

COMUNICATO STAMPA - RISULTATI PRIMO SEMESTRE 2022

**LA SECONDA FASE DEL PIANO INDUSTRIALE “BIGGER & BETTER” FINALIZZATA AL RILANCIO DEL BRAND ATTRAVERSO UN NUOVO PROGETTO DI MARKETING STRATEGICO ED UN NUOVO MODELLO DI BUSINESS OMNICANALE BASATO SULLA CENTRALITA’ DELLA CLIENTELA E DELLA DISTRIBUZIONE STA PORTANDO I RISULTATI ATTESI:**

- **RICAVI DEL SEMESTRE PARI A 341 MILIONI DI EURO (+29% SUL 1H21). IL SECONDO TRIMESTRE (+35% SUL 2Q21 E +13% SUL 2Q19) RAPPRESENTA IL MIGLIOR SECONDO TRIMESTRE NELLA STORIA DEL GRUPPO IN TERMINI DI FATTURATO.**
- **OTTIMO ANDAMENTO AD OGGI ANCHE DEI SALDI ESTIVI. A LUGLIO LE VENDITE COMPARABILI DEI DOS SONO IN CRESCITA DEL +8% SU LUGLIO 2021 E DEL +3% SU LUGLIO 2019 CON UNA BUONA RIDUZIONE DEGLI SCONTI.**
- **IL RISULTATO OPERATIVO LORDO E’ PARI A 25,5 MILIONI DI EURO (7,5% DEL FATTURATO) E ANCHE L’EBITDA ANTE IFRS 16 TORNA IN PAREGGIO (-18,4 MILIONI NEL PRIMO SEMESTRE 2021) GRAZIE ALLA BUONA PERFORMANCE DEI RICAVI ED AL RILEVANTE EFFICIENTAMENTO DEI COSTI EFFETTUATO NEGLI ULTIMI 2 ANNI.**
- **LA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA AL 30 GIUGNO 2022 (ANTE IFRS 16) E’ PARI A -31,0 MILIONI DI EURO (-108,2 MILIONI AL 30 GIUGNO 2021). L’OTTIMA PERFORMANCE BENEFICIA SIA DEL FORTISSIMO CONTROLLO SUL CAPITALE CIRCOLANTE (94 MILIONI DI EURO CONTRO I 169 MILIONI AL 30 GIUGNO 2021) PARI AL 13,8% DEL FATTURATO CHE DEL VALORE MOLTO POSITIVO DELLE OPERAZIONI DI COPERTURA DEI RISCHI DI CAMBIO E DI TASSO.**

**Biadene di Montebelluna, 28 Luglio 2022** – 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 risultati consolidati al 30 giugno 2022.

Mario Moretti Polegato, presidente e fondatore di Geox, ha commentato: “I risultati del primo semestre, nonostante un contesto particolarmente complesso, evidenziano un rilevante miglioramento rispetto allo scorso anno, grazie al successo delle iniziative previste dal Piano Strategico che è suddiviso in due fasi.

La prima “Focus on the core” conclusa sostanzialmente nel 2020-2021 ha realizzato una profonda revisione del modello di business finalizzata ad una piena integrazione tra canale fisico e digitale ed una maggiore coerenza distributiva con le

scelte di acquisto dei consumatori. In questa fase il Gruppo ha effettuato anche una significativa razionalizzazione delle attività non profittevoli che ha consentito non solo di ridurre strutturalmente la propria base di costi operativi (in calo del 15% rispetto ai livelli pre-pandemia) ma anche di liberare maggiori risorse da investire nelle attività più cruciali, come il marketing, il digitale e l'innovazione di prodotto. Proprio l'effetto combinato di queste azioni ci ha permesso di entrare con slancio nella fase di crescita 2022-2024 "Bigger & Better" focalizzata: sul rilancio del brand, sulla rinnovata attenzione alla distribuzione multimarca e sulla produttività dei negozi monomarca sia diretti che in franchising. Inoltre i forti investimenti sul digitale hanno permesso, non solo, di recuperare il fatturato venuto meno con l'ottimizzazione dei negozi, ma anche di acquisire una sempre maggiore rilevanza nei confronti del consumatore. I numeri che stiamo riportando sono in linea con quanto pianificato e ci confortano sulla bontà delle scelte intraprese.

A fine giugno i ricavi del Gruppo sono in crescita di quasi il 30% con una forte accelerazione negli ultimi mesi; il secondo trimestre è infatti risultato il miglior secondo trimestre nella storia del Gruppo in termini di fatturato. Tutti i canali distributivi hanno evidenziato un andamento positivo con una performance particolarmente incoraggiante soprattutto nei mercati core dove il brand, grazie anche alle recenti campagne pubblicitarie, sta progressivamente rafforzando la propria base di clientela.

