
DELTA GALIL
INDUSTRIES LTD.
WELCOME TO
Q1-2022 RESULTS
May 2022

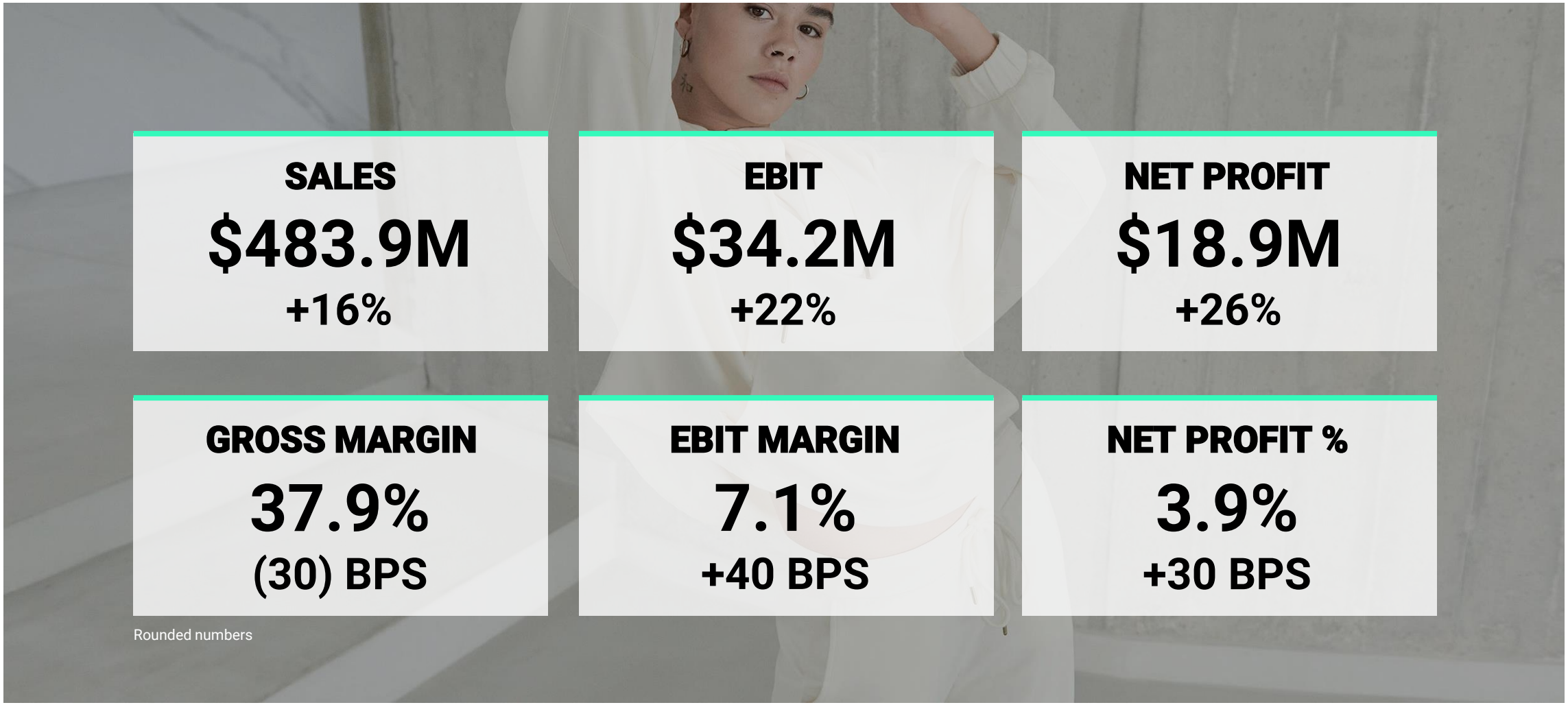
האמור במצגת בכל הקשור לניתוח פעילותיה של החברה הינו תמצית בלבד. המצגת עשויה לכלול מידע המוצג באופן שונה מהאופן שבו הוצג בדיווחי החברה לציבור עד כה, כך שבמצגת עשויים להיכלל נתונים המוצגים באופן ו/או אפיון ו/או בעריכה ו/או בפילוח שונים מאלה שהוצגו בדוחותיה, במצגות החברה או בדיווחיה בעבר, כאשר נתונים אלה נכונים למועד הצגתם בלבד. על מנת לקבל תמונה מלאה של פעילות החברה ושל הסיכונים עימם מתמודדת החברה, יש לעיין בדיווחיה השוטפים של החברה לרבות בדוח השנתי לתקופה שהסתיימה ביום 31 בדצמבר 2021 ובדוח הרבעוני לתקופה שהסתיימה ביום 31 במרס 2022.

