

# FERRAGAMO

## COMUNICATO STAMPA

### Salvatore Ferragamo S.p.A.

#### Dati Preliminari di Vendita<sup>1</sup> del Gruppo per il Quarto Trimestre e per l'Esercizio 2024

**In un contesto di mercato complesso, nel quarto trimestre si registrano segnali incoraggianti, nel canale Direct to Consumer (DTC<sup>3</sup>), in particolare in Europa e negli Stati Uniti**

Marco Gobetti, Amministratore Delegato e Direttore Generale ha commentato:

*“In un anno particolarmente sfidante, soprattutto nella prima parte, le vendite consolidate del quarto trimestre ammontano a 291 milioni di Euro, in calo del 4,0% a cambi costanti e del 6,7% a cambi correnti rispetto allo scorso anno. Tuttavia, abbiamo riscontrato segnali incoraggianti nel nostro business DTC che ha riportato risultati in linea con l'anno scorso, con un buon andamento del canale primario in Europa e nelle Americhe, dove si sono registrate crescite a doppia cifra rispetto al quarto trimestre 2023. La performance del DTC in Asia Pacifico, sebbene abbia mostrato un lieve miglioramento rispetto al trimestre precedente, è rimasta debole, così come per i canali Wholesale e Travel Retail, impattati negativamente anche da una diversa tempistica delle consegne.*

*Nel 2024 abbiamo completato il rinnovamento dell'offerta di prodotto, ridisegnando e arricchendo la nostra proposta. Nel quarto trimestre la performance positiva del canale DTC primario è stata trainata dalle borse e si è estesa alle calzature, in particolare grazie a nuove icone di successo, come la borsa Hug e la ballerina Zina.*

*Abbiamo inoltre lavorato per massimizzare la brand awareness, alimentando la desiderabilità e il coinvolgimento dei clienti attraverso iniziative di comunicazione d'impatto, come le campagne “Three Days in Florence” e “Holiday”. La maggiore visibilità del marchio è stata ulteriormente sostenuta dalla crescita dei canali social, grazie ad una creazione di contenuti agili e a strategie mirate per canale. Abbiamo focalizzato l'attenzione sull'interazione con i clienti attraverso ulteriori attività di comunicazione, iniziative personalizzate e campagne globali e locali mirate. Abbiamo continuato a migliorare l'esperienza dei nostri clienti, rafforzando l'organizzazione retail e implementando un nuovo concept per i punti vendita, con l'obiettivo di offrire un'esperienza in negozio sofisticata e in linea con la rinnovata immagine del brand. Il nostro impegno nell'incrementare la performance del canale digitale, attraverso il re-platforming del sito .com ed efficaci campagne di marketing, ha generato un trend positivo di questo business nel quarto trimestre, grazie sia al traffico che alla qualità delle vendite.*

*Siamo soddisfatti delle basi che abbiamo creato e, pur consapevoli di un contesto di mercato complesso, siamo incoraggiati dalle tendenze rilevate a fine anno. Gennaio riscontra un'accelerazione della crescita del canale DTC, anche se supportata dalle diverse tempistiche legate al Capodanno cinese e da una base di confronto favorevole rispetto allo scorso anno.”*

# FERRAGAMO

Firenze, 30 gennaio 2025 – Salvatore Ferragamo S.p.A. (EXM: SFER) comunica che i Dati Preliminari dei Ricavi<sup>1</sup> Consolidati di Gruppo per l'Esercizio 2024 ammontano a 1.035 milioni di euro, in calo dell' 8,2% a cambi costanti<sup>2</sup> e in calo del 10,5% a cambi correnti rispetto all'esercizio 2023, inclusi 5 milioni di euro positivi di *Cash Flow hedging* rispetto ai 17 milioni di euro positivi nell'esercizio 2023.

Nel quarto trimestre 2024, i Ricavi Preliminari Consolidati<sup>1</sup> ammontano a 291 milioni di euro, in calo del 4,0% a cambi costanti<sup>2</sup> e in calo del 6,7% a cambi correnti, rispetto al quarto trimestre 2023, inclusi 0,2 milioni di euro positivi di *Cash Flow hedging* rispetto ai 4 milioni di euro positivi nel quarto trimestre 2023.

## Vendite Nette<sup>1</sup> per canale distributivo

**Il canale distributivo DTC<sup>3</sup>, nel quarto trimestre 2024**, ha registrato Vendite Nette<sup>1</sup> in linea con lo stesso periodo dell'anno precedente (+0,9% a cambi costanti<sup>2</sup> e -0,1% a cambi correnti), con le performance positive in Europa, Stati Uniti, Giappone e America Latina che hanno compensato la persistente debolezza dell'area Asia Pacifico. L'andamento complessivo del canale DTC<sup>3</sup> primario ha mostrato un aumento del 3,0% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> rispetto al quarto trimestre 2023, mentre il canale secondario è rimasto negativo anche nell'ultimo trimestre dell'anno. L'andamento positivo è dovuto principalmente alla crescita a doppia cifra delle borse e al risultato positivo delle scarpe uomo e donna.

