

COMUNICATO STAMPA - RICAVI NOVE MESI 2020

RICAVI PARI A 429,8 MILIONI DI EURO (-33,2%) IMPATTATI DALLE CHIUSURE TEMPORANEE PER LA PANDEMIA.

PERFORMANCE IN PROGRESSIVO RECUPERO NEL TERZO TRIMESTRE (-23,7%) CON VENDITE NEI NEGOZI DIRETTI POSITIVE AD AGOSTO CON I SALDI ESTIVI.

RESTA MOLTO SOSTENUTA LA CRESCITA DEL CANALE ONLINE DIRETTO: +40% NEI NOVE MESI E +43% AD OGGI GRAZIE AD UN OTTIMO OTTOBRE (+84% SU OTTOBRE 2019).

LA SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA E' SOLIDA ED IL GRUPPO, GRAZIE ALLE AZIONI INTRAPRESE, STA MANTENENDO UNO STRETTO CONTROLLO DELL'INDEBITAMENTO NONOSTANTE GLI IMPATTI UNA TANTUM DERIVANTI DALLA PANDEMIA. LA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA AL 30 SETTEMBRE 2020 (ANTE IFRS 16) E' PARI A -84,3 MILIONI DI EURO (-20,6 MILIONI AL 30 SETTEMBRE 2019). IL TERZO TRIMESTRE HA GENERATO 11 MILIONI DI CASSA GRAZIE AL BUON ANDAMENTO DEI SALDI ESTIVI E DEGLI INCASSI DAI CLIENTI. OTTOBRE SI MANTIENE IN LINEA.

PROSEGUONO SIA LA PROGRAMMATA RAZIONALIZZAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA FISICA CHE LE ATTIVITA' PROPEDEUTICHE ALLA DEFINIZIONE DI UN MODELLO DI BUSINESS CHE PONE IL CLIENTE AL CENTRO ED E' BASATO SULLA PIENA INTEGRAZIONE TRA CANALE FISICO E DIGITALE.

Biadene di Montebelluna, 12 Novembre 2020 – Geox S.p.A., società quotata alla Borsa di Milano (GEO.MI), tra i leader nel settore delle calzature classiche e casual, ha approvato in data odierna i ricavi consolidati al 30 settembre 2020.

La Società ha commentato: “I nove mesi del 2020 sono stati profondamente segnati dalla pandemia COVID-19 con ripercussioni di carattere sanitario, economico e sociale a livello globale e con una sostanziale sospensione di tutte le attività commerciali non essenziali per quasi tutto il secondo trimestre.

In questo contesto, Geox ha ritenuto innanzitutto prioritario proteggere le fondamenta dell'azienda, ossia il capitale umano ed il capitale finanziario.

Sin dall'inizio dell'emergenza non abbiamo infatti mai interrotto né le attività di monitoraggio e di salvaguardia della salute delle nostre persone, anche con il costante ricorso a test sierologici e tamponi offerti su base volontaria, né le iniziative volte a preservare la solidità finanziaria del Gruppo.

L'efficacia delle azioni intraprese su tali fronti ci permette oggi sia di proseguire in tutte le attività necessarie per gestire in maniera organizzata questo anomalo presente sia di accelerare su tutte quelle iniziative e in quegli investimenti propedeutici ad affrontare al meglio e con fiducia le prossime sfide di medio periodo.

Il terzo trimestre, con il progressivo ritorno alla piena operatività dei negozi in tutto il mondo, ha evidenziato un costante miglioramento delle performance culminato, nel mese di agosto, con un andamento positivo delle vendite durante i saldi estivi. La seconda ondata di contagi da COVID-19 sta purtroppo determinando, a seguito della re-

introduzione di nuovi lockdown in molti Paesi, nuove temporanee sospensioni delle attività dei negozi, una generalizzata riduzione della mobilità delle persone ed un sostanziale azzeramento dei flussi turistici.

