

COMUNICATO STAMPA – RICAVI NOVE MESI 2021 -

RICAVI PARI A 463,5 MILIONI DI EURO (+7,8% A CAMBI CORRENTI, +8,9% A CAMBI COSTANTI) GRAZIE AL BUON ANDAMENTO DEL CANALE MULTIMARCA E AL RECUPERO DELLE VENDITE DIRETTE INIZIATO CON LA PROGRESSIVA RIAPERTURA DELLA RETE MONOMARCA A PARTIRE DAL SECONDO TRIMESTRE.

ANCHE IL QUARTO TRIMESTRE AD OGGI, REGISTRA UN BUON ANDAMENTO DELLE VENDITE COMPARABILI DEI NEGOZI DIRETTI (+50% SUL 2020 E +3% SUL 2019) ACCOMPAGNATO DA UNA RIDUZIONE DEGLI SCONTI.

LA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA AL 30 SETTEMBRE 2021 (ANTE IFRS 16) E' PARI A -95,5 MILIONI DI EURO (-108,2 MILIONI AL 30 GIUGNO 2021, -99,8 MILIONI AL 31 DICEMBRE 2020).

IL PROSSIMO 2 DICEMBRE VERRA' PRESENTATO ALLA COMUNITA' FINANZIARIA IL PIANO INDUSTRIALE 2022-2024.

IL PIANO E' FINALIZZATO AD ACCRESCERE LA RILEVANZA DEI VALORI DEL BRAND PER IL CONSUMATORE CON UN APPROCCIO FOCALIZZATO SULLA CENTRALITA' DELLA CLIENTELA E DELLA DISTRIBUZIONE ATTRAVERSO UN MODELLO DI BUSINESS OMNICANALE PIU' SNELLO ED EFFICIENTE. TALE OBIETTIVO E' SOSTENUTO DA INVESTIMENTI IN INFRASTRUTTURE E COMPETENZE DIGITALI E IN STRUMENTI EVOLUTI DI *MERCHANDISING* PER UNA PERFETTA COERENZA TRA LE STRATEGIE DI MARKETING, DI PRODOTTO E DI DISTRIBUZIONE COMMERCIALE.

Biadene di Montebelluna, 11 Novembre 2021 – 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 dei nove mesi 2021.

La Società ha commentato: “I ricavi dei nove mesi hanno evidenziato una buona crescita rispetto allo scorso anno grazie alla progressiva riapertura della distribuzione commerciale. Anche gli spostamenti delle persone sono in parziale graduale aumento mentre il turismo internazionale è ancora lontano dai livelli pre-Covid.

La prudenza è quindi ancora d'obbligo. Infatti, se da una parte il livello dei contagi e la situazione sanitaria hanno evidenziato un generale miglioramento nei Paesi dell'Europa Occidentale ed in Nord America consentendo, a partire dal secondo trimestre, una progressiva riapertura di tutta la rete distributiva, dall'altra si è assistito di recente ad un innalzamento dei contagi prima in alcune aree del Sud-Est Asiatico e poi dell'Europa dell'Est, caratterizzate da un basso tasso di vaccinazione, con la reintroduzione di misure di *lockdown* temporaneo come ad esempio in Cina, Vietnam e Russia.

A livello complessivo, comunque, i primi nove mesi dell'anno hanno presentato segnali incoraggianti di ripresa, soprattutto nei canali e nei mercati meno impattati dalla pandemia. I ricavi *on line*, compresi quelli verso gli *e-tailers* che

distribuiscono i nostri prodotti, hanno rappresentato quasi un terzo del fatturato totale e sono in crescita del +30% sia rispetto allo scorso anno che al 2019; la Russia (9% del fatturato totale) ha riportato ricavi in aumento del +44% sui nove mesi 2020 e del +11% sui nove mesi 2019. La Cina, rispetto ai nove mesi 2020, ha riportato una crescita del +6,9% con vendite comparabili in crescita del +19%.