העובדות והנתונים ששימשו בסיס למידע המפורט במצגת זו מבוססים על מידע כפי שהוא ידוע לחברה במועד הכנת מצגת זו, ובכלל זה נתונים שפורסמו על ידי גופים חיצוניים לחברה, אשר תוכנם לא נבדק על ידי החברה באופן עצמאי ולפיכך החברה אינה אחראית לנכונותם. מצגת זו אינה מהווה תחליף לבחינת דיווחיה הציבוריים של החברה, לרבות הדוחות הכספיים שלה, לפני קבלת החלטה כלשהי באשר לניירות הערך של החברה.

האמור במצגת זו כולל גם מידע צופה פני עתיד, כהגדרתו בחוק ניירות ערך, כגון תחזיות, מטרות, הערכות, אומדנים ומידע אחר המתייחסים לאירועים ועניינים עתידיים, שהתממשותם אינה ודאית ואינה בשליטת החברה. מידע צופה פני עתיד אינו מהווה עובדה מוכחת והוא מבוסס אך ורק על הערכה סובייקטיבית של החברה במועד הכנת המצגת.
המידע הצופה פני עתיד הכלול במצגת עשוי שלא להתממש, כולו או חלקו, או להתממש באופן שונה מכפי שנצפה, לרבות עקב השפעת גורמים שאינם בשליטת החברה ואשר לא ניתן להעריכם מראש, ובכלל זאת שינוי באיזה מגורמי הסיכון הרלוונטיים לפעילות החברה, התפתחויות בסביבה הכלכלית ובגורמים החיצוניים המשפיעים על החברה, לרבות השלכות השפעת נגיף הקורונה, כך, למשל, המשך התפשטות הנגיף והשפעותיו, החלטות של מדינות ורשויות שלטוניות בארץ ובעולם על דרך טיפולן בנגיף, התנהגות לקוחות וצרכנים כתוצאה מהמצב ושינויים נוספים שינבעו מהאמור, עלולים אף הם להשפיע על החברה ועל תוצאותיה, באופן שונה מהותית ממה שהיא מעריכה במצגת. החברה אינה מחויבת בעדכון או שינוי כל תחזית או הערכה הכלולים במצגת זו כאמור על מנת שישקפו אירועים או נסיבות שיחולו לאחר מועד המצגת. לפיכך, קוראי מצגת זו מוזהרים, כי התוצאות וההישגים בפועל של החברה בעתיד עלולים להיות שונים באופן מהותי מאלה שהוצגו במצגת זו, ויש לקחת בחשבון כי נתוני עבר אינם מצביעים בהכרח על ביצועים בעתיד.

בהעדר אינדיקציה אחרת, הנתונים הכספיים הנכללים במצגת זו מתייחסים לרבעון ראשון המסתיים בחודש מרס 2022.

