

MORELLATOGROUP

MORELLATO GROUP: RISULTATI FINANZIARI AL 28.2.2023

INVESTIMENTI IN INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ IN ESPANSIONE IL RETAIL DIRETTO

Milano, 7 Luglio 2023 - Morellato Group, primo gruppo italiano di gioielleria e orologeria, presenta il Bilancio Consolidato 2022, chiuso fiscalmente al 23/02/23 e redatto secondo i principi contabili IAS/IFRS.

Per il secondo anno il Gruppo presenta anche il Bilancio di Sostenibilità, in accordo ai principi internazionali degli Standard GRI (Global Standards for Sustainability Reporting), che raccoglie e rendiconta le attività e i progetti in ambito ESG.

KEY FIGURES

Fatturato: 392,5 milioni di euro, +17% su l.y. (310 mil.) a perimetro comparabile (senza considerare l'impatto dell'acquisizione di Christ Group)

Fatturato proforma¹: 780 milioni di euro

Adjusted EBITDA²: 95,5 milioni di euro, pari al 24.3% del fatturato

Posizione Finanziaria Netta Bancaria: 204,6 milioni di euro.

Investimenti: 251 milioni di euro (per sviluppo organico e per nuove acquisizioni Christ e Pierre Roux).

Tutti i mercati hanno registrato crescite a doppia cifra rispetto all'anno precedente. Grazie all'acquisizione Christ Group, la quota realizzata all'estero sale al 71%.

Ricavi per Area Geografica	28.02.2023	% sul totale
Italia	224.016	29%
Francia	107.521	14%
Germania	417.079	53%
Altri Paesi	31.436	4%
Totale	780.052	100%
Incidenza mercati esteri	71%	

¹ **Fatturato Proforma** ottenuto combinando il risultato dei due gruppi degli ultimi 12 mesi

² **Adjusted Ebitda** ottenuto depurando i costi sostenuti per l'acquisizione Christ

Per quanto riguarda la tipologia prodotto, continua la crescita di quota del gioiello (in particolare in oro e oro con pietre preziose) che rappresenta ora il 62% del totale.

% su solo prodotto	totale 2022 proforma
gioiello	62%
orologio& cinturino	38%
totale	100%

Sul piano occupazionale, il gruppo impiega oggi oltre 4.400 dipendenti nel mondo.

Dipendenti	28.02.2023
Italia	1.565
Francia	823
Germania	1.922
Altri Paesi	106
Totale	4.416

I PILASTRI DELLA CRESCITA

MODELLO INDUSTRIALE: DALLA MANIFATTURA DIRETTAMENTE AL CONSUMATORE FINALE

BRAND PORTFOLIO - INNOVAZIONE E SOSTENIBILITA': DALL'INTUIZIONE DEL "GIOIELLO DA VIVERE" MORELLATO, A LIVE DIAMOND IL PRIMO GIOIELLO PREZIOSO 100% SOSTENIBILE

ESPANSIONE INTERNAZIONALE: MARCHI SIMBOLO DELLO STILE ITALIANO PRESENTI IN OLTRE 40 PAESI NEL MONDO

RETAIL DIRETTO: STRATEGIA DI SVILUPPO INTERNO E PER ACQUISIZIONI E AFFERMAZIONE DELLA LEADERSHIP PER PORTARE L'ECCELLENZA DELLA GIOIELLERIA ITALIANA IN EUROPA

MODELLO INDUSTRIALE

Lo **sviluppo del brand-portfolio e l'espansione del retail diretto**, hanno contribuito nel 2022 al **consolidamento del modello di business** unico in Europa nel mercato della gioielleria e orologeria, che vede la **completa integrazione della filiera: dall'ideazione del brand, al design e alla produzione**, comprendendo anche l'acquisto delle materie prime direttamente alla fonte, **per arrivare al consumatore finale** attraverso il **retail diretto** - con il **più importante network europeo di negozi e piattaforme online** - e la distribuzione **wholesale** che vede i marchi del Gruppo presenti in **oltre 40 paesi in tutto il mondo**.

BRAND - INNOVAZIONE E SOSTENIBILITA'

Funzionale allo sviluppo del modello industriale completamente integrato, è stata la crescita, anche in termini di qualità, dei **brand tra proprietà e licenze** che fanno capo al Gruppo.

