

## **EssilorLuxottica firma un accordo con VF Corporation per l'acquisizione di Supreme®**

**Parigi, Francia e Denver, Colorado, Stati Uniti (17 luglio 2024, ore 8:00)** – EssilorLuxottica, leader globale nel settore dell'ottica, e VF Corporation (NYSE: VFC), leader globale nel settore abbigliamento, calzature e accessori lifestyle, hanno annunciato di aver stipulato un accordo definitivo per l'acquisizione del marchio *Supreme*® da parte di EssilorLuxottica da VF per 1,5 miliardi di dollari per cassa.

Francesco Milleri, Presidente e Amministratore Delegato e Paul du Saillant, Vice Amministratore Delegato di EssilorLuxottica, hanno commentato: *“L'ingresso nel nostro Gruppo di un marchio iconico come Supreme® rappresenta per noi un'incredibile opportunità. Supreme® si allinea perfettamente al nostro percorso di innovazione e crescita, offrendoci una connessione diretta con nuovi pubblici, linguaggi e dimensioni creative. Con un'identità unica e con un approccio commerciale e un'esperienza d'acquisto totalmente orientati al consumatore, un modello di business che vogliamo preservare, Supreme® avrà una posizione di rilievo all'interno del nostro portafoglio marchi di proprietà, completando quello dei brand in licenza, e potrà beneficiare dell'esperienza, delle competenze e del network produttivo del nostro Gruppo”*.

Bracken Darrell, Presidente e Amministratore Delegato di VF, ha dichiarato: *“Con VF, Supreme® ha rafforzato la propria presenza in mercati strategici come la Cina e la Corea del Sud ed è tornata a registrare una solida crescita. Nonostante ciò, dato il modello di business peculiare del brand e il modello integrato di VF, a seguito di una revisione strategica del nostro portafoglio, abbiamo ritenuto che le sinergie tra Supreme® e VF sono limitate, il che rende quest'operazione un passo naturale. Accanto agli altri importanti marchi del portafoglio di EssilorLuxottica, Supreme® e il suo team di talenti potranno continuare a portare avanti il loro percorso con successo”*. Darrell ha continuato: *“Continueremo a valutare periodicamente nuove opportunità per ottimizzare il portafoglio di VF, ma questa operazione ci offre oggi una maggiore flessibilità di bilancio, supportando anche la nostra più ampia strategia per posizionare al meglio l'azienda per una crescita di lungo periodo con livelli di debito normalizzati”*.

James Jebbia, fondatore di *Supreme*®, ha commentato: *“In EssilorLuxottica abbiamo trovato un partner unico che ha compreso che diamo il meglio quando rimaniamo fedeli a noi stessi, continuando a lavorare e a crescere come abbiamo fatto negli ultimi 30 anni. Potremo così mantenere l'attenzione sul marchio, sui nostri prodotti e sui nostri clienti per rafforzare il nostro successo nel lungo periodo”*.

L'operazione dovrebbe concludersi entro la fine del 2024 ed è soggetta alle consuete condizioni di mercato e all'approvazione delle autorità regolatorie competenti. Il marchio *Supreme*® opera attraverso un business digital-first e con 17 negozi tra Stati Uniti, Asia ed Europa. Si prevede che la vendita di *Supreme*® avrà un effetto diluitivo sugli utili per azione di VF nell'anno fiscale 2025.

J.P. Morgan e Latham & Watkins hanno agito rispettivamente come consulente finanziario esclusivo e consulente legale per EssilorLuxottica. Goldman Sachs & Co. LLC ha agito come lead financial advisor per VF, insieme a UBS che ha agito in qualità di consulente finanziario per VF. Davis Polk & Wardwell LLP ha agito come consulente legale di VF.

## Supreme®

Nell'aprile 1994, Supreme® apre un negozio in Lafayette Street, nel centro di Manhattan che diventa la sede della cultura skate di New York. Un gruppo di ragazzi del quartiere, skater newyorkesi e artisti locali divennero lo staff e i clienti del negozio. Mentre cresceva fino a diventare una vera e propria istituzione, Supreme si affermò come un marchio noto per qualità, stile e autenticità. In 30 anni, Supreme® si è ampliato dalle sue origini a New York City fino a diventare una comunità globale, con 17 negozi e una piattaforma di e-commerce attiva in tutte le aree geografiche.

## EssilorLuxottica

EssilorLuxottica è un leader globale nella progettazione, produzione e distribuzione di lenti oftalmiche, occhiali da vista e da sole. Con più di 200.000 dipendenti in 150 paesi, 650 stabilimenti produttivi e 18.000 negozi, nel 2023 EssilorLuxottica ha registrato ricavi consolidati di 25,4 miliardi di Euro. La mission del Gruppo è aiutare le persone in tutto il mondo a vedere meglio e vivere meglio, con soluzioni che soddisfino le esigenze di cura della vista e i desideri di stile in continua evoluzione dei consumatori. Il portafoglio marchi di EssilorLuxottica comprende le più avanzate tecnologie nel campo della cura della vista come Varilux, Stellest e Transitions, brand eyewear iconici come Ray-Ban e Oakley, i più desiderati brand del lusso in licenza e i principali banner retail come LensCrafters e SunglassHut. La Fondazione del Gruppo, OneSight EssilorLuxottica Foundation, ha già garantito accesso a cure oculistiche di qualità a più di 760 milioni di persone nelle comunità più svantaggiate. EssilorLuxottica è quotata sul mercato Euronext Paris ed è inclusa negli indici Euro Stoxx 50 e CAC 40. ISIN: FR0000121667; Reuters: ESLX.PA; Bloomberg: EL:FP. [www.essilorluxottica.com](http://www.essilorluxottica.com)

