



COMUNICATO STAMPA

Salvatore Ferragamo S.p.A.:
Comunicati i Dati Preliminari di Vendita dell'esercizio 2011

**Prosegue l'eccellente crescita delle vendite del Gruppo Salvatore Ferragamo:
Ricavi¹ dell'anno 2011 a 986,5 milioni di euro in aumento del 26,2% rispetto al 2010**

Firenze, 26 Gennaio 2012 – Il **Gruppo Salvatore Ferragamo** (MTA: SFER), uno dei principali operatori mondiali del settore del lusso ha comunicato i **Dati Preliminari dei Ricavi¹ per l'esercizio 2011**, redatti secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS, che ammontano a **986,5 milioni di euro** con un **incremento del +26,2% rispetto all'esercizio 2010**.

Dati Preliminari di Vendita Consolidati relativi all'esercizio 2011

Nell'esercizio 2011, il Gruppo Salvatore Ferragamo ha realizzato **Ricavi¹Totali** pari a **986,5 milioni di euro, in incremento del 26,2% a tassi di cambio correnti**, rispetto ai 781,6 milioni di euro registrati nei dodici mesi dell'esercizio 2010, con crescite significative in tutte le aree geografiche, linee di prodotto e canali distributivi. A **cambi costanti** la crescita dei ricavi¹ è stata pari al **24,1%**.

Nel solo **quarto trimestre 2011** la crescita dei ricavi¹, rispetto all'analogo periodo 2010, è stata pari al **+23,0% a cambi correnti** (e al **+19,7% a cambi costanti**) passando da 231,8 milioni di euro a 285,2 milioni di euro.

La **crescita cumulata dei ricavi¹ sui due anni**, con base 2009, si attesta pertanto ad un **59,2%**, confermando il trend già evidenziato nei primi nove mesi del 2011 (pari a un +58,2%) con un **+61,7% nel corso del solo quarto trimestre**.

Tale eccellente incremento dei Ricavi¹ del Gruppo, che pertanto segue al **progresso del 26.1%** già registrato nel corso del 2010, è stato fortemente supportato dalla crescita organica registrata nel canale Retail (il **like-for-like** è infatti **umentato del 16,4%** rispetto all'esercizio precedente) e conferma il successo della strategia di *Ferragamo*, che puntando su un'altissima qualità di prodotto e sul "Made in Italy", soddisfa pienamente le aspettative della clientela globale.

¹ Ricavi preliminari non certificati redatti secondo i principi Internazionali IAS/IFRS

Salvatore Ferragamo

Ricavi¹ per area geografica

Nell'intero esercizio 2011, tutte le aree geografiche, ad eccezione del Giappone, hanno registrato crescite prossime o superiori al 30,0% sia a cambi correnti che a cambi costanti.

L'area **Asia Pacifico²** si riconferma il primo mercato in termini di ricavi¹ per il Gruppo, con un fatturato pari a 357,7 milioni di euro, **in crescita del 33,5%** rispetto ai dodici mesi dell'esercizio precedente, grazie anche al contributo dei negozi diretti che hanno registrato in particolare sul **mercato cinese** un incremento delle vendite **intorno al 44%** rispetto all'analogo periodo del 2010. Nel solo **quarto trimestre 2011** la crescita dell'area Asia Pacifico è stata pari al **28,2%**.

L'area **Europa²** ha registrato nel corso dei dodici mesi 2011 una **crescita** dei ricavi¹ **pari al 30,8%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Nel solo **quarto trimestre 2011**, l'incremento è risultato del **35,7%**. Tali crescite confermano la straordinaria notorietà del marchio Ferragamo e la capacità di intercettare i flussi turistici globali.

L'area del **Nord America²** ha registrato una **crescita del 27,2%** rispetto all'esercizio 2010 e nel solo **quarto trimestre 2011**, l'incremento è risultato del **19,1%**, a sostanziale parità di perimetro Retail.

Il **mercato giapponese²**, nonostante il terremoto che ha colpito il Paese e la conseguente contaminazione nucleare, ha registrato – anche grazie all'andamento favorevole dei cambi - un **incremento** in termini di ricavi **dello 0,8%**, pari invece ad **decremento del -4,4% in valuta locale**. Nel solo **quarto trimestre 2011**, il decremento a cambi costanti è risultato del **-8,3%**.

Anche l'area del **Centro e Sud America²** ha visto, nel corso dei dodici mesi del 2011, un'ottima **crescita pari al 34,5%**, con un'accelerazione del **+36,8% negli ultimi tre mesi dell'esercizio**.

Ricavi¹ per canale distributivo

Al 31 dicembre 2011, il **canale distributivo Retail** del Gruppo Salvatore Ferragamo può contare su **323 punti vendita diretti (DOS)**, mentre il **canale Wholesale e Travel Retail** su **270 punti vendita monomarca operati da terzi (TPOS)**, nonchè sulla presenza nei principali department store e specialty store multimarca di alto livello.

Il **canale distributivo Retail²**, registra al 31 dicembre 2011 Ricavi¹ consolidati pari a **658,3** milioni di euro, con un **incremento del 21,2%** rispetto ai 543,0 milioni di euro conseguiti al 31 dicembre 2010.