Il quarto trimestre ad oggi sta consolidando questo trend positivo con le vendite comparabili dei negozi diretti in crescita rispetto allo stesso periodo del 2020 (+50%) e superando leggermente anche quelle dello stesso periodo 2019 (+3%). Il tutto accompagnato da una significativa riduzione degli sconti. Questo trimestre beneficerà anche della nuova campagna televisiva sui prodotti "Amphibiox" lanciata nei principali mercati a metà Ottobre a conferma della volontà del Gruppo di avere un maggiore focus su prodotti e mercati core, in una perfetta coerenza tra strategia di brand, marketing e distribuzione.

Tutte queste evidenze ci rendono ancora più convinti sulla validità del percorso strategico intrapreso basato sull'ormai completata razionalizzazione del Gruppo con l'uscita dai segmenti di business non profittevoli. Ciò permetterà di liberare maggiori risorse da allocare alle attività più strategiche per l'incremento della rilevanza dei valori del brand e sulla definizione di un modello di business omnicanale, focalizzato sulla centralità della clientela e della distribuzione, che sia sempre più efficiente e profittevole.

Maggiori dettagli sulle linee strategiche del Gruppo saranno forniti durante la presentazione del prossimo Business Plan nell'Investor Day del 2 Dicembre"

ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO: RICAVI

I ricavi consolidati dei nove mesi 2021 si sono attestati a 463,5 milioni, in aumento del +7,8% rispetto all'esercizio precedente (+8,9% a cambi costanti) grazie all'ottimo recupero iniziato nel secondo trimestre favorito dalle progressive riaperture dei negozi.

Sul periodo, seppur positivo, hanno tuttavia impattato negativamente due fattori: 1) la perdita dei ricavi derivante dalla pianificata razionalizzazione del perimetro dei negozi monomarca (-108 negozi rispetto a settembre 2020, pari a circa 15 milioni di euro di fatturato) 2) alcuni problemi di approvvigionamento legati alla temporanea sospensione delle attività di alcuni stabilimenti produttivi in Vietnam determinata dall'aumento dei contagi da Covid-19.

Ricavi per Canale distributivo

(Migliaia di euro)	9 mesi 2021	%	9 mesi 2020	%	Var. %
Multimarca	250.911	54,1%	221.464	51,5%	13,3%
Franchising	35.397	7,6%	33.546	7,8%	5,5%
DOS*	177.146	38,2%	174.779	40,7%	1,4%
Totale Geox Shop	212.543	45,9%	208.325	48,5%	2,0%
Totale ricavi	463.454	100,0%	429.789	100,0%	7,8%

* Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

I ricavi dei negozi multimarca, pari al 54,1% dei ricavi del Gruppo (51,5% nei nove mesi 2020), si attestano a euro 250,9 milioni (+13,3% a cambi correnti, +13,3% a cambi costanti) rispetto ai 221,5 milioni dei nove mesi 2020. Il trend del periodo ha beneficiato dell'ottimo andamento dei riassortimenti stagionali sulla SS21, una positiva raccolta ordini della collezione FW21, un effetto timing positivo sulle spedizioni (come richiesto dai partner ad inizio anno), una maggiore vendita di stock di stagioni precedenti ed un miglioramento delle condizioni commerciali. Tali effetti hanno più che compensato la debole raccolta ordini iniziale della collezione SS21 effettuata l'anno scorso nel pieno del primo lockdown e determinato pertanto l'andamento positivo complessivo del periodo.

I ricavi del canale franchising, pari al 7,6% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 35,4 milioni, in crescita del +5,5% rispetto ai 33,5 milioni dei nove mesi 2020. Anche in questo caso l'andamento del periodo è stato possibile grazie alla progressiva riapertura dei negozi, la cui performance positiva unita ad un effetto timing favorevole sulle spedizioni ha permesso di neutralizzare gli effetti negativi derivanti dalla riduzione di perimetro (circa -5 milioni o -15%). Il totale dei punti vendita in franchising è infatti passato dai 338 negozi di Settembre 2020 ai 302 di Settembre 2021.

I ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS e online) che rappresentano il 38,2% dei ricavi del Gruppo si attestano a 177,1 milioni di euro, +1,4% rispetto ai nove mesi 2020. Le vendite comparabili (LFL) a fine periodo si attestano a +12,1% e beneficiano anche dalla minore percentuale di negozi rimasta temporaneamente chiusa per *lockdown* (circa 19% rispetto al 23% dei nove mesi 2020). Il business online diretto del Gruppo continua ad avere una crescita rilevante in termini di vendite comparabili (LFL): +25% rispetto a fine Settembre 2020 e +75% su Settembre 2019 (+16% nel solo terzo trimestre).