Strong start to 2022
7 quarters of record profitability for the quarter



SALES	EBIT	NET PROFIT
$483.9M	$34.2M	$18.9M
+16%	+22%	+26%

GROSS MARGIN	EBIT MARGIN	NET PROFIT %
37.9%	7.1%	3.9%
(30) BPS	+40 BPS	+30 BPS

Rounded numbers



Q1-2022 Highlights

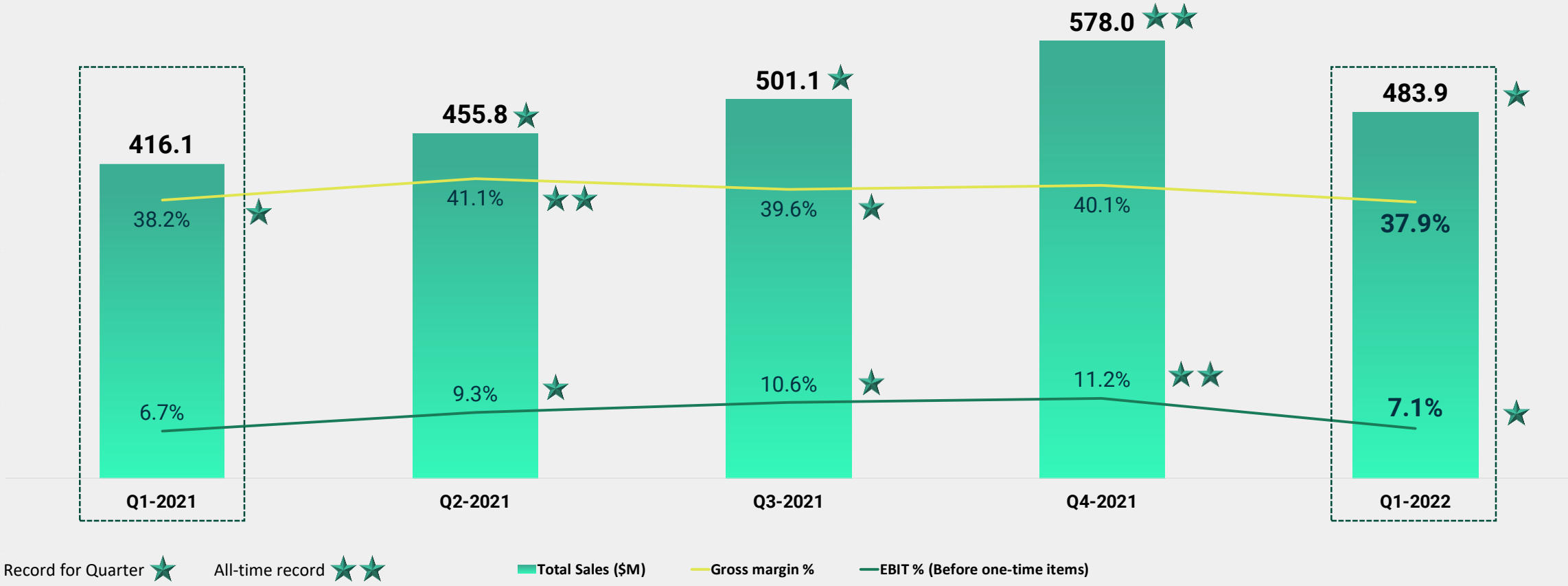
Continued strong sales growth and improved profitability

- Strong sales growth of 16%
- Record Q1 sales for Private Label, Brands & Delta Israel segments
- Record Q1 EBIT and EBIT margin, driven by higher sales, production volume and SG&A leverage
- Net income growth of 26% from Q1-2021. Diluted EPS went up from $0.57 to $0.67
- Retail channel sales recovery with higher sales vs. Q1-2019
- Net cash used in operating activities* of $52.6M, primarily driven by inventory investment to support growth
- March 31 cash balance of $223.2M
- $6M dividend declared for Q1
- We reaffirm 2022 guidance, based on our diversified portfolio and the strong start of the year

*Excluding IFRS16 impact

Quarterly Trend Analysis

- 5 consecutive quarters of record sales for the quarter
- 7 consecutive quarters of record operating margin for the quarter
- Gross margin at similar level despite logistics, raw material, energy & labor costs increase



Q1-2022 Financial Highlights vs. Q1-2021

Total Sales	Q1-2021	Q1-2022
	$416.1M	$483.9M

Gross Profit	Q1-2021	Q1-2022
	$159.0M	$183.3M

EBIT	Q1-2021	Q1-2022
	$28.0M	$34.2M

Own Websites*		
	Decreased YoY	(22%)

