



## TRADING UPDATE 3° TRIMESTRE E PRIMI 9 MESI 2020

### In aumento vendite nette e redditività nel 3° trimestre grazie al rimbalzo del mercato nord americano e al crescente contributo del business online

- Nel 3° trimestre 2020, vendite nette a 219,1 milioni di euro, in crescita del 6,0% a cambi costanti; Nei primi 9 mesi, vendite nette a 554,7 milioni di euro, in calo del 21,1% a cambi costanti;
- In forte progressione il business online del Gruppo spinto dal pieno contributo nel trimestre dei nuovi marchi, Blenders Eyewear e Privé Revaux, e dalle vendite D2C di Smith;
- Nel 3° trimestre 2020, EBITDA *adjusted*<sup>1</sup> di nuovo positivo, in crescita del 9,3% a 14,3 milioni di euro, con un margine sulle vendite del 6,5%. Nei primi 9 mesi, EBITDA *adjusted*<sup>1</sup> a -13,9 milioni di euro;
- Sotto controllo l'indebitamento netto di Gruppo, a fine settembre pari a 201,7 milioni di euro (post-IFRS 16) rispetto ai 188,5 milioni di euro di fine giugno.

**Padova, 3 novembre 2020** – Il Consiglio di Amministrazione di Safilo Group S.p.A. ha oggi esaminato e approvato i principali indicatori economico-finanziari relativi al 3° trimestre e ai primi 9 mesi 2020.

Come anticipato dal Gruppo con il comunicato stampa del 1° ottobre, nel 3° trimestre dell'anno le vendite e i risultati economici di Safilo hanno registrato una significativa ripresa rispetto all'ampia flessione subita nella prima metà dell'anno a seguito della pandemia da Coronavirus e delle importanti misure di blocco delle attività che ne sono derivate. Le vendite nette del 3° trimestre 2020 hanno raggiunto 219,1 milioni di euro, in crescita del 3,0% a cambi correnti e del 6,0% a cambi costanti rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno, con i principali *driver* del periodo rappresentati dal forte rimbalzo registrato dal mercato *wholesale* nordamericano e dal contributo per l'intero trimestre delle recenti acquisizioni di Blenders Eyewear e Privé Revaux. Quest'ultimi, insieme ai continui progressi registrati dal canale D2C di Smith e dal *business* generato dal Gruppo con i clienti *internet pure player*, hanno dato un ulteriore forte impulso al canale *online* di Safilo, il cui giro d'affari nel trimestre ha rappresentato circa il 16% del totale del Gruppo.

L'andamento positivo delle vendite e la continua implementazione delle azioni di riduzione dei costi e delle misure d'emergenza legate all'attuale contesto hanno consentito a Safilo di tornare nel trimestre a un EBITDA *adjusted*<sup>1</sup> positivo, pari a 14,3 milioni di euro, in crescita del 9,3% rispetto allo stesso trimestre del 2019.

#### Angelo Trocchia, Amministratore Delegato di Safilo, ha commentato:

*“Dopo i pesanti contraccolpi subiti tra il primo e il secondo trimestre dell'anno a causa dell'emergenza sanitaria legata al Covid-19 e dei conseguenti lockdown a livello globale, nel terzo trimestre il nostro business ha reagito bene, registrando un deciso cambiamento di rotta, che ha rispecchiato, da una parte, il generale rimbalzo delle vendite a luglio per un previsto effetto di recupero rispetto al forte impatto della pandemia nel primo semestre, e, dall'altra, il continuo*

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA, Indebitamento finanziario 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.

*dinamismo del mercato statunitense nei mesi di agosto e settembre, che ha fatto del Nord America il principale motore della ripresa.*

*È altresì importante segnalare che nel terzo trimestre tutti i nostri principali mercati e canali hanno fatto registrare un miglioramento rispetto al primo semestre dell'anno, dall'eccezionale crescita della Cina alle performance più positive di alcuni dei principali mercati europei quali l'Italia, la Germania e la Francia, mentre i paesi dell'IMEA, l'America Latina e il canale travel retail sono rimasti i maggiori ostacoli alla piena ripresa.*

*Nel terzo trimestre abbiamo continuato a lavorare sulle strategie delineate nel nostro Business Plan di Gruppo, cogliendo le ulteriori opportunità offerte dall'attuale contesto di mercato. La nostra strategia direct-to-consumer ha acquisito ulteriore velocità e rilevanza grazie ai continui progressi registrati dal canale online di Smith, e al forte apporto delle nostre recenti acquisizioni: Blenders Eyewear, attraverso la sua piattaforma avanzata di e-commerce, e Privé Revaux, che ha continuato a crescere sia offline che online grazie a un modello di business fondato sulla forza del suo social marketing.*

