

Informazione Regolamentata n. 1220-32-2024	Data/Ora Inizio Diffusione 9 Maggio 2024 17:48:55	Euronext Milan
--	--	----------------

Societa' : SALVATORE FERRAGAMO

Identificativo Informazione
Regolamentata : 190361

Utenza - Referente : FERRAGAMON06 - Benocci

Tipologia : REGEM; 3.1

Data/Ora Ricezione : 9 Maggio 2024 17:48:55

Data/Ora Inizio Diffusione : 9 Maggio 2024 17:48:55

Oggetto : Comunicato Stampa - Ricavi Consolidati al 31
marzo 2024

Testo del comunicato

Vedi allegato

FERRAGAMO

COMUNICATO STAMPA

Il Consiglio di Amministrazione di **Salvatore Ferragamo S.p.A.** ha esaminato i Ricavi Consolidati al 31 marzo 2024

In un contesto di generale debolezza della Cina e del canale wholesale, rimaniamo focalizzati sul customer engagement

Marco Gobbetti, Amministratore Delegato e Direttore Generale di Salvatore Ferragamo S.p.A. ha commentato:

“Negli ultimi trimestri abbiamo continuato ad implementare la nostra strategia di rinnovamento del marchio, introducendo una nuova offerta di prodotto, incentrando la comunicazione sul rafforzamento di brand awareness, ridisegnando la customer experience attraverso l’ottimizzazione della gestione delle relazioni con i clienti e un nuovo ambiente nelle boutiques.

La combinazione di queste attività ha aumentato la desiderabilità del marchio e, insieme all’introduzione della nuova offerta di prodotto, ha ottenuto un buon riconoscimento da parte dei media e del settore.

Nel trimestre la nostra performance è stata influenzata dalla continua volatilità del mercato cinese e dalla persistente debolezza dei canali wholesale e travel retail, ulteriormente aggravata da una sfavorevole base di confronto.

In un settore in fase di normalizzazione siamo incoraggiati dalle crescite osservate a fine trimestre nel nostro canale DTC - in particolare in Europa, Stati Uniti e Giappone - e daremo priorità alla crescita delle vendite, concentrandoci sull’engagement dei clienti verso la nuova offerta di prodotto e focalizzando le nostre attività di comunicazione a supporto dei canali di vendita.

Proseguiremo nel piano di investimenti sulle nostre priorità strategiche, sostenendo al contempo la redditività grazie alla costante attenzione alla qualità delle vendite e alla nostra capacità operativa.”

Firenze, 9 maggio 2024 – 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 2024, redatti secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS (dati “non audited”).

FERRAGAMO

Ricavi Consolidati

Al 31 marzo 2024, il Gruppo Salvatore Ferragamo ha realizzato Ricavi Consolidati pari a 227 milioni di euro, in calo del 18,3% a cambi correnti e del 16,6% a cambi costanti¹ rispetto al primo trimestre 2023.

Il contesto volatile dei consumatori, soprattutto in Cina, e le vendite del mese di gennaio hanno avuto un impatto sulla performance del canale DTC³; mentre la performance del canale Wholesale è stata penalizzata da un contesto debole e da una difficile base di confronto a causa della diversa tempistica delle consegne rispetto allo scorso anno.

Vendite nette per canale distributivo²

Il canale distributivo DTC³ ha registrato, al 31 marzo 2024, Vendite Nette in calo dell'11,1% (-7,5% a tassi di cambio costanti¹), rispetto allo stesso periodo del 2023. L'andamento del canale a gennaio è stato negativo, mentre a febbraio e marzo è stato in linea con lo scorso anno, nonostante la performance debole in Cina e in Corea.

Il canale Wholesale ha riportato, al 31 marzo 2024, Vendite Nette in calo del 38,3% (-38,6% a tassi di cambio costanti¹), rispetto allo stesso periodo del 2023. Il primo trimestre 2024 riflette il debole contesto, la difficile base di confronto, soprattutto in Europa (primo trimestre 2023 +39,3% a tassi di cambio costanti rispetto al primo trimestre 2022).

Vendite nette per area geografica e per canale distributivo²

L'area EMEA, nel primo trimestre 2024, ha registrato un calo delle Vendite Nette del 30,8% (-31,0% a tassi di cambio costanti¹), rispetto ad una difficile base di confronto nel primo trimestre 2023 (+24,7%), principalmente a causa del canale Wholesale. La performance nel canale DTC³ è stata superiore allo scorso anno, (+3,5% a tassi di cambio costanti¹), mentre la performance del canale Wholesale è stata negativa (-51,3% a tassi di cambio costanti¹), impattata dalla debolezza del contesto generale, da una base di confronto difficile rispetto allo scorso anno e da una diversa tempistica nelle consegne.

