

FERRAGAMO

COMUNICATO STAMPA

Il Consiglio di Amministrazione di **Salvatore Ferragamo S.p.A.** ha esaminato i Ricavi Consolidati al 31 marzo 2026

Solido inizio d'anno per il canale DTC, in un contesto di mercato complesso

- **Ricavi Totali di Gruppo pari a 209 milioni di euro (-1,2% a tassi di cambio costanti¹ e -5,5% a tassi di cambio correnti rispetto ai 221 milioni di euro del primo trimestre 2025) con il continuo andamento positivo del canale DTC²**
- **Vendite Nette Consolidate del canale DTC² pari a 161 milioni di euro (+5,5% a tassi di cambio costanti¹ e -1,9% a tassi di cambio correnti rispetto ai 164 milioni di euro del primo trimestre 2025), con andamenti positivi a cambi costanti¹ in tutte le aree geografiche, ad esclusione del Giappone, e incrementi a doppia cifra in Nord America e America Latina**
- **Vendite Nette Consolidate del canale Wholesale pari a 42 milioni di euro (-19,0% a tassi di cambio costanti¹ e -21,8% a tassi di cambio correnti rispetto ai 54 milioni di euro del primo trimestre 2025), anche come conseguenza della decisione di focalizzarsi sul DTC² e sui partner strategici, coerentemente con il posizionamento del nostro brand**

In un contesto geopolitico ed economico ancora complesso, il business DTC² del Gruppo ha continuato a crescere a cambi costanti¹, confermando l'efficacia delle azioni strategiche avviate dal secondo semestre dello scorso anno. Tutte le aree geografiche, ad esclusione del Giappone, hanno registrato un aumento del DTC² a cambi costanti¹ e, in particolare, il Nord America e l'America Latina hanno segnato una crescita a doppia cifra. In EMEA la performance del DTC² è stata sostenuta dalla domanda locale, mentre in Asia-Pacifico si è consolidato la tendenza positiva già emersa nel quarto trimestre 2025.

Nonostante l'instabilità globale, accentuata dal conflitto in Medio Oriente e dalle possibili ripercussioni nel breve e medio periodo, Ferragamo continuerà a focalizzarsi sull'esecuzione del piano strategico. Il Gruppo farà leva sul proprio heritage e punti di forza per incrementare la desiderabilità del brand, ottimizzare il mix di prodotto e garantire coerenza narrativa su tutti i canali. Resteranno centrali qualità delle vendite e dei canali distributivi, disciplina operativa e attenzione alla performance finanziaria.

FERRAGAMO

Firenze, 14 maggio 2026 – 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 2026, redatti secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS (dati “non audited”).

Ricavi Consolidati

Al 31 marzo 2026, il Gruppo Salvatore Ferragamo ha realizzato Ricavi Consolidati pari a 209 milioni di euro, in calo del 5,5% a tassi di cambio correnti e dell'1,2% a tassi di cambio costanti¹ rispetto al primo trimestre 2025. Il canale DTC², in continuità con il trend di crescita avviato nel terzo trimestre 2025, ha continuato a registrare risultati in incremento a tassi di cambio costanti¹; mentre il dato complessivo ha risentito della contrazione dei volumi nel canale Wholesale.

Vendite nette per canale distributivo²

Il canale distributivo **DTC²** ha registrato, al 31 marzo 2026, Vendite Nette in aumento del 5,5% a tassi di cambio costanti¹ (-1,9% a tassi di cambio correnti), rispetto allo stesso periodo del 2025, grazie alle performance in crescita a doppia cifra in Nord America e America Latina e ai risultati positivi registrati in Europa e nell'area Asia Pacifico, con il solo il mercato giapponese in calo. Il business online ha continuato a registrare una crescita delle vendite nette a doppia cifra anche nel primo trimestre 2026, supportato dall'incremento del traffico e del valore dell'ordine sul nostro sito ferragamo.com.

Il canale **Wholesale** ha riportato, al 31 marzo 2026, Vendite Nette in calo del 19,0% a tassi di cambio costanti¹ (-21,8% a tassi di cambio correnti), rispetto allo stesso periodo del 2025, come conseguenza sia di una base di confronto elevata (+10,3% a cambi costanti nel primo trimestre 2025), sia della costante focalizzazione della distribuzione sui clienti chiave.

Vendite nette per area geografica e per canale distributivo

Il DTC² nell'area **EMEA** ha riportato un andamento positivo nel primo trimestre 2026, nonostante la difficile base di confronto e la diminuzione dei flussi turistici, anche grazie ad attività mirate alla clientela locale. Il business Wholesale ha riportato un risultato negativo a doppia cifra, risultato che riflette la continua implementazione dell'approccio selettivo di Gruppo e la difficile base di confronto. Nel primo trimestre 2026, le Vendite Totali Nette in EMEA sono scese del 17,0% a tassi di cambio costanti¹ (-17,6% a tassi di cambio correnti), rispetto allo stesso periodo del 2025.

FERRAGAMO

Il canale DTC² in **Nord America** ha registrato, nel primo trimestre 2026, un aumento a doppia cifra a tassi di cambio costanti¹, sostenuto da iniziative strategiche mirate di coinvolgimento della clientela e di offerta prodotto. Anche il canale Wholesale ha riportato una performance positiva a doppia cifra, supportato dall'accoglienza molto positiva ricevuta dalla nuova collezione. Pertanto, le Vendite Totali Nette in Nord America sono cresciute del 18,8% a tassi di cambio costanti¹ (+7,3% a tassi di cambio correnti), rispetto allo stesso periodo del 2025. Il Gruppo conferma la centralità di questo mercato, proseguendo con il rinnovamento dei suoi due principali flagship store sulla Fifth Avenue a New York e a Los Angeles Beverly Hills.

L'area del **Centro e Sud America** ha registrato nel primo trimestre 2026 Vendite Nette in aumento del 7,0% a tassi di cambio costanti¹ (+7,6% a tassi di cambio correnti), rispetto allo stesso periodo del 2025, con il canale DTC² in aumento a doppia cifra a tassi di cambio costanti¹, su una difficile base di confronto.

Il DTC² in **Asia Pacifico**, nel primo trimestre 2026, ha registrato un andamento in crescita a tassi di cambio costanti¹, mentre le vendite Wholesale hanno riportato una performance negativa a doppia cifra, anche impattate dal riposizionamento strategico del canale. Pertanto, le Vendite Totali Nette in Asia Pacifico sono scese del 5,4% a tassi di cambio costanti¹ (-12,0% a tassi di cambio correnti), rispetto allo stesso periodo del 2025.

Il **Giappone**, nel primo trimestre 2026, ha riportato un calo delle Vendite Nette del 4,4% a tassi di cambio costanti¹ (-16,5% a tassi di cambio correnti), rispetto allo stesso periodo del 2025, penalizzato da una significativa riduzione dei flussi turistici cinesi.

Note al comunicato stampa

¹ I Ricavi/Vendite Nette a "cambi costanti" vengono calcolati applicando ai Ricavi/Vendite Nette del periodo 2025, non inclusivi dell'"effetto hedging", i cambi medi dello stesso periodo 2026.

² Nel nostro modello di distribuzione, il canale Direct to Consumer (DTC) è costituito da negozi monomarca gestiti direttamente da noi (DOS), nonché da vendite online gestite direttamente e da altre piattaforme di e-commerce attraverso le quali vendiamo direttamente ai nostri clienti.

FERRAGAMO

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Paolo La Morgia, 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 2026 saranno illustrati oggi, 14 maggio 2026 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.

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

FERRAGAMO

Il comunicato è disponibile anche sul sito <http://group.ferragamo.com>, nella sezione “Investor Relations/Comunicati Finanziari”.

Si riportano di seguito alcune analisi di dettaglio dei Ricavi/Vendite Nette del Gruppo Salvatore Ferragamo per il primo trimestre 2026.

Ricavi per canale distributivo al 31 marzo 2026

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 31 marzo				Var %	a cambi costanti var%
	2026	% sui Ricavi	2025	% sui Ricavi		
DTC*	160.679	76,9%	163.729	74,1%	(1,9%)	5,5%
Wholesale	42.165	20,2%	53.898	24,4%	(21,8%)	(19,0%)
<i>Vendite nette</i>	<i>202.844</i>	<i>97,1%</i>	<i>217.627</i>	<i>98,5%</i>	<i>(6,8%)</i>	<i>(0,8%)</i>
Effetto Cash flow hedging sui ricavi	1.960	0,9%	(1.803)	(0,8%)	na	na
Licenze e prestazioni	3.546	1,7%	4.227	1,9%	(16,1%)	(16,1%)
Locazioni immobiliari	617	0,3%	1.006	0,5%	(38,7%)	(31,8%)
Totale	208.967	100,0%	221.057	100,0%	(5,5%)	(1,2%)

* Nel nostro modello di distribuzione, il canale Direct to Consumer (DTC) è costituito da negozi monomarca gestiti direttamente da noi (DOS), nonché da vendite online gestite direttamente e da altre piattaforme di e-commerce attraverso le quali vendiamo direttamente ai nostri clienti.

Vendite Nette per area geografica al 31 marzo 2026

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 31 marzo				Var %	a cambi costanti var%
	2026	% sui Ricavi	2025	% sui Ricavi		
Europa	44.734	22,1%	54.261	24,9%	(17,6%)	(17,0%)
Nord America	66.824	32,9%	62.262	28,6%	7,3%	18,8%
Giappone	17.342	8,5%	20.769	9,6%	(16,5%)	(4,4%)
Asia Pacifico	56.127	27,7%	63.783	29,3%	(12,0%)	(5,4%)
Centro e Sud America	17.817	8,8%	16.552	7,6%	7,6%	7,0%
Vendite nette	202.844	100,0%	217.627	100,0%	(6,8%)	(0,8%)

FERRAGAMO

Vendite nette per categoria merceologica al 31 marzo 2026

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 31 marzo					a cambi costanti var%
	2026	% sui Ricavi	2025	% sui Ricavi	Var %	
Calzature	89.013	43,9%	92.116	42,3%	(3,4%)	2,7%
Pelletteria	85.120	42,0%	96.218	44,2%	(11,5%)	(5,8%)
Abbigliamento	12.671	6,2%	13.071	6,0%	(3,1%)	3,0%
Seta e Altro	16.040	7,9%	16.222	7,5%	(1,1%)	6,4%
Vendite nette	202.844	100,0%	217.627	100,0%	(6,8%)	(0,8%)