Prosegue positivamente l'andamento delle vendite comparabili nel quarto trimestre (+50% sul medesimo periodo 2020 e +3% su quello 2019). Ad oggi (settimana 44) le vendite comparabili (LFL) dei negozi a gestione diretta si attestano al +17% da inizio anno.

Ricavi per Area geografica

(Migliaia di euro)	9 mesi 2021		9 mesi 2020		Var. %
Italia	111.834	24,1%	102.233	23,8%	9,4%
Europa (*)	212.782	45,9%	205.915	47,9%	3,3%
Nord America	19.090	4,1%	18.317	4,3%	4,2%
Altri Paesi	119.748	25,8%	103.324	24,0%	15,9%
Totale ricavi	463.454	100,0%	429.789	100,0%	7,8%

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

I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 24,1% dei ricavi del Gruppo (23,8% nei nove mesi 2020), si attestano a euro 111,8 milioni, rispetto a euro 102,2 milioni dei nove mesi 2020 (+9,4%). La performance in Italia ha beneficiato di una minore percentuale di negozi chiusi per *lockdown* rispetto al medesimo periodo 2020. La crescita è stata guidata dal canale wholesale (+24%); positivi anche il canale DOS (+1,6%) e quello in franchising (+6,7%). Entrambi i canali retail sono stati impattati dalla razionalizzazione in corso (-38 punti vendita rispetto a Settembre 2020, pari al 16% della rete).

I ricavi generati in Europa, pari al 45,9% dei ricavi del Gruppo (47,9% nei nove mesi 2020), ammontano a euro 212,8 milioni, rispetto a euro 205,9 milioni dei nove mesi 2020, registrando un aumento del +3,3% principalmente dovuto, come in Italia, al buon andamento del canale wholesale (+10%).

I negozi diretti in Europa, pur con vendite comparabili positive (+6%), hanno subito gli effetti derivanti dalla razionalizzazione in corso (-25 DOS, pari al 17% della rete) e della maggiore percentuale di negozi chiusi per *lockdown* chiudendo il periodo a -5,6%. Il trend risulta leggermente negativo anche per il fatturato del franchising (-2,5%) anch'esso impattato dalla razionalizzazione in corso e dal *lockdown*. A partire da fine maggio tutta la rete distributiva risulta operativa.

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 19,1 milioni, +4,2% (+5,3% a cambi costanti) rispetto ai nove mesi 2020. Il periodo ha risentito sia della forte riduzione di perimetro (5 chiusure nette pari al 19% della rete) che delle chiusure per *lockdown* in Canada proseguite fino al 30 giugno nella regione dell'Ontario. Ad oggi tutta la rete risulta operativa. Il canale online diretto ha riportato una performance positiva (+44%).

Gli Altri Paesi riportano un fatturato in crescita del +15,9% rispetto ai nove mesi 2020 (+20,5% a cambi costanti), con trend particolarmente diversi nelle singole aree.

In particolare nell'Area Asia Pacifico il fatturato è risultato in calo del -6,8% principalmente a seguito della riorganizzazione in Giappone che ha comportato la chiusura della filiale ed il passaggio del business ad un distributore con effetti dal 2022. La Cina ha riportato ricavi in crescita (+6,9%), con vendite comparabili dei negozi diretti in crescita del +19%.

Per quanto riguarda invece l'Europa dell'Est i ricavi dell'area sono risultati in crescita del +23%, trascinati dalla performance riportata in Russia (+44%). I negozi a gestione diretta dell'intera area hanno riportato vendite comparabili in aumento del +37% (Russia +56%); sono positive a doppia cifra anche le crescite del canale wholesale e franchising.