## VF

Fondata nel 1899, VF Corporation è una delle più grandi aziende al mondo di abbigliamento, calzature e accessori. Attraverso un portafoglio di brand iconici outdoor, casual e da lavoro, tra cui Vans®, The North Face®, Timberland® e Dickies®, VF consente alle persone di seguire gli stili di vita, svolgere le attività e vivere le esperienze che più amano. VF è impegnata a promuovere modelli di vita attivi e sostenibili per il benessere delle persone e la salvaguardia del pianeta. VF opera con l'obiettivo di creare valore per tutti gli stakeholder e di essere forza positiva di cambiamento. Per ulteriori informazioni [vfc.com](http://vfc.com)

### EssilorLuxottica

#### Corporate Communications

Marco Catalani

Head of Corporate Communications

[media@essilorluxottica.com](mailto:media@essilorluxottica.com)

### Investor Relations

Giorgio Iannella

Head of Investor Relations

[ir@essilorluxottica.com](mailto:ir@essilorluxottica.com)

### VF Corporation:

#### Media Contact

Colin Wheeler

Vice President, Corporate Communications

[colin\\_wheeler@vfc.com](mailto:colin_wheeler@vfc.com)

### Investor Contact

Allegra Perry

Vice President, Investor Relations

[ir@vfc.com](mailto:ir@vfc.com)

## Dichiarazioni "Forward Looking" di VF

Alcune dichiarazioni di VF contenute nel presente comunicato sono dichiarazioni previsionali ("*forward-looking statements*") nel significato a ciò ascrivito ai sensi della normativa federale sui valori mobiliari ("*federal securities laws*"). Dichiarazioni previsionali ("*forward-looking statements*") sono rilasciate sulla base di aspettative ed opinioni di VF in merito ad eventi futuri che possono avere un impatto su VF stessa e che, per loro natura, presentano componenti di rischio ed incertezza su vari fronti. E' possibile identificare dichiarazioni di tale natura dal fatto che vengano utilizzati verbi al futuro ("*will*") ovvero termini quali "anticipare", "ritenere", "stimare", "attendere", "aspettare" ovvero verbi al condizionale quali "dovrebbe" o "potrebbe" ("*should*," e "*may*") o altre parole o termini analoghi ovvero l'uso di date future, considerando, tuttavia che, l'assenza di tali parole o il mancato uso di espressioni simili non significa di per sé che la dichiarazione non sia previsionale ("*forward-looking statement*"). Qualsiasi dichiarazione relativa a benefici attesi, impatti finanziari e tempistiche della vendita del brand Supreme®, incluso l'utilizzo dei proventi di tale vendita, e qualsiasi assunzione relativa sono dichiarazioni previsionali ("*forward-looking statements*"). VF avverte che tali dichiarazioni previsionali ("*forward-looking statements*") non sono garanzie ed i risultati effettivi potranno discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli espressi o anche solo indirettamente riconducibili a quanto indicato nelle dichiarazioni previsionali ("*forward-looking statements*"). VF non assume alcuna obbligazione di divulgare al pubblico qualsiasi aggiornamento o revisione di dichiarazioni previsionali ("*forward-looking statements*") indipendentemente dal fatto che possano discendere da nuove informazioni o eventi futuri o altro, salvo che sia richiesto da obblighi di legge. Potenziali rischi ed incertezze che potrebbero portare i risultati effettivi o la situazione finanziaria di VF a discostarsi significativamente da quanto espresso o indirettamente desumibile da dichiarazioni previsionali ("*forward-looking statements*") incluso, a titolo esemplificativo ma non esaustivo: se e quando l'approvazione della prospettata vendita del brand Supreme® da parte delle competenti autorità regolamentari sarà ottenuta, se e quando le condizioni sospensive al closing ("*closing conditions*") saranno soddisfatte e se e quando la prospettata vendita del brand Supreme® sarà completata, qualora ciò avvenga;

