

Bit Market Services

Informazione Regolamentata n. 1220-1-2016	Data/Ora Ricezione 28 Gennaio 2016 17:33:31	MTA
---	---	-----

Societa' : SALVATORE FERRAGAMO
Identificativo : 68669
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : FERRAGAMON02 - Mentil
Tipologia : IRAG 10
Data/Ora Ricezione : 28 Gennaio 2016 17:33:31
Data/Ora Inizio : 28 Gennaio 2016 17:48:32
Diffusione presunta
Oggetto : Comunicato stampa

<i>Testo del comunicato</i>

Vedi allegato.



COMUNICATO STAMPA

Salvatore Ferragamo S.p.A.

Dati Preliminari di Vendita del Gruppo per l'Esercizio 2015

**Continua la crescita delle vendite del Gruppo Salvatore Ferragamo:
Ricavi dell'anno 2015 a 1.430 milioni di euro, in aumento del 7,4% rispetto al 2014**

Firenze, 28 gennaio 2016 – Il **Gruppo Salvatore Ferragamo** (MTA: SFER), uno dei principali operatori mondiali del settore del lusso, comunica che i **Dati Preliminari dei Ricavi¹ Consolidati per l'Esercizio 2015** ammontano a **1.430 milioni di euro** con un **incremento del 7,4% a cambi correnti (inclusivi dell'effetto hedging)** e del **1,3% a cambi costanti** rispetto all'esercizio 2014.

Ricavi Preliminari¹ Consolidati dell'Esercizio 2015

Nell'esercizio 2015, il Gruppo Salvatore Ferragamo ha realizzato **Ricavi¹ Consolidati** pari a **1.430 milioni di euro (inclusivi dell'effetto hedging negativo per 51 milioni di euro)**, in **incremento del 7,4% a tassi di cambio correnti (+9,0% nel solo quarto trimestre 2015)**, rispetto ai 1.332 milioni di euro registrati nei dodici mesi dell'esercizio 2014. **A cambi costanti² la crescita dei Ricavi¹ è stata pari a 1,3% (+2,1% nel solo quarto trimestre 2015).**

Ricavi¹ per area geografica³

L'**area Asia Pacifico** si riconferma il primo mercato in termini di Ricavi¹ per il Gruppo, con un fatturato che rappresenta il 36% del totale, **in crescita del 4%. Nel solo quarto trimestre 2015 la crescita è stata di oltre 8%**, nonostante la difficile base di confronto (+11% nel 4Q 2014) ed il deterioramento del business a Hong Kong. I **negozi diretti in Cina** hanno registrato nei dodici mesi dell'esercizio 2015 una **crescita del 10%** rispetto allo stesso periodo del 2014, con un **incremento nel quarto trimestre del 10%** (+1% a cambi costanti). Il trend è in miglioramento rispetto al terzo trimestre 2015 (-3% a cambi correnti e -7% a cambi costanti), nonostante i Ricavi¹ nel 4Q 2014 fossero già in crescita del 23% a cambi costanti.

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

² I Ricavi a "cambi costanti" vengono calcolati applicando ai Ricavi dell'esercizio 2014, non inclusivi dell' "effetto hedging", il cambio medio dell'esercizio 2015.

³ Le variazioni dei Ricavi si intendono a cambi correnti (inclusivi dell'effetto hedging), qualora non indicato diversamente.

Salvatore Ferragamo

L'area **Europa** ha registrato nel corso del 2015 una **crescita** dei Ricavi⁴ **del 7%**. Nel solo **quarto trimestre**, nonostante i drammatici eventi, l'**incremento** è stato del **9%** (+14% nel 4Q 2014).

L'area del **Nord America**, penalizzata dalla forza della valuta e dalla diminuzione dei flussi turistici, ha registrato nell'esercizio 2015 un **incremento del 9%** (-2% a cambi costanti) rispetto allo stesso periodo del 2014 e del **8%** nel solo **quarto trimestre 2015** (-3% a cambi costanti).

Il **mercato giapponese** ha mostrato un **incremento pari al 14%** (**+18%** nel solo **quarto trimestre 2015**), grazie anche al notevole afflusso di viaggiatori cinesi nell'area. A cambi costanti la crescita è stata del 15% per l'intero esercizio 2015 e del 13% nel quarto trimestre.

L'area del **Centro e Sud America** ha visto, nel corso dei dodici mesi del 2015, una solida **crescita** pari al **12%** (**+4%** nel solo **quarto trimestre**). A cambi costanti la crescita è stata pari al 8% per l'intero esercizio 2015 e al 3% nel quarto trimestre.

Ricavi⁴ per canale distributivo⁵

Al 31 dicembre 2015, il **canale distributivo Retail** del Gruppo Salvatore Ferragamo poteva contare su **391 punti vendita diretti (DOS)**, e il **canale Wholesale e Travel Retail** su **271 punti vendita monomarca operati da terzi (TPOS)**, nonché sulla presenza nei principali Department Store e Specialty Store multimarca di alto livello.

