



COMUNICATO STAMPA

GRUPPO SAFILO: FORTE CRESCITA DELLE VENDITE PER IL QUARTO TRIMESTRE E PER L'INTERO ESERCIZIO 2006

- **Fatturato consolidato 2006: 1.122 milioni di euro (+9,4% rispetto al 2005);**
- **Fatturato quarto trimestre 2006: 278,4 milioni di euro (+12,0% rispetto al 2005);**
- **Europa in miglioramento nel quarto trimestre di oltre il 21% rispetto al 2005;**
- **L'America segna un altro anno di forte crescita (+9,2% rispetto al 2005);**
- **Inizia la distribuzione diretta nei Paesi Baltici.**

Padova, 06 febbraio 2007 – Il Gruppo Safilo, leader mondiale nell'occhialeria di alta gamma e lusso, rende noti oggi i dati preliminari relativi agli ottimi risultati di vendita dell'ultimo trimestre e dell'intero esercizio 2006.

Esercizio 2006

L'anno 2006 si è concluso con brillanti risultati di vendita in tutti i maggiori mercati mondiali, grazie alle ottime performance sia dei marchi propri che di quelli in licenza. Il fatturato consolidato ha raggiunto €1.122 mln con un incremento del 9,4% rispetto al 2005 (+9,8% a parità di cambi).

L'analisi delle vendite per area geografica evidenzia la significativa crescita delle vendite in Europa con il mercato italiano in deciso progresso e gli altri Paesi in crescente recupero dopo il primo trimestre non particolarmente brillante. Il mercato americano ha registrato un altro anno di forte miglioramento grazie alla forza del proprio portafoglio brand, malgrado il calo delle vendite dovuto al mancato rinnovo della licenza Polo Ralph Lauren. Sempre in deciso incremento le vendite in Estremo Oriente nonostante nel 2006 la decisione di non distribuire i prodotti nel mercato Coreano, in previsione dell'apertura della filiale diretta, abbia penalizzato la crescita del fatturato.

Particolarmente positive le performance nei mercati emergenti, con forti tassi di crescita soprattutto in Cina ed India.

A livello di brands si è registrato un incremento significativo nelle housebrands (+12,2%), con il marchio Carrera in particolare evidenza. Tra i brands in licenza, in miglioramento del 8,1%, è opportuno evidenziare come tutti i marchi a maggior fatturato (Armani, Dior e Gucci) abbiano registrato tassi di crescita a doppia cifra.

Quarto trimestre 2006

Il fatturato del quarto trimestre 2006 ammonta ad €278,4 mln con un incremento del 12,0% rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente. A parità di cambio il miglioramento sarebbe stato del 16,2%.

A livello geografico sono state raggiunte performance positive in tutte le maggiori aree, con risultati particolarmente significativi in Europa, e con il mercato americano cresciuto in valuta locale del

7,6% malgrado abbia risentito del mancato rinnovo della licenza Polo Ralph Lauren. Continua nel trimestre la buona crescita delle housebrands (+7,9%) confermando un trend già evidente nei precedenti trimestri, a dimostrazione dei risultati delle politiche di rilancio dei marchi propri.

Ricavi per prodotto <i>(Euro milioni)</i>	Eserc.2006			Eserc.2005			IV Trim.2006			IV Trim.2005		
	Eserc.2006	%	Eserc.2005	%	Variaz. %	IV Trim.2006	%	IV Trim.2005	%	Variaz. %		
Montature da vista	419,5	37,4	422,1	41,2	(0,6)	89,6	32,2	96,2	38,7	(6,9)		
Occhiali da sole	617,1	55,0	527,7	51,5	16,9	160,1	57,5	126,3	50,8	26,8		
Articoli sportivi	66,1	5,9	61,2	6,0	8,0	23,5	8,4	22,9	9,2	2,6		
Altro	19,3	1,7	14,3	1,3	35,0	5,2	1,9	3,2	1,3	62,5		
Totale	1.122,0	100,0	1.025,3	100,0	9,4	278,4	100,0	248,6	100,0	12,0		

Ricavi per area geografica <i>(Euro milioni)</i>	Eserc.2006			Eserc.2005			IV Trim.2006			IV Trim.2005		
	Eserc.2006	%	Eserc.2005	%	Variaz. %	IV Trim.2006	%	IV Trim.2005	%	Variaz. %		
Italia	159,7	14,2	138,6	13,5	15,2	44,2	15,9	36,7	14,8	20,4		
Europa	361,3	32,2	339,4	33,1	6,5	90,2	32,4	74,5	30,0	21,1		
America	418,6	37,3	383,3	37,4	9,2	92,4	33,2	93,1	37,4	(0,8)		
Asia	129,2	11,5	119,8	11,7	7,8	33,7	12,1	30,6	12,3	10,1		
Resto del mondo	53,2	4,8	44,2	4,3	20,4	17,9	6,4	13,7	5,5	30,7		
Totale	1.122,0	100,0	1.025,3	100,0	9,4	278,4	100,0	248,6	100,0	12,0		

Italia

I ricavi nel mercato interno hanno raggiunto, nel 2006, €159,7 mln, in crescita del 15,2% rispetto al 2005 grazie a ottimi risultati di vendita sia negli occhiali da vista (+18,6%) che nei prodotti da sole (+13,1%). L'andamento commerciale del mercato italiano continua ad essere estremamente positivo, come dimostrano sia il forte incremento dei volumi sia la crescita delle vendite di gran parte dei marchi in portafoglio del Gruppo, a dimostrazione di una generale forza commerciale indipendente dal successo della singola collezione. Tra i marchi che si sono particolarmente distinti nella crescita, oltre a Diesel e le altre maggiori griffes, è opportuno evidenziare il rilancio delle housebrands Safilo e Carrera ed il generale buon andamento delle vendite nel settore sportivo. Nel quarto trimestre dell'anno il trend di incremento di vendite si è ulteriormente rafforzato raggiungendo una crescita del 20,4% rispetto al medesimo periodo del 2005.

