

Informazione Regolamentata n. 1220-1-2026	Data/Ora Inizio Diffusione 27 Gennaio 2026 17:35:02	Euronext Milan
---	--	----------------

Societa' : SALVATORE FERRAGAMO

Utenza - referente : FERRAGAMON04 - Andrea Madrigali

Tipologia : REGEM; 3.1

Data/Ora Ricezione : 27 Gennaio 2026 17:35:02

Data/Ora Inizio Diffusione : 27 Gennaio 2026 17:35:02

Oggetto : Dati preliminari di vendita del Gruppo per
l'esercizio 2025

Testo del comunicato

Vedi allegato

FERRAGAMO

COMUNICATO STAMPA

Salvatore Ferragamo S.p.A.

Dati Preliminari di Vendita¹ del Gruppo per l'Esercizio 2025

Nel quarto trimestre 2025 andamento positivo del canale *Direct to Consumer (DTC³)* in tutte le aree geografiche, in progressiva accelerazione su una base di confronto impegnativa

Continua anche nel 2026 il focus sul nuovo piano strategico

Dal secondo trimestre 2025, il Gruppo ha individuato le nuove priorità strategiche e ha iniziato a mettere in atto le azioni necessarie per garantire piena coerenza e allineamento tra design, prodotto, comunicazione e canali di distribuzione, valorizzando il forte *heritage* e le capacità creative.

Per quanto riguarda l'offerta di prodotto, nelle calzature sono state rafforzate le nostre icone, arricchendo la linea *Vara* per la donna e consolidando la *Tramezza* per l'uomo. Nella pelletteria, è stata potenziata la linea *Hug* e sono stati lanciati nuovi *best-seller*, come la *Soft bag*, rafforzando al contempo accessori in pelle e seta per incrementare il cross-selling e acquisire nuovi clienti.

La strategia narrativa e di comunicazione è stata aggiornata per celebrare i codici del *Brand* e l'eccellenza artigianale, valorizzando lo *storytelling* e migliorando il *targeting* e l'efficienza per massimizzare il *ROI*. Sono state realizzate campagne a 360 gradi con attivazioni *in-store* selezionate e un forte approccio *digital-first*, che hanno potenziato l'esperienza del consumatore, integrando progetti *omnichannel* e di acquisizione clienti ed elevando il *clienteling* attraverso innovativi programmi di marketing.

Un'altra area prioritaria è stata la nostra rete retail; è stato migliorato il visual merchandising e arricchita l'esperienza in negozio, proseguendo al contempo con il rinnovamento dei punti vendita e rafforzando il coinvolgimento del cliente con un approccio *data-driven*. La presenza *online* è stata inoltre potenziata grazie all'offerta di un'esperienza ottimizzata per cliente. Nel *wholesale* ci siamo concentrati sui clienti chiave, in linea con il posizionamento del *Brand*.

La strategia è stata implementata con flessibilità e disciplina operativa, attraverso un efficace controllo dei costi, una maggiore efficienza delle collezioni e l'ottimizzazione dell'inventario.

FERRAGAMO

L'attuazione di queste iniziative strategiche ha sostenuto la performance positiva del canale *DTC* anche nel quarto trimestre 2025, che ha riportato un'accelerazione rispetto al trimestre precedente, nonostante una base di confronto più impegnativa, con *trend* positivi in tutte le aree geografiche. I risultati hanno beneficiato di un aumento del tasso di conversione e del valore medio dello scontrino, di un cross-selling più efficace e della continua e solida crescita del *business online*.

Come nei trimestri precedenti, il canale *wholesale* ha mostrato un andamento in calo, in linea con il rinnovato *focus* sui clienti chiave con l'obiettivo di valorizzare ulteriormente l'immagine del marchio.

Consapevoli dell'incertezza del contesto geopolitico e macroeconomico e delle sfide nel canale *wholesale*, nel 2026 ci concentreremo sul consolidamento del *momentum* attuale, sul pieno sviluppo del nuovo posizionamento e sulla revisione della rete di distribuzione *retail*. L'obiettivo è costruire sui primi risultati positivi, rilanciando l'*appeal* del *Brand* e sostenendo il fatturato e la performance economica del Gruppo.

Firenze, 27 gennaio 2026 – Salvatore Ferragamo S.p.A. (EXM: SFER) comunica che i **Dati Preliminari dei Ricavi¹ Consolidati di Gruppo per l'Esercizio 2025 e per il quarto trimestre 2025**.