In questo contesto, il canale online diretto, già +40% nei nove mesi, sta ulteriormente accelerando la propria crescita: +72% da inizio Ottobre. Tale trend, oltre a consentirci di assorbire almeno in parte il calo di fatturato determinato dalla chiusura dei punti vendita fisici, ci spinge a proseguire, con ancor maggiore consapevolezza e determinazione, nella definizione di un modello di business snello, ispirato dalle esigenze della clientela e basato sull'integrazione tra canale fisico e digitale.

Un modello di business che sappia cogliere tutte le opportunità che si creeranno appena usciremo da questa emergenza e che stiamo definendo con interventi volti sia ad alleggerire la struttura generale dei costi del Gruppo che a rinvigorirne la produttività.

Stiamo pertanto chiudendo negozi non strategici nelle aree più mature, rivedendo i contratti di locazione, tagliando molte voci di spesa ma anche investendo.

Stiamo investendo nell'integrazione tra canale fisico e digitale, in nuove campagne pubblicitarie televisive, in nuove aperture di negozi nei mercati a maggiore crescita e infine, come sempre, in ricerca e sviluppo per garantire il massimo benessere alla clientela consci che proprio il benessere, da sempre uno dei valori distintivi del nostro brand, sarà sempre più ambito e ricercato dalle persone nel dopo pandemia."

ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO NEI NOVE MESI: RICAVI

I ricavi consolidati dei nove mesi 2020 si sono attestati a euro 429,8 milioni, in riduzione del 33,2% rispetto all'esercizio precedente (-33,1% a cambi costanti) impattati dalla diffusione della pandemia da Covid-19.

In miglioramento l'andamento nel terzo trimestre (-23,7% e -23,4% a cambi costanti) grazie sia ad un progressivo recupero delle performance dalle riaperture dei negozi che al buon andamento dei saldi estivi nei principali mercati di riferimento.

Ricavi per Canale distributivo

(Migliaia di euro)	9 Mesi 2020	%	9 Mesi 2019	%	Var. %
Multimarca	221.464	51,5%	315.756	49,1%	(29,9%)
Franchising	33.546	7,8%	67.587	10,5%	(50,4%)
DOS*	174.779	40,7%	260.073	40,4%	(32,8%)
Totale Geox Shop	208.325	48,5%	327.660	50,9%	(36,4%)
Totale ricavi	429.789	100,0%	643.416	100,0%	(33,2%)

I ricavi dei negozi multimarca, pari al 51,5% dei ricavi del Gruppo (49,1% nei nove mesi 2019), si attestano a euro 221,5 milioni (-29,9% a cambi correnti, -29,8% a cambi costanti) rispetto ai 315,8 milioni dei nove mesi 2019. Il trend è dovuto esclusivamente alla chiusura temporanea per circa due mesi dei punti vendita multimarca che ha portato i nostri clienti a richiedere cancellazioni di parte degli ordini SS20 da ricevere nel periodo di chiusura; ridurre drasticamente i riassortimenti in stagione della collezione SS20; prolungare il periodo di sell-out della collezione primavera; rivedere, in stretta cooperazione con Geox, gli ordinativi iniziali della stagione FW20; posticipare le consegne della stagione invernale FW20. Inoltre il Gruppo ha registrato minori vendite di stock di stagioni precedenti.

In miglioramento l'andamento nel terzo trimestre (-23,1% a cambi correnti, -22,5% a cambi costanti) con ricavi pari a euro 100,0 milioni (euro 130,0 milioni nel terzo trimestre 2019). Tale performance è sostanzialmente in linea con la riduzione degli acquisti per la collezione FW20 (-21%) a seguito della revisione degli ordini effettuata in stretta cooperazione con i clienti in modo da ridurre al massimo il rischio di cancellazioni.

I ricavi del canale franchising, pari al 7,8% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 33,5 milioni, riportando una diminuzione del 50,4% (-50,3% a cambi costanti) rispetto ai 67,6 milioni dei nove mesi 2019. L'andamento del periodo

è stato impattato dalle chiusure temporanee, da un effetto timing negativo sulle spedizioni relative alla FW20 e dalla riduzione di perimetro (circa euro 10 milioni o il 14%) che è passato dai 391 negozi di Settembre 2019 ai 338 di Settembre 2020.

