



## SAFILO COMUNICA IL NUOVO PIANO STRATEGICO AL 2015

### *Principali linee guida di sviluppo:*

- *Focus e leadership sul canale wholesale;*
- *Rafforzamento di un portafoglio di marchi bilanciato e ad alto potenziale;*
- *Crescita significativa della presenza nei paesi emergenti e rafforzamento nei mercati maturi;*
- *Sviluppo del programma di efficienza in tutte le aree della catena del valore;*
- *Creazione di valore nel lungo termine attraverso il rafforzamento patrimoniale e finanziario.*

**Padova, 29 settembre 2011** - Il Consiglio di Amministrazione di SAFILO GROUP S.p.A. ha esaminato e approvato il Piano Strategico 2011-2015 del Gruppo, le cui linee guida verranno illustrate dall'Amministratore Delegato Roberto Vedovotto e dal senior management team nel corso di un incontro con la comunità finanziaria che si terrà oggi a Parigi, a partire dalle ore 14.00, e che potrà essere seguito *live* via webcast dal sito della società [www.safilo.com](http://www.safilo.com).

Roberto Vedovotto, Amministratore Delegato del Gruppo Safilo, ha commentato:

*“Negli ultimi due anni Safilo ha affrontato con successo sfide importanti ed ha implementato significativi cambiamenti che ci consentono oggi di essere preparati per il futuro.*

*A tal fine abbiamo attuato una profonda revisione del nostro assetto organizzativo e manageriale assicurando la rapida ed efficace esecuzione dei nostri piani in tutte le aree di business ritenute chiave.*

*La nostra visione strategica fa leva sulla centralità del canale wholesale, rappresentato da un portafoglio di “Powerbrands” equilibrato e con forte potenziale di crescita, composto sia dai marchi del lusso e della moda, che da sempre contraddistinguono il nostro business in licenza, sia dai marchi propri.*

*Questi ultimi, insieme ai mercati emergenti e in via di sviluppo, rappresenteranno il principale motore della nostra crescita futura, mentre puntiamo a rafforzare i nostri presidi competitivi nei mercati maturi dell'Europa e degli Stati Uniti.*

*Nonostante la persistente incertezza sulla ripresa del ciclo economico e la volatilità dei mercati, i nostri obiettivi si basano su un progetto di lungo termine di crescita profittevole e sostenibile”.*

# Comunicato stampa

## Linee guida di sviluppo

Il Piano pluriennale si basa su alcuni elementi principali che fondano la visione strategica del Gruppo tra cui: una forte focalizzazione sul *core business wholesale*, un portafoglio di “*powerbrands*” in licenza e propri equilibrato e ad alto potenziale, la crescita nei principali mercati internazionali attraverso strategie mirate per ciascun mercato e canale distributivo, la ricerca costante dell’eccellenza nel design e nell’innovazione e un programma di maggiore redditività del business attraverso il miglioramento dei processi aziendali nelle principali aree di attività del Gruppo.

Al fine di garantire il raggiungimento degli obiettivi, è stato predisposto un nuovo assetto organizzativo strutturato attraverso tre principali direttive: di marchio e prodotto (“*What*”), di mercato (“*Where*”) e di funzioni corporate di servizio (“*How*”).

### “*What*”

I marchi in licenza, che rappresentano oggi circa l’80% delle vendite Safilo, rimangono centrali nello sviluppo del Gruppo. A tal fine riveste un ruolo fondamentale l’ottimizzazione del portafoglio attraverso una strategia di focalizzazione sui marchi del segmento *high end* e *diffusion*, che presentano le migliori opportunità di crescita sia in termini di fatturato che di redditività.

In questa area di business, la strategia farà leva sui punti di forza che hanno storicamente distinto l’azienda, quali l’eccellenza nel design di prodotto e nell’innovazione dei materiali, l’altissima qualità produttiva unita alla capacità di adattare stile e *fitting* alle diverse esigenze dei consumatori.

Safilo intende consolidare la forte crescita del business dei marchi propri, la cui struttura organizzativa è stata recentemente potenziata attraverso la nomina del nuovo *Global Head of House Brands*.

Su questo fronte, il Gruppo rimarrà focalizzato sul marchio Carrera, per il quale è previsto un forte impegno sia in termini di ampliamento dell’offerta, con particolare focus sull’innovazione stilistica e tecnologica del prodotto, sia in termini di crescita dei mercati e canali serviti attraverso importanti campagne pubblicitarie e nuovi progetti distributivi.

Grande attenzione verrà riservata anche ai marchi propri Safilo e Smith, due esempi di *brand* con una forte identità nei rispettivi segmenti di mercato.

