



SPAFID
CONNECT

Informazione Regolamentata n. 0742-2-2022	Data/Ora Ricezione 24 Febbraio 2022 16:18:10	Euronext Milan
---	--	----------------

Societa' : GEOX
Identificativo : 157735
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : GEOXN04 - -
Tipologia : 1.1; REGEM; 3.1
Data/Ora Ricezione : 24 Febbraio 2022 16:18:10
Data/Ora Inizio : 24 Febbraio 2022 16:18:11
Diffusione presunta
Oggetto : GEOX - RISULTATI 2021

<i>Testo del comunicato</i>

Vedi allegato.

COMUNICATO STAMPA – RISULTATI 2021¹

- **RICAVI PARI A 608,9 MILIONI DI EURO (+13,8% A CAMBI CORRENTI, +14,4% A CAMBI COSTANTI) GRAZIE AL BUON ANDAMENTO DEL CANALE MULTIMARCA ED ALLA PROGRESSIVA RIAPERTURA DELLA RETE DISTRIBUTIVA**
- **IL RISULTATO OPERATIVO DELLA GESTIONE ORDINARIA (EBIT) SI ATTESTA A -44,9 MILIONI DI EURO, IN FORTE RECUPERO RISPETTO AL 2020 (-123,7 MILIONI DI EURO), SEPPUR ANCORA IMPATTATO DAGLI EFFETTI DELLA PANDEMIA CONSEGUENTI AL LOCKDOWN DEL PRIMO SEMESTRE.**
- **I COSTI OPERATIVI SONO IN RIDUZIONE (-4% SUL 2020 E -18% SUL 2019).**
- **LA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA (ANTE IFRS 16) E' PARI A -64,3 MILIONI DI EURO (-99,8 MILIONI NEL 2020). IN FORTE MIGLIORAMENTO IL CAPITALE CIRCOLANTE CON UN'INCIDENZA SUI RICAVI DEL 18,5% (33,2% NEL 2020).**
- **L'INIZIO DEL 2022 CONFERMA I TREND DI MIGLIORAMENTO:**
 - **AD OGGI LE VENDITE COMPARABILI DEI NEGOZI DIRETTI SONO IN CRESCITA DEL +44% SUL 2021 (QUASI IN LINEA CON IL 2019) CON UNA BUONA RIDUZIONE DEGLI SCONTI.**
 - **LA RACCOLTA ORDINI PER LA STAGIONE PRIMAVERA-ESTATE 2022 NEL CANALE MULTIMARCA HA EVIDENZIATO UNA CRESCITA A DOPