FERRAGAMO

COMUNICATO STAMPA

Il Consiglio di Amministrazione di **Salvatore Ferragamo S.p.A.** ha esaminato i Ricavi Consolidati al 30 settembre 2026

DTC in crescita nei primi nove mesi e stabile nel terzo trimestre, nonostante una base di confronto più sfidante e il perdurare delle difficili condizioni di mercato

- **Ricavi Totali del Gruppo nei nove mesi pari a € 675 milioni (in linea con lo scorso anno a cambi costanti**[1] e -2,8% a cambi correnti rispetto a € 695 milioni al 30 settembre 2025), per effetto della **selettiva riduzione del canale *Wholesale***; **Ricavi Totali del terzo trimestre pari a € 207 milioni (-3,5% a cambi costanti**[1] e -6,2% a cambi correnti rispetto al terzo trimestre 2025).

- **Vendite Nette Consolidate del canale *DTC***[2] **nei nove mesi pari a € 537 milioni (+4,0% a cambi costanti**[1] e +1,9% a cambi correnti rispetto a € 526 milioni al 30 settembre 2025), con performance positive a cambi costanti[1] in tutte le aree geografiche, ad eccezione di Cina e Giappone. **Nel terzo trimestre Vendite Nette del canale *DTC***[2] **in linea con lo scorso anno a cambi costanti**[1] (+2,3% a cambi correnti), sostenute dalla performance positiva delle vendite a prezzo pieno nel canale *retail* primario, con la crescita in Nord America e in Europa che ha compensato l'andamento debole del mercato asiatico.

- **Vendite Nette Consolidate *Wholesale* nei nove mesi pari a € 123 milioni (-13,4% a cambi costanti**[1] e -15,0% a cambi correnti rispetto a € 145 milioni al 30 settembre 2025), **con il terzo trimestre in calo del 19,1% a cambi costanti**[1] (-24,2% a cambi correnti) rispetto al terzo trimestre 2025, anche per effetto della continua attenzione alla **qualità della distribuzione**, orientata alla valorizzazione della rete *DTC*[2] e di selezionati *partner* strategici a supporto della *brand equity*.

Firenze, 20 ottobre 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 30 settembre 2026, redatti secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS (dati "*non audited*").

FERRAGAMO

Il **contesto di mercato** si è confermato **particolarmente sfidante** nel terzo trimestre, risentendo delle persistenti delle tensioni geopolitiche e di una domanda complessivamente debole nel corso dell'estate, con un indebolimento della fiducia dei consumatori che ha rallentato il *momentum* positivo in diversi mercati chiave e determinato un ulteriore deterioramento del *trend* in Asia, in particolare in Cina.

In questo scenario, **Ferragamo ha continuato** a portare avanti con disciplina **le proprie iniziative strategiche, registrando nel trimestre una performance del canale *Direct-to-Consumer (DTC)* sostanzialmente stabile** rispetto allo scorso anno a cambi costanti. Il risultato è stato sostenuto dall'aumento delle vendite a prezzo pieno del canale primario, con la crescita registrata in Nord America e in Europa che ha compensato la minore domanda nei mercati asiatici.

L'andamento **positivo del canale *DTC* negli ultimi cinque trimestri** rappresenta un segnale incoraggiante della crescente efficacia della direzione strategica intrapresa. In particolare, i progressi compiuti in termini di offerta prodotto, comunicazione del *brand*, *clienteling* ed eccellenza esecutiva nel *retail*, stanno contribuendo ad un **graduale rafforzamento dei fondamentali del *business***.

Nonostante il persistente **contesto di incertezza** macroeconomica e geopolitica, il Gruppo guarda con **fiducia alle proprie prospettive di medio-lungo termine** e continua a perseguire i propri obiettivi strategici con disciplina e determinazione, mantenendo una visione di lungo termine nonostante la volatilità del mercato nel breve periodo. Eccellenza di prodotto, qualità e attenzione al dettaglio, autenticità e una profonda comprensione della clientela restano al centro della nostra proposta di valore, contribuendo a **consolidare il legame con i consumatori e a rafforzare ulteriormente la desiderabilità del marchio,** in un contesto competitivo in continua evoluzione.

