



SAFILO GROUP S.P.A. ANNUNCIA IL PIANO STRATEGICO PER IL 2020 APPROVATO DAL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

NEL 2020, RICAVI +40% E RADDOPPIO DELL'EBITDA RISPETTO AL 2014

Padova, 16 marzo 2015 - Safilo Group S.p.A, creatore italiano di occhiali totalmente integrato e distributore mondiale di qualità e fiducia, quotato alla Borsa di Milano, annuncia il Piano strategico 2020 del Gruppo, approvato dal Consiglio di Amministrazione.

Principali target economici e finanziari 2020¹

- Crescita annua delle vendite nette del 6%, a quota Euro1,6 - 1,7 miliardi nel 2020
- Crescita dell'EBITDA doppia rispetto alle vendite, con il raddoppio dell'EBITDA 2014 nel 2020
- Forte generazione di cassa nel periodo

Luisa Delgado, Amministratore Delegato di Safilo ha così commentato:

“Safilo è un'azienda forte, vanta una grande tradizione artigianale che risale al 1878, ha marchi e standing internazionali in un settore che offre un notevole potenziale di crescita, inoltre è supportata da un bilancio solido, che le consente di investire nel proprio futuro.

Le nostre persone sono altamente motivate e ognuno promuove individualmente la nostra forte cultura di agilità e leadership storica, che rappresenta un vero e proprio asset per il Gruppo.

Il Piano strategico 2020 ci consentirà di realizzare il nostro potenziale. La nostra top line è già in progressione, e la crescita può accelerare grazie a un maggior focus sui nostri marchi e sulle nostre strategie commerciali.

Notevoli miglioramenti strutturali sono stati messi in atto per ottimizzare il processo produttivo, l'utilizzo di tecnologie, l'accesso ai mercati e l'efficienza dei costi per promuovere il graduale incremento della redditività.

Il mercato di Safilo offre un'eccellente opportunità di crescita sostenibile e profittevole.

Il Consiglio di Amministrazione e il nuovo senior management hanno messo a punto il Piano strategico 2020 per consentire a Safilo di cogliere questa opportunità a vantaggio del Gruppo, dei clienti, dei dipendenti e per accrescere in modo sostanziale la redditività e il valore per gli azionisti.”

Piano 2020: Strategia per una crescita sostenibile

BACKGROUND

Il mercato mondiale dell'occhialeria è un settore attrattivo in cui Safilo, secondo maggior operatore, è ben posizionata, con una distribuzione in 130 paesi, una produzione di circa 35 milioni di occhiali e un fatturato che nel 2014 si è attestato appena al di sotto di Euro 1,2 miliardi.

Luisa Delgado, sin dalla sua nomina quale Amministratore Delegato nell'ottobre 2013, unitamente al Consiglio, ha puntato all'ulteriore sviluppo del Gruppo in termini di strategia commerciale, presenza geografica internazionale, portafoglio licenze, capacità nel design e nella produzione per sostenere la crescita e accelerare la redditività sul medio e lungo termine.

Le azioni intraprese nel corso del 2014 hanno posto le basi per il nuovo Piano strategico e prevedono 1) una nuova strategia di accesso ai mercati centrata su sette regioni e cinque canali globali, 2) una nuova organizzazione di *Brand Building*, per lo sviluppo dei marchi 3) una nuova funzione Creazione Prodotto per consentire al design e all'ingegnerizzazione di lavorare sinergicamente per conseguire continui miglioramenti alimentati dall'innovazione e 4) una nuova organizzazione per il Design Prodotto, con la creazione di una rete globale di *Design Studio* per massimizzare l'ispirazione creativa dalle città del mondo che fanno tendenza.

Anche il senior management team è stato potenziato in modo sostanziale e integra ora un numero significativo di nuovi e diversi componenti, con competenze ed esperienze nuove, per arricchire e consolidare l'esperienza e le conoscenze delle nuove nomine fatte all'interno del Gruppo.

PRINCIPALI STRATEGIE AZIENDALI

Safilo ha individuato le seguenti quattro principali strategie aziendali per rafforzare e potenziare il modello di business della Società:

1. **Equilibrio** tra segmenti di mercato, tra marchi propri e in licenza, tra gli stessi marchi in licenza, tra aree geografiche e tra canali distributivi a supporto della crescita sostenibile;
2. **Focus** sul migliore *brand building*, sul design creativo e sulle capacità commerciali, per costruire un vantaggio competitivo a lungo termine;
3. **Semplificazione** nella creazione di prodotto, nel processo produttivo, nella logistica e nelle strutture di costo attraverso la modernizzazione, l'integrazione e la standardizzazione dei processi aziendali, abilitati dall'*Information Technology*, per ridurre i costi e aumentare il controllo;
4. **Differenziazione** attraverso un modello di business basato su segmenti di mercato, supporto vendite, servizio al cliente e sviluppo dei talenti per incrementare la *performance*.