Nel **quarto trimestre 2025**, i **Ricavi¹ Preliminari Consolidati** sono stati 282 milioni di euro, in calo del 2,0% a cambi costanti² e del -3,2% a cambi correnti, rispetto al quarto trimestre 2024. Il canale *DTC*³ ha riportato una crescita nel trimestre del 6,3% a cambi costanti², in accelerazione rispetto al trimestre precedente su una base di confronto più sfidante. Il canale *Wholesale* ha riportato un risultato negativo.

Nell'**esercizio 2025**, i **Ricavi¹ Preliminari Consolidati** ammontano a 977 milioni di euro, in calo del 3,8% a cambi costanti² e del -5,7% a cambi correnti rispetto all'esercizio 2024. Il canale *DTC*³ ha riportato Ricavi¹ in aumento dello 0.4% a cambi costanti², mentre il canale *Wholesale* è rimasto negativo.

Vendite Nette¹ per canale distributivo

Il canale distributivo *DTC*³, nel quarto trimestre 2025, ha registrato Vendite Nette¹ in aumento del 6,3% a cambi costanti² (+0,6% a cambi correnti) con un andamento positivo a cambi costanti² in tutte le aree geografiche e in accelerazione rispetto al terzo trimestre 2025 nonostante la base di confronto più sfidante. Anche il *business online* ha continuato il trend positivo, riportando una crescita solida anche nel quarto trimestre, con il nostro sito ferragamo.com che ha registrato un aumento nel traffico, nel numero e nel valore degli ordini.

FERRAGAMO

Nell'esercizio 2025, il canale distributivo *DTC*³ è cresciuto dello 0,4% a tassi di cambio costanti² (-3,1% a cambi correnti) rispetto all'esercizio 2024, con i risultati positivi a cambi costanti² negli Stati Uniti, in Europa e America Latina che hanno controbilanciato l'andamento negativo dell'area Asiatica.

Il canale *Wholesale*, nel quarto trimestre 2025, ha riportato Vendite Nette¹ in calo del 30,6% a tassi di cambio costanti² e del -23,5% a cambi correnti, rispetto allo stesso periodo del 2024, riflettendo la rinnovata attenzione alla distribuzione controllata e ai clienti chiave, in linea con la nostra immagine di marca.

Nell'esercizio 2025, il canale *Wholesale* ha registrato Vendite Nette¹ in calo del 17,1% a tassi di cambio costanti² e del 17,5% a cambi correnti, rispetto all'esercizio 2024.

Vendite nette¹ per area geografica

Il canale *DTC*³ nell'area **EMEA, nel quarto trimestre 2025**, ha registrato una crescita *mid-single digit* grazie all'aumento della *conversion rate* e dello scontrino medio. Il business *Wholesale* è stato negativo a doppia cifra. Le Vendite Nette¹ totali sono scese del 10,9% a tassi di cambio costanti² (-5,3% a cambi correnti) rispetto al quarto trimestre 2024.

Le Vendite Nette¹ in **EMEA nell'esercizio 2025** sono diminuite del 6,5% a tassi di cambio costanti² (-4,4% a cambi correnti), rispetto all'esercizio 2024, con la performance positiva del *DTC*³ penalizzata dall'andamento negativo a doppia cifra del canale *Wholesale*.

Il canale *DTC*³ in **Nord America, nel quarto trimestre 2025**, ha registrato una crescita *high-single digit* su una base di confronto sfidante. Le Vendite Nette¹ del canale *Wholesale* sono calate a doppia cifra rispetto allo stesso periodo del 2024. Le Vendite Nette¹ totali sono salite del 2,0% a tassi di cambio costanti² (-1,9% a cambi correnti), rispetto al quarto trimestre 2024.

Nell'esercizio 2025, l'area del Nord America ha registrato un aumento delle Vendite Nette¹ del 3,1% a tassi di cambio costanti² (-0,9% a cambi correnti) rispetto all'esercizio 2024, con l'andamento positivo del *DTC*³ che ha controbilanciato l'andamento del canale *Wholesale* in calo *mid-single digit* a cambi costanti².

Sia il canale *DTC*³ che il canale *Wholesale* nell'area del **Centro e Sud America** hanno registrato in crescita *mid-single digit* a cambi costanti² **nel quarto trimestre 2025**, portando le Vendite Nette¹ totale ad un incremento del 5,1% a tassi di cambio costanti² (+1,1% a cambi correnti), rispetto allo stesso periodo del 2024.

Nell'esercizio 2025, l'area del Centro e Sud America ha registrato un aumento delle Vendite Nette¹ del 7,9% a tassi di cambio costanti² (-1,4% a cambi correnti) rispetto all'esercizio 2024, con il risultato in crescita a doppia cifra a cambi costanti² del canale *DTC*³ penalizzato dalla performance negativa del canale *Wholesale*.