Nel terzo trimestre il canale ha riportato ricavi pari a euro 15,7 milioni (euro 29,7 milioni nel terzo trimestre 2019) con un calo del 47,0% (sia a cambi correnti che a cambi costanti) impattato ancora sia dalla riduzione del perimetro (-14%) che da un effetto timing negativo sulle spedizioni della FW20.

I ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) che rappresentano il 40,7% dei ricavi del Gruppo si attestano a euro 174,8 milioni rispetto ai 260,1 milioni dei nove mesi 2019 (-32,8% a cambi correnti, -32,8% a cambi costanti). Le vendite comparabili (LFL) a fine periodo si attestano a -32% e riflettono l'elevata percentuale di negozi rimasta temporaneamente chiusa nei nove mesi (circa il 23% in media). A definire la performance del periodo ha anche inciso negativamente la riduzione di perimetro, come già precedentemente evidenziata, con la chiusura di circa 30 DOS nel solo terzo trimestre.

Le performance, dalla riapertura dei negozi da inizio maggio, sono state in progressivo recupero e ad agosto sono tornate nuovamente positive contestualmente alla stagione dei saldi estivi in Italia e Francia.

Ad oggi (settimana 45) le vendite comparabili (LFL) dei negozi a gestione diretta si attestano al -32% risentendo anche delle nuove chiusure temporanee imposte da molti Paesi a seguito della seconda ondata Covid-19¹.

Il business online diretto del Gruppo continua ad evidenziare una crescita rilevante, +40% rispetto a fine Settembre 2019 (+21% nel primo trimestre, +59% nel secondo trimestre e +37% nel terzo trimestre). Particolarmente positivi i mesi di Aprile (+102%) e Maggio (+167%) caratterizzati dalla fase più acuta del lockdown, oltre al mese di Ottobre (+84%) interessato dall'introduzione di nuove misure restrittive.

Nel terzo trimestre i ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) sono stati pari a euro 70,4 milioni in calo del 16,5% (-16,2% a cambi costanti) rispetto agli 84,3 milioni del terzo trimestre 2019. Il trend del trimestre riflette l'andamento delle vendite comparabili nel periodo (-15,7%) oltre alla già citata riduzione di perimetro.

Ricavi per Area geografica

(Migliaia di euro)	9 Mesi 2020	%	9 Mesi 2019	%	Var. %
Italia	102.233	23,8%	184.024	28,6%	(44,4%)
Europa (*)	205.915	47,9%	276.450	43,0%	(25,5%)
Nord America	18.317	4,3%	34.164	5,3%	(46,4%)
Altri Paesi	103.324	24,0%	148.778	23,1%	(30,6%)
Totale ricavi	429.789	100,0%	643.416	100,0%	(33,2%)

(*) Europa include: Austria, Benelux, Francia, Germania, Gran Bretagna, Penisola Iberica, Scandinavia, Svizzera.

I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 23,8% dei ricavi del Gruppo (28,6% nei nove mesi 2019), si attestano a euro 102,2 milioni, rispetto a euro 184,0 milioni nei nove mesi 2019. La performance in Italia ha subito maggiormente gli impatti da Covid-19 rispetto agli altri Paesi Europei essendo stato il primo Paese nell'area ad essere coinvolto dalla diffusione dell'epidemia ed essendo il Paese con la maggior rilevanza per il Gruppo anche in termini di punti vendita fisici.

In tale contesto tutti i canali hanno subito gli effetti derivanti da tale emergenza. I negozi a gestione diretta, che avevano riportato dati positivi ad inizio anno, hanno poi subito gli effetti delle chiusure temporanee, chiudendo il periodo con un calo delle vendite sostanzialmente in linea con il dato di Gruppo. Per quanto riguarda invece la performance del canale multimarca e di quello in franchising, le riduzioni sono state principalmente riconducibili ai

¹ Per maggiori dettagli si veda la parte relativa alla evoluzione prevedibile della gestione e agli eventi successivi alla chiusura del periodo.

fattori già precedentemente evidenziati. Il canale franchising ha in particolare risentito anche della riduzione di perimetro avvenuta nel periodo (29 chiusure nette, pari al 23% del perimetro).