Tutto ciò ci ha permesso di tornare nel semestre ad un sostanziale pareggio a livello di EBITDA (ante IFRS 16), neutralizzando anche gli impatti straordinari derivanti dalla difficile situazione presente nella "supply chain" e che hanno richiesto un forte aggravio dei relativi costi di approvvigionamento.

Anche la posizione finanziaria netta ed il capitale circolante sono in forte miglioramento rispetto a fine anno, grazie sia all'attenta gestione delle coperture di cambio e di tasso che allo stretto controllo delle giacenze di magazzino.

Le prime evidenze del terzo trimestre, infine, stanno confermando questi trend: le vendite dei nostri negozi diretti sono in crescita anche rispetto al 2019 e la partenza della campagna vendite della collezione SS23 per il canale wholesale sta mostrando richieste di ordinativi molto sostenute.

Il 2022, nonostante un contesto macroeconomico e geo-politico estremamente incerto a causa della situazione internazionale, dell'inflazione da costi e delle possibili recrudescenze del Covid-19, si preannuncia quindi come un anno di forte miglioramento sia del fatturato che dei principali indicatori economici del Gruppo.

Geox è comunque consapevole dei rischi insiti nello scenario di consumo futuro e per questo continuerà ad adottare un approccio prudente con un forte controllo dei costi anche grazie a ulteriori ottimizzazioni al fine di generare le risorse da investire nella realizzazione del proprio Piano Strategico".

## **ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO: RICAVI**

I ricavi consolidati del primo semestre 2022 si sono attestati a 340,6 milioni, in aumento del +29,0% rispetto all'esercizio precedente (+26,9% a cambi costanti) grazie ad un ottimo andamento di tutti i principali canali distributivi. Particolarmente rilevante l'andamento del secondo trimestre che con circa 156 milioni di fatturato (+35% sul secondo trimestre 2021 e +13% su quello del 2019) costituisce il secondo miglior trimestre nella storia di Geox,

### Ricavi per Canale distributivo

<b>(Migliaia di euro)</b>	<b>I semestre 2022</b>	<b>%</b>	<b>I semestre 2021</b>	<b>%</b>	<b>Var. %</b>
<b>Multimarca</b>	<b>168.257</b>	<b>49,4%</b>	<b>141.807</b>	<b>53,7%</b>	<b>18,7%</b>
Franchising	28.947	8,5%	17.851	6,8%	62,2%
DOS*	143.385	42,1%	104.382	39,5%	37,4%
<b>Totale Geox Shop</b>	<b>172.332</b>	<b>50,6%</b>	<b>122.233</b>	<b>46,3%</b>	<b>41,0%</b>
<b>Totale ricavi</b>	<b>340.589</b>	<b>100,0%</b>	<b>264.040</b>	<b>100,0%</b>	<b>29,0%</b>

\* Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

I ricavi dei negozi multimarca, pari al 49,4% dei ricavi del Gruppo (53,7% nel primo semestre 2021), si attestano a euro 168,3 milioni (+18,7% a cambi correnti, +16,8% a cambi costanti) rispetto ai 141,8 milioni di Giugno 2021. Il trend ha beneficiato di una positiva raccolta ordini della collezione SS22 ed un buon andamento dei riassortimenti stagionali.

I ricavi del canale franchising, pari all'8,5% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 28,9 milioni, +62,2% rispetto al primo semestre 2021. L'andamento del periodo ha beneficiato della progressiva riapertura dei negozi, la cui performance positiva si è unita ad un effetto timing favorevole sulle spedizioni. Il totale dei punti vendita in franchising è passato dai 311 negozi di Giugno 2021 ai 301 di Giugno 2022.

I ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) che rappresentano il 42,1% dei ricavi del Gruppo si attestano a euro 143,4 milioni rispetto ai 104,4 milioni del primo semestre 2021 (+37,4% a cambi correnti, +34,8% a cambi costanti). Le vendite comparabili (LFL) a fine periodo si attestano a +41% grazie sia alla riapertura integrale dei negozi dalla seconda metà del 2021 (nel primo semestre 2021 circa il 27% dei negozi diretti era stato temporaneamente chiuso per le restrizioni conseguenti alla pandemia) che al progressivo rilascio delle iniziative previste dal Piano Strategico. In particolare i negozi fisici hanno riportato vendite comparabili in crescita del 60% circa rispetto al primo semestre 2021, mentre il canale online ha evidenziato un calo del 12% circa in linea con la stabilizzazione delle performance dopo i lockdown. La crescita del canale online resta comunque particolarmente elevata (circa +60%) rispetto al 2019.

Si segnala che nel mese di aprile, l'aumento dei contagi da Covid-19 nell'area asiatica ha determinato la temporanea chiusura per circa due mesi di 19 negozi diretti a Shanghai.