Ricavi Consolidati

Al 30 settembre 2026, i Ricavi Consolidati sono stati pari a € 675 milioni, in linea con i nove mesi 2025 a cambi costanti[1] e in calo del 2,8% a cambi correnti, con la performance positiva del canale *DTC*[2], in aumento del 4,0% a cambi costanti[1], penalizzata dall'andamento negativo del canale *Wholesale*.
Nel terzo trimestre 2026 i Ricavi Consolidati sono stati pari a € 207 milioni, in calo del 3,5% a cambi costanti[1] e del 6,2% a cambi correnti rispetto al terzo trimestre 2025. Nel trimestre il *DTC*[2] ha registrato una performance in linea con lo scorso anno a cambi costanti[1], mentre il canale *Wholesale* ha riportato risultati negativi.

Vendite Nette per canale distributivo

Al 30 settembre 2026 il canale *DTC*[2] è cresciuto del 4,0% a cambi costanti[1] (+1,9% a cambi correnti) rispetto ai primi nove mesi 2025, con andamenti positivi a cambi costanti[1] in tutte le aree geografiche, ad eccezione di Cina e Giappone.

FERRAGAMO

Nel terzo trimestre 2026 il canale *DTC*[2] ha registrato Vendite Nette consolidate in linea con lo scorso anno a cambi costanti[1] (+2,3% a cambi correnti), sostenute dalla performance positiva del canale *retail* primario. A livello geografico, la crescita in Nord America e in Europa ha compensato l'andamento debole del mercato asiatico.

Al 30 settembre 2026 le Vendite Nette del **canale *Wholesale*** sono scese del 13,4% a cambi costanti[1] (-15,0% a cambi correnti) rispetto ai primi nove mesi 2025, e sono scese del 19,1% a cambi costanti[1] (-24,2% a cambi correnti) **nel terzo trimestre 2026**, anche come conseguenza di una maggiore attenzione alla distribuzione selettiva e ai *partner* strategici, in coerenza con il posizionamento del *brand*.

Vendite Nette per area geografica

Il canale DTC[2] in **EMEA nei nove mesi 2026** ha registrato Vendite Nette in crescita *mid-single-digit*, sostenute dalla performance del canale *retail* primario, che ha registrato incrementi a doppia cifra sia nella *conversion rate* sia nello scontrino medio. Il canale *Wholesale* è diminuito a doppia cifra. Le Vendite Nette nei nove mesi 2026 sono scese del 7,4% a cambi costanti[1] (-8,6% a cambi correnti) rispetto ai nove mesi 2025.
Nel terzo trimestre 2026 le Vendite Nette in **EMEA** sono diminuite del 5,2% a cambi costanti[1] (-7,8% a cambi correnti) rispetto al terzo trimestre 2025, con la performance positiva del canale *DTC*[2], in crescita *mid-single-digit*, penalizzata dal risultato negativo a doppia cifra del *Wholesale*.

Il canale DTC[2] in **Nord America nei nove mesi 2026** è cresciuto a doppia cifra a cambi costanti[1], sostenuto dalle vendite a prezzo pieno nel canale *retail* primario. Anche il canale *Wholesale* ha registrato Vendite Nette in crescita a doppia cifra rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Le Vendite Nette nei nove mesi 2026 sono aumentate dell' 11,2% a cambi costanti[2] (+7,3% a cambi correnti) rispetto ai primi nove mesi 2025.
Nel terzo trimestre 2026 le Vendite Nette in **Nord America** sono aumentate del 2,4% a cambi costanti[1] (+2,3% a cambi correnti) rispetto al terzo trimestre 2025, con la performance positiva del canale *DTC*[2], in crescita *mid-single digit*.

Sia il canale *DTC*[2] sia il canale *Wholesale* in **Centro e Sud America nei nove mesi 2026** hanno registrato vendite superiori rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, portando le Vendite Nette a crescere del 4,8% a cambi costanti[1] (+11,2% a cambi correnti) rispetto ai primi nove mese del 2025.
Nel terzo trimestre 2026 le Vendite Nette in **Centro e Sud America** sono aumentate dello 0,7% a cambi costanti[1] (+10,1% a cambi correnti) rispetto al terzo trimestre 2025.