Guidano lo sviluppo i marchi storici della gioielleria e orologeria, con alcune performance significative.

Per **Morellato**, il brand di gioielli da oltre 90 anni sinonimo di tradizione, femminilità e stile contemporaneo, prosegue il focus nel mondo *precious* con attenzione particolare alle collezioni in argento 925 che vedono un apprezzamento sempre maggiore. L'introduzione dell'argento riciclato rappresenta la più recente novità del brand, nonché un traguardo importante nell'ambito della sostenibilità.

Un'immagine più *glamorous* e una nuova comunicazione digital e social, hanno contribuito a creare engagement anche in un pubblico più giovane.

Ottime le performance dei marchi fiore all'occhiello dell'orologeria del Gruppo, grazie ad investimenti mirati su sviluppo e qualità.

Philip Watch. Da 5 anni un importante trend di crescita costante per il brand che ha oggi un posizionamento unico nell'orologeria Swiss Made. Un risultato che premia non solo gli sforzi in incremento di valore in particolare nella fascia degli orologi con movimenti automatici e nei femminili, ma anche nelle attività di marketing e comunicazione

Affermazione e riconoscimento del percorso di upgrade intrapreso da **Sector**, il brand pioniere dell'orologeria sportiva, che nel 2023 compie 50 anni.

L'iconico **DNA No Limits** si esprime nelle nuove collezioni dal forte imprinting sportivo nel design e nelle caratteristiche tecniche (movimenti automatici, inserti in ceramica, dettagli Superluminova, acciaio riciclato).

Attitude sport e forti contenuti di tecnologia anche nell'universo dei connessi dove il marchio, con le nuove collezioni **Sector Smart**, ha raggiunto un preciso posizionamento con un eccellente rapporto qualità prezzo, sviluppando anche un'applicazione proprietaria.

Performance elevate anche nel 2022, in tutti i mercati internazionali così come in Italia, per gli orologi e i gioielli **Maserati** espressione di design all'avanguardia e perfezione meccanica.

Il marchio, eccellenza italiana celebrata in tutto il mondo, è una delle licenze storiche in capo al Gruppo Morellato.

Il focus sulla **gioielleria preziosa** già avviato, che proseguirà anche nel 2023, vede attenzione e risorse dedicate alla crescita delle collezioni di gioielli firmate dai brand

Bluespirit, CHRIST, Cleor e D'Amante, marchi leader nei diversi mercati di appartenenza.

ESPANSIONE INTERNAZIONALE

Presenza consolidata in **Europa, APAC, Middle East e Americhe** con accesso ai principali department stores e gioiellerie tradizionali attraverso solide partnership con i più importanti distributori e retailers del settore.

Focus particolare nel 2022 per il Middle East che ha visto la nascita della filiale **Italian Luxury Mea**, con sede nel cuore del Design District di Dubai.

RETAIL DIRETTO

Con l'acquisizione di CHRIST GROUP, le nuove insegne tedesche **CHRIST, BRINCKMANN&LANGE e VALMANO** insieme alla **più importante piattaforma e-commerce europea del settore**, si aggiungono alle catene francesi **CLEOR, NOÉLIE e PIERRE ROUX** e alle insegne italiane **BLUESPIRIT e D'AMANTE** già di proprietà del Gruppo Morellato.

Nel 2022 è cresciuto, arrivando a **620**, il numero complessivo dei **punti vendita diretti** in **Italia (260), Francia (160), Germania (200)** con una **presenza digitale unica in Europa** nel retail multibrand di orologi e gioielli.

Importanti, nuovi investimenti sono previsti anche nel 2023 nella **relocation** e nel **restyling** di negozi esistenti così come nelle **nuove aperture**: 16 new opening in Italia, 15 in Francia e 4 in Germania con la previsione di arrivare a circa 655 punti vendita complessivi diretti entro il 28.2.2024

La presenza dei punti vendita nei migliori shopping center in Italia, Francia e Germania, (qui anche nei centri cittadini), gli eccellenti servizi omnichannel, un mix perfetto di brand offerti tra proprietà, licenze e distribuzioni, contraddistinguono i brand retail del Gruppo in Europa.