Gross Margin	Q1-2021	Q1-2022
	38.2%	37.9%

EBIT Margin	Q1-2021	Q1-2022
	6.7%	7.1%

EBITDA**	Q1-2021	Q1-2022
	$36.5M	$42.6M

Net Income	Q1-2021	Q1-2022
	$15.1M	$18.9M

Net Debt / EBITDA**	Q1-2021	Q1-2022
	1.2	0.8

Operating CF**	Q1-2021	Q1-2022
	$21.4M	($52.6M)

Days Inventory Outstanding	Q1-2021	Q1-2022
	110	142

CAPEX	Q1-2021	Q1-2022
	$8.2M	$12.1M

★ Record for Q1

*Growth of 299% vs. Q1-2019, or 114% excluding Online Retailer

**Excluding IFRS16

Q1-2022 UPDATE BY SEGMENT









Private Label

We are the partner of choice to iconic and digitally native global brands and retailers

($M)	Q1-2022	Q1-2021	Var vs. Q1-2021
SALES	206.0	161.6	27%
EBIT	19.2	12.2	57%
EBIT%	*9.3%*	*7.6%*	1.7%



Q1-2022 vs Q1-2021

Sales increased 27% to $206.0M, mainly driven by performance socks & pure digital customers

EBIT increased from $12.2M to $19.2M, driven by:

- Increased sales and production volume
- Higher-margin customer mix
- Improvement in our factories, positively impacted by restructuring implementation, despite increase in freight, raw material, labor & energy costs

Private Label

Fully vertical from innovative design to distribution for leading brands & retailers

- Performance socks business continues its strong trend with significant growth opportunities in the future
- Continued strong growth with pure digital customers led by Skims
- Rich pipeline of new exciting customers such as: Tom Brady, Nautica, Hanky-Panky, J.Crew, Champion, Aerie & Alo Yoga
- Strategic production plan to increase our capacity to support robust demand, align with major customers' focus, and shift towards lower cost countries:
  - First shipment from our Egypt socks facility to Nike
  - Launch of new Bogart Vietnam facility to be opened in July with ~2,200 employees, following planned shutdown of Shenzhen factory in China during Q2 with estimated one-time costs of ~$5.0M
  - Significant CAPEX investment of $6M to support growth
- Strong order backlog for the next 6 months



Fully vertical operating model from design to distribution

Nike, Victoria's Secret, Calvin Klein, Lululemon, Spanx, Walmart, Target, Tommy John, Adore Me, Skims, Savage x Fenty and more

Brands

Our Brands segment includes a comprehensive portfolio of top intimate apparel and activewear brands

($M)	Q1-2022	Q1-2021	Var vs. Q1-2021
SALES	142.3	134.2	6%
EBIT	9.0	10.7	(16%)
EBIT%	*6.3%* *	*8.0%*	(1.6%)



Owned:
Schiesser, Eminence,
Splendid, P.J. Salvage

Licensed:
Columbia, Tommy Hilfiger,
Calvin Klein Kids

adidas & Wolford 2022 launch
Polo Ralph Lauren 2023 launch

Q1-2022 vs Q1-2021

Sales increased 6%, driven by retail & wholesale channels, partially offset by online

EBIT decreased from $10.7M to $9.0M, driven by:

- Lower gross margin, mainly due to higher freight, raw material and energy costs, partly compensated by price increases
- Unfavorable channel mix with lower online sales
- Start up loss of $0.9M (or 0.6% of sales) associated with adidas, Wolford and Polo Ralph Lauren. Excluding these costs, EBIT% was 7.0%*



DELTA GALIL BRANDS INTERNATIONAL GMBH | SWITZERLAND MADE UNDER LICENSE FROM ADIDAS AG
ADIDAS, THE BADGE OF SPORT AND THE 3-STRIPES MARK ARE REGISTERED TRADEMARKS OF ADIDAS.
ADIDAS, LE "BADGE OF SPORT" ET LA MARQUE AUX 3 BANDES SONT DES MARQUES DÉPOSÉES D'ADIDAS.