**Nell'esercizio 2024, il canale distributivo DTC<sup>3</sup>** è diminuito del 3,8% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup>, -5,8% a tassi di cambio correnti, rispetto all'esercizio 2023, con le performance positive in Europa, Stati Uniti, Giappone e America Latina penalizzate dall'andamento negativo dell'area Asia Pacifico.

**Il canale Wholesale, nel quarto trimestre 2024**, ha riportato Vendite Nette<sup>1</sup> in calo del 19,3% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> e -21,9% a tassi di cambio correnti, rispetto allo stesso periodo del 2023, a causa di una domanda debole nei mercati asiatici e nel canale Travel Retail. Sia il business Wholesale tradizionale che il canale Travel Retail sono anche stati negativamente impattati da diverse tempistiche nelle consegne, rispetto al quarto trimestre 2023.

**Nell'esercizio 2024, il canale Wholesale** ha registrato Vendite Nette<sup>1</sup> in calo del 21,3% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> e del -21,2% a cambi correnti, rispetto all'esercizio 2023, anche a causa della pianificata razionalizzazione del canale.

## Vendite nette<sup>1</sup> per area geografica

**L'area EMEA, nel quarto trimestre 2024**, ha registrato un aumento delle Vendite Nette<sup>1</sup> del 4,5% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> (-0,4% a cambi correnti), grazie all'incremento a doppia cifra a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> del canale DTC<sup>3</sup> primario, mentre il canale DTC<sup>3</sup> secondario ed il business Wholesale sono risultati leggermente

# FERRAGAMO

in calo rispetto allo stesso periodo del 2023. Al risultato positivo del DTC<sup>3</sup> primario hanno contribuito sia le vendite a clienti locali che a turisti, entrambe in crescita a doppia cifra rispetto al quarto trimestre 2023.

Le Vendite Nette<sup>1</sup> in **EMEA nell'esercizio 2024** sono diminuite del 7,8% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> (-8,9% a cambi correnti), rispetto allo stesso periodo del 2023, con la performance positiva del DTC<sup>3</sup> (in crescita *mid-single digit* a tassi di cambio costanti<sup>2</sup>, grazie al canale primario) penalizzata dall'andamento negativo del canale Wholesale, a causa principalmente della perdita registrata nel primo trimestre, dovuta alla difficile base di confronto rispetto all'anno precedente.

**L'area del Nord America, nel quarto trimestre 2024**, ha registrato un aumento delle Vendite Nette<sup>1</sup> del 6,3% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> (+5,4% a cambi correnti), rispetto allo stesso periodo del 2023, grazie all'aumento a doppia cifra a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> del canale DTC<sup>3</sup> primario, mentre il DTC<sup>3</sup> secondario è stato leggermente in calo rispetto all'anno scorso e il canale Wholesale in linea con lo stesso periodo del 2023. La crescita del DTC<sup>3</sup> primario è stata ottenuta grazie a vendite sia a clienti esistenti che nuovi, entrambe in crescita a doppia cifra rispetto al quarto trimestre 2023.

**Nell'esercizio 2024, l'area del Nord America** ha registrato un calo delle Vendite Nette<sup>1</sup> del 2,6% sia a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> che a cambi correnti rispetto all'esercizio 2023 con l'andamento positivo a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> del DTC<sup>3</sup> primario penalizzato principalmente dall'andamento debole del canale Wholesale.

**L'area del Centro e Sud America, nel quarto trimestre 2024**, ha registrato, un aumento delle Vendite Nette<sup>1</sup> del 10,7% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> (+7,3% a tassi di cambio correnti), rispetto allo stesso periodo del 2023, con il canale DTC<sup>3</sup> in crescita a doppia cifra a tassi di cambio costanti<sup>2</sup>, grazie al canale primario, penalizzato dal business negativo del canale Wholesale. Il risultato positivo del DTC<sup>3</sup> è stato raggiunto grazie soprattutto alla performance delle vendite di calzature, borse e pelletteria.

**Nell'esercizio 2024, l'area del Centro e Sud America** ha registrato un aumento delle Vendite Nette<sup>1</sup> del 1,0% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> (-3,0% a tassi di cambio correnti) rispetto all'esercizio 2023, con l'andamento positivo a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> del canale DTC<sup>3</sup>, grazie al canale primario, penalizzato dalla performance negativa del canale Wholesale.

**L'area Asia Pacifico, nel quarto trimestre 2024**, ha registrato Vendite Nette<sup>1</sup> in calo del 24,8% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> (-24,0% a cambi correnti), rispetto al quarto trimestre 2023, con un andamento negativo sia del canale DTC<sup>3</sup> che, in particolare, del canale Wholesale. Il canale DTC<sup>3</sup> ha mostrato un lieve miglioramento rispetto al Q3 2024, sebbene il trend sia rimasto volatile.