La performance del canale online diretto è stata particolarmente brillante registrando un +77% a fine settembre.

Nel terzo trimestre i ricavi in Italia sono stati pari a euro 42,3 milioni in calo del 37,6% rispetto ai 67,8 milioni del terzo trimestre 2019. Il trend del trimestre risente, oltre al citato difficile contesto, anche della razionalizzazione del perimetro distributivo con 20 chiusure nette totali (8% del perimetro), di cui 7 DOS e 13 negozi in franchising. L'andamento delle vendite comparabili si è attestato a -16%, con il canale online diretto in crescita del 74%.

I ricavi generati in Europa, pari al 47,9% dei ricavi del Gruppo (43,0% nei nove mesi 2019), ammontano a euro 205,9 milioni, rispetto a euro 276,5 milioni dei nove mesi 2019, registrando un decremento del 25,5% principalmente dovuto, come in Italia, agli effetti derivanti dalla diffusione dell'epidemia che ha determinato la chiusura temporanea dei negozi dalla seconda metà di Marzo.

Dopo una partenza positiva d'anno (circa +5%), le vendite dei negozi a gestione diretta hanno chiuso il periodo in calo del 28% circa.

Anche per il mercato europeo, si segnala l'ottimo trend registrato dal canale online diretto, +36% alla fine di Settembre. Per quanto riguarda infine il canale multimarca e quello in franchising le performance sono state negative ma leggermente migliori di quelle del mercato italiano in quanto meno impattate negativamente dal timing delle spedizioni.

Nel terzo trimestre i ricavi in Europa sono stati pari a euro 92,1 milioni in calo del 9,3% (-9,4% a cambi costanti) rispetto ai 101,6 milioni del terzo trimestre 2019. Il trend del trimestre ha beneficiato di un effetto timing positivo sulle spedizioni wholesale (posticipate dal secondo al terzo trimestre). L'andamento delle vendite comparabili nel periodo è stato pari al -14% con il canale online diretto in aumento del 36%.

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 18,3 milioni, riportando un decremento del 46,4% (-46,5% a cambi costanti). In USA ed in Canada il periodo di chiusura è stato più lungo iniziando a metà marzo e finendo a metà Giugno. Ad oggi tutta la rete risulta operativa.

Nel periodo le vendite comparabili del canale diretto sono risultate in calo del 46% circa.

Il canale online riporta una crescita del 24% a fine settembre. Il canale multimarca è risultato in calo del 35%.

Nel terzo trimestre i ricavi in Nord America sono stati pari a euro 6,5 milioni in calo del 45,9% (-45,3% a cambi costanti) rispetto ai 12,1 milioni del terzo trimestre 2019. Il trend del trimestre ha risentito anche della riduzione di perimetro con 6 chiusure nette (19% del perimetro). L'andamento delle vendite comparabili nel periodo è stato pari al -32% con il canale online diretto in aumento del 9%.

Gli Altri Paesi riportano un fatturato in decrescita del 30,6% rispetto ai nove mesi 2019 (-29,9% a cambi costanti) con un trend particolarmente diverso tra area Asia Pacifico ed Europa dell'Est.

In Cina, Hong Kong e Macao la riduzione di fatturato (superiore al 44%) è stata maggiormente accentuata a seguito delle limitazioni alla mobilità e delle chiusure dei negozi da fine gennaio/inizio febbraio. Le riaperture dei negozi sono avvenute da inizio marzo con forti riduzioni di traffico. A partire da inizio aprile fino a metà maggio sono invece rimasti temporaneamente chiusi i negozi in Giappone sempre a seguito delle misure di contenimento imposte dal governo per limitare la diffusione pandemica. Complessivamente le vendite comparabili dei negozi a gestione diretta alla fine del periodo registrano una diminuzione attorno al -37% con un traffico in riduzione in media del 50%. Si stanno vedendo dei segnali di recupero in Cina, le cui vendite comparabili nei negozi diretti sono passate dal -50% del primo trimestre al -10% circa del terzo trimestre. Il canale online diretto dell'intera area a fine periodo si è attestato a +13%.

