

COMUNICATO STAMPA – RICAVI NOVE MESI 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 NONOSTANTE UNO SCENARIO MOLTO COMPLESSO A LIVELLO ECONOMICO E GEO-POLITICO:

- **RICAVI DEI NOVE MESI PARI A 569,1 MILIONI DI EURO (+23% SUI NOVE MESI 2021). NEL TERZO TRIMESTRE LE VENDITE COMPARABILI DEI NEGOZI DIRETTI (DOS) SONO IN CRESCITA DEL +7% SUL 3Q21 E DEL +5% SUL 3Q19 CON ANCHE UNA SIGNIFICATIVA RIDUZIONE DEGLI SCONTI SU ENTRAMBI GLI ANNI.**
- **LA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA AL 30 SETTEMBRE 2022 (ANTE IFRS 16) E’ PARI A -44,6 MILIONI DI EURO (-95,5 MILIONI AL 30 SETTEMBRE 2021). IL CAPITALE CIRCOLANTE E’ SOTTO CONTROLLO (123 MILIONI DI EURO CONTRO I 157 MILIONI AL 30 SETTEMBRE 2021) ED E’ PARI AL 17,2% DEL FATTURATO DEGLI ULTIMI 12 MESI.**
- **LA RACCOLTA ORDINI INIZIALE DELLA COLLEZIONE SS23 PER IL CANALE MULTIMARCA SI E’ CONCLUSA CON UNA CRESCITA A DOPPIA CIFRA**
- **APERTURA DEL NUOVO FLAGSHIP STORE GEOX A MILANO IN CORSO VITTORIO EMANUELE**

Biadene di Montebelluna, 9 Novembre 2022 – Geox S.p.A., società quotata alla Borsa di Milano (GEO.MI), tra i leader nel settore delle calzature classiche e casual, ha esaminato in data odierna i ricavi e la posizione finanziaria netta al 30 settembre 2022.

Mario Moretti Pologato, presidente e fondatore di Geox, ha commentato: “I ricavi dei nove mesi, nonostante un contesto particolarmente complesso, evidenziano un rilevante miglioramento rispetto allo scorso anno.

A fine settembre i ricavi del Gruppo sono in aumento del 23% con una crescita a doppia cifra che ha interessato tutti i canali distributivi e tutte le principali geografie. Tali evidenze testimoniano l’efficacia delle iniziative previste nella fase di crescita 2022-2024 “Bigger & Better” del Piano Strategico focalizzata sul rilancio del brand, sulla rinnovata attenzione alla distribuzione multimarca e sulla produttività dei negozi monomarca sia diretti che in franchising.

Il Gruppo, grazie anche alle importanti risorse liberate a seguito della profonda razionalizzazione delle attività non profittevoli effettuata nel 2020-2021, ha intensificato i propri investimenti nei settori più rilevanti per il business, come il marketing, il digitale e l’innovazione di prodotto. Proprio in questi giorni siamo presenti con una importante campagna pubblicitaria televisiva nei principali paesi di riferimento e nei prossimi giorni inaugureremo il nuovo flagship a Milano in una delle aree commerciali più frequentate al mondo, Corso Vittorio Emanuele.

Anche la posizione finanziaria netta ed il capitale circolante restano sotto controllo, grazie sia all'attenta gestione delle coperture di cambio e di tasso che allo stretto controllo delle giacenze di magazzino.

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

La conclusione della campagna vendite della collezione SS23 per il canale multimarca presenta una crescita a doppia cifra e rinforza la nostra fiducia sulla prosecuzione del percorso di crescita intrapreso.

Le complessità dello scenario ci obbligano in ogni caso a continuare ad adottare un approccio prudente con uno stretto controllo dei costi, anche grazie a ulteriori ottimizzazioni, al fine di generare le risorse necessarie per la realizzazione del Piano Strategico."

ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO: RICAVI

I ricavi consolidati dei primi nove mesi 2022 si sono attestati a euro 569,1 milioni, in aumento del +22,8% rispetto all'esercizio precedente (+19,7% a cambi costanti) grazie ad un ottimo andamento di tutti i principali canali distributivi. Anche l'andamento del terzo trimestre è positivo con il fatturato che sale a 229 milioni riportando una crescita del 15% sullo stesso periodo del 2021.

Ricavi per Canale distributivo

(Migliaia di euro)	9 mesi 2022	%	9 mesi 2021	%	Var. %
Multimarca	299.832	52,7%	250.911	54,1%	19,5%
Franchising	48.289	8,5%	35.397	7,6%	36,4%
DOS*	220.979	38,8%	177.146	38,2%	24,7%
Totale Geox Shop	269.268	47,3%	212.543	45,9%	26,7%
Totale ricavi	569.100	100,0%	463.454	100,0%	22,8%

* Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

I ricavi dei negozi multimarca, pari al 53% dei ricavi del Gruppo (54,1% nei nove mesi 2021), si attestano a euro 299,8 (+19,5% a cambi correnti, +16,4% a cambi costanti) rispetto ai 250,9 milioni di Settembre 2021. Il trend ha beneficiato di una positiva raccolta ordini delle collezioni SS22 e FW22 ed un buon andamento dei riassortimenti stagionali.

