



GISMONDI

GISMONDI 1754: RICAVI CONSOLIDATI GESTIONALI A 10,3 MILIONI NEI PRIMI 9 MESI 2023, IN CRESCITA DEL + 7% RISPETTO LO STESSO PERIODO DEL 2022

I risultati del 3Q 2023 portano Gismondi 1754 a chiudere i primi nove mesi del 2023 con ricavi pari a € 10,3 milioni, in crescita del + 7% rispetto lo stesso periodo dell'anno precedente.

Genova, 19 ottobre 2023 – **Gismondi 1754** (il “Gruppo” o “Gismondi”), società genovese quotata sull'Euronext Growth Milan che produce gioielli di altissima gamma (ticker GIS), rende noto su base volontaria i risultati consolidati gestionali delle vendite del terzo trimestre 2023 (dati non soggetti a revisione contabile), suddivisi per area geografica e tipologia di canale di vendita.

Nel terzo trimestre 2023, Gismondi 1754 ha riportato **vendite totali** pari a € 2.395.409 euro, in flessione del - 8%, rispetto ai € 2.617.871 del terzo trimestre 2022.

I risultati consolidati complessivi delle vendite dei primi 9 mesi si attestano a €10.274.606, pari ad una crescita del +7% rispetto ai € 9.637.090 dei primi 9 mesi del 2022.

La flessione del terzo trimestre 2023, rispetto allo stesso periodo del 2022, è stata causata sia dalla contrazione del mercato retail (- 44% rispetto al trimestre 2022) sia dalla riduzione delle vendite del canale wholesale Europa (-22% rispetto al trimestre 2022) e del canale wholesale USA (-32% rispetto al trimestre 2022). Il tutto risulta però in parte compensato da una crescita delle Special Sales in crescita del +74% rispetto al trimestre 2022.

VENDETTO GISMONDI 1754	1°Q 2022	1°Q 2023	Var. Cons. 1°Q 22-23	%	2°Q 2022	2°Q 2023	Var. Cons. 2°Q 22-23	%	3°Q 2022	3°Q 2023	Var. Cons. 2°Q 22-23	%
Negozio Galata	71.717	71.395	- 322	0%	220.472	108.251	- 112.221	-51%	82.744	61.004	- 21.740	-26%
Negozio Milano	10.439	-	- 10.439	-100%	1.290	20.525	19.235	>100%	-	-	-	0%
Negozio Portofino	-	-	-	0%	199.049	191.629	- 7.420	-4%	1.097.305	568.693	- 528.612	-48%
Negozio Roma	-	36.984	36.984	100%	-	179.200	179.200	100%	49.221	19.221	- 30.000	-61%
Negozio Sainkt Moritz	465.056	362.396	- 102.659	-22%	407.121	26.991	- 380.130	-93%	25.523	51.058	25.535	100%
Special Sales	939.286	1.211.698	272.413	29%	1.004.370	975.551	- 28.819	-3%	666.315	1.159.762	493.448	74%
Franchising Praga	321.980	302.007	- 19.973	-6%	352.150	265.580	- 86.570	-25%	147.212	86.496	- 60.716	-41%
Franchising Qatar	-	-	-	0%	-	426.703	426.703	100%	-	37.011	37.011	100%
Wholesale Europa	816.536	1.697.672	881.136	108%	600.982	1.097.545	496.563	83%	378.724	296.412	- 82.312	-22%
Wholesale USA	631.767	468.162	- 163.605	-26%	496.773	400.384	- 96.389	-19%	170.827	115.752	- 55.075	-32%
Wholesale Medio Oriente	-	-	-	0%	186.532	-	- 186.532	-100%	-	-	-	0%
Wholesale Altro	270.534	-	- 270.534	-100%	23.165	36.524	13.359	58%	-	-	-	0%
TOTALE	3.527.314	4.150.314	623.000	18%	3.491.905	3.728.882	236.978	7%	2.617.871	2.395.409	- 222.461	-8%

Rispetto ai dati di **fatturato per canale di vendita**, al 30 settembre 2023 è cresciuta l'incidenza del canale wholesale, passato da 37% a 40%, e quella del canale franchising, che da febbraio ha visto l'apertura in Qatar (che include i Paesi dell'area del Gulf Cooperation Council), che è passata dal 9% al 11% dei ricavi. Anche le Special Sales sono incrementate passando dal 27% al 33%, mentre si nota una flessione dell'incidenza per il canale retail, che nei primi 9 mesi del 2023 conta per il 17% dei ricavi, rispetto al 27% del 2022.