### “*Where*”

Nei mercati maturi dell’Europa occidentale, il Gruppo ha intrapreso un processo di profonda revisione delle proprie strutture organizzative e commerciali sia attraverso l’insediamento di nuovi management team nei mercati chiave dell’area, quali Italia, Francia, Spagna e UK, sia con la creazione di dipartimenti ad hoc, dedicati allo sviluppo delle aree di business a maggior potenziale di crescita, quali *Key Account* e *Duty Free business*.

In Europa, Safilo punta a una crescita significativa nei paesi emergenti. Un particolare focus sarà prestato alla Russia, dove il Gruppo vuole rafforzare la propria leadership nel segmento *high end* e *diffusion* e spingere sullo sviluppo di Carrera, facendo leva su una struttura organizzativa già ben avviata.

Anche nel mercato americano saranno implementati due distinti piani d’azione sulla base delle aree geografiche con diversi tassi di crescita.

Nei mercati più maturi, quali Stati Uniti e Canada, il Gruppo ha l’obiettivo di rafforzare la propria *leadership* nel canale degli ottici indipendenti sia con lo sviluppo dei più noti marchi in licenza sia attraverso l’espansione dei principali marchi propri.

Nelle principali città degli Stati Uniti, il canale *retail* Solstice continuerà invece a rappresentare un’importante vetrina e strumento di analisi per il business degli occhiali da sole.

La crescita del Gruppo sarà più aggressiva nei paesi dell’America Latina, in particolare in Messico e Brasile, dove Safilo sta accelerando la propria espansione attraverso nuove strutture organizzative, commerciali e distributive.

## Comunicato stampa

Nei mercati asiatici in forte espansione, Cina in primis, ma anche India, Corea, Hong Kong e paesi limitrofi, Safilo può contare su una presenza quasi ventennale e un'organizzazione che vede oggi un importante progetto di crescita attraverso strategie mirate di prodotto e di canale in grado di raggiungere bacini di consumatori sempre più ampi.

In questi paesi, Safilo fa leva sull'altissimo gradimento del proprio portafoglio di marchi *high end*, investendo sul prodotto, che per il mercato cinese si sta componendo di un'offerta sempre più ricca di modelli *Chinese fitting*. Nel mercato coreano il nuovo focus è riservato al segmento delle montature da vista.

L'ampliamento della distribuzione ruoterà attorno al potenziamento della rete vendita e all'inserimento di profili professionali altamente qualificati in tutte quelle attività di marketing volte a garantire spazi privilegiati e permanenti all'interno dei migliori punti vendita.

Alla centralità dei marchi in licenza si affiancherà una forte attenzione allo sviluppo dei marchi propri, in particolare di Carrera.

### **“How”**

Al fine di assicurare il raggiungimento degli obiettivi prefissati, Safilo ha sviluppato molteplici progetti di efficienza insieme a un programma di riduzione della complessità in tutte le aree della propria catena del valore.

L'importanza del *core business wholesale*, insieme alla crescente complessità del mercato, ha reso fondamentale l'evoluzione attraverso nuove tecniche di vendita e marketing volte al miglioramento dell'analisi e pianificazione di business e al potenziamento del servizio al cliente.

Alla tradizione che da sempre ha distinto la nostra offerta, Safilo affianca oggi la tecnologia, sulla quale sta puntando con grande decisione attraverso l'implementazione di strumenti commerciali e gestionali di ultima generazione in grado di avvicinare, fino a fare coincidere, l'esperienza di *business wholesale* con quella *retail*. Numerosi i progetti di riferimento, dal software denominato “*Smile*” per la gestione dinamica delle collezioni *in store*, introdotto in un numero crescente di negozi in Europa e nel mondo - con importanti ricadute in termini di migliori assortimenti di prodotto e servizio al cliente - agli strumenti di vendita interattivi che rendono la presentazione delle collezioni più veloce, accattivante ed economica.

A livello industriale, Safilo intende incrementare la produttività e il livello di servizio del proprio *footprint* industriale, attraverso l'armonizzazione degli standard operativi, la centralizzazione delle attività strategiche di acquisto e l'implementazione di nuovi sistemi di gestione degli stock.

## Comunicato stampa

### Principali obiettivi economico-finanziari

Per l'esercizio in corso, il Gruppo stima vendite nette totali intorno a 1.100 milioni di euro, un margine EBITDA di circa l'11% e un debito netto di Gruppo in linea con il risultato ottenuto nel primo semestre dell'anno, intorno a 240 milioni di euro.