*Il lavoro sulla nostra strategia di digital transformation è proseguito anche con il lancio ad agosto di una nuova piattaforma B2B per il mercato europeo e di un nuovo sistema di Customer Relationship Management a novembre. Queste sono le prime due pietre miliari di un importante progetto a medio termine che va nella direzione di rimodellare e valorizzare la relazione, l'engagement e il modo in cui facciamo business con i nostri numerosi ottici europei, migliorando il servizio post-vendita e la soddisfazione del cliente, con l'obiettivo ultimo di aumentare il nostro business B2B.*

*Avevamo altri due importanti obiettivi da raggiungere in questo periodo ancora complesso e siamo quindi molto soddisfatti del loro esito positivo: da un lato abbiamo fornito ulteriore liquidità al Gruppo attraverso una nuova linea di credito da 108 milioni di euro, garantita da SACE, dall'altro, in linea con il nostro piano di ottimizzazione del footprint industriale, abbiamo ceduto lo stabilimento italiano di Martignacco a un imprenditore locale, compiendo un passo importante non solo per noi, per il recupero di un profilo economico sostenibile, ma anche per i lavoratori e le comunità locali.*

*Il terzo trimestre ha registrato una crescita delle vendite promettente e il recupero di un livello soddisfacente di EBITDA adjusted, e mentre i risultati di settembre sono stati più moderati rispetto all'andamento del business durante l'estate, ottobre è stato un mese positivo, ancora principalmente trainato dal mercato statunitense e dal business online.*

*Novembre e il successivo periodo festivo iniziano ora all'insegna di ulteriori, significative incertezze dovute alla pandemia da Covid-19 e a un contesto di mercato colpito dalla nuova ondata di contagi che sta emergendo in molti paesi. Un contesto di business, quindi, nuovamente molto complesso, nel quale la nostra priorità più importante rimane quella di preservare la salute di tutte le persone che lavorano presso le nostre sedi e i nostri stabilimenti, garantendo nel contempo il più ampio utilizzo possibile dello smart-working.*

*Continuiamo quindi a mantenere un atteggiamento di grande prudenza rispetto alla restante parte dell'anno, e ad impegnarci a fornire informazioni tempestive a tutti i nostri stakeholder sull'evoluzione che il business avrà nei prossimi mesi."*

## VENDITE NETTE PER AREA GEOGRAFICA NEL 3° TRIMESTRE

(milioni di euro)	3° Trim. 2020	%	3° Trim. 2019	%	Var. % a cambi correnti	Var. % a cambi costanti
<b>Europa</b>	79,3	36,2	95,5	44,9	-17,0%	-16,4%
<b>Nord America</b>	113,1	51,6	79,9	37,6	+41,5%	+45,9%
<b>Asia e Pacifico</b>	15,9	7,2	17,5	8,2	-9,4%	-6,4%
<b>Resto del mondo</b>	10,9	5,0	19,8	9,3	-45,2%	-35,6%
<b>Totale</b>	<b>219,1</b>	<b>100,0</b>	<b>212,8</b>	<b>100,0</b>	<b>3,0%</b>	<b>6,0%</b>

Nel 3° trimestre 2020, Safilo ha registrato vendite nette pari a 219,1 milioni di euro, in crescita del 3,0% a cambi correnti e del 6,0% a cambi costanti rispetto ai 212,8 milioni di euro del 3° trimestre 2019.

L'andamento positivo delle vendite ha beneficiato del pieno contributo nel trimestre delle recenti acquisizioni di Blenders Eyewear e Privé Revaux, che hanno apportato un totale di 26,5 milioni di euro alle vendite del Gruppo in Nord America. Nel 3° trimestre 2020, la performance del *business* organico, che esclude le acquisizioni, è risultata in sensibile ripresa rispetto ai precedenti trimestri dell'anno, in calo del 6,7% a cambi costanti (-5,5% il business wholesale<sup>2</sup>) rispetto alla contrazione del 32,7% registrata nel primo semestre 2020 (-33,2% il business wholesale<sup>2</sup>). Tale ripresa è stata trainata dai seguenti fattori:

- l'ottima performance del **mercato nordamericano**, dove i ricavi organici sono aumentati del 12,1% a cambi costanti, grazie soprattutto alla solida ripresa delle vendite presso i negozi di ottica indipendenti, primo canale di distribuzione per Safilo negli Stati Uniti. Tutti i principali marchi in licenza, da Kate Spade, a Tommy Hilfiger e Jimmy Choo, hanno registrato un solido recupero, spinto dal business delle montature da vista. Il trimestre nel mercato è risultato poi di nuovo molto forte per i prodotti Smith, che hanno fatto segnare una crescita a doppia cifra nel canale dei negozi sportivi, più che raddoppiando invece il proprio giro d'affari nel canale online. In Nord America, le vendite totali del Gruppo, comprensive dei nuovi marchi acquisiti, si sono attestate a 113,1 milioni di euro, in crescita del 41,5% a cambi correnti e del 45,9% a cambi costanti rispetto allo stesso trimestre 2019;
- l'andamento disomogeneo dell'**Europa**, dove le vendite si sono attestate a 79,3 milioni di euro, in calo del 17,0% a cambi correnti e del 16,4% a cambi costanti (-15,2% il business wholesale<sup>2</sup>). In Italia e in tutti i principali mercati dell'area, il business nel canale degli ottici indipendenti ha continuato a registrare performance positive, con crescita nei diversi mercati tra una cifra media e la doppia cifra percentuale rispetto al 3° trimestre 2019. In Europa, si sono inoltre riconfermate in forte progressione le vendite online realizzate dal Gruppo con i clienti *internet pure player*. La ripresa della raccolta ordini è rimasta invece sottotono, seppur in miglioramento rispetto al secondo trimestre dell'anno, nei canali specializzati come le boutique, nel canale *travel retail*, e nelle grandi catene;
- il significativo miglioramento dei *trend* di business in **Asia e Pacifico**, con vendite nette che si sono attestate a 15,9 milioni di euro, riducendo sensibilmente il calo rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente, a -9,4% a cambi correnti e -6,4% a cambi costanti. Nel periodo, la forte e continua debolezza del canale *travel retail*, in calo nell'area del 63%, è stata compensata in maniera più decisa dal forte rimbalzo delle vendite registrato in Cina, dove la domanda interna favorevole e il contributo dei nuovi marchi oggi nel portafoglio del Gruppo, in particolare Levi's e Ports, hanno spinto la crescita delle vendite nel mercato a un +83% a cambi costanti;

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA, Indebitamento finanziario 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.

- la perdurante debolezza delle vendite nel **Resto del Mondo**, dove l'America Latina e i mercati IMEA sono rimasti fortemente penalizzati dalla pandemia e dalle difficoltà economiche che continuano a interessare il Brasile, l'India e i paesi del Golfo. Nel trimestre, le vendite nette nell'area sono state pari a 10,9 milioni di euro, in calo del 45,2% a cambi correnti e del 35,6% a cambi costanti.

Nel 3° trimestre 2020, il canale delle vendite organiche online è risultato in crescita di circa il 94% a cambi costanti, grazie alla sopracitata crescita del business *D2C* di Smith e delle vendite online realizzate dal Gruppo con i clienti *internet pure player*. **Nel 3° trimestre 2020, le vendite online totali di Safilo**, comprensive delle acquisizioni, hanno rappresentato circa il 16% delle vendite nette del Gruppo, da circa il 3% nello stesso periodo del 2019.

#### VENDITE NETTE PER AREA GEOGRAFICA NEI PRIMI 9 MESI

(milioni di euro)	9M 2020	%	9M 2019	%	Var. % a cambi correnti	Var. % a cambi costanti
<b>Europa</b>	244,3	44,0	341,8	48,2	-28,5%	-28,3%
<b>Nord America</b>	241,5	43,5	249,4	35,2	-3,2%	-3,0%
<b>Asia e Pacifico</b>	39,6	7,1	61,0	8,6	-35,0%	-34,6%
<b>Resto del mondo</b>	29,3	5,3	56,5	8,0	-48,2%	-42,6%
<b>Totale</b>	<b>554,7</b>	<b>100,0</b>	<b>708,7</b>	<b>100,0</b>	<b>-21,7%</b>	<b>-21,1%</b>

**Nei primi 9 mesi del 2020, le vendite nette del Gruppo** si sono attestate a 554,7 milioni di euro, in calo del 21,7% a cambi correnti e del 21,1% a cambi costanti rispetto a 708,7 milioni di euro registrati nei primi 9 mesi del 2019.