L'area del Nord America ha registrato, nel primo trimestre 2024, un calo delle Vendite Nette pari al 10,9% (-9,2% a tassi di cambio costanti¹), rispetto allo stesso periodo del 2023, principalmente a causa della performance negativa a doppia cifra registrata dal canale Wholesale, ma con un andamento del canale DTC³ che è migliorato nel corso del trimestre, registrando una performance in linea con l'anno scorso a febbraio e in crescita high single-digit a marzo (entrambi a cambi costanti¹).

FERRAGAMO

L'area del Centro e Sud America ha registrato nel primo trimestre 2024 un calo delle Vendite Nette dell'8,6% (-11,0% a tassi di cambio costanti¹), rispetto allo stesso periodo del 2023, ma con il canale DTC³ in linea con l'anno precedente, mentre il canale Wholesale è sceso a doppia cifra.

L'area Asia Pacifico ha registrato Vendite Nette in calo del 19,3% (-15,5% a tassi di cambio costanti¹), rispetto al primo trimestre 2023. Le vendite nette in Cina e in Corea, impattate dalla bassa fiducia dei consumatori, hanno registrato una performance negativa sia nel canale DTC³ che nel canale Wholesale, mentre il resto dell'Asia-Pacifico è stato positivo rispetto all'anno scorso, beneficiando anche di un aumento dei flussi turistici.

Il mercato giapponese nel primo trimestre 2024 ha riportato un calo delle Vendite Nette del 15,7% (-4,4% a tassi di cambio costanti¹) rispetto al primo trimestre 2023, con un andamento del canale DTC³ positivo a cambi costanti a febbraio e marzo.

Note al comunicato stampa

¹ 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.

² Le variazioni delle Vendite nette si intendono a cambi correnti (escluso l'effetto hedging), qualora non indicato diversamente.

³ 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.

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.

FERRAGAMO

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.

I ricavi consolidati del primo trimestre 2024 saranno illustrati oggi, 9 maggio 2024 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 Finanziari".

FERRAGAMO

Si riportano di seguito alcune analisi di dettaglio dei Ricavi/Vendite Nette del Gruppo Salvatore Ferragamo per il primo trimestre 2024.

Ricavi per canale distributivo al 31 marzo 2024

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 31 marzo		Periodo chiuso al 31 marzo		Var %	a cambi costanti var%
	2024	% sui Ricavi	2023	% sui Ricavi		
DTC*	169.759	74,8%	190.992	68,7%	(11,1%)	(7,5%)
Wholesale	49.948	22,0%	80.924	29,1%	(38,3%)	(38,6%)
Vendite nette	219.707	96,8%	271.916	97,8%	(19,2%)	(17,0%)
Effetto Cash flow hedging sui ricavi	2.446	1,1%	1.512	0,5%	61,8%	na
Licenze e prestazioni	3.961	1,7%	3.847	1,4%	3,0%	3,0%
Locazioni immobiliari	854	0,4%	677	0,2%	26,1%	27,7%
Ricavi	226.968	100,0%	277.952	100,0%	(18,3%)	(16,6%)

* 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 2024

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 31 marzo		Periodo chiuso al 31 marzo		Var %	a cambi costanti var%
	2024	% su Vendite nette	2023	% su Vendite nette		
Europa	49.746	22,6%	71.875	26,4%	(30,8%)	(31,0%)
Nord America	60.031	27,3%	67.339	24,8%	(10,9%)	(9,2%)
Giappone	19.953	9,1%	23.681	8,7%	(15,7%)	(4,4%)
Asia Pacifico	73.292	33,4%	90.775	33,4%	(19,3%)	(15,5%)
Centro e Sud America	16.685	7,6%	18.246	6,7%	(8,6%)	(11,0%)
Vendite nette	219.707	100,0%	271.916	100,0%	(19,2%)	(17,0%)

Vendite nette per categoria merceologica al 31 marzo 2024

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 31 marzo		Periodo chiuso al 31 marzo		Var %	a cambi costanti var%
	2024	% su Vendite nette	2023	% su Vendite nette		
Calzature	101.920	46,4%	124.801	45,9%	(18,3%)	(16,1%)
Pelletteria	87.778	40,0%	107.656	39,6%	(18,5%)	(16,3%)
Abbigliamento	13.474	6,1%	19.378	7,1%	(30,5%)	(28,9%)
Seta e Altro	16.535	7,5%	20.081	7,4%	(17,7%)	(14,8%)
Vendite nette	219.707	100,0%	271.916	100,0%	(19,2%)	(17,0%)

Fine Comunicato n.1220-32-2024

Numero di Pagine: 7