Ricavi per Categoria Merceologica

(Migliaia di euro)	9 mesi 2021	%	9 mesi 2020	%	Var. %
Calzature	423.701	91,4%	385.591	89,7%	9,9%
Abbigliamento	39.753	8,6%	44.198	10,3%	(10,1%)
Totale ricavi	463.454	100,0%	429.789	100,0%	7,8%

Le calzature hanno rappresentato il 91,4% dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 423,7 milioni, con un incremento del 9,9% (+10,9% a cambi costanti) rispetto ai nove mesi 2020. L'abbigliamento è stato pari all'8,6% dei ricavi consolidati attestandosi euro 39,8 milioni (-10,1% a cambi correnti, -8,5% a cambi costanti).

Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 30 settembre 2021 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 783 di cui 359 DOS. Nel corso del periodo sono stati aperti 27 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 111, 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.

	30-09-2021		31-12-2020		9 mesi 2021		
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Aperture Nette	Aperture	Chiusure
Italia	200	129	226	139	(26)	2	(28)
Europa (*)	213	120	246	142	(33)	2	(35)
Nord America	21	21	24	24	(3)	-	(3)
Altri Paesi (**)	349	89	371	105	(22)	23	(45)
Totale	783	359	867	410	(84)	27	(111)

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

(**) Include i negozi esistenti in paesi con contratto di licenza (pari a 122 negozi al 30 settembre 2021 e a 135 negozi al 31 dicembre 2020). 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 e l'andamento positivo delle vendite del canale diretto al momento delle riaperture, 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 e dopo il *fair value* dei contratti derivati) a -95,5 milioni di euro (-108,2 milioni di euro al 30 Giugno 2021 e -99,8 milioni a Dicembre 2020). La posizione finanziaria netta ante *fair value* dei contratti derivati si attesta a -109,1 milioni rispetto ai -112,8 di Giugno 2021 (-89,8 a Dicembre 2020) con una generazione di cassa per circa 3,6 milioni di euro nel terzo trimestre.

Si ricorda che il Gruppo aveva proposto la sospensione del pagamento di alcuni canoni di affitto relativamente ai periodi di chiusura dei negozi e aveva poi effettuato, dalla riapertura, pagamenti proporzionati all'andamento delle vendite fino all'effettivo raggiungimento di un accordo di riduzione degli affitti con le proprietà.

Tale approccio era volto a rinegoziare temporaneamente le pattuizioni contrattuali ed allinearle al mutato scenario economico, rendendo i canoni variabili con i livelli di fatturato almeno fino a quando persista la riduzione del traffico indotta dalle misure restrittive e dalla forte riduzione dei flussi turistici. I confronti con le proprietà immobiliari sono stati proficui e improntati a logiche di *partnership* di lungo periodo e, al 30 settembre, il Gruppo ha ormai concluso un numero rilevante di accordi e i pochi rimanenti sono in fase avanzata di soluzione. La parte scaduta dei canoni di affitto sospesi o pagati parzialmente ad oggi ammonta a circa 4,4 milioni rispetto ai 9 milioni al 30 Settembre 2021 ed i circa 14 milioni al 30 Giugno 2021 senza impatti sulla posizione finanziaria netta che, come detto, è migliorata nel corso degli ultimi due trimestri.

Il capitale circolante netto si attesta a 157 milioni, in riduzione rispetto ai 216 milioni di Settembre 2020. Il rapporto del capitale circolante netto operativo sui ricavi si è attestato al 27,6% rispetto al 36,4% del corrispondente periodo dell'esercizio precedente.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Le previsioni, le stime e le congetture sul futuro andamento descritte in seguito sono fatte assumendo l'assenza di ulteriori *lockdown* nella restante parte dell'anno e sono pertanto affette da un grado elevato di volatilità e variabilità vista la situazione di incertezza ancora presente legata ai rischi di misure restrittive in caso di incrementi dei contagi.

Nel formulare le previsioni sull'intero anno si devono tenere in considerazione, tra l'altro, questi fattori: 1) una buona partenza, un po' superiore alle attese, del quarto trimestre per le vendite dei negozi diretti con anche la conferma della riduzione degli sconti già evidenziata nei primi nove mesi; 2) la temporanea chiusura per *lockdown* dei negozi in Russia dal 29 Ottobre al 7 Novembre; 3) la complessa situazione che ha caratterizzato l'intera catena di approvvigionamento nel terzo trimestre ed in via di soluzione nel quarto trimestre con difficoltà superiori alle attese del settore.