7 For All Mankind

7FMK is the originator of American premium denim, born in LA in 2000
Is poised to benefit from the shift to casualwear

Cara Delevingne successful global launch increasing brand awareness and traffic across all our channels

($M)	Q1-2022	Q1-2021	Var vs. Q1-2021
SALES	49.8	37.8	32%
EBIT	2.0	(5.7)	
EBIT%	*4.1%*	(15.2%)	19.3%



Q1-2022 vs Q1-2021

Sales increased by 32%, mainly driven by higher retail and wholesale sales with strong traffic increase and partial recovery of tourism

EBIT increased, mainly driven by:

- Higher sales and gross margin improvement due to channel mix and fewer promotions, partially offset by higher freight costs

Poised for growth when travel & traffic return to pre-COVID levels

The founder of American premium denim

the brand that forever changed the way people think about denim

Marketed through DTC and wholesale channels globally

Delta Israel

Delta, our legacy brand is a leading intimate apparel brand in Israel with a unique proposition of selling to the entire family

Delta Israel presents strong Q1-2022 results with record level of sales for Q1

Historical seasonality with Q1 lowest on both sales and profitability

($M)	Q1-2022	Q1-2021	Var vs. Q1-2021
SALES	67.2	59.4	13%
EBIT	9.4	12.2	(23%)
EBIT%	*13.9%*	*20.5%*	(6.6%)

Q1-2022 vs Q1-2021

Sales increased by 13% in USD (10% in NIS), driven by retail (stores comp up 20.8% vs. Q1-2019) & wholesale channels, partially offset by online channel

EBIT decreased from $12.2M to $9.4M, due to higher freight costs and lower online sales

Additional growth initiatives:

- Panta Rei – Opened 3 stores & website in April. Plan to open 3 additional stores by the end of the year
- Victoria's Secret launch - Online activity beginning Q4-2022 & retail in Q1-2023



The leading Israeli intimate apparel company for the entire family (Delta) and teenagers (fix)

204 retail stores, digital and wholesale channels

Online Retailer

Bare Necessities is the leading online multi-branded intimate apparel and swimwear retailer offering a sought-after assortment of products in the most extensive size range with over ~3,800 new styles launched each season

($M)	Q1-2022	Q1-2021	Var vs. Q1-2021
SALES	25.5	26.6	(4%)
EBIT	(1.6)	(0.8)	
EBIT%	(6.1%)	(3.2%)	(2.9%)

Q1-2022 vs Q1-2021

Sales decreased 4%, mainly due to lower traffic vs. Q1-2021 which was positively impacted by COVID lockdowns and consumers' shift to digital

EBIT decreased by $0.7M driven by lower sales and increased cost associated with the launch of Bare™ in Q3-2022

Additional growth initiatives:

- Full launch of Bare™ in Q3-2022
- Re-branding the website, including updated layout, content and features
- Launching a multi-tiered loyalty program
- Launch new ambassador program with content-producing influencers



Independent digital platform

The largest US online intimate apparel retailer offering over 140 leading brands

Introducing Delta Galil's own brands

Strong Balance Sheet

$223.2M Cash Balance

$172.4M Net Debt

Net Debt / EBITDA* ratio of 0.8

1.70 Current ratio

Vs **1.67** in Q1-2021

0.85 Quick ratio

Vs **1.07** in Q1-2021

$651.7M Equity ★

$ in millions

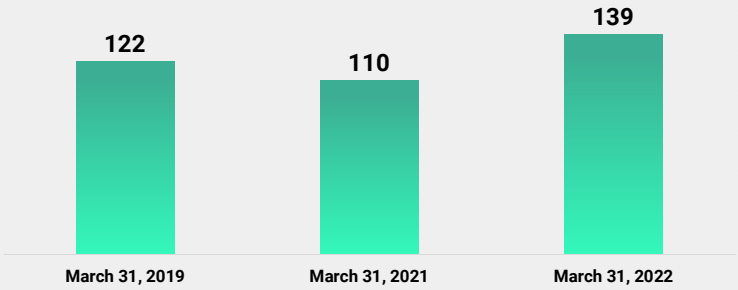
	Mar. 31 2021	% OF TOTAL	Mar. 31 2022	% OF TOTAL
CASH AND CASH EQUIVALENTS	312.9	18%	223.2	12%
INVENTORY	315.2	18%	474.2	26%
OTHER CURRENT ASSETS	243.6	14%	243.3	13%
TOTAL CURRENT ASSETS	871.6	49%	940.7	51%
NON CURRENT ASSETS	890.0	51%	907.4	49%
TOTAL ASSETS	**1,761.6**	**100%**	**1,848.1**	**100%**
CURRENT LIABILITIES	521.7	30%	551.9	30%
DEBENTURES	307.6	17%	173.3	9%
OTHER NON-CURRENT LIABILITIES	373.8	21%	471.3	25%
TOTAL LONG TERM LIABILITIES	681.4	39%	644.5	35%
EQUITY	558.6	32%	651.7	35%
TOTAL LIABILITIES AND EQUITY	**1,761.6**	**100%**	**1,848.1**	**100%**