Per quanto riguarda infine il perimetro distributivo, il numero dei DOS è passato dai 376 negozi di Giugno 2021 ai 337 di Giugno 2022 (350 a fine 2021). Tale riduzione ha sostanzialmente definito la variazione complessiva dei ricavi del canale, che nonostante vendite comparabili (LFL) in crescita del +41%, hanno chiuso il periodo di riferimento a +37% circa.

### Ricavi per Area geografica

(Migliaia di euro)	I semestre 2022		I semestre 2021		Var. %
		%		%	
Italia	92.648	27,2%	64.370	24,4%	43,9%
Europa (*)	157.796	46,3%	121.355	46,0%	30,0%
Nord America	13.506	4,0%	10.430	4,0%	29,5%
Altri Paesi	76.639	22,5%	67.885	25,7%	12,9%
<b>Totale ricavi</b>	<b>340.589</b>	<b>100,0%</b>	<b>264.040</b>	<b>100,0%</b>	<b>29,0%</b>

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

I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 27,2% dei ricavi del Gruppo (24,4% nel primo semestre 2021), si attestano a euro 92,6 milioni (+43,9%) rispetto a euro 64,4 milioni nel primo semestre 2021. La crescita è stata guidata dai negozi diretti (+54%) e dal canale franchising (+81%) favoriti anche dalla progressiva riapertura della rete distributiva. Anche il canale wholesale ha riportato un'ottima performance (+20%).

I ricavi generati in Europa, pari al 46,3% dei ricavi del Gruppo (46,0% nel primo semestre 2021), ammontano a euro 157,8 milioni, rispetto a euro 121,4 milioni del 2021, registrando un incremento del 30,0% principalmente dovuto, come in Italia, al buon andamento del canale retail.

I negozi diretti in Europa hanno riportato una performance positiva (+41%) grazie al buon andamento delle vendite comparabili (+41%) e alla progressiva riapertura dei punti vendita. Anche la performance del franchising (+73%) è stata positiva guidata dalle stesse logiche.

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 13,5 milioni, +29,5% (+19,0% a cambi costanti) rispetto al primo semestre 2021; positivo il trend dei negozi diretti (+50%) mentre il canale wholesale (+6%) ha risentito della cancellazione di alcuni ordinativi conseguente alle criticità emerse sulla catena di approvvigionamento (ritardi di produzione e/o ritardi di consegna).

Gli Altri Paesi riportano un fatturato in crescita del +12,9% rispetto al primo semestre 2021 (+8,2% a cambi costanti). In particolare nell'Area Asia Pacifico il fatturato è risultato in calo del -23,8% principalmente a seguito della riorganizzazione in Giappone che ha comportato la chiusura della filiale ed il passaggio del business ad un distributore. In calo anche la Cina (-22%) penalizzata dal lockdown nel corso del secondo trimestre.

Per quanto riguarda invece l'Europa dell'Est i ricavi dell'area sono risultati in crescita del +23,6%. I negozi a gestione diretta dell'intera area hanno riportato vendite comparabili in aumento del +26%; positive anche le crescite del canale wholesale e franchising.

### Ricavi per Categoria Merceologica

(Migliaia di euro)	I semestre 2022	%	I semestre 2021	%	Var. %
Calzature	308.139	90,5%	245.357	92,9%	25,6%
Abbigliamento	32.450	9,5%	18.683	7,1%	73,7%
<b>Totale ricavi</b>	<b>340.589</b>	<b>100,0%</b>	<b>264.040</b>	<b>100,0%</b>	<b>29,0%</b>

Le calzature hanno rappresentato il 91% dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 308,1 milioni, con un incremento del 25,6% (+23,4% a cambi costanti) rispetto al primo semestre 2021. L'abbigliamento è stato pari al 9% dei ricavi consolidati attestandosi euro 32 milioni, rispetto ad euro 18,7 milioni del primo semestre 2021 (+73,7% a cambi correnti, +73,3% a cambi costanti).

### Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 30 giugno 2022 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 745 di cui 337 DOS. Nel corso del primo semestre 2022 sono stati aperti 14 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 37, 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.

	30-06-2022		31-12-2021		I semestre 2022		
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Aperture Nette	Aperture	Chiusure
Italia	195	123	200	128	(5)	1	(6)
Europa (*)	209	117	210	117	(1)	4	(5)
Nord America	18	18	20	20	(2)	-	(2)
Altri Paesi (**)	323	79	338	85	(15)	9	(24)
<b>Totale</b>	<b>745</b>	<b>337</b>	<b>768</b>	<b>350</b>	<b>(23)</b>	<b>14</b>	<b>(37)</b>

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

(\*\*) Include i negozi esistenti in paesi con contratto di licenza (pari a 107 negozi al 30 giugno 2022 e a 114 negozi al 31 dicembre 2021). I ricavi del canale franchising non comprendono i negozi in tali paesi.

## Costo del venduto e margine lordo

Il costo del venduto è stato pari al 52,7% dei ricavi rispetto al 52,1% del primo semestre 2021, determinando un margine lordo del 47,3% (47,9% nel primo semestre 2021).

L'evoluzione del margine ha risentito in particolare della difficile situazione presente sull'intera catena di approvvigionamento e della congestione dei porti che hanno determinato un maggiore ricorso alla via aerea (circa +8 milioni, ossia circa 240 punti base di impatto negativo sul margine). La buona evoluzione dei ricavi e la riduzione degli sconti medi nel periodo, unito ad un favorevole *channel mix*, hanno permesso di limitare l'impatto finale sull'evoluzione annuale del margine.

## Costi operativi e risultato operativo (EBIT)

Il totale dei costi operativi (costi generali ed amministrativi, costi di vendita e distribuzione e pubblicità) nel semestre si attesta a 172,0 milioni di euro rispetto ai 156,1 milioni del primo semestre 2021.

In particolare:

- I costi di vendita e distribuzione si attestano a 18,5 milioni di euro rispetto ai 17,8 milioni nel primo semestre 2021. Tale risultato è conseguenza del più alto livello di fatturato raggiunto nel semestre, l'incidenza di tali costi sul fatturato scende infatti al 5,4% rispetto al 6,7% dell'anno precedente.

- I costi generali e amministrativi si attestano ad euro 138,2 milioni rispetto a euro 125,6 milioni del primo semestre 2021. Si deve ricordare che nel primo semestre 2021 erano presenti componenti straordinarie positive legate alla difficile situazione pandemica (ammortizzatori sociali, rinegoziazione dei canoni di locazione, contributi governativi) per circa 17,1 milioni. Tali componenti nel primo semestre 2022 sono scese a 2,6 milioni in conseguenza di un progressivo miglioramento della situazione sanitaria e dell'assenza di *lockdown*. Al netto di queste componenti i costi generali ed amministrativi sono quindi sostanzialmente stabili anno su anno.

- I costi di pubblicità e promozione si attestano ad euro 15,2 milioni, in aumento rispetto a euro 12,6 milioni del corrispondente periodo dell'anno precedente a seguito delle maggiori iniziative di marketing intraprese come da Piano.

Il risultato operativo lordo (EBITDA) si attesta ad euro 25,5 milioni (7,5% sul fatturato) rispetto ai 9,5 milioni del primo semestre 2021. L'EBITDA prima dell'applicazione dei principi contabili IFRS 16 è invece sostanzialmente a pareggio (-18,4 milioni nel primo semestre 2021).

Il risultato operativo (EBIT) si attesta ad euro -11,0 milioni in forte miglioramento rispetto a -29,2 milioni del primo semestre 2021, sostenuto principalmente dall'aumento dei ricavi e dalla tenuta dei costi.

## Imposte e tax rate

Si segnala come il valore delle imposte risenta di un prudente mancato stanziamento di imposte differite attive per circa euro 7,4 milioni, afferenti a perdite fiscali generate nel primo semestre 2022 (euro 11,5 milioni nel primo semestre 2021) per le quali alla data della presente relazione, non vi è la ragionevole certezza che i redditi imponibili fiscali, nell'orizzonte del Piano strategico 2022-2024, ne permettano il recupero, in aggiunta a quello delle imposte differite attive già presenti in bilancio.

Queste considerazioni sono rafforzate anche dall'estrema complessità della situazione geo-politica internazionale, dal caro-energia e dalle recrudescenze del Covid-19 che portano il management ad assumere un atteggiamento estremamente prudente in riferimento all'evoluzione del business nella seconda parte dell'anno e all'opportunità di stanziare già in semestrale parte delle imposte differite sulle perdite.

## **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 giugno si è attestata (ante IFRS 16 e dopo il *fair value* dei contratti derivati) a -31,0 milioni di euro (-64,3 milioni a Dicembre 2021 e -108,2 milioni a Giugno 2021). Il solo debito netto vs banche si attesta a -82,7 milioni (-82,9 milioni a Dicembre 2021 e -112,7 milioni a Giugno 2021).

Si segnala che il Gruppo ha di fatto completato la rinegoziazione, dovuta al Covid-19, dei canoni di affitto con le proprietà immobiliari e rimangono da chiudere solo pochi accordi in fase di finalizzazione avanzata. La parte scaduta dei canoni di affitto sospesi o pagati parzialmente alla data del 30 Giugno 2022 è scesa a 1,9 milioni di euro (dai circa 4,1 milioni di euro di fine Dicembre 2021 e dai circa 14 milioni al 31 Dicembre 2020).