In particolare, il piano 2011-2015 si articola sulle seguenti direttrici:

1) Crescita delle vendite nette a un tasso medio annuo del 6-7%, con la maggior spinta negli ultimi due anni di piano. Si prevede infatti di raggiungere circa 1.200-1.250 milioni di euro nel 2013 e 1.400-1.450 milioni di euro nel 2015;

2) A livello di EBITDA è previsto un progressivo miglioramento della redditività che passerà dal 12,5% del 2013, pari a circa 150 milioni di euro, al 15,0% nel 2015 attestandosi intorno a 210 milioni di euro;

3) Azzeramento del debito netto nel 2015.

Nei cinque anni di piano si prevede un piano di investimenti complessivo di circa 165 milioni di euro, principalmente dedicati al mantenimento e sviluppo impiantistico degli stabilimenti produttivi e all'implementazione di nuovi sistemi informatici.

Gli obiettivi sopra riassunti sono stati sviluppati su base organica, ipotizzando il rinnovo di tutte le licenze in scadenza nell'arco di piano e senza tenere conto del possibile inserimento in portafoglio di nuovi marchi in licenza e/o di nuove opportunità nell'ambito dell'acquisizione di marchi già attivi nel settore *eyewear*.

Safilo precisa che la trattativa di rinnovo del contratto con il Gruppo Armani è attualmente in corso e l'esito del negoziato è ad oggi ancora incerto.

# Comunicato stampa

## Disclaimer

Il documento contiene dichiarazioni previsionali (“*forward-looking statements*”), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari del Gruppo Safilo. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischio e incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori.

## Indicatori alternativi di performance

Viene di seguito fornito il contenuto degli “Indicatori alternativi di performance”, non previsti dai principi contabili IFRS-EU, utilizzati nel presente comunicato al fine di consentire una migliore valutazione dell’andamento della gestione economico-finanziaria del Gruppo:

- L’EBITDA (margine operativo lordo) è calcolato da Safilo sommando all’utile operativo gli ammortamenti;
- Il Debito netto è per Safilo la somma dei debiti verso banche e dei finanziamenti, a breve e medio lungo termine, al netto della cassa attiva;
- Il Capitale investito netto è definito per Safilo quale somma dell’Attivo corrente e dell’Attivo non corrente al netto del Passivo corrente e del Passivo non corrente ad eccezione delle voci precedentemente considerate nella Posizione finanziaria netta;
- Il *Free Cash Flow* è per Safilo la somma del flusso monetario generato/(assorbito) dalla gestione operativa e del flusso monetario generato/(assorbito) dall’attività di investimento.

## Webcast

La presentazione a supporto dell’Investor Day sarà resa disponibile nel sito della società in concomitanza con l’inizio dell’evento.

Il Gruppo Safilo è leader nell’occhialeria di alta gamma e ai vertici mondiali nel settore dell’occhialeria da vista, da sole e per lo sport. Presente sul mercato mondiale attraverso distributori esclusivi e 30 filiali commerciali nei principali Paesi (in U.S.A., Europa ed Estremo Oriente), Safilo commercializza le collezioni a marchio proprio Safilo, Carrera, Smith Optics, Oxydo, Blue Bay, oltre alle linee in licenza, firmate Alexander McQueen, A/X Armani Exchange, Balenciaga, Banana Republic, Bottega Veneta, BOSS Black, BOSS Orange, Dior, Emporio Armani, Fossil, Giorgio Armani, Gucci, HUGO, J.Lo by Jennifer Lopez, Jimmy Choo, Juicy Couture, Kate Spade, Liz Claiborne, Marc Jacobs, Marc by Marc Jacobs, Max Mara, Max&Co., Nine West, Pierre Cardin, Saks Fifth Avenue, Tommy Hilfiger, Valentino, Yves Saint Laurent.

Il presente comunicato è disponibile anche all’interno del sito Internet [www.safilo.com](http://www.safilo.com).

*Per ulteriori informazioni:*

### **Safilo Group Investor Relations**

*Barbara Ferrante*

*ph. +39 049 6985766*

[www.safilo.com/it/investors.html](http://www.safilo.com/it/investors.html)

### **Safilo Group Press Office**

*Cristina Andresano*

*Milano – ph. +39 02 76020154*

*Padova – ph. +39 049 6985322*

**Community consulenza nella comunicazione ph. +39 0422.416.111 - 02.89.40.42.31**

*Auro Palomba – Mob. +39 335.71.78.637*

*Giuliano Pasini – Mob. +39 335.60.85.019*