano d'azione per recuperare crescita della top line e redditività operativa.*

L'industria in cui lavoriamo ci pone di fronte a chiare sfide e opportunità, volte a fronteggiare i cambiamenti in atto, dall'internalizzazione degli occhiali di lusso da parte dei due principali player del settore, al consolidamento e alla digitalizzazione dell'industria. Oggi, in Safilo, stiamo affrontando i diversi temi con pragmatismo, aggiornando il nostro modello di business con scelte nuove, chiare e necessarie.

Continueremo a lavorare per preservare e rafforzare la nostra indiscussa leadership nel design, nello sviluppo e nell'innovazione di prodotto, la nostra organizzazione commerciale globale e le nostre solide competenze nella gestione dei brand per continuare a perseguire una strategia di business multi-segmento ad alto potenziale.

Allo stesso tempo, stiamo aggiornando il nostro modello di business attraverso un passaggio più decisivo ad una strategia di trasformazione digitale, che supporterà e consentirà il significativo miglioramento delle attività incentrate sul cliente grazie all'adozione di contenuti e servizi digitali innovativi e all'avanguardia.

Un passaggio che consentirà anche una crescita più significativa del nostro business e-commerce direct-to-consumer attraverso un crescente mix di capacità e investimenti interni ed esterni.

Oggi siamo chiamati anche a ripensare la nostra organizzazione industriale, riallineandone l'attuale capacità produttiva alle nostre future esigenze, salvaguardando così la competitività e la solidità finanziaria del Gruppo nel lungo periodo.

Nonostante il tentativo di far emergere soluzioni alternative, il nuovo piano industriale ha alla fine un impatto su un numero significativo di persone, per le quali attiveremo tutte le migliori soluzioni possibili e responsabili, lavorando a stretto contatto con le rappresentanze sindacali dei lavoratori.

I nostri obiettivi economici e finanziari richiedono che Safilo diventi un moderno leader del settore dell'occhialeria, un player più bilanciato e redditizio nei suoi mercati, marchi e segmenti di prodotto”.

STIME DI PIANO

OUTLOOK PER L'ANNO 2019:

Safilo prevede di chiudere l'esercizio 2019 con vendite nette delle attività in continuità in sostanziale stabilità rispetto al 2018, mentre l'andamento a cambi costanti del business *wholesale*¹ è stimato in crescita intorno al 3%, con la prevista buona *performance*, nei loro mercati di riferimento, di Carrera, Polaroid e Smith, principali marchi di proprietà del Gruppo.

Il margine EBITDA *adjusted*² 2019 delle attività in continuità è atteso intorno al 5,5% delle vendite, a conferma del significativo progresso compiuto, su base organica, nel corso di tutto l'esercizio grazie al miglioramento del risultato della gestione industriale e al forte recupero a livello di costi operativi.

REVISIONE DEI TARGET 2020:

Per l'esercizio 2020, il Gruppo prevede ora ricavi netti tra 960 e 1.000 milioni di euro, rispetto all'obiettivo di 1.000-1.020 milioni di euro comunicato il 2 agosto 2018, e un margine EBITDA *adjusted*² (prima dell'applicazione dell'IFRS 16) a circa il 6% delle vendite rispetto al precedente obiettivo di un 8%-10%.

Si sottolinea che questo scostamento è imputabile all'uscita della licenza Dior dopo il 2020, così come comunicato dalla società il 1° luglio 2019. Il nuovo Piano riflette quindi l'attesa flessione del *business* Dior nel suo ultimo anno di licenza all'interno del *business* Safilo, un periodo di *phase-out* che avrà impatti negativi sulla complessiva redditività del marchio.

TARGET ECONOMICO-FINANZIARI DEL GROUP BUSINESS PLAN 2020-2024:

- **Le vendite nette sono attese intorno a 1 miliardo di euro nel 2024, con un CAGR (tasso medio annuo di crescita) nei 5 anni tra l'1% e il 2%.** In maggior dettaglio, Safilo stima:

- un CAGR dei ricavi *wholesale*¹, inclusi tutti i nuovi contratti di licenza siglati nel corso del 2019, intorno al 4%, in grado di compensare una parte significativa della flessione del *business*, prevista principalmente nel 2021 e stimata intorno ai 200 milioni di euro, dovuta all'uscita delle licenze del lusso LVMH.

Il Gruppo si attende di raggiungere questo obiettivo attraverso una crescita *mid-single digit* del mercato nord-americano, *low-single digit* nei principali mercati europei, mentre è atteso un maggior contributo dai principali mercati emergenti, nei quali avranno un ruolo significativo alcuni dei nuovi marchi del portafoglio in licenza.

Safilo prevede che i suoi principali marchi di proprietà, Carrera, Polaroid e Smith, crescano in maniera più sostenuta rispetto alla media del Gruppo, attraverso il rafforzamento dei risultati positivi derivanti dalle più recenti strategie di prodotto, distribuzione e comunicazione.

Lo sviluppo del *business* ottico delle montature da vista si conferma strategico per i piani di crescita dei principali marchi del Gruppo, compresi i *core brand* in licenza per i quali Safilo sta promuovendo progetti di sviluppo prodotto basati su soluzioni sempre più rivolte alla sostenibilità.