l'abilità di VF di dare esecuzione e realizzare i benefici con successo, o comunque, che possano derivare dalla prospettata vendita del marchio Supreme®; il livello di domanda da parte dei consumatori di abbigliamento e calzature; disfunzionalità nel sistema di distribuzione di VF; cambiamento nelle condizioni economiche globali e nella capacità finanziaria dei clienti e consumatori di VF incluso in conseguenza dell'attuale pressione inflazionistica; fluttuazioni nei prezzi, disponibilità e qualità delle materie prime e dei prodotti finiti; disfunzionalità e volatilità nel mercato globale del capitale e del credito; la risposta di VF al cambiamento dei trend della moda, l'evoluzione della preferenze dei consumatori ed il cambiamento delle condotte dei consumatori, la capacità di VF di mantenere l'immagine, la forza e l'*equity* dei propri brand anche attraverso l'investimento in attività di *brand building* ed innovazione prodotto; l'intensa concorrenza di operatori retail online ed altri rischi di business relativi al *direct-to-consumer*; la crescente pressione sui margini; cambiamenti e rischi del settore retail; la capacità di VF di dare esecuzione al proprio programma di trasformazione Reinvent ed ad altre priorità aziendali, incluso misure di efficientamento e raggiungimento del giusto livello di costi, rafforzamento del bilancio con riduzione della leva, incluso la vendita del brand Supreme®; la capacità di VF di creare con successo una organizzazione commerciale su base globale, e di identificare e cogliere efficienze nel proprio modello di business; qualsiasi difficoltà di VF o di terze parti di cui VF si avvalga, di mantenere la forza e la sicurezza dei propri sistemi informatici; il fatto che i sistemi informatici di VF e le proprie *facilities*, e quelle delle parti terze di cui VF si avvale, siano target frequenti di attacchi cyber ("*cyber-attacks*"), e possano in futuro essere vulnerabili a tali attacchi, e qualsiasi difficoltà o incapacità di VF o di tali parti terze di cui VF si avvalga di anticipare o identificare violazioni nella sicurezza dei dati e delle informazioni ("*data or information security breaches*") o altri attacchi informatici ("*cyber-attacks*"), incluso l'incidente *cyber* comunicato da VF nel dicembre 2023, potrebbe determinare una perdita di dati o perdita finanziaria, danno reputazionale, business disruption, danno nella relazione di VF con i propri clienti, consumatori, dipendenti o terze parti di cui VF si avvalga, contenziosi, indagini da parte di autorità regolamentari, azioni di *enforcement* o altri impatti negativi; qualsiasi problema di VF o di terzi di cui VF si avvalga di corretta raccolta, utilizzo, gestione, messa in sicurezza di dati aziendali, dati di clienti e di dipendenti e di garantire il rispetto della normativa in materia di *privacy e security*; la capacità di VF di adottare nuove tecnologie, incluso di intelligenza artificiale in un modo competitivo e responsabile; fluttuazioni valutarie, stabilità della capacità produttiva e degli stabilimenti dei fornitori di VF e capacità di VF di creare e mantenere un efficace sistema di *supply chain*; l'uso continuato da parte dei fornitori di VF di pratiche commerciali etiche; l'abilità di VF di prevedere accuratamente la domanda di prodotti, l'azione di attivisti e di altri azionisti, l'abilità di VF di assumere, sviluppare e mantenere key executive o dipendenti di talento o comunque di cambiare tali dirigenti con modalità di successo; la continuità del management di VF; cambi nella disponibilità e nel costo del lavoro; la capacità di VF di proteggere i propri marchi e diritti di proprietà intellettuale; l'eventuale svalutazione dell'avviamento o di altri beni, il mantenimento da parte di VF di licenziatari e distributori di valore dei marchi VF; la capacità di VF di fare acquisizioni e dismissioni, integrare acquisizioni, e gestire i brand nel proprio portfolio, inclusa l'eventuale vendita del *brand* Supreme®; la resilienza del business nella risposta ad eventi avversi che siano naturali o cagionati dall'uomo di natura economica, di salute pubblica, *cyber*, politica o ambientale; cambiamenti fiscali e oneri fiscali aggiuntivi; rischi legali, regolamentari, politici, economici e geopolitici, incluso quelli relativi agli attuali conflitti in Ucraina e nel Medio Oriente e le tensioni tra Stati Uniti d'America e Cina; cambi normativi e regolamentari; condizioni climatiche avverse o inattese, incluso qualsiasi potenziale effetto del cambiamento climatico; l'indebitamento di VF e la sua capacità di ricorso al credito a condizioni favorevoli, qualora fosse necessario, potrebbero impedire a VF di adempiere le proprie obbligazioni finanziarie; la capacità di VF di pagare e dichiarare dividendi o di riacquistare le proprie azioni in futuro; i cambiamenti climatici ed il maggior focus su tematiche ambientali, sociali e di *governance*; la capacità di VF di dare esecuzione alla propria strategia in materia di sostenibilità e di realizzare i propri obiettivi e target di sostenibilità; rischi nascenti dalla diffusione di malattie o pandemie, o qualsiasi altra crisi sanitaria incluso la pandemia globale (COVID-19); i rischi fiscali connessi con la separazione (*spin-off*) del business Jeanswear di VF completata nel 2019. Maggiori informazioni sui fattori potenziali che potrebbero avere un impatto sui risultati finanziari di VF sono inclusi di volta in volta nei report al pubblico depositati da VF alla SEC, incluso il Report Annuale di VF di cui al Form 10-K, e la Relazione Trimestrale di cui al Form 10-Q, e Forms 8-K depositati o comunicati alla SEC.