Ad oggi (settimana 44) le vendite comparabili (*LFL*) dei negozi diretti sono positive (+17%) rispetto allo scorso anno grazie ad un quarto trimestre fino ad ora in crescita sia rispetto al 2020 (+50%) che al 2019 (+3%) e nonostante il *lockdown* che ha interessato il mercato russo. Le ultime settimane dell'anno potranno inoltre beneficiare, in assenza di nuove restrizioni, della comparazione con gli ultimi mesi del 2020 che erano stati impattati dal *lockdown* e dalla conseguente chiusura di un'alta percentuale di negozi (23%) a livello complessivo e, soprattutto, in Europa.

La risalita dei contagi in alcuni paesi dell'Asia ha creato, negli ultimi mesi, alcune criticità nella catena produttiva del Gruppo, con la temporanea interruzione di attività in alcune aree asiatiche caratterizzate ancora da una bassa incidenza della popolazione vaccinata. Tutto ciò ha determinato la chiusura di alcuni stabilimenti produttivi in Vietnam (dove il Gruppo produce circa il 15% delle proprie collezioni) per un periodo iniziato il 6 luglio e rivelatosi più lungo (circa tre mesi) di quanto fosse inizialmente prevedibile oltre ad altre brevi interruzioni di produzione in alcune zone della Cina. Questa situazione unita alle generali complessità legate alla congestione dei porti ed alla mancanza di container ha di fatto comportato: 1) una temporanea carenza di alcune quantità di prodotto per i riassortimenti nella rete distributiva diretta e in franchising 2) la cancellazione o revisione delle condizioni commerciali di alcuni ordinativi del canale multimarca dovuti a ritardi di consegna o carenze produttive; 3) un maggior ricorso, rispetto alle previsioni, al trasporto via aerea al fine di rispettare le tempistiche di consegna pattuite con alcune controparti.

L'impatto complessivo di questi fattori nel secondo semestre è stimabile in circa 14 milioni di minori ricavi e 14 milioni di minor margine lordo (7 milioni legati ai minori ricavi e 7 milioni legati all'incremento dei costi di trasporto per via aerea).

Sulla base di queste valutazioni, dei nuovi elementi emersi nel terzo e nel quarto trimestre e delle azioni di mitigazione poste in essere, il management conferma comunque le attese di una crescita a doppia cifra per i ricavi annuali con il superamento dei 600 milioni di euro ed un miglioramento della marginalità lorda di circa 300 punti base rispetto a fine 2020.

Per quanto riguarda l'andamento della Posizione Finanziaria Netta (*ante IFRS 16*), questa, dopo aver raggiunto il proprio picco a fine Aprile come precedentemente comunicato, ha evidenziato una dinamica positiva negli ultimi mesi favorita da un buon andamento degli incassi dal canale multimarca e dalle progressive riaperture dei negozi e dell'ottima rete di outlet che sta finalmente permettendo uno smaltimento ordinato e proficuo delle giacenze invendute nell'esercizio precedente. Si stima che nel quarto trimestre dell'esercizio la Posizione Finanziaria Netta prosegua nel trend di miglioramento.

Al fine di mitigare gli impatti derivanti dall'incremento dei costi di approvvigionamento produttivo, il Gruppo proseguirà nelle azioni intraprese negli ultimi trimestri in termini di riduzione di costi e, sulle future collezioni, procederà anche ad un ragionato e ponderato incremento dei prezzi.

Nel corso dell'Investor Day il prossimo 2 Dicembre, verranno presentate le linee strategiche del Gruppo, la previsione di chiusura sul 2021 e gli obiettivi per il prossimo triennio 2022-2024.

EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEI NOVE MESI

- **CESSIONE DELLO STABILIMENTO PRODUTTIVO IN SERBIA**

Lo stabilimento produttivo di Vranje, nel sud della Serbia, è stato costruito tra il 2014 e il 2015 andando a regime nel 2016 per produrre scarpe da uomo e da donna formali quando una parte consistente della domanda di mercato e del fatturato del Gruppo Geox era concentrato su queste tipologie di prodotti. La Serbia rappresentava e rappresenta tutt'oggi uno dei paesi più attrattivi per investire sia per il supporto ricevuto, che per le infrastrutture presenti, che per la professionalità della manodopera. Lo stabilimento garantiva inoltre indubbi vantaggi dal punto di vista logistico essendo vicino ai principali mercati di sbocco.