STRATEGIA DI MARCHIO

La strategia di Safilo è incentrata sulla nuova organizzazione di *Brand Building* orientata allo sviluppo di competenze approfondite nelle diverse aree del marketing, con il digitale come fulcro, per consentire ai marchi di raggiungere i loro obiettivi in termini di comunicazione e di business. Gli obiettivi chiave sono:

- 1) Il raggiungimento dell'opportuno equilibrio tra i cinque segmenti di mercato individuati (*Atelier, Fashion Luxury, Contemporary Fashion & Lifestyle, Mass/Cool, Sport & Outdoor*) nel settore dell'occhialeria di marca al fine di sviluppare un portafoglio con maggior rilevanza in tutte le aree di business e, in particolare, nei segmenti con elevata attrattività futura;
- 2) La realizzazione di un equilibrio più sostenibile tra i marchi di proprietà e in licenza, con un incremento della quota di marchi propri a circa il 40% del business complessivo (dal 25% nel 2014). Questo implica il raddoppio delle vendite dei brand di proprietà entro il 2020 sulla base di forti posizionamenti di marca e chiari target di

consumatore per ciascuno dei principali marchi di proprietà di Safilo. Questi sono stati definiti nel 2014 e Safilo sta già registrando incoraggianti risultati.

- 3) Il continuo focus sulla crescita del portafoglio dei marchi in licenza per svilupparne al meglio il potenziale, migliorando e valorizzando il patrimonio e il posizionamento unico di ciascun marchio e aumentando al contempo l'equilibrio tra gli stessi.

STRATEGIA GO-TO-MARKET

La nuova Strategia commerciale globale di Safilo è improntata al miglioramento qualitativo della distribuzione e delle vendite di Gruppo, con l'implementazione di un sistema integrato di termini commerciali e di pianificazione aziendale congiunta con i clienti attraverso una varietà di canali distributivi.

Safilo prevede che i mercati maturi registrino una crescita annua delle vendite a una cifra - compresa nella fascia media dei valori - grazie a nuove opportunità commerciali che derivano dai mercati Safilo storicamente meno sviluppati, quali la Germania, il Regno Unito e i Paesi nordici, e a migliori strategie di diversificazione dei canali e dei clienti in mercati tradizionalmente forti come il Nord America, l'Italia e la Spagna.

I mercati emergenti dovrebbero invece garantire una crescita annua delle vendite a doppia cifra, trainata dalla creazione nel 2014 di insediamenti dedicati in nuove regioni quali la Cina, l'Asia-Pacifico, l'America Latina e il Medio Oriente. I progressi di Safilo in questi mercati si basano sull'opportunità di diversificare meglio il portafoglio marchi nelle varie regioni, con contestuale ampliamento della distribuzione nelle aree di mercato ancora non presidiate.

STRATEGIA DELLA FILIERA PRODUTTIVA

Safilo creerà e introdurrà un'organizzazione del processo produttivo *end-to-end* agile, sincronizzata e differenziata, che risponderà alle diverse esigenze di tutti i suoi segmenti di marchio e che permetterà di migliorare gli approvvigionamenti, l'utilizzo della capacità produttiva, il sistema di evasione degli ordini e di gestione delle scorte, con un efficientamento generale del business e un maggior controllo operativo.

Le principali misure strategiche su cui il nuovo management sta lavorando sono 1) l'incremento dei volumi '*Made in Safilo*' e il rientro dei processi, delle tecnologie chiave e delle relative capacità, 2) la revisione dei flussi produttivi, degli aggiornamenti tecnologici e della distribuzione per ridurre i semilavorati e implementare linee di prodotto *end-to-end*, che si prevede si traducano nella riduzione dei tempi di esecuzione, nella tempestività di risposta e in una qualità più elevata e 3) la razionalizzazione e la rielaborazione della rete di distribuzione globale per affinare agilità ed efficacia operativa.

STRATEGIA IT – “EYE-WAY”

Tutti gli interventi descritti in precedenza saranno attuati e sostenuti con l'implementazione dei più recenti e più avanzati sistemi IT. Questo progetto, denominato “Eye-Way”, porterà a una sostanziale modernizzazione, semplificazione e standardizzazione dei processi aziendali, che sono attualmente frammentati e non consentono a Safilo di trarre pieno vantaggio dalle sue dimensioni.

PRINCIPALI OBIETTIVI ECONOMICO-FINANZIARI¹

Gli obiettivi generali del Gruppo prevedono una crescita media annua delle vendite del 6%, con vendite nette totali in crescita di circa il 40% rispetto al 2014; la crescita dell'EBITDA doppia rispetto a quella delle vendite e il raddoppio dell'EBITDA 2014 nel 2020; una generazione complessiva di *Free Cash Flow* pari a Euro 350-400 milioni nei 6 anni.