- un'ulteriore crescita delle vendite attraverso l'acquisizione del marchio Blenders Eyewear, per il quale Safilo prevede un CAGR delle vendite a doppia cifra nell'arco del Piano. Questa acquisizione, insieme al previsto sviluppo delle piattaforme *e-commerce* di Smith, Carrera e Polaroid, dovrebbe aumentare la quota di *business* che il Gruppo realizza attraverso il canale di vendita *e-commerce* intorno al 15% delle vendite totali entro il 2024, e quella rappresentata dai marchi di proprietà a circa il 50% del *business wholesale*¹.

Il piano non include ulteriori acquisizioni o nuove licenze non ancora siglate.

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA, Posizione finanziaria netta, Capitale investito netto e Free Cash Flow), il cui significato e contenuto sono illustrati in allegato, in linea con le raccomandazioni CESR/05 178b pubblicate il 3 novembre 2005.

- **Il margine EBITDA *adjusted*² è atteso tra il 9% e l'11% delle vendite nel 2024.** Safilo si attende:
 - un significativo miglioramento del *business wholesale*¹, grazie alle positive dinamiche di crescita attese a livello di *top line* e all'implementazione di un ulteriore piano di riduzione ed efficientamento dei costi per circa 45 milioni di euro;
 - il contributo positivo derivante dall'acquisizione del marchio Blenders Eyewear;
- **La posizione finanziaria netta dovrebbe risultare positiva entro la fine del Piano.** Safilo si attende:
 - costi straordinari di ristrutturazione, a livello globale, intorno a 50 milioni di euro;
 - l'incidenza degli investimenti sulle vendite in diminuzione dall'attuale circa 3% a circa il 2% alla fine del Piano, periodo nel quale il mix degli investimenti, previsti per un importo cumulato intorno ai 120 milioni di euro, risulterà maggiormente rivolto a progetti di aggiornamento in senso digitale del modello di *business* del Gruppo.

Si sottolinea infine che le previsioni di Piano sopra elencate sono espresse a cambi costanti 2019. Il 2020 esclude gli impatti derivanti dall'applicazione dell'IFRS 16 (per permettere il confronto con gli obiettivi precedentemente forniti), mentre il 2024 include gli effetti di tale applicazione, che comportano un incremento del margine EBITDA *adjusted*² di circa 1%.

Note al comunicato stampa:

¹ Il *business wholesale* esclude il *business* relativo all'accordo di fornitura con Kering, riportato all'interno dell'area geografica denominata Europa.

² L'EBITDA *adjusted* non include oneri non ricorrenti e di ristrutturazione.

Conference Call e Webcast

Il Group Business Plan sarà discusso domani, 11 dicembre 2019, a partire dalle ore 8:30 locali, nel corso di una presentazione al mercato finanziario, a Milano.

Sarà possibile seguire la presentazione in diretta via conference call e audio webcast:

- Numeri telefonici per analisti e investitori: +39 02 802 09 11, +33 170 91 8704, +44 1212 818 004 e +1 718 7058 796. Per i giornalisti +39 02 802 09 27.
- Webcast <http://87399.choruscall.eu/links/SafiloGroupBusinessPlan.html>

La registrazione della conference call sarà disponibile dall'11 fino al 13 dicembre 2019 ai seguenti numeri: +39 02 72495, +44 1 212 818 005 o +1 718 705 8797 – codice di accesso: 744#.

La presentazione sarà disponibile e scaricabile dal sito internet della società.

Safilo

Safilo è un leader nel design, nella produzione e nella distribuzione di occhiali da sole, montature da vista, prodotti e occhiali sportivi. Grazie a una expertise manifatturiera che risale al 1878, Safilo traduce progetti di design in prodotti di alta qualità, realizzati secondo la tradizione italiana. Con filiali dirette in 40 Paesi – in Nord America e America Latina, Europa, Medio Oriente e Africa, Asia-Pacifico e Cina – e un network globale di più di 50 partner, Safilo distribuisce in circa centomila punti vendita selezionati in tutto il mondo. Il portfolio di Safilo comprende i brand di proprietà: Carrera, Polaroid, Smith, Safilo, e i marchi in licenza: Dior, Dior Homme, Fendi, Banana Republic, BOSS, Elie Saab, Fossil, Givenchy, havaianas, HUGO, Jimmy Choo, Juicy Couture, kate spade new york, Liz Claiborne, Love Moschino, Marc Jacobs, Max Mara, Max&Co., Moschino, Pierre Cardin, rag&bone, Rebecca Minkoff, Saks Fifth Avenue, Swatch e Tommy Hilfiger.

Quotata alla Borsa Italiana (ISIN code IT0004604762, Bloomberg SFL.IM, Reuters SFLG.MI), Safilo nel 2018 ha realizzato un fatturato netto di 962,9 milioni di Euro.

Contatti:

Safilo Group Investor Relations

Barbara Ferrante

Tel. +39 049 6985766

<http://investors-en.safilogroup.com>

Safilo Group Press Office

Antonella Leoni

Milano – Tel. +39 02 77807607

Padova – Tel. +39 049 6986021