Purtroppo negli ultimi anni il progressivo cambiamento delle scelte di acquisto dei consumatori ha di fatto determinato un deciso spostamento dei consumi verso scarpe casual e a prezzi più contenuti proprio a scapito delle calzature formali. Sin dal 2018, in tale contesto, il Gruppo, pur non avendo più domanda di scarpe formali in quantità tali da saturare la produzione dello stabilimento serbo, ha cercato di supportare la produzione in loco muovendo produzioni dall'Asia e importando tutti i materiali nel paese con forti aggravii di costo per il Gruppo.

La pandemia Covid-19 ha purtroppo fortemente accelerato i trend in atto oltre a determinare importanti effetti negativi su tutto il settore scarpe e abbigliamento, con una forte riduzione di fatturato, la chiusura di molti punti vendita ed un consistente incremento delle scorte di prodotto invenduto.

Questa situazione di difficoltà destinata a durare nel medio periodo, l'evoluzione strutturale della domanda di mercato combinata con gli impatti derivanti dalla pandemia e le previsioni sulla domanda futura di queste tipologie di prodotti hanno reso insostenibile il mantenimento delle attività produttive in Serbia.

La Società è stata messa in liquidazione nell'agosto 2021 ed il processo è in corso secondo le disposizioni di legge. In Ottobre e Novembre 2021 la società ha provveduto alla vendita di tutti i macchinari ed impianti presenti nello stabilimento e, da ultimo, ha venduto anche la proprietà immobiliare incassando il corrispettivo. Complessivamente allo stato attuale queste operazioni di liquidazione dell'attivo, propedeutiche alla liquidazione della società, sembrerebbero confermare le attese di recupero dei valori contabili, il pagamento di tutte le passività della società nonché la restituzione dell'investimento fatto dalla Capogruppo. La gestione della procedura è comunque complessa ed un bilancio finale potrà essere fatto solo alla fine del processo di liquidazione dopo lo scrutinio dell'intero progetto fatto dalle Autorità della Repubblica di Serbia volto a verificare il rispetto delle pattuizioni contrattuali del progetto iniziale.

GEOX

RESPIRA

Il Gruppo Geox ha attivamente supportato il processo di transizione appena conclusosi, guidato dalle Autorità del Paese, che ha già portato all'insediamento di nuovi investitori con conseguente mitigazione degli impatti creati dalle difficoltà di TD Vranje sui livelli occupazionali dell'area.

- **AGGIORNAMENTO SULLO STATO DI OPERATIVITA' DEI NEGOZI E DELLA CATENA PRODUTTIVA - COVID 19 -**

Dopo la riapertura dei negozi in Italia e Francia (seconda metà di maggio), Germania (metà Giugno) e da ultimo in Ontario il 30 giugno, tutta la rete distributiva diretta del Gruppo è tornata operativa il primo di Luglio seppur con il mantenimento di alcune limitazioni agli ingressi finalizzate ad evitare assembramenti e mantenere le distanze di sicurezza nei punti vendita. Dal 29 Ottobre fino al 7 Novembre sono stati chiusi per lockdown 29 negozi diretti e 42 punti vendita in franchising in Russia. Ad oggi la rete è di nuovo totalmente aperta.

A partire dal primo ottobre tutte le fabbriche a servizio del Gruppo sono tornate operative, seppur non tutte a pieno regime. La situazione è in costante evoluzione ed impone una forte prudenza ed attenzione lungo tutta la filiera con un monitoraggio costante degli eventi al fine di identificare tempestivamente i ritardi relativamente alla produzione e alle consegne e porre in atto le eventuali opportune azioni di mitigazione.

Permangono, per quanto in miglioramento rispetto al terzo trimestre, alcune criticità legate ai trasporti.

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 55 diversi brevetti e 11 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 rischiosità 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.