Il **canale distributivo Retail** ha registrato al 31 dicembre 2015 Ricavi⁴ Consolidati in **incremento del 7%** (**+7%** nel solo **quarto trimestre**) rispetto all'esercizio 2014. A cambi costanti la crescita è stata del 1% sia per l'intero esercizio 2015 che per il quarto trimestre, con un **andamento a tassi e perimetro costanti (like-for-like) del -3%** per l' **esercizio 2015 (-4%** per il solo **quarto trimestre**) rispetto allo stesso periodo del 2014.

Il **canale Wholesale** ha registrato un **aumento di oltre 7%** rispetto all'esercizio 2014 (**+12%** nel solo **quarto trimestre**), grazie anche al buon andamento del canale Travel Retail.

Ricavi⁴ per categoria merceologica⁵

Tra le categorie di prodotto in particolare si evidenzia il costante aumento delle **borse ed accessori in pelle**, che hanno riportato, per l'intero esercizio 2015, un **incremento dei Ricavi⁴ del 12%** e del **14%** nel solo **quarto trimestre**. Da segnalare nel **quarto trimestre** anche il buon andamento dei **profumi (+18%)** e delle **licenze (+44%)**.

⁴ Ricavi preliminari non certificati redatti secondo i principi Internazionali IAS/IFRS

⁵ Le variazioni dei Ricavi si intendono a cambi correnti (inclusivi dell'effetto hedging), qualora non indicato diversamente.

Salvatore Ferragamo

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Marco Fortini, 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 Sp.A.

Salvatore Ferragamo Sp.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 circa 4.000 dipendenti e una rete di oltre 660 punti vendita mono-marca al 31 dicembre 2015, il Gruppo Ferragamo è presente in Italia e nel mondo attraverso società che consentono di presidiare il mercato europeo, americano e asiatico.

Per ulteriori informazioni:

Salvatore Ferragamo Sp.A.

Image Building

**Paola Pecciarini
Group Investor Relations**

**Giuliana Paoletti, Mara Baldessari, Alfredo Mele
Media Relations**

Tel. (+39) 055 3562230
investor.relations@ferragamo.com

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

Il comunicato è disponibile anche sul sito <http://group.ferragamo.com>, nella sezione "Investor Relations/Comunicati Finanziari".

Salvatore Ferragamo

Si riportano di seguito alcune analisi di dettaglio dei ricavi⁶ del Gruppo Salvatore Ferragamo per l'esercizio 2015.

Ricavi⁶ per area geografica al 31 dicembre 2015

	Pre 2015	% dei ricavi totali	2014	% dei ricavi totali	2015 vs 2014%	a cambi costanti 2015 vs 2014%
(in migliaia di Euro)						
Europa	380.649	26,6%	354.816	26,6%	7,3%	6,0%
Nord America	333.765	23,3%	304.828	22,9%	9,5%	-1,6%
Giappone	127.281	8,9%	111.495	8,4%	14,2%	15,0%
Asia Pacifico	515.950	36,1%	496.013	37,2%	4,0%	-3,3%
Centro e Sud America	72.413	5,1%	64.670	4,9%	12,0%	8,5%
Totale	1.430.058	100,0%	1.331.822	100,0%	7,4%	1,3%

Ricavi⁶ per canale distributivo al 31 dicembre 2015

	Pre 2015	% dei ricavi totali	2014	% dei ricavi totali	2015 vs 2014%	a cambi costanti 2015 vs 2014%
(in migliaia di Euro)						
Retail	892.054	62,4%	833.101	62,6%	7,1%	1,2%
Wholesale	513.588	35,9%	478.425	35,9%	7,3%	1,3%
Licenze e prestazioni	11.540	0,8%	9.375	0,7%	23,1%	23,1%
Locazioni immobiliari	12.876	0,9%	10.921	0,8%	17,9%	-1,5%
Totale	1.430.058	100,0%	1.331.822	100,0%	7,4%	1,3%

⁶ Ricavi preliminari non certificati redatti secondo i principi Internazionali IAS/IFRS

Salvatore Ferragamo

Ricavi⁷ per categoria merceologica al 31 dicembre 2015

	Pre 2015	% dei ricavi totali	2014	% dei ricavi totali	2015 vs 2014%	a cambi costanti 2015 vs 2014%
(in migliaia di Euro)						
Calzature	600.843	42,0%	568.412	42,7%	5,7%	-0,9%
Pelletteria	528.846	37,0%	471.650	35,4%	12,1%	6,4%
Abbigliamento	92.894	6,5%	97.231	7,3%	-4,5%	-8,5%
Accessori	95.396	6,7%	90.063	6,8%	5,9%	1,2%
Profumi	87.664	6,1%	84.170	6,3%	4,2%	-1,8%
Licenze e prestazioni	11.540	0,8%	9.375	0,7%	23,1%	23,1%
Locazioni immobiliari	12.876	0,9%	10.921	0,8%	17,9%	-1,5%
Totale	1.430.058	100,0%	1.331.822	100,0%	7,4%	1,3%

⁷ Ricavi preliminari non certificati redatti secondo i principi Internazionali IAS/IFRS

Fine Comunicato n.1220-1

Numero di Pagine: 7