LA SOSTENIBILITA'

Per il secondo anno il Gruppo Morellato presenta insieme al Bilancio Civilistico Consolidato, il **Bilancio di Sostenibilità** redatto in accordo ai principi internazionali degli Standard GRI (Global Standards for Sustainability Reporting).

Morellato si impegna a rispettare l'ambiente e pertanto promuove lo sviluppo sostenibile in tutte le sue attività, aumentando l'efficienza e riducendo l'uso di materiali e rifiuti.

In evidenza i risultati degli obiettivi in ambito ESG prefissati nel precedente Report, per informare in modo chiaro e trasparente e nell'ottica di un impegno sempre maggiore verso politiche di **sostenibilità ambientale e sociale**.

Sostenibilità ambientale

Presso l'headquarter padovano del Gruppo è entrato in esercizio il **nuovo impianto fotovoltaico** che consentirà di **produrre autonomamente circa il 50% del fabbisogno energetico annuo** della stessa sede: una nuova, importante misura per il risparmio energetico che segue alla dotazione di illuminazione a Led in tutti i negozi della rete Retail.

Nell'ottica di un virtuoso processo di economia circolare, il Gruppo Morellato incoraggia il riciclo dei materiali quali: oro, argento e acciaio, ritirando i prodotti usati presso i negozi della rete retail diretta per consentire l'immissione dei materiali nella catena del riciclo.

A dimostrazione dell'impegno per la riduzione del proprio impatto ambientale, l'Azienda nel 2022 ha incentivato l'utilizzo di metalli riciclati nella realizzazione dei prodotti.

Live Diamond, il marchio di gioielli sostenibili, lanciato dal Gruppo nel 2019, ha aggiunto a **diamanti, rubini, smeraldi e zaffiri lab-grown** (con certificazione ad hoc di IGI International Gemological Institute), anche **l'utilizzo dell'oro 100% riciclato**. Una novità di grande importanza nel modo della gioielleria preziosa, espressione dell'innovativo concetto di Lusso Sostenibile.

OUI&ME rappresenta la sostenibilità nell'ambito dell'orologeria. Il brand francese di proprietà di Morellato Group propone **orologi completamente sostenibili** grazie all'utilizzo di acciaio riciclato per casse e bracciali, pelli rigenerate e fibre riciclate per i cinturini.

Sector No Limits ha presentato nella stagione Fall Winter '22, un orologio sostenibile in Edizione Limitata: il 230 Automatic Recycled con cassa e bracciale in acciaio riciclato e movimento automatico quindi senza uso di batterie, custodito in confezione realizzata solo con materiale riciclato. Per il 2023 è previsto il lancio di una *capsule collection* di orologi sostenibili per celebrare i 50 anni del brand.

Anche **Morellato Cinturini**, la divisione che rappresenta il cuore e la storia dell'Azienda, ha proseguito lo sviluppo delle collezioni **Save The Nature**: cinturini e bracciali per orologi realizzati esclusivamente con materiali provenienti da fonti di riciclo: dai residui dell'industria alimentare, a fibre ottenute con la plastica recuperata dai mari, fino all'acciaio derivante dagli scarti della lavorazione industriale.

Tutti i materiali vengono sottoposti ad attenti test di laboratorio per garantire elevate prestazioni, perché la sostenibilità non deve prescindere dalla qualità.

Inoltre Morellato certifica la provenienza dalla catena del riciclo dei materiali utilizzati nel processo produttivo.

Anche il packaging e i materiali di comunicazione dei brand sostenibili, sono realizzati con materiali riciclati e certificati.

Sostenibilità sociale

Il Gruppo Morellato da anni è impegnato Insieme a Medici con l’Africa Cuamm a sostegno del programma “Prima le Mamme e i Bambini”. Nel 2022 questo impegno ha permesso di completare la ristrutturazione dell’ospedale situato nel centro della contea di Rumbek, nel cuore dello Stato dei Laghi, e garantire la presenza di personale medico qualificato presso il Reparto di Pediatria del presidio ospedaliero.

Responsabilità delle persone

Oggi il Gruppo Morellato conta 4.416 dipendenti nel mondo di cui il 39,3% sono giovani sotto i 30 anni e l’85% è rappresentato da donne.