Nel terzo trimestre i ricavi nell'Area APAC sono stati pari a euro 7,4 milioni in calo del 50,8% rispetto ai 15,1 milioni del terzo trimestre 2019. Il trend del trimestre ha in particolare risentito della riduzione della raccolta ordini iniziale sul canale wholesale. L'andamento delle vendite comparabili nel periodo è stato pari al -27% (-11% per la sola Cina) con il canale online diretto in aumento del 18%.

Per quanto riguarda invece l'Europa dell'Est i ricavi dell'area sono risultati in calo del 24,8% nel periodo. Tutti i negozi a gestione diretta hanno temporaneamente sospeso l'attività nell'ultima parte di Marzo per poi riaprire gradualmente nel mese di Giugno. Le vendite comparabili dei negozi a gestione diretta si sono attestate a circa -23%. Molto bene il canale online (+102% rispetto a Settembre 2019).

Nel terzo trimestre i ricavi nell'Europa dell'Est sono stati pari a euro 37,8 milioni in calo del 20,2% rispetto ai 47,3 milioni del terzo trimestre 2019. L'andamento delle vendite comparabili nel periodo è stato pari al -3% con il canale online diretto in aumento del +58%.

Ricavi per Categoria Merceologica

Le calzature hanno rappresentato l'89,7% dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 385,6 milioni, con un decremento del 33,6% (-33,5% a cambi costanti) rispetto ai nove mesi 2019. L'abbigliamento è stato pari al 10,3% dei ricavi consolidati attestandosi euro 44,2 milioni, rispetto ad euro 62,9 milioni dei nove mesi 2019 (-29,7% a cambi correnti e a cambi costanti).

(Migliaia di euro)	9 Mesi 2020	%	9 Mesi 2019	%	Var. %
Calzature	385.591	89,7%	580.517	90,2%	(33,6%)
Abbigliamento	44.198	10,3%	62.899	9,8%	(29,7%)
Totale ricavi	429.789	100,0%	643.416	100,0%	(33,2%)

Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 30 Settembre 2020 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 891 di cui 420 DOS. Nel corso dei nove mesi sono stati aperti 20 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 103, in linea con la programmata ottimizzazione dei negozi nei mercati più maturi e una espansione nei paesi dove la presenza del Gruppo è ancora limitata ma in positiva evoluzione. Nel solo terzo trimestre ci sono state 45 chiusure nette, di cui 30 DOS.

	30-09-2020		31-12-2019		9 Mesi 2020		
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Aperture Nette	Aperture	Chiusure
Italia	238	143	272	148	(34)	-	(34)
Europa (*)	249	145	270	159	(21)	3	(24)
Nord America	26	26	37	37	(11)	-	(11)
Altri Paesi (**)	378	106	395	110	(17)	17	(34)
Totale	891	420	974	454	(83)	20	(103)

(*) Europa include: Austria, Benelux, Francia, Germania, Gran Bretagna, Penisola Iberica, Scandinavia, Svizzera.

(**) Include i negozi esistenti in paesi con contratto di licenza (pari a 133 negozi al 30 settembre 2020 e 134 al 31 dicembre 2019). I ricavi del canale franchising non comprendono i negozi in tali paesi.

SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA DEL GRUPPO

L'insieme delle azioni di razionalizzazione intraprese, un andamento delle vendite del canale diretto migliore delle attese e la riduzione degli acquisti della collezione FW20 hanno permesso di mantenere sotto controllo la posizione finanziaria netta che a fine Settembre, nonostante l'eccezionalità della situazione, si è attestata (ante IFRS 16) a euro -84,3 milioni (euro -20,6 milioni al 30 Settembre 2019). Si segnala che il Gruppo non ha ritardato i suoi impegni di pagamento verso la sua filiera né ha fatto ricorso ad alcuna sospensione di rimborsi di rate di finanziamenti. L'unica eccezione riguarda la sospensione del pagamento dei canoni relativi al periodo di chiusura dei negozi (Aprile e prima metà di Maggio) e il pagamento parziale, legato all'andamento delle vendite, effettuato dalle riaperture. La parte scaduta dei canoni di affitto sospesi o pagati parzialmente alla data del 30 Settembre 2020 ammonta a circa euro 14 milioni e sono riferibili principalmente (euro 12 milioni) al secondo trimestre, ossia alla fase più acuta del *lockdown*. Tale approccio risulta coerente con le attuali interlocuzioni in atto con i proprietari immobiliari tese a rinegoziare le pattuizioni contrattuali ed allinearle al mutato scenario economico, rendendo i canoni variabili con i livelli di fatturato almeno fino a che duri la riduzione del traffico indotta dalle misure restrittive e dalla forte riduzione dei flussi turistici. Ad oggi i confronti con le proprietà immobiliari procedono in maniera serrata, sono indubbiamente difficili, ma il Gruppo ha già concluso alcuni accordi e molti altri sono in fase avanzata, convinti che si debba anche arrivare alla risoluzione del contratto nel caso in cui non si possano raggiungere soluzioni che rispecchino gli attuali valori di mercato.

Il Gruppo dispone di linee di credito adeguate dato che, sin dall'inizio dell'emergenza, ha implementato una strategia di copertura del fabbisogno finanziario volta al raggiungimento della massima coerenza tra fonti e fabbisogni di finanziamento in modo da avere il giusto bilanciamento tra linee di credito a breve termine da porre al servizio della ordinaria stagionalità del business, a medio termine per gestire il temporaneo assorbimento di cassa *una tantum* dovuto al COVID -19 e a lungo termine per supportare anche gli investimenti richiesti dall'evoluzione del modello di business verso l'omnicanalità con una perfetta integrazione tra fisico e digitale.

Il rapporto del capitale circolante netto operativo sui ricavi si è attestato al 36,4% rispetto al 30,4% del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. Tale variazione è dovuta principalmente alla riduzione di fatturato, visto che il capitale circolante si attesta a euro 215,5 milioni, in riduzione rispetto ai 242,6 milioni dei nove mesi 2019.

EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL PERIODO – AGGIORNAMENTO EFFETTO COVID 19

A partire dal mese di ottobre, la seconda ondata di Covid-19 sta inducendo i Governi di molti Paesi a reintrodurre nuove restrizioni alla mobilità o veri e propri *lockdown*, al fine di contenere la crescita dei contagi. Alla data di questo comunicato, Spagna ed Italia hanno introdotto forme di *lockdown* regionali, mentre Francia, Belgio, Regno Unito, Polonia, Repubblica Ceca, Slovenia e Grecia hanno introdotto un *lockdown* su scala nazionale. E' attualmente previsto che questi provvedimenti possano rimanere in vigore mediamente per tutto il mese di novembre.

A valle di queste disposizioni, i negozi diretti (DOS) che sono stati temporaneamente chiusi sono 146 (57 in Italia, 59 in Francia, 10 in Polonia, 5 in Spagna, 7 in Belgio, 7 nel Regno Unito e 1 in Germania), pari al 35% dell'intera rete distributiva diretta. A questi punti vendita si devono aggiungere 49 DOS presenti nei centri commerciali in Italia che, secondo alle disposizioni governative italiane, rimarranno chiusi durante i giorni festivi e prefestivi fino al 3 dicembre. Includendo questi negozi, la rete distributiva diretta temporaneamente chiusa nei giorni festivi e prefestivi sale a 47%.

Sempre in base a queste disposizioni, i negozi in franchising temporaneamente chiusi sono 92 (13 in Italia, 33 in Francia, 15 in Repubblica Ceca, 11 in Grecia, 6 in Belgio, 5 in Slovenia, 4 in Polonia, 3 in Spagna e 2 in Azerbaijan) pari al 28% della rete. A questi punti vendita si devono aggiungere 42 franchising presenti nei centri commerciali in Italia che rimarranno chiusi nei giorni festivi e prefestivi come visto per i DOS. Includendo questi negozi, la rete distributiva in franchising temporaneamente chiusa nei giorni festivi e prefestivi sale a 41%.