Il business organico di Safilo è risultato in calo del 27,8% a cambi costanti (-28% il business wholesale<sup>2</sup>), mentre le acquisizioni hanno contribuito per 47,7 milioni di euro al business dei primi 9 mesi, supportando le vendite del Gruppo nel mercato nordamericano. Nei primi 9 mesi del 2020, Blenders Eyewear e Privè Revaux hanno registrato rispettivamente una crescita pro-forma<sup>3</sup> del 79% e del 96% rispetto allo stesso periodo del 2019, grazie all'aumento molto positivo del business e-commerce.

**Nei primi 9 mesi dell'anno, le vendite online totali di Safilo**, comprensive delle acquisizioni, hanno rappresentato circa il 13% delle vendite nette del Gruppo, dal 3,7% nello stesso periodo del 2019.

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA, Indebitamento finanziario 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.

## PRINCIPALI DATI ECONOMICI NEL 3° TRIMESTRE

(milioni di euro)	3° Trim. 2020	3° Trim. 2019	Var. %
<b>Vendite nette</b>	219,1	212,8	+3,0%
<b>Utile industriale lordo</b>	112,6	109,0	+3,3%
<i>% sulle vendite nette</i>	51,4%	51,2%	
<b>EBITDA</b>	12,8	7,7	+66,3%
<i>% sulle vendite nette</i>	5,8%	3,6%	
<b>EBITDA <i>adjusted</i><sup>1</sup></b>	14,3	13,1	+9,3%
<i>% sulle vendite nette</i>	6,5%	6,2%	
Impatto IFRS 16 su EBITDA	3,2	3,4	

Nel 3° trimestre 2020, l'**EBITDA *adjusted*<sup>1</sup>** di Safilo è tornato in utile ed è stato pari a 14,3 milioni di euro, in crescita del 9,3% rispetto all'**EBITDA *adjusted*<sup>1</sup>** di 13,1 milioni di euro registrato nello stesso trimestre del 2019. Il margine **EBITDA *adjusted*<sup>1</sup>** è migliorato di 30 punti base, dal 6,2% al 6,5% delle vendite.

Nel periodo, il Gruppo ha recuperato un maggiore utile industriale lordo e una migliore leva operativa grazie all'andamento favorevole delle vendite precedentemente descritto e alla continua attuazione delle azioni di risparmio dei costi previste nel Business Plan di Gruppo. Questi risparmi strutturali, uniti all'utilizzo delle misure di emergenza ancora in corso a causa dell'emergenza di Covid-19, hanno determinato un ulteriore impatto positivo a conto economico, pari a circa 13 milioni di euro.

Nel 3° trimestre 2020, l'**utile industriale lordo** è aumentato del 3,3% a 112,6 milioni di euro rispetto ai 109,0 milioni di euro registrati nel terzo trimestre 2019, con un margine sulle vendite del 51,4% rispetto al 51,2% del terzo trimestre 2019. Sebbene i volumi produttivi siamo rimasti sottotono, la performance industriale è stata positivamente influenzata dai minori costi di obsolescenza registrati grazie allo stretto controllo operato dal Gruppo sulle scorte, e dall'impatto migliorativo sul margine derivante dal crescente business online.

Sotto l'utile industriale lordo, le spese di vendita, generali e amministrative, esclusi gli ammortamenti, sono risultate nel terzo trimestre solo in leggero aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, nonostante i nuovi costi, principalmente di vendita e marketing, associati alle due acquisizioni. Tali spese relative al solo *business* organico sono infatti diminuite di circa il 14% nel terzo trimestre, sulla scia dei risparmi strutturali e delle misure di emergenza del periodo.

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA, Indebitamento finanziario 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.

## PRINCIPALI DATI ECONOMICO FINANZIARI NEI PRIMI 9 MESI

(milioni di euro)	9M 2020	9M 2019	Var. %
<b>Vendite nette</b>	554,7	708,7	-21,7%
<b>Utile industriale lordo</b>	261,2	375,1	-30,4%
<i>% sulle vendite nette</i>	47,1%	52,9%	
<b>EBITDA</b>	(25,8)	43,9	n.s.
<i>% sulle vendite nette</i>	(4,6%)	6,2%	
<b>EBITDA adjusted<sup>1</sup></b>	(13,9)	54,3	n.s.
<i>% sulle vendite nette</i>	(2,5%)	7,7%	
Impatto IFRS 16 su EBITDA	9,2	10,4	

Grazie al miglioramento registrato nel terzo trimestre, **nei primi 9 mesi 2020 la perdita al livello di EBITDA adjusted<sup>1</sup>** si è ridotta a 13,9 milioni di euro dai 28,3 milioni di euro registrati nel primo semestre 2020. L'EBITDA adjusted<sup>1</sup> nei primi 9 mesi 2019 era pari a un utile di 54,3 milioni di euro.