I ricavi del canale franchising, pari all'8% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 48,3 milioni, +36,4% rispetto ai nove mesi 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 302 negozi di Settembre 2021 ai 294 di Settembre 2022.

I ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) che rappresentano il 39% dei ricavi del Gruppo si attestano a euro 221,0 milioni rispetto ai 177,1 milioni dei nove mesi 2021 (+24,7% a cambi correnti, +21,6% a cambi costanti). Le vendite comparabili (LFL) a fine periodo si attestano a +27% grazie sia alla riapertura integrale dei negozi dalla seconda metà del 2021 (nei primi nove mesi 2021 circa il 19% 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 39% circa rispetto ai nove mesi 2021, mentre il canale online ha evidenziato un calo dell'11% circa in linea con la stabilizzazione delle performance dopo i lockdown. La crescita del canale online resta comunque particolarmente elevata (circa +56%) 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 359 negozi di Settembre 2021 ai 318 di Settembre 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 +27%, hanno chiuso il periodo di riferimento a +25% circa.

Ricavi per Area geografica

(Migliaia di euro)	9 mesi 2022	%	9 mesi 2021	%	Var. %
Italia	149.823	26,3%	111.834	24,1%	34,0%
Europa (*)	260.581	45,8%	212.782	45,9%	22,5%
Nord America	23.243	4,1%	19.090	4,1%	21,8%
Altri Paesi	135.453	23,8%	119.748	25,8%	13,1%
Totale ricavi	569.100	100,0%	463.454	100,0%	22,8%

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

I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 26,3% dei ricavi del Gruppo (24,1% nei nove mesi 2021), si attestano a euro 149,8 milioni (+34,0%) rispetto a euro 111,8 milioni nei nove mesi 2021. La crescita è stata guidata dai negozi diretti (+36%) e dal canale franchising (+46%) favoriti anche dalla progressiva riapertura della rete distributiva. Anche il canale wholesale ha riportato un'ottima performance (+28%).

I ricavi generati in Europa, pari al 45,8% dei ricavi del Gruppo (45,9% nei nove mesi 2021), ammontano a euro 260,6 milioni, rispetto a euro 212,8 milioni del 2021, registrando un incremento del 22,5% principalmente dovuto, come in Italia, al buon andamento del canale retail.

I negozi diretti in Europa hanno riportato vendite comparabili in crescita del +26%. Anche la performance del franchising (+49%) è stata positiva.

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 23,2 milioni, +21,8% (+10,2% a cambi costanti) rispetto ai nove mesi 2021; positivo il trend dei negozi diretti (+32%) mentre il canale wholesale (+8%) 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 +13,1% rispetto ai nove mesi 2021 (+5,2% a cambi costanti).

In particolare nell'Area Asia Pacifico il fatturato è risultato stabile 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 (-12%) 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 +16,2%. I negozi a gestione diretta dell'intera area hanno riportato vendite comparabili in aumento del +18%; positive anche le crescite del canale wholesale e franchising.

Ricavi per Categoria Merceologica

(Migliaia di euro)	9 mesi 2022	%	9 mesi 2021	%	Var. %
Calzature	517.551	90,9%	423.701	91,4%	22,2%
Abbigliamento	51.549	9,1%	39.753	8,6%	29,7%
Totale ricavi	569.100	100,0%	463.454	100,0%	22,8%

Le calzature hanno rappresentato il 91% dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 517,6 milioni, con un incremento del 22,2% (+19,1% a cambi costanti) rispetto ai nove mesi 2021. L'abbigliamento è stato pari al 9% dei ricavi consolidati attestandosi euro 51,5 milioni, rispetto ad euro 39,8 milioni dei nove mesi 2021 (+29,7% a cambi correnti, +26,5% a cambi costanti).

Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 30 settembre 2022 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 716 di cui 318 DOS. Nel corso dei nove mesi 2022 sono stati aperti 20 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 72, 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.