Analizzando i **ricavi per aree geografica**, al 30 settembre 2023 cresce l'incidenza sul fatturato dell'area Italia che si attesta al 39%, e dell'area USA che rappresenta il 27% dei ricavi rispetto al 22% del periodo precedente. Si rileva inoltre una crescita degli “Altri Paesi”, voce che rappresenta il 16% dei ricavi rispetto al 9% al terzo trimestre 2022, in particolare con le buone performance arrivate da Svezia, Brasile, Israele, Qatar e Hong Kong.

Si registra, invece, un calo di incidenza per la Svizzera (-15%) e per la Repubblica Ceca (-5%).

Sales canale	31/03/2022	30/06/2022	30/09/2022	31/12/2022	31/03/2023	30/06/2023	30/09/2023
Canale retail	16%	20%	27%	22%	11%	13%	17%
Canale wholesale	49%	43%	37%	40%	52%	47%	40%
Canale franchising	9%	10%	9%	9%	7%	13%	11%
Special sales	27%	28%	27%	29%	29%	28%	33%
Other	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Sales area	31/03/2022	30/06/2022	30/09/2022	31/12/2022	31/03/2023	30/06/2023	30/09/2023
Italia	18%	24%	34%	34%	44%	42%	39%
Svizzera	35%	24%	18%	13%	1%	2%	3%
USA	18%	26%	22%	24%	29%	21%	27%
Repubblica Ceca	9%	13%	11%	10%	7%	7%	6%
Russia	9%	4%	7%	6%	3%	8%	9%
Australia	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Altri Paesi	11%	9%	9%	13%	15%	20%	16%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Massimo Gismondi, CEO di Gismondi 1754, ha commentato: “nonostante il difficile momento congiunturale causato da elementi esogeni rispetto all’azienda - mi riferisco al perdurare del conflitto Ucraino ed alla instabilità economica e sociale a livello mondiale - posso rilevare che grazie allo speciale modello di business che già ci ha sostenuto durante la pandemia (il nostro rapporto di grande vicinanza alla clientela finale) possiamo presentare un risultato in segno positivo che ci fa ben sperare, ma con la cautela necessaria, nei risultati per la fine dell’anno”.

Gismondi 1754: Fatto a mano in Italia da italiani

Il Gruppo annovera tra i marchi di proprietà Gismondi 1754 e Vendorafa

Gismondi 1754: casa di creazione, produzione e commercializzazione di gioielli, fondata a Genova nel 1754 da Giovan Battista Gismondi (fornitore di Papa Pio VI e della famiglia Doria) - sotto la guida di Massimo Gismondi - ha raggiunto in gioielleria un’eccellenza e una competenza ormai riconosciute a livello globale. Massimo Gismondi, noto per la visione del gioiello come arte, esprime nelle sue creazioni secoli di artigianalità e una ricca storia, coniugate con uno stile contemporaneo che tramanda così un gusto per il bello, eredità della sua famiglia da oltre sette generazioni. Dal mese di aprile 2023, del Gruppo Gismondi 1754 fa parte anche il prestigioso marchio Vendorafa i cui gioielli si sono sempre più distinti, oltre che per la creatività, per le pregevoli lavorazioni manuali, come la martellatura, l’ incisione e lo sbalzo – tecniche simbolo della lavorazione artigianale valenzana. Massimo Gismondi ha assunto su di sé il ruolo di direttore creativo di questo marchio storico, iniziando, da subito, a immaginarne lo sviluppo per dare continuità e nuovo impulso, alle linee estetiche esistenti, cercando di re-interpretarne lo stile per dare seguito all’eredità di questo storico esempio di una gioielleria fatta a mano in Italia da italiani.

Gismondi 1754 S.p.A.

Via San Vincenzo, 51/1 Genova

Contatto Investors: Marcello Lacedra

Tel: 010-8689280 Mail: investor.relations@gismondi1754.com

EGA

Banca Profilo S.p.A.

Via Cerva, 28 - 20122 Milano

alessio.muretti@bancaprofilo.it

Tel. +39 02 8584808