**Nell'esercizio 2024, l'Area Asia Pacifico** ha registrato un calo delle Vendite Nette<sup>1</sup> pari al 18,9% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> (-19,7% a cambi correnti) rispetto all'esercizio 2023, con un andamento negativo sia del canale DTC<sup>3</sup> che del canale Wholesale.

**Il mercato giapponese, nel quarto trimestre 2024**, ha riportato un aumento delle Vendite Nette<sup>1</sup> dell' 1,2% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> (-1,2% a tassi di cambio correnti) rispetto al quarto trimestre 2023, grazie alla

# FERRAGAMO

crescita *mid-single digit* a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> del canale DTC<sup>3</sup> primario. Al risultato positivo del DTC<sup>3</sup> primario hanno contribuito soprattutto le vendite a turisti.

**Nell'esercizio 2024, in Giappone** le Vendite Nette<sup>1</sup> sono aumentate del 3,2% a tassi di cambio costanti<sup>2</sup> (-4,3% a cambi correnti), rispetto all'esercizio 2023, grazie al canale DTC<sup>3</sup> primario (in crescita *mid-single digit* a tassi di cambio costanti<sup>2</sup>).

\*\*\*\*

## **Note al comunicato stampa**

<sup>1</sup> Ricavi/Vendite Nette preliminari non certificati redatti secondo i Principi Contabili Internazionali IAS/IFRS.

<sup>2</sup> I Ricavi/Vendite Nette a "cambi costanti" vengono calcolati applicando ai Ricavi/Vendite Nette del periodo 2023, non inclusivi dell'"effetto hedging", i cambi medi dello stesso periodo 2024.

<sup>3</sup> Il canale Direct to Consumer (DTC) è costituito da negozi monomarca gestiti direttamente (DOS), nonché dalle piattaforme e-commerce di vendite on-line dirette ai clienti. Il DTC primario è costituito da negozi 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, Pierre Giorgio Sallier de La Tour, 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 rischio e 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

**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 Finanziari".

# FERRAGAMO

Si riportano di seguito alcune analisi di dettaglio dei Ricavi/Vendite Nette<sup>1</sup> del Gruppo Salvatore Ferragamo al 31 dicembre 2024.

## Ricavi<sup>1</sup> per canale distributivo al 31 dicembre 2024

(In migliaia di Euro)	2024	% sui Ricavi	2023	% sui Ricavi	Var %	a cambi costanti var%
DTC*	776.700	75,0%	824.204	71,3%	(5,8%)	(3,8%)
Wholesale	232.579	22,5%	295.290	25,5%	(21,2%)	(21,3%)
<b>Vendite nette</b>	<b>1.009.279</b>	<b>97,5%</b>	<b>1.119.494</b>	<b>96,8%</b>	<b>(9,8%)</b>	<b>(8,5%)</b>
Effetto Cash flow hedging sui ricavi	4.842	0,5%	16.845	1,5%	(71,3%)	na
Licenze e prestazioni	17.532	1,7%	17.218	1,5%	1,8%	1,8%
Locazioni immobiliari	3.455	0,3%	2.714	0,2%	27,3%	27,4%
<b>Totale Ricavi</b>	<b>1.035.108</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.156.271</b>	<b>100,0%</b>	<b>(10,5%)</b>	<b>(8,2%)</b>

\* Il canale Direct to Consumer (DTC) è costituito da negozi monomarca gestiti direttamente (DOS), nonché dalle piattaforme e-commerce di vendite on-line dirette ai clienti.

## Vendite Nette<sup>1</sup> per area geografica al 31 dicembre 2024

(In migliaia di Euro)	2024	% su Vendite nette	2023	% su Vendite nette	Var %	a cambi costanti var%
Europa	246.472	24,4%	270.596	24,2%	(8,9%)	(7,8%)
Nord America	307.591	30,5%	315.882	28,2%	(2,6%)	(2,6%)
Giappone	82.918	8,2%	86.646	7,8%	(4,3%)	3,2%
Asia Pacifico	291.385	28,9%	362.974	32,4%	(19,7%)	(18,9%)
Centro e Sud America	80.913	8,0%	83.396	7,4%	(3,0%)	1,0%
<b>Vendite nette</b>	<b>1.009.279</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.119.494</b>	<b>100,0%</b>	<b>(9,8%)</b>	<b>(8,5%)</b>

## Vendite nette<sup>1</sup> per categoria merceologica al 31 dicembre 2024

(In migliaia di Euro)	2024	% su Vendite nette	2023	% su Vendite nette	Var %	a cambi costanti var%
Calzature	461.001	45,7%	511.801	45,7%	(9,9%)	(8,7%)
Pelletteria	412.841	40,9%	451.233	40,3%	(8,5%)	(7,1%)
Abbigliamento	60.459	6,0%	73.506	6,6%	(17,7%)	(16,2%)
Seta e Altro	74.978	7,4%	82.954	7,4%	(9,6%)	(8,7%)
<b>Vendite nette</b>	<b>1.009.279</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.119.494</b>	<b>100,0%</b>	<b>(9,8%)</b>	<b>(8,5%)</b>