	30-09-2022		31-12-2021		9 mesi 2022		
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Aperture Nette	Aperture	Chiusure
Italia	187	115	200	128	(13)	2	(15)
Europa (*)	200	111	210	117	(10)	5	(15)
Nord America	18	18	20	20	(2)	-	(2)
Altri Paesi (**)	311	74	338	85	(27)	13	(40)
Totale	716	318	768	350	(52)	20	(72)

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

(**) Include i negozi esistenti in paesi con contratto di licenza (pari a 104 negozi al 30 settembre 2022 e a 114 negozi al 31 dicembre 2021). 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, l'andamento positivo delle vendite del canale diretto al momento delle riaperture e le coperture dei derivati effettuate su rischio cambio e tasso, hanno permesso di mantenere sotto controllo la posizione finanziaria netta che a fine settembre si è attestata (ante IFRS 16 e dopo il fair value dei contratti derivati) a -44,6 milioni di euro (-64,3 milioni a Dicembre 2021 e -95,5 milioni a Settembre 2021). Il debito netto vs banche si attesta a -114,2 milioni (-82,9 milioni a Dicembre 2021 e -109,1 milioni a Settembre 2021). L'incremento rispetto a giugno è dovuto alla normale stagionalità del business ma si sottolinea anche il fatto che, nel terzo trimestre, Geox ha effettuato circa 16 milioni di euro di pagamenti anticipati ai propri fornitori per supportarli nella fase cruciale dell'acquisto delle materie prime della prossima stagione. L'impatto di questi pagamenti sarà riassorbito entro fine anno.

Si segnala infine 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 Settembre 2022 è scesa a 0,8 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 123 milioni di euro rispetto ai 157 milioni di Settembre 2021. Il magazzino aumenta di circa 18 milioni di euro ed i crediti di circa 15 milioni con una crescita meno che proporzionale rispetto all'aumento del fatturato. La riduzione è quindi dovuta principalmente al fatto che il magazzino di stagioni precedenti è stato sostanzialmente smaltito e le giacenze attuali si riferiscono principalmente alla stagione corrente e a quella futura e quindi con una maggiore incidenza dei debiti verso fornitori.

Il rapporto del capitale circolante netto operativo sui ricavi è in miglioramento ed è sceso al 17,2% (18,5% a fine Dicembre 2021 e 27,6% a fine Settembre 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.

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 di questi paesi, 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, al diverso andamento dell'economia americana 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.

Alla data del 30 settembre 2022 i ricavi dell'area (Russia ed Ucraina) sono sostanzialmente in linea con quanto previsto a Piano con circa 53 milioni e hanno rappresentato circa il 9% del fatturato consolidato. Il capitale investito della filiale russa è composto prevalentemente da capitale circolante netto a veloce ciclo di realizzo ed ha un peso, a settembre 2022, pari a circa il 7% sul totale di Gruppo. Questi dati includono gli effetti incrementativi dell'importante rivalutazione del rublo sull'euro che a settembre registrava un cambio medio annuo di 76 contro 88 del 2021. Si ritiene, sulla base delle informazioni ad oggi disponibili, che a anche a fine anno possano essere in linea con le attese e pertanto senza impatti sull'esercizio in corso rispetto all'esercizio precedente.

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 ed 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.

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.

Nelle ultime settimane si sta tuttavia assistendo ad un generalizzato miglioramento delle condizioni, con in particolare un calo dei costi dei trasporti via mare, che restano in ogni caso ancora superiori ai livelli del 2019.

UN INCENDIO HA COLPITO UN MAGAZZINO DI TERZI CHE GESTISCE PARTE DEI PRODOTTI DI ABBIGLIAMENTO

A fine settembre un incendio si è sviluppato in un magazzino di terzi ubicato a Levada (TV). Questo operatore logistico gestisce una parte sostanziale dell'abbigliamento a marchio Geox con esclusione dell'e-commerce. Non si sono registrati danni alle persone e, grazie anche al pronto intervento dei Vigili del Fuoco, l'incendio è stato circoscritto ad una parte contenuta dello stabile ma i fumi hanno interessato circa la metà del deposito.

Non è possibile recuperare o rimettere in produzione i capi distrutti o contaminati dai fumi. Questi riguardano principalmente l'ultima parte di collezione Autunno/Inverno 2022 non ancora spedita ai clienti ed ai negozi di proprietà, ed in misura minore, capi di stagioni precedenti.

Ad oggi si è finalmente potuto quantificare, con una certa attendibilità, l'entità degli effetti sull'esercizio 2022. La miglior stima è che non verrà spedito circa il 25% degli ordini ai canali *wholesale* e *franchising* ed il 30% degli ordini per i nostri negozi diretti. Nell'esercizio 2022 si stimano pertanto circa 12 milioni di mancate vendite e 6 milioni di minor margine che interesseranno il quarto trimestre.

Si evidenzia sin d'ora però che la Società è assicurata con massimali più che capienti contro questi accadimenti. Per la parte coperta da ordini la società è assicurata a valore di vendita (incluso anche gli ordini dalle proprie società retail) mentre per la parte non coperta da ordini, relativa principalmente a stagioni precedenti, l'indennizzo è al valore di costo. Verranno inoltre rimborsati tutti i costi diretti relativi alla gestione del sinistro o ad esso collegati, nonché in modo forfettario i costi indiretti. L'importo complessivo è ancora in fase di quantificazione con le assicurazioni.