Il capitale circolante netto si attesta a circa 94 milioni di euro, in riduzione sia rispetto ai 112 milioni di Dicembre 2021 che ai 169 milioni di Giugno 2021. La riduzione è dovuta ad una performance positiva di tutte le sue componenti. Il magazzino si riduce di circa 31 milioni rispetto al primo semestre 2021 grazie principalmente allo smaltimento dell'inventario di stagioni precedenti. La ripresa del business sperimentata anche dalla nostra clientela ha permesso un buon andamento degli incassi con riduzione dei crediti in bilancio per circa 1,4 milioni. Da ultimo il debito verso fornitori aumenta per circa 42 milioni come conseguenza dei nuovi acquisti per le stagioni future. Pertanto il rapporto del capitale circolante netto operativo sui ricavi è in forte miglioramento ed è sceso al 13,8% (18,5% a fine Dicembre 2021 e 30,4% a fine Giugno 2021).

Il contesto rimane comunque ancora incerto e, di conseguenza, il Gruppo proseguirà nelle iniziative volte a proteggere il cash flow aziendale e a contenere i costi operativi.

Nel corso del primo semestre sono stati effettuati investimenti per euro 11,4 milioni, rispetto ai 7,3 milioni sostenuti nel primo semestre 2021, legati principalmente al piano di restyling dei negozi (4,0 milioni) volto al miglioramento delle performance e agli investimenti in IT (3,9 milioni).

## **EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL PERIODO**

### **TENSIONI INTERNAZIONALI E AGGIORNAMENTO RIGUARDANTE L'IMPATTO DEL COVID-19 SULLO STATO DI OPERATIVITA' DEI NEGOZI E SULL'APPROVVIGIONAMENTO DI MATERIE PRIME E PRODOTTO FINITO.**

Le tensioni geo-politiche riguardanti Russia ed Ucraina stanno creando situazioni di forte crisi internazionale, umanitaria e sociale con forti impatti negativi prima di tutto per la popolazione, ma anche per la loro attività economica interna e per gli scambi commerciali nell'area. Questi fatti gravi e straordinari, per natura ed estensione, si sono aggiunti a quelli da Covid-19 provocando ripercussioni a livello globale su: i) catene di approvvigionamento con particolare riferimento alla fornitura e ai prezzi di materie prime ed energia; ii) sviluppo della domanda nei mercati internazionali; iii) andamento dei tassi di inflazione con conseguenti politiche monetarie restrittive sui tassi di interesse; iv) rafforzamento del dollaro conseguente all'avversione al rischio e all'incremento dei tassi.

Geox ha riportato nel 2021 in questa area un fatturato di circa 56 milioni di euro (51 milioni in Russia e 5 in Ucraina). In entrambi i Paesi il business è sviluppato principalmente tramite terzi, wholesale e franchising (al 100% in Ucraina e al 70% in Russia). Alla luce di questi gravi accadimenti il Gruppo ha già sospeso nei mesi scorsi ogni nuovo investimento diretto in Russia, ha ritirato il management europeo, ha ridotto gli ordini da terzi compatibilmente con i rapporti commerciali in essere e sta gestendo la situazione nel breve periodo in modo da essere pronto a mitigare gli impatti di ogni decisione futura relativa alla propria presenza in Russia. A fine giugno i ricavi nell'area sono stati sostanzialmente in linea con quanto previsto a Piano e si ritiene con le informazioni ad oggi, che a fine anno, possano essere in linea con l'esercizio precedente e pertanto senza impatti significativi. Il Gruppo non ha fornitori o stabilimenti produttivi nell'area. La Società è parte del progetto *Golden Links* promosso da Banca Intesa e Caritas Italiana e coopera attivamente con Protezione Civile e Ambasciata d'Ucraina in Italia per fornire beni di prima necessità, quali abbigliamento e calzature, alle popolazioni in loco e ai rifugiati in Italia.

In relazione all'andamento della pandemia Covid-19 si segnala che ad oggi tutti i negozi del Gruppo sono operativi pur in uno scenario ancora instabile che, di fatto, sta impattando ancora i flussi turistici. Nel corso del secondo trimestre l'aumento dei contagi nell'area asiatica ha invece comportato la temporanea chiusura per circa due mesi di 19 negozi nell'area di Shanghai.