**Nei primi 9 mesi 2020, l'utile industriale lordo** è stato pari a 261,2 milioni di euro rispetto ai 375,1 milioni di euro registrati nei primi 9 mesi 2019, con il margine che si è attestato al 47,1% delle vendite dal 52,9% nello stesso periodo del 2019.

A fine settembre 2020, **l'indebitamento netto di Gruppo (post-IFRS 16)** è risultato pari a 201,7 milioni di euro (155,8 milioni di euro pre-IFRS 16) rispetto ai 188,5 milioni di euro di fine giugno 2020 e ai 74,8 milioni di euro a fine dicembre 2019. L'incremento di 13,2 milioni di euro registrato a fine settembre rispetto al 30 giugno 2020, è stato in linea con le aspettative del management in termini di maggiore capitale circolante, dopo la serrata gestione operata durante il secondo trimestre per sostenere le esigenze di liquidità del Gruppo.

## AGGIORNAMENTO SULL'ANDAMENTO DEL BUSINESS IN RELAZIONE ALLA PANDEMIA COVID-19

Nel mese di ottobre 2020, l'andamento delle attività commerciali ha continuato a evidenziare alcuni dei trend positivi registrati nel terzo trimestre, confermando in particolare una crescita organica nel mercato nordamericano e la solidità del business in Cina e in alcuni altri mercati asiatici. Le vendite online si sono confermate come un importante motore di crescita sia negli Stati Uniti che in Europa, dove le incertezze legate al nuovo incremento dei contagi sono tornate preponderanti nella maggior parte dei paesi.

Dato il persistere di un contesto di mercato ancora gravato dalla pandemia da Coronavirus, con una nuova ondata di contagi che sta emergendo in diversi paesi e nuove restrizioni governative alla circolazione delle persone, il Gruppo guarda con molta prudenza alla restante parte dell'anno e resta impegnato a fornire informazioni tempestive al mercato e a tutti gli *stakeholder* sugli sviluppi che l'emergenza sanitaria potrà avere nei prossimi mesi sui risultati economici e finanziari del Gruppo.

Nel presente comunicato stampa vengono utilizzati alcuni "indicatori alternativi di performance" non previsti dai principi contabili IFRS-UE (EBITDA, Indebitamento finanziario 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.

*Note:*

<sup>1</sup> Nei primi 9 mesi 2020, l'EBITDA *adjusted* esclude oneri non ricorrenti pari a 11,8 milioni di euro dovuti a costi di ristrutturazione legati all'avanzamento del piano di risparmio costi.

Nel 3° trimestre 2020, l'EBITDA *adjusted* esclude costi non ricorrenti pari a 1,5 milioni di euro.

Nei primi 9 mesi 2019, l'EBITDA *adjusted* escludeva oneri non ricorrenti pari a 10,4 milioni di euro dovuti a spese di ristrutturazione legate al programma di riduzione dei costi in corso.

Nel 3° trimestre 2019, l'EBITDA *adjusted* escludeva costi non ricorrenti pari a 5,4 milioni di euro.

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

<sup>3</sup> 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 nei primi 9 mesi del 2020 rispetto allo stesso periodo del 2019.

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 rischio 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 18.15 locali, la conference call con analisti e investitori, nel corso della quale verranno illustrati i principali dati economico finanziari del 3° trimestre e dei primi 9 mesi 2020.

Sarà possibile seguire la conference call componendo il +39 02 8020911, +44 1212 818 004, +33 1 70918704 or +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/safilo201103.html>.

La registrazione della conference call sarà disponibile dal 3 al 5 novembre 2020 al seguente link:

[Safilo Group Conference Call Replay Q3/9M 2020 Trading Update.](#)

**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, Blenders, Privé Revaux – e i marchi in licenza: Dior, Dior Homme, Fendi, Banana Republic, BOSS, David Beckham, Elie Saab, Fossil, Givenchy, havaianas, HUGO, Jimmy Choo, Juicy Couture, kate spade new york, Levi's, Liz Claiborne, Love Moschino, Marc Jacobs, Missoni, M Missoni, 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 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 Cappozzo

Tel. +39 366 9293953