La società assume quindi che non ci sarà alcun impatto sul risultato economico dell'esercizio. Infatti gli impatti negativi sulle minori vendite a terzi, sulle minori vendite comparabili dei negozi monomarca ed il minor margine verranno compensati da una voce unica, presumibilmente, inclusa negli altri oneri e proventi. La corretta e miglior rappresentazione da dare nel bilancio è, attualmente, in corso di approfondimento con la società di revisione.

Da un punto di vista finanziario invece si prevede di incassare entro dicembre sicuramente un anticipo nell'ordine del 25% del rimborso assicurativo mentre il saldo potrebbe slittare all'inizio del 2023 con un eventuale conseguente effetto sulla posizione finanziaria netta al 31 dicembre 2022.

La funzionalità del magazzino non era stata intaccata per le funzioni di ricevimento, controllo qualità, stiro e spedizione perché localizzate nella parte di fabbricato non interessata dall'evento. Sono quindi continuate le attività di spedizione dei capi non coinvolti nell'incendio. Sono invece in corso i lavori di ripristino della parte di fabbricato interessata dal fuoco e dai fumi al fine di ristabilire la piena capacità di stoccaggio.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Nel formulare le previsioni sull'intero anno si devono tenere in considerazione gli eventi successivi alla chiusura dei 9 mesi appena descritti e alcuni fattori legati all'attuale andamento del business:

- 1) Il terzo trimestre ha evidenziato un andamento positivo (+15%) e superiore alle attese.
- 2) Il canale DOS sta evidenziando ad oggi (settimana 44) vendite comparabili (*LFL*) in positiva evoluzione (circa +21% sul 2021 ed in linea con il 2019) con una significativa riduzione degli sconti (circa 3 punti sul 2021 e 7 punti sul 2019) nonostante una partenza debole nel 4Q dovuta principalmente ai ritardi di consegne e a condizioni meteorologiche inusuali.
- 3) Si prevede un andamento nel quarto trimestre 2022 più debole rispetto ai trimestri precedenti (l'ambizione è essere in linea al 4Q21) per questi motivi:
 - da una parte ci si attendono minori vendite per l'abbigliamento per 12 milioni di euro e un minor margine per 6 milioni di euro conseguentemente all'incendio descritto nel paragrafo precedente; dall'altra si stima che tale evento sia totalmente neutralizzato a livello di risultato economico da un provento assicurativo da classificare nei proventi diversi.
 - L'impatto complessivo dei ritardi nelle consegne dovuti alle criticità sulla catena di approvvigionamento è stimabile, nel quarto trimestre, 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).

- Il Gruppo sta però spingendo sui riordini e ritiene che ci sia spazio di recuperare parte delle cancellazioni grazie anche al buon stato di salute del brand anche supportato dalle campagne pubblicitarie attualmente in corso.
- 4) Il management del Gruppo 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 dalla pressione inflazionistica.

Sulla base di queste assunzioni, il management **conferma** quindi le *guidelines* sull'anno fornite in precedenza:

- 1) Ricavi: attesa una crescita a doppia cifra, con ricavi annuali previsti quindi sopra i 700 milioni di euro. Sul solo canale wholesale attesa una crescita annua attorno al +15% che porterà i ricavi del canale vicino ai livelli del 2019.
- 2) Marginalità lorda: atteso almeno un andamento flat rispetto al 2021. Ci si attende quindi che, nel secondo semestre, si possa almeno recuperare la diminuzione riscontrata nella prima parte dell'anno rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (-60 punti base).

Si ricorda inoltre che: 1) nel mese di ottobre si è conclusa la raccolta ordini iniziale della stagione SS23 con una crescita a doppia cifra degli ordinativi. I prezzi di listino sono stati incrementati *high single digit*; complessivamente si ipotizza quindi che tale nuova stagione possa portare ad un miglioramento di margine. 2) le criticità che hanno interessato la catena di approvvigionamento (congestione dei porti e maggiore ricorso alla via aerea), impattando il business per larga parte dell'anno, stanno progressivamente migliorando.

Le suddette previsioni annue si basano inoltre su queste ipotesi: 1) prosecuzione dell'attenta gestione degli sconti finora attuata sui negozi diretti 2) progressivo e costante miglioramento della situazione presente sulla catena di approvvigionamento 3) nessuna significativa revisione delle abitudini di spesa dei consumatori.

Queste previsioni sull'andamento futuro sono comunque, per loro natura, soggette ad una forte incertezza in considerazione dell'attuale contesto pandemico e geo-politico e dello scenario inflattivo.

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 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.