Per la realizzazione del proprio Piano strategico 2020, Safilo prevede due diverse fasi di sviluppo:

- Per il periodo 2015-2017 è prevista un'accelerazione organica delle vendite, particolarmente sui marchi di proprietà, accompagnata da investimenti nel marketing strategico e nei progetti commerciali, nonché nel perfezionamento del processo produttivo e della logistica. Nel 2017, avrà luogo la conversione dell'attuale licenza Gucci nell'accordo quadriennale di *partnership* strategica di prodotto, stipulato con Kering nel gennaio 2015. La crescita organica continuativa dei marchi di proprietà e in licenza, abbinata ai flussi di ricavi e profitti garantiti dall'accordo di *partnership* strategica di prodotto e al compenso contrattuale, serviranno a mitigare l'impatto su *top line* ed EBITDA.
 - Si prevede che il periodo 2018-2020 segnerà una fase di crescita sostenibile delle vendite e dei margini e di maggior capacità del Gruppo di ampliare efficacemente il proprio business.
- **Crescita delle vendite:** è prevista una crescita dei ricavi totali a un tasso composto medio (CAGR) del 6%, che raggiungeranno quota Euro 1.600-1.700 milioni nel 2020 grazie alla crescita attesa del mercato dell'occhialeria, più pronunciata nei Paesi emergenti, e all'opportunità per il Gruppo di incrementare la propria quota di mercato grazie a una maggiore produttività e opportunità di *cross-selling*, anche affrontando nuovi mercati e canali non ancora presidiati.
 - **Incremento dell'EBITDA:** si prevede che il margine EBITDA aumenti a circa il 14% o ~400 punti base rispetto al 2014, grazie al miglioramento del margine lordo industriale, a una quota maggiore di marchi di proprietà e all'incremento della produttività dei costi generali.
 - **Generazione di cassa:** il *Free Cash Flow* complessivo per il 2015-2020 dovrebbe essere pari a circa Euro 350-400 milioni, riflettendo i *cash flow* positivi generati dall'attività operativa grazie al miglioramento dei risultati economici e all'impegno del Gruppo per la continua ottimizzazione del capitale circolante.

INVESTIMENTI

Il Gruppo ha un bilancio solido e una forte generazione di cassa che gli consentirà di finanziare gli investimenti previsti da piano.

Gli investimenti complessivi previsti in base al piano strategico saranno pari a circa Euro 260-280 milioni, principalmente destinati ai progetti di modernizzazione ed efficientamento della filiera produttiva e logistica, dell'integrazione dei processi attraverso l'*Information Technology*.

Per il 2020, il Gruppo prevede di raggiungere una posizione finanziaria netta positiva pari a circa 1 volta l'EBITDA di quell'anno.

La presentazione del Piano, che si terrà oggi a Padova in occasione di un Investor Day, sarà disponibile in diretta *audio webcast* al seguente link edge.media-server.com/m/go/safilo_2020_strategic_plan, accessibile anche sul sito internet della Società (www.safilo.com) a partire dalle ore 9.00 (CET).

Le *slide* della presentazione illustrata nel corso dell'evento saranno inoltre disponibile nel sito della Società prima dell'inizio dell'evento.

¹NOTA: i target economici e finanziari sintetizzati sopra sono stati formulati senza tener conto dei possibili progetti migliorativi, come nuovi contratti di licenza e/o acquisizioni.

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 e 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.

Safilo Group

Il Gruppo Safilo è il creatore italiano di occhiali totalmente integrato e distributore mondiale di qualità e fiducia, leader nell’eyewear di alta gamma per il sole, la vista e lo sport. Ispirato dal Design e guidato dal Marchio, Safilo traduce progetti straordinari in prodotti eccellenti creati grazie a una expertise artigianale che risale al 1878. Presente attraverso 31 filiali di proprietà e contratti esclusivi di distribuzione nei mercati chiave mondiali – Nord America e America Latina, Europa, Medio Oriente e Africa, Asia Pacifica e Cina – Safilo è impegnata nella distribuzione qualitativa in oltre 130 Paesi del mondo. Il portfolio di Safilo comprende marchi di proprietà – Carrera, Polaroid, Smith, Safilo e Oxydo – e marchi in licenza: Dior, Fendi, Gucci, Alexander McQueen, Banana Republic, Bobbi Brown, BOSS, BOSS Orange, Bottega Veneta, Céline, Fossil, Givenchy, HUGO, J.Lo by Jennifer Lopez, Jack Spade, Jimmy Choo, Juicy Couture, Kate Spade, Liz Claiborne, Marc Jacobs, Marc by Marc Jacobs, Max Mara, Max&Co., Pierre Cardin, Saint Laurent, Saks Fifth Avenue e Tommy Hilfiger.

Quotata alla Borsa Italiana (ISIN code IT0004604762, Bloomberg SFL.IM, Reuters SFLG.MI), Safilo nel 2014 ha realizzato un fatturato netto di 1,178 miliardi di Euro.

Contatti:***Safilo Group Investor Relations***

Barbara Ferrante

Tel. +39 049 6985766

www.safilo.com/en/investors.html***Ufficio Stampa Safilo Group***

Milano – Tel. +39 02 77807607

Padova – Tel. +39 049 6986021

Weber Shandwick / Advisory

Annamaria Ferrari

Tel. +39 02 00641102

aferrari@advisorywebershandwick.it

Lisa Nanu

Tel. + 39 02 00641103

lnanu@advisorywebershandwick.it