Il capitale umano è considerato un fattore primario per il raggiungimento degli obiettivi di Morellato

Per questo è in atto un costante processo di potenziamento delle competenze tecniche e manageriali delle risorse umane, per garantire a tutti pari opportunità e la possibilità di esprimere al meglio le proprie attitudini e potenzialità.

Gli investimenti in formazione rivestono un ruolo importante nelle attività di responsabilità sociale del Gruppo. Nel 2022, infatti, sono state erogate circa 155.000 ore di formazione, coinvolgendo più di 3.500 dipendenti nel mondo.

“L’esercizio 2022/23 è stato un anno importante per il Gruppo, in cui abbiamo raggiunto risultati eccezionali. Grazie alla crescita in tutti i mercati e all’acquisizione del Gruppo tedesco CHRIST, arriveremo a un raddoppio del fatturato con obiettivi di ulteriore crescita per i prossimi anni. L’espansione del retail diretto non rappresenta solo una crescita in termini di dimensioni. Sono fiero da imprenditore italiano di portare avanti ancora una volta, la nostra cultura manifatturiera, la bellissima creatività della gioielleria italiana ed il nostro progetto industriale oltre confine.

Continuano a crescere i principali brand del nostro portfolio, marchi iconici della gioielleria e orologeria, un apprezzamento che riconosce il lavoro che stiamo svolgendo su qualità e innovazione dei prodotti.

Guardiamo sempre al futuro e alle giovani generazioni proponendo brand e prodotti contemporanei, dialogando attraverso i nuovi canali ma soprattutto con un impegno costante verso la sostenibilità in termini di attenzione all’ambiente e alle persone.

Sfide che portiamo avanti grazie ad un’eccezionale compagine manageriale alla guida di un team di oltre 4.000 persone e agli oltre 6.000 clienti e distributori che in tutto il mondo condividono la nostra visione.

Massimo Carraro, Presidente Morellato Group

“Siamo orgogliosi di presentare quest’anno, insieme al Bilancio Civilistico 2022 che evidenzia ottime performance finanziarie, il secondo Bilancio di Sostenibilità di Morellato Group. Un passaggio non obbligato ma che ci dà la possibilità di condividere le best practice e le attività messe in campo dal Gruppo in tema di salvaguardia dell’ambiente e sostenibilità.

Sono stati raggiunti gli obiettivi prefissati nel precedente Rapporto di Sostenibilità e prossimi traguardi sono già posti.

Sostenibilità è anche attenzione alle persone, alla loro crescita e formazione.

Una sfida diventata ancora più grande per il nostro Gruppo che oggi comprende nel mondo oltre 4.400 dipendenti tra cui quasi il 40% sono Under30. Elevata la quota femminile (85%) con un’importante presenza anche nei più alti livelli manageriali così come nella Governance aziendale (43%)”.

Cristina de’ Stefani, CEO Finance & Corporate Affairs Morellato Group

“Le dimensioni e l’organizzazione che il Gruppo ha assunto dopo le acquisizioni in Francia e ora in Germania, ci portano a concentrarci sul futuro e in particolare lavoreremo sulla completa integrazione delle nuove realtà retail estere all’interno della supply chain e del nostro modello industriale.

Un obiettivo estremamente sfidante che riteniamo potrà dare eccellenti risultati grazie al completo controllo in house di interi processi, partendo dall’approvvigionamento delle materie prime. Nel 2023, ad esempio, prevediamo di acquistare direttamente in miniera oltre 150.000 carati di diamanti e pietre colore per la produzione dei nostri brand di gioielleria preziosa.”

Marco Carraro, CEO Supply Chain Morellato Group

MORELLATO GROUP è il più importante gruppo italiano di gioielleria e orologeria, leader mondiale nel settore dei cinturini per orologi. MORELLATO GROUP presidia il mercato nazionale ed internazionale con i marchi di proprietà Morellato, Sector No Limits, Philip Watch, Lucien Rochat, FAVS, Live Diamond, Oui&Me, La Petite Story, Chronostar, Bluespirit, D’Amante, CHRIST, Cleor e attraverso i brand in licenza mondiale Maserati, Chiara Ferragni, Trussardi, Esprit, Jette e Guido Maria Kretschmer.