La difficile situazione sanitaria in Estremo Oriente ha di fatto prolungato le criticità presenti sulla catena di approvvigionamento del Gruppo. Complessivamente il sistema produttivo è attualmente operativo anche se in un contesto caratterizzato da una certa instabilità. Da una parte tutti gli operatori economici hanno sperimentato un allungamento dei tempi di trasporto via nave a causa della riduzione della frequenza nelle partenze e dell'aumento delle fermate al fine di ottimizzare gli spazi. Dall'altra ci sono meno opportunità di recuperare i ritardi di produzione con il trasporto via-aerea a causa del limitato numero di voli cargo e voli passeggeri. Inoltre questi fattori hanno determinato e continuano a determinare un sostanziale aumento dei costi dei noli e del *via-aerea* principalmente verso le Americhe. In tale contesto la pressione sui prezzi delle materie prime, dei trasporti e dell'energia continua a rimanere elevata. Nelle ultime settimane stiamo tuttavia assistendo in queste aree ad un progressivo miglioramento della situazione sanitaria legata al Covid-19. Complessivamente tale situazione dovrebbe pertanto auspicabilmente permettere un graduale ritorno a condizioni e tempi di spedizione migliori nei prossimi mesi.

### **EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE**

Nel formulare le previsioni sull'intero anno si devono tenere in considerazione alcuni fattori legati all'attuale andamento del business:

- 1) Il canale DOS sta evidenziando ad oggi (settimana 29) vendite comparabili (*LFL*) in positiva evoluzione (circa +35% sul 2021 e quasi in linea con il 2019) con una significativa riduzione degli sconti (circa 4 punti sul 2021 e 8 punti sul 2019). A differenza del primo semestre che aveva potuto beneficiare di una facile comparazione con il primo semestre 2021 (che era stato particolarmente impattato dai *lockdown* e dalla conseguente chiusura di un'alta percentuale di negozi soprattutto in Europa), le performance del secondo semestre si confronteranno invece con una base più omogenea in quanto nella seconda parte del 2021 tutta la rete è stata sostanzialmente operativa. Le vendite del mese di luglio sono comunque positive sia rispetto all'anno precedente (+8%) che a luglio 2019 (+3%).
- 2) Nel canale *wholesale*, dopo un'ottima raccolta ordini iniziale sia per la stagione SS22 (+25%) sia per la stagione FW22 (+26% e tornata ai livelli 2019) si assume che i livelli di riordini *in-season* possano mantenersi in linea con gli alti livelli sperimentati nell'esercizio precedente. Pertanto, ad oggi, sulla base di questi elementi si ritiene che il canale possa riportare una crescita annuale attorno al +15% (e quindi prossima ai valori assoluti del 2019). Si ricorda che il Gruppo, per bilanciare l'incremento dei costi delle materie prime e dei trasporti, ha rivisto al rialzo il proprio listino prezzi sia per la collezione SS22 (circa +4% medio nell'adulto) che per la FW22 (circa +8% medio).
- 3) Continua a permanere, seppur in lento miglioramento, una certa pressione sui margini dovuta alle criticità presenti sulla catena di approvvigionamento, alla congestione dei porti ed al maggior ricorso 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 10 milioni di euro di minori ricavi e 8 milioni di euro di minor margine lordo (5 milioni legati ai minori ricavi e 3 milioni legati all'incremento dei costi di trasporto per via aerea).

Sulla base di queste assunzioni, il management conferma comunque le linee guide annunciate in termini di *top line* e quindi si attende di riportare una crescita a doppia cifra per i ricavi annuali, previsti sopra i 700 milioni di euro. Tale cifra rimarrebbe raggiungibile, seppur diventando sfidante, anche nel caso in cui non si trovasse, a breve, una soluzione alla crisi Russia-Ucraina con i conseguenti forti impatti, ad oggi non previsti, sul business in quelle aree per la restante parte dell'anno.

In termini di marginalità lorda, ci si attende che nel secondo semestre si possa recuperare il gap (-60 punti base) riscontrato nella prima parte dell'anno. Tale assunzione si basa sull'ipotesi di prosecuzione dell'attenta gestione degli sconti finora attuata, su un progressivo miglioramento della situazione presente sulla catena di approvvigionamento ed infine sul fatto che, nella seconda metà del 2021, c'era stato un prolungato *lockdown* in Vietnam con conseguenti impatti negativi sul margine.

Il management del Gruppo, inoltre, sta continuando ad adottare e rafforzare tutte le azioni necessarie, attraverso uno stretto controllo sui costi, per mitigare gli impatti di una crescita del margine lordo inferiore alle attese a causa delle criticità derivanti dalla situazione geo-politica, dalla catena di approvvigionamento e dal caro energia.

Queste previsioni sull'andamento futuro sono comunque, per loro natura, soggette ad una forte incertezza in considerazione dell'attuale contesto pandemico e geo-politico. In particolare sono basate sull'assunzione fondamentale

che l'impatto della pandemia venga gradualmente riassorbito nel corso dell'esercizio e sull'auspicio che le suddette tensioni internazionali trovino una veloce composizione diplomatica.

\*\*\*\*\*

## **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 61 diversi brevetti e 5 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.