Europa

Continua la progressione del mercato europeo che ha recuperato l'andamento poco brillante del primo trimestre dell'anno. Il 2006 si è concluso a €361,3 mln con una crescita progressiva del 6,5% ma con un ultimo trimestre in crescita del 21,1%.

L'incremento dei ricavi ha riguardato quasi tutti i maggiori Paesi dell'area con particolare evidenza delle regioni più a nord (Germania, Norvegia, Svezia, UK, ecc.) con progressi in doppia cifra rispetto all'anno 2005.

A livello di singoli marchi si sono registrate forti crescite dei brand propri Safilo e Blue Bay mentre tra le griffes si sono distinte le crescite delle vendite di prodotti a marchio Armani e Dior.

A gennaio 2007 è inoltre iniziata la distribuzione diretta nei Paesi Baltici (Lettonia, Estonia e Lituania) tramite singole *branch* locali.

America

Il mercato americano ha registrato nel 2006 ricavi pari a €418,6 mln in incremento del 9,2% rispetto al 2005.

Nonostante nel secondo semestre le vendite siano state condizionate dal sempre più esiguo ammontare dei ricavi derivanti dalla licenza Polo in scadenza, la buona crescita commerciale dimostra come gli altri brand in portafoglio siano stati in grado di sostituire velocemente il marchio fino a quel momento più venduto negli Stati Uniti.

Molto forti le crescite di tutte le maggiori griffe (Armani, Dior, Gucci, YSL) e di alcuni brands regionali (Juicy Couture, Liz Claiborne, Nine West) con brillanti risultati anche nel settore sportivo dove in particolare il marchio Smith ha registrato nell'anno un incremento superiore al 20%.

A livello di singoli Paesi, oltre agli Stati Uniti è risultata particolarmente forte la crescita dei ricavi nel mercato canadese.

Nel quarto trimestre il mancato incremento di fatturato è da imputare esclusivamente ad un effetto cambio negativo ed alle ridotte vendite di prodotti con brand Polo Ralph Lauren, mentre le altre collezioni hanno garantito una crescita commerciale in linea con i precedenti trimestri. A parità di cambio il fatturato del trimestre sarebbe cresciuto del 7,6%.

Asia

Nel 2006 il fatturato in Estremo Oriente ha registrato una ulteriore crescita rispetto all'anno precedente raggiungendo €129,2 mln in incremento del 7,8%.

Questo miglioramento è stato raggiunto nonostante durante l'anno 2006 sia stata interrotta la distribuzione di prodotti del Gruppo nell'importante mercato Coreano in vista dell'apertura della filiale diretta avvenuta all'inizio del 2007. A livello geografico, oltre al fortissimo incremento di vendite nel mercato cinese, sono stati raggiunte crescite a doppia cifra anche a Singapore e in Thailandia.

L'analisi dell'andamento delle vendite per marchio evidenzia ottimi risultati delle griffes Armani, Dior, Gucci e Valentino.

L'ultimo trimestre 2006 ha confermato i buoni tassi di crescita dei precedenti trimestri con un incremento di vendite di oltre il 10%.

Vittorio Tabacchi, presidente del Gruppo Safilo, nel commentare i risultati raggiunti, ha dichiarato: *“Non esito a dire che l'esercizio 2006 si è chiuso in maniera eccellente presentando ottimi tassi di crescita in tutti i mercati mondiali che, al netto dall'effetto derivante dal mancato rinnovo di Polo, avrebbero addirittura superato il 13%. Siamo particolarmente orgogliosi dell'andamento delle nostre housebrands, dalle quali confidiamo di ottenere risultati ancor più significativi. Non sono da meno le griffes in licenza, negli ultimi mesi arricchitesi con Banana Republic, Boss Hugo Boss, Marc by Marc Jacobs e Armani A/X, i cui risultati di vendita impatteranno in particolare negli esercizi 2007 e 2008. Il Gruppo Safilo inizia il nuovo anno rafforzato nel management team e nel portafoglio prodotti; siamo fiduciosi, pertanto, che il 2007 sarà un altro esercizio di forte crescita.”*

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 29 filiali commerciali nei principali Paesi (in U.S.A., Europa ed Estremo Oriente), Safilo commercializza le collezioni a marchio proprio Safilo, Carrera, Smith, Oxydo, Blue Bay, oltre alle linee in licenza, firmate Alexander McQueen, Bottega Veneta, Boss Hugo Boss, Boucheron, Diesel, 55DSL, Dior, Emporio Armani, Giorgio Armani, Gucci, Imatra, Marc Jacobs, Marc by Marc Jacobs, Max Mara, Max&Co., Oliver, Pierre Cardin, Stella McCartney, Valentino, Yves Saint Laurent. A queste si aggiungono, esclusivamente per il mercato americano, le collezioni: Fossil, Juicy Couture, Nine West, Kate Spade, Saks Fifth Avenue, Liz Claiborne, J.Lo by Jennifer Lopez, A/X Armani Exchange e Banana Republic.

Per informazioni:

Ufficio Stampa Safilo

Nicoletta Chinello
Tel. 049.69.85.379

Community consulenza nella comunicazione Tel. 0422.416.111 - 02.89.40.42.31

Auro Palomba – Cell. 335.71.78.637

Giuliano Pasini - Cell. 335.60.85.019

Marco Rubino – Cell. 335.65.09.552

Il presente comunicato è disponibile anche all'interno del sito Internet www.safilo.com.