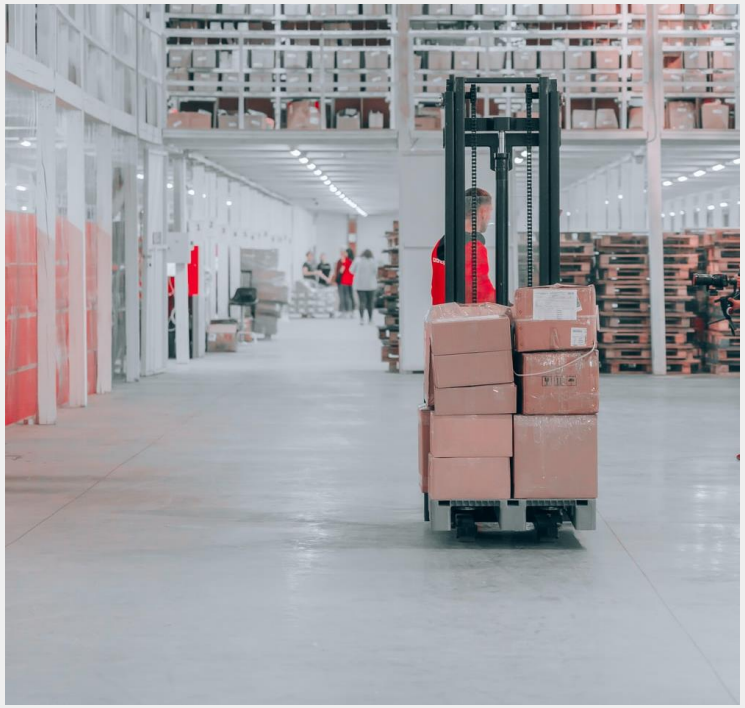
★ All-time record *Excluding IFRS16 impact

Rounded numbers

Inventory Days Analysis (inventory days)*

Investing in growth





During 2021, we were defensive on procurement and lost sales due to lack of inventory.
Accordingly, we used March 31, 2019 as reference

The increase of 17 days is driven by:
- Forecasted sales growth
- Longer in transit days due to supply chain disturbances
- Launch of new brands: adidas, Wolford & Panta Rei

Inventory is fresh with significant reduction in aged items

Our key product categories are:
- Non-cyclical
- Limited fashion risk
- Replenishable core programs
- Essentials / economically resistant

We expect a significant reduction in inventory days by year end

* Excluding Online Retailer for comparison

Strategically Positioned to Deliver Strong Organic Growth




DELTA GALIL
INDUSTRIES LTD
THANK YOU

Reaffirming 2022 Guidance

$ in millions

	2021 ACTUAL	2022 UPDATED GUIDANCE	2022 UPDATED GUIDANCE VS. 2021
Sales	1,951.0	**2,082 - 2,135**	**7% - 9%**
EBIT*	188.1	**210 - 220**	**12% - 17%**
EBITDA*	286.8	**312 - 322**	**9% - 12%**
Net Income*	124.2	**138 - 145**	**11% - 17%**
Diluted EPS* ($)	4.44	**4.80 - 5.09**	**8% - 15%**

*Before one time items, includes IFRS 16 impact

Q1-2022 IFRS 16 impact

$ in millions

	Q1-2022
EBIT	2.7
EBITDA	14.9
Finance expenses	2.3
Net income	0.3