Il canale *DTC*³ nell'area **Asia Pacifico, nel quarto trimestre 2025**, ha registrato una crescita in Corea, Cina e nel Sudest Asiatico, rispetto al quarto trimestre 2024. Il canale *Wholesale* ha riportato un calo a doppia cifra

FERRAGAMO

rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Le Vendite Nette¹ totali sono scese del 2,3% a tassi di cambio costanti² (-8,8% a cambi correnti), rispetto al quarto trimestre 2024.

Nell'esercizio 2025, l'Area Asia Pacifico ha registrato un calo delle Vendite Nette¹ pari all' 11,5% a tassi di cambio costanti² (-15,6% a cambi correnti) rispetto all'esercizio 2024, soprattutto penalizzate dal business *Wholesale*.

Il mercato giapponese, nel quarto trimestre 2025, ha riportato un aumento delle Vendite Nette¹ del 2,8% a tassi di cambio costanti² (-6,3% a cambi correnti) rispetto al quarto trimestre 2024.

Nell'esercizio 2025, in Giappone le Vendite Nette¹ sono scese del 3,0% a tassi di cambio costanti² (-6,0% a cambi correnti), rispetto all'esercizio 2024.

Note al comunicato stampa

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

² I Ricavi/Vendite Nette a "cambi costanti" vengono calcolati applicando ai Ricavi/Vendite Nette del periodo 2024, non inclusivi dell'"effetto hedging", i cambi medi dello stesso periodo 2025.

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.

Governance

Facendo seguito a quanto comunicato al mercato in data 3 febbraio e 6 marzo 2025 in merito alla costituzione del Comitato Consultivo di Presidenza a supporto del Presidente Esecutivo Leonardo Ferragamo - deliberato dal Consiglio di amministrazione in data 6 marzo 2025 e composto dagli Amministratori con delega James Ferragamo ed Ernesto Greco ed il *Chairman Special Advisor* Michele Norsa - si rende noto che in data odierna il Consiglio di amministrazione ne ha integrato la composizione nominandone membro con effetto immediato la Vice Presidente della Società Angelica Visconti.

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 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.

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 Nette¹ del Gruppo Salvatore Ferragamo al 31 dicembre 2025.

Ricavi¹ per canale distributivo al 31 dicembre 2025

(In migliaia di Euro)						
	2025	% sui Ricavi	2024	% sui Ricavi	Var %	Var % a cambi costanti
DTC*	752.302	77,0%	776.700	75,0%	(3,1%)	0,4%
Wholesale	191.917	19,7%	232.579	22,5%	(17,5%)	(17,1%)
Vendite nette	944.219	96,7%	1.009.279	97,5%	(6,4%)	(3,7%)
Effetto <i>Cash flow hedging</i> sui ricavi	12.982	1,3%	4.842	0,5%	168,1%	na
Licenze e prestazioni	16.267	1,7%	17.530	1,7%	(7,2%)	(7,2%)
Locazioni immobiliari	3.063	0,3%	3.455	0,3%	(11,3%)	(7,4%)
Totale Ricavi	976.531	100,0%	1.035.106	100,0%	(5,7%)	(3,8%)

* 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 Nette¹ per area geografica al 31 dicembre 2025

(In migliaia di Euro)						
	2025	% su Vendite nette	2024	% su Vendite nette	Var %	Var % a cambi costanti
Europa	235.601	25,0%	246.472	24,4%	(4,4%)	(6,5%)
Nord America	304.846	32,3%	307.591	30,5%	(0,9%)	3,1%
Giappone	77.970	8,3%	82.918	8,2%	(6,0%)	(3,0%)
Asia Pacifico	246.014	26,0%	291.385	28,9%	(15,6%)	(11,5%)
Centro e Sud America	79.788	8,4%	80.913	8,0%	(1,4%)	7,9%
Vendite nette	944.219	100,0%	1.009.279	100,0%	(6,4%)	(3,7%)

Vendite nette¹ per categoria merceologica al 31 dicembre 2025

(In migliaia di Euro)						
	2025	% su Vendite nette	2024	% su Vendite nette	Var %	Var % a cambi costanti
Calzature	409.601	43,4%	461.001	45,7%	(11,1%)	(8,1%)
Pelletteria	399.590	42,3%	412.841	40,9%	(3,2%)	(0,6%)
Abbigliamento	59.020	6,3%	60.459	6,0%	(2,4%)	0,2%
Seta e Altro	76.008	8,0%	74.978	7,4%	1,4%	3,2%
Vendite nette	944.219	100,0%	1.009.279	100,0%	(6,4%)	(3,7%)