Il canale DTC[2] in **Asia Pacifico nei nove mesi 2026** ha registrato una performance solo leggermente inferiore allo scorso anno a cambi costanti[1], poiché la persistente debolezza del mercato cinese è stata in larga parte compensata dalle *performance* positive in tutti gli altri mercati dell'area. Le Vendite Nette sono scese del 5,3% a cambi costanti[1] (-6,1% a cambi correnti) rispetto ai primi nove mesi del 2025, penalizzate dalla performance negativa del canale *Wholesale.*

FERRAGAMO

Nel terzo trimestre 2026 le Vendite Nette in **Asia Pacifico** sono diminuite dell' 11,1% a cambi costanti[1] (-5,2% a cambi correnti) rispetto al terzo trimestre 2025, principalmente penalizzate dalla performance negativa a doppia cifra del business *Wholesale*.

Il mercato giapponese nei nove mesi 2026 ha registrato un calo delle Vendite Nette del 2,2% a cambi costanti[1] (-12,0% a cambi correnti) rispetto ai primi nove mesi del 2025, e un calo del 5,0% **nel terzo trimestre 2026** a cambi costanti[1] (-9,8% a cambi correnti) rispetto al terzo trimestre 2025.

****

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 *on-line* gestite direttamente e da altre piattaforme di *e-commerce* attraverso le quali vendiamo direttamente ai nostri clienti. Il *DTC* primario è costituito da negozi *retail* monomarca gestiti direttamente nel canale primario, nonché dalle piattaforme *e-commerce* di vendite *on-line* dirette ai clienti, mentre il *DTC* secondario è costituito da negozi *outlet* monomarca gestiti direttamente.

****

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.

****

FERRAGAMO

I risultati consolidati dei nove mesi 2026 saranno illustrati oggi, 20 ottobre 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

Il comunicato è disponibile anche sul sito http://group.ferragamo.com, nella sezione "Investor Relations/Comunicati Stampa".

****

FERRAGAMO

Si riportano di seguito, oltre ad alcune analisi di dettaglio dei Ricavi del Gruppo Salvatore Ferragamo al 30 settembre 2026.

Ricavi per canale distributivo al 30 settembre 2026

	Periodo chiuso al 30 settembre					
(In migliaia di Euro)	**2026**	**% sui Ricavi**	**2025**	**% sui Ricavi**	**Var %**	**a cambi costanti var%**
DTC*	536.547	79,5%	526.400	75,8%	1,9%	4,0%
Wholesale	123.413	18,3%	145.270	20,9%	(15,0%)	(13,4%)
Vendite nette	*659.960*	*97,8%*	*671.670*	*96,7%*	*(1,7%)*	*0,2%*
Effetto Cash flow hedging sui ricavi	562	0,1%	8.510	1,2%	(93,4%)	na
Licenze e prestazioni	12.369	1,8%	11.980	1,7%	3,2%	3,2%
Locazioni immobiliari	1.910	0,3%	2.435	0,4%	(21,6%)	(18,6%)
Totale Ricavi	**674.801**	**100,0%**	**694.595**	**100,0%**	**(2,8%)**	**0,2%**

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

Vendite nette per area geografica al 30 settembre 2026

	Periodo chiuso al 30 settembre					
(In migliaia di Euro)	**2026**	**% su Vendite nette**	**2025**	**% su Vendite nette**	**Var %**	**a cambi costanti var%**
Europa	161.752	24,6%	176.953	26,4%	(8,6%)	(7,4%)
Nord America	222.035	33,6%	206.875	30,8%	7,3%	11,2%
Giappone	50.450	7,6%	57.342	8,5%	(12,0%)	(2,2%)
Asia Pacifico	166.629	25,2%	177.381	26,4%	(6,1%)	(5,3%)
Centro e Sud America	59.094	9,0%	53.119	7,9%	11,2%	4,8%
Vendite nette	**659.960**	**100,0%**	**671.670**	**100,0%**	**(1,7%)**	**0,2%**

FERRAGAMO

Vendite nette per categoria merceologica al 30 settembre 2026

	Periodo chiuso al 30 settembre					
(In migliaia di Euro)	**2026**	**% su Vendite nette**	**2025**	**% su Vendite nette**	**Var %**	**a cambi costanti var%**
Calzature	297.017	45,0%	293.297	43,7%	1,3%	2,6%
Pelletteria	270.293	41,0%	286.905	42,7%	(5,8%)	(3,5%)
Abbigliamento	41.812	6,3%	40.769	6,1%	2,6%	5,1%
Seta e Altro	50.838	7,7%	50.699	7,5%	0,3%	3,9%
Vendite nette	**659.960**	**100,0%**	**671.670**	**100,0%**	**(1,7%)**	**0,2%**