In Nord America così come nell'Area Asia Pacifico non sono al momento vigenti nuovi *lockdown* e quindi tutta la rete distributiva del Gruppo è operativa. La situazione in termini di nuovi contagi COVID-19 rimane tuttavia problematica in Nord America, con conseguenti ripercussioni sulla mobilità delle persone e sul traffico dei negozi.

La difficile situazione sanitaria sta di fatto determinando inoltre un sostanziale azzeramento dei flussi turistici, peraltro già in fortissima riduzione in tutti i principali Paesi dall'inizio della pandemia.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Per quanto riguarda le attese sull'intero esercizio, l'attuale situazione rende estremamente complessa ogni tipo di previsione vista l'elevata aleatorietà relativa sia alla durata che all'estensione delle nuove misure di contenimento/*lockdown* presenti in tutti i principali paesi.

I dati oggi pubblicati evidenziano quanto segue:

- l'andamento dei ricavi nei nove mesi e' stato pari al -33,2%.
- complessivamente il quarto trimestre sta evidenziando ad oggi (settimana 45) un andamento delle vendite comparabili (*LFL*) pari al -30% dovuto alla ripresa delle chiusure temporanee decise per il mese di novembre e alle forti restrizioni sulla mobilità delle persone.

In considerazione di questo andamento è lecito pertanto attendersi che il trend dei ricavi per l'intero anno sia sostanzialmente delineato. L'effettiva diminuzione del fatturato complessivo per l'intero esercizio dipenderà comunque dall'evoluzione della pandemia e dalle eventuali nuove decisioni di contrasto alla diffusione del contagio che potrebbero essere prese dai vari governi.

Si conferma per fine anno un buon recupero di marginalità lorda rispetto a quanto riportato nel primo semestre dell'anno.

Le iniziative implementate dal Gruppo volte a proteggere il cash flow aziendale e a contenere i costi operativi hanno permesso di gestire in modo efficace la prima parte dell'emergenza, il debito è sotto controllo e negli ultimi 4 mesi il gruppo ha generato cassa per euro 8 milioni. Il riemergere di una seconda ondata di Covid-19 non è un evento inatteso e le decisioni prese in corso d'anno, con particolare riferimento alla razionalizzazione della rete distributiva, al contenimento degli investimenti, alla forte riduzione dei costi operativi, alla riduzione degli acquisti di FW20 e allo spostamento alla SS21 di parte della collezione estiva 2020, permetteranno al Gruppo di gestire in situazioni di sicurezza finanziaria anche questa seconda emergenza.

Geox, forte di questa solidità finanziaria, sostanzziata da un debito sotto controllo e da idonee linee di credito *committed*, continua a concentrare i propri sforzi sia nella gestione del presente che nella strategia di medio periodo e sta intensificando gli investimenti nei progetti di marketing strategico che mettono il consumatore al centro e in quelli volti alla trasformazione del modello di business verso la piena omnicanalità e la segmentazione della distribuzione.

DICHIARAZIONE DEL DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI CONTABILI SOCIETARI

Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari Dott. Massimo Nai dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza che, sulla base della propria conoscenza, l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

INVESTOR RELATIONS

Simone Maggi: tel. +39 0423 282476; ir@geox.com

UFFICIO STAMPA

Juan Carlos Venti: tel: +39 0423 281914; cell. +39 335 470641; juancarlos.venti@geox.com

IL GRUPPO GEOX

Il Gruppo Geox opera nel settore delle calzature classiche e casual per uomo, donna e bambino di fascia di prezzo medio alta e nel settore dell'abbigliamento. Geox deve il proprio successo alla costante focalizzazione sul prodotto, caratterizzato dall'applicazione di soluzioni innovative e tecnologiche in grado di garantire traspirabilità e impermeabilità, e fonda le proprie strategie di crescita futura sulla continua innovazione tecnologica.

Geox è una delle società leader a livello mondiale nell'"International Branded Casual Footwear Market ". L'innovazione di Geox è protetta da ben 40 diversi brevetti e 25 più recenti domande di brevetto.

DISCLAIMER

Il documento contiene dichiarazioni previsionali ("*forward-looking statements*"), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari del Gruppo Geox. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischio e incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori.