## **ALLEGATI**

---

- Conto economico consolidato
- Stato patrimoniale consolidato riclassificato
- Rendiconto finanziario consolidato riclassificato

Nota: i dati relativi al 2022 e 2021 sono stati redatti secondo i principi contabili IAS/IFRS. I dati relativi all'esercizio 2021 sono stati sottoposti a revisione contabile completa mentre i dati relativi al primo semestre 2022 e 2021 non sono stati sottoposti a revisione contabile completa. Lo Stato patrimoniale e il Rendiconto finanziario sono stati riclassificati secondo uno schema che viene normalmente utilizzato dal management e dagli investitori per valutare i risultati del Gruppo. Tali prospetti di bilancio riclassificati non rispondono agli standard di presentazione richiesti dai Principi Contabili Internazionali (IFRS) e non debbono quindi essere visti come sostitutivi di questi ultimi. Tuttavia, poiché ne riportano gli stessi contenuti, essi sono facilmente riconciliabili con quelli previsti dai Principi Contabili Internazionali.

---



**CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO**

(Migliaia di euro)	I semestre 2022	%	I semestre 2021	%	2021	%
<b>Ricavi netti</b>	<b>340.589</b>	<b>100,0%</b>	<b>264.040</b>	<b>100,0%</b>	<b>608.915</b>	<b>100,0%</b>
Costo del venduto	(179.355)	(52,7%)	(137.534)	(52,1%)	(324.653)	(53,3%)
<b>Margine lordo</b>	<b>161.234</b>	<b>47,3%</b>	<b>126.506</b>	<b>47,9%</b>	<b>284.262</b>	<b>46,7%</b>
Costi di vendita e distribuzione	(18.526)	(5,4%)	(17.768)	(6,7%)	(37.659)	(6,2%)
Costi generali ed amministrativi	(138.199)	(40,6%)	(125.644)	(47,6%)	(262.691)	(43,1%)
Pubblicità e promozioni	(15.232)	(4,5%)	(12.639)	(4,8%)	(29.195)	(4,8%)
<b>Risultato operativo della gestione ordinaria</b>	<b>(10.723)</b>	<b>(3,1%)</b>	<b>(29.545)</b>	<b>(11,2%)</b>	<b>(45.283)</b>	<b>(7,4%)</b>
Costi di ristrutturazione	(285)	(0,1%)	304	0,1%	351	0,1%
<b>Risultato operativo</b>	<b>(11.008)</b>	<b>(3,2%)</b>	<b>(29.241)</b>	<b>(11,1%)</b>	<b>(44.932)</b>	<b>(7,4%)</b>
Oneri e proventi finanziari	(4.359)	(1,3%)	(4.081)	(1,5%)	(8.336)	(1,4%)
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>(15.367)</b>	<b>(4,5%)</b>	<b>(33.322)</b>	<b>(12,6%)</b>	<b>(53.268)</b>	<b>(8,7%)</b>
Imposte	(4.278)	(1,3%)	(3.657)	(1,4%)	(6.419)	(1,1%)
Tax rate	n.s.		n.s.		n.s.	
<b>Risultato netto delle attività operative in funzionamento</b>	<b>(19.645)</b>	<b>(5,8%)</b>	<b>(36.979)</b>	<b>(14,0%)</b>	<b>(59.687)</b>	<b>(9,8%)</b>
Proventi (Oneri) netti di attività operative cessate	-		-		(2.460)	(0,4%)
<b>Risultato netto</b>	<b>(19.645)</b>	<b>(5,8%)</b>	<b>(36.979)</b>	<b>(14,0%)</b>	<b>(62.147)</b>	<b>(10,2%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>25.466</b>	<b>7,5%</b>	<b>9.464</b>	<b>3,6%</b>	<b>30.803</b>	<b>5,1%</b>
<b>EBITDA ESCLUSO IFRS 16</b>	<b>(249)</b>	<b>(0,1%)</b>	<b>(18.364)</b>	<b>(7,0%)</b>	<b>(22.909)</b>	<b>(3,8%)</b>
<b>Riconciliazione dell'Ebitda:</b>						
Risultato operativo	(11.008)		(29.241)		(44.932)	
Ammortamenti materiali e immateriali	12.405		13.736		26.789	
Ammortamenti Diritti d'uso	24.069		24.969		48.946	
<b>EBITDA</b>	<b>25.466</b>		<b>9.464</b>		<b>30.803</b>	
Affitti legati all'IFRS 16	(25.715)		(27.828)		(53.712)	
<b>EBITDA ANTE IFRS 16</b>	<b>(249)</b>		<b>(18.364)</b>		<b>(22.909)</b>	

### STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(Migliaia di euro)	30-06-2022	31-12-2021	30-06-2021
Immobilizzazioni immateriali	30.971	31.853	33.084
Immobilizzazioni materiali	36.545	35.873	46.711
Attività per diritto d'uso	210.956	203.674	216.350
Altre attività non correnti - nette	28.136	36.567	41.072
<b>Attività non correnti</b>	<b>306.608</b>	<b>307.967</b>	<b>337.217</b>
Rimanenze	262.203	240.320	292.929
Crediti verso clienti	88.157	68.927	89.559
Debiti commerciali	(256.057)	(196.812)	(213.597)
<b>Capitale circolante netto operativo</b>	<b>94.303</b>	<b>112.435</b>	<b>168.891</b>
<b>Altre attività (passività) correnti, nette</b>	<b>(17.198)</b>	<b>(10.219)</b>	<b>(6.213)</b>
<b>Capitale investito</b>	<b>383.713</b>	<b>410.183</b>	<b>499.895</b>
Patrimonio netto	126.868	124.582	140.648
Fondi TFR, fondi rischi e oneri	8.144	8.908	9.703
Posizione finanziaria netta	248.701	276.693	349.544
<b>Capitale investito</b>	<b>383.713</b>	<b>410.183</b>	<b>499.895</b>

### CAPITALE CIRCOLANTE NETTO OPERATIVO E ALTRE ATTIVITÀ (PASSIVITÀ) CORRENTI

(Migliaia di euro)	30-06-2022	31-12-2021	30-06-2021
Rimanenze	262.203	240.320	292.929
Crediti verso clienti	88.157	68.927	89.559
Debiti commerciali	(256.057)	(196.812)	(213.597)
<b>Capitale circolante netto operativo</b>	<b>94.303</b>	<b>112.435</b>	<b>168.891</b>
<b>% sul totale ricavi degli ultimi dodici mesi</b>	<b>13,8%</b>	<b>18,5%</b>	<b>30,4%</b>
Debiti tributari	(7.685)	(10.079)	(9.730)
Altre attività correnti non finanziarie	22.209	31.025	34.784
Altre passività correnti non finanziarie	(31.722)	(31.165)	(31.267)
<b>Altre attività (passività) correnti, nette</b>	<b>(17.198)</b>	<b>(10.219)</b>	<b>(6.213)</b>

## RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(Migliaia di euro)	I semestre 2022	I semestre 2021	2021
<b>Risultato netto</b>	<b>(19.645)</b>	<b>(36.979)</b>	<b>(62.147)</b>
Ammortamenti e svalutazioni	36.474	38.705	77.677
Altre rettifiche non monetarie	(20.127)	(5.103)	(19.449)
	<b>(3.298)</b>	<b>(3.377)</b>	<b>(3.919)</b>
Variazione capitale circolante netto operativo	37.522	12.888	81.087
Variazione altre attività/passività correnti	2.472	737	2.635
<b>Cash flow attività operativa</b>	<b>36.696</b>	<b>10.248</b>	<b>79.803</b>
Investimenti monetari	(11.473)	(7.291)	(18.989)
Disinvestimenti	45	-	6.505
<b>Investimenti netti</b>	<b>(11.428)</b>	<b>(7.291)</b>	<b>(12.484)</b>
<b>Free cash flow</b>	<b>25.268</b>	<b>2.957</b>	<b>67.319</b>
(Incremento)/Decremento attività per diritti d'uso IFRS 16	(28.265)	1.364	(4.015)
<b>Variazione posizione finanziaria netta</b>	<b>(2.997)</b>	<b>4.321</b>	<b>63.304</b>
<b>Posizione finanziaria netta iniziale - ante fair value contratti derivati</b>	<b>(295.230)</b>	<b>(357.699)</b>	<b>(357.699)</b>
Variazione posizione finanziaria netta	(2.997)	4.321	63.304
Effetto delle differenze di conversione	(2.114)	(606)	(835)
<b>Posizione finanziaria netta finale- ante fair value contratti derivati</b>	<b>(300.341)</b>	<b>(353.984)</b>	<b>(295.230)</b>
Valutazione al <i>fair value</i> contratti derivati	51.640	4.440	18.537
<b>Posizione finanziaria netta finale</b>	<b>(248.701)</b>	<b>(349.544)</b>	<b>(276.693)</b>

## INVESTIMENTI

(Migliaia di euro)	I semestre 2022	I semestre 2021	2021
Marchi e brevetti	176	169	396
Aperture e rinnovi Geox Shops	3.989	2.281	4.494
Stabilimento produttivo	-	55	-
Attrezzature e Impianti industriali	1.881	1.059	2.631
Logistica	1.238	258	1.347
Information technology	3.921	2.323	8.713
Altri investimenti	268	1.146	1.408
<b>Totale investimenti monetari</b>	<b>11.473</b>	<b>7.291</b>	<b>18.989</b>
Diritto d'uso	28.667	(1.299)	4.015
<b>Totale investimenti</b>	<b>40.140</b>	<b>5.992</b>	<b>23.004</b>