A **tassi e perimetro costanti la crescita per l'intero esercizio è pari al 16,4%** e nel solo **quarto trimestre 2011 al 11,3%** rispetto allo stesso periodo 2010, **che già aveva registrato un analogo incremento pari al 15,3%**.

² Le variazioni dei ricavi si intendono a cambi correnti, qualora non indicato diversamente.

Salvatore Ferragamo

Il canale **Wholesale** e **Travel Retail**² ha registrato un'ottima performance, passando dai 223,7 milioni di euro dei dodici mesi del 2010 ai 313,1 milioni di euro al 31 dicembre 2011 segnando un **aumento del 40,0%** (con un incremento del **45,2% nel solo quarto trimestre**).

Ricavi¹ per categoria merceologica

Tutte le categorie di prodotto hanno registrato forti incrementi del fatturato². In particolare si segnalano quelli relativi alle **calzature (+32,6%)** e alle **borse ed accessori in pelle (+26,8%)**, che complessivamente **rappresentano circa il 74,0%** dei ricavi consolidati.

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Ernesto Greco, 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.

Salvatore Ferragamo S.p.A.

Salvatore Ferragamo S.p.A. è la capogruppo del Gruppo Salvatore Ferragamo, uno dei principali player del settore del lusso le cui origini possono farsi risalire al 1927. Il Gruppo è attivo nella creazione, produzione e vendita di calzature, pelletteria, abbigliamento, prodotti in seta e altri accessori, nonché profumi per uomo e donna.

La gamma dei prodotti si completa, inoltre, con occhiali e orologi, realizzati su licenza da terzi. Attenzione all'unicità e all'esclusività, realizzate coniugando stile, creatività e innovazione con la qualità e l'artigianalità tipiche del Made in Italy, sono le caratteristiche che contraddistinguono da sempre i prodotti del Gruppo.

Con oltre 3.000 dipendenti e una rete capillare di 593 punti vendita monomarca al 31 dicembre 2011, il Gruppo Ferragamo è presente in Italia e nel mondo attraverso società che consentono di presidiare il mercato europeo, americano e asiatico.

Salvatore Ferragamo

Per ulteriori informazioni:

Salvatore Ferragamo S.p.A.
Alessandro Corsi
Group Investor Relations Director

Tel. (+39) 055 3562428
investor.relations@ferragamo.com

Image Building
Giuliana Paoletti, Mara Baldessari, Alfredo Mele
Media Relations

Tel. (+39) 02 89011300
ferragamo@imagebuilding.it

Il comunicato è disponibile anche sul sito group.ferragamo.com, nella sezione "Investor Relations".

Si riportano di seguito alcune analisi di dettaglio dei ricavi¹ del Gruppo Salvatore Ferragamo per l'esercizio 2011.

Salvatore Ferragamo

Ricavi Dicembre 2011 (in migliaia di Euro)

Area Geografica

	2011	%dei ricavi totali	2010	%dei ricavi totali	a cambi costanti	
					2011 vs 2010%	2011 vs 2010%
Europe	238,497	24.2%	182,292	23.3%	30.8%	30.0%
Nord America	221,349	22.4%	174,018	22.3%	27.2%	26.0%
Giappone	127,836	13.0%	126,849	16.2%	0.8%	-4.4%
Asia Pacifico	357,718	36.3%	267,872	34.3%	33.5%	32.4%
Centro e Sud America	41,117	4.2%	30,570	3.9%	34.5%	32.8%
Total	986,517	100.0%	781,601	100.0%	26.2%	24.1%

Canale

	2011	%dei ricavi totali	2010	%dei ricavi totali	a cambi costanti	
					2011 vs 2010%	2011 vs 2010%
Wholesale	313,101	31.7%	223,669	28.6%	40.0%	37.8%
Retail	658,335	66.7%	542,967	69.5%	21.2%	19.1%
Licenze e prestazioni	7,703	0.8%	6,850	0.9%	12.5%	12.5%
Locazioni immobiliari	7,378	0.7%	8,115	1.0%	-9.1%	-4.5%
Total	986,517	100.0%	781,601	100.0%	26.2%	24.1%

Categoria

	2011	%dei ricavi totali	2010	%dei ricavi totali	a cambi costanti	
					2011 vs 2010%	2011 vs 2010%
Calzature	423,082	42.9%	319,014	40.8%	32.6%	30.6%
Pelletteria	309,059	31.3%	243,662	31.2%	26.8%	24.3%
Abbigliamento	102,523	10.4%	90,096	11.5%	13.8%	11.0%
Accessori	78,421	7.9%	67,443	8.6%	16.3%	14.1%
Profumi	58,350	5.9%	46,421	5.9%	25.7%	26.2%
Licenze e prestazioni	7,703	0.8%	6,850	0.9%	12.5%	12.5%
Locazioni immobiliari	7,378	0.7%	8,115	1.0%	-9.1%	-4.5%
Total	986,517	100.0%	781,601	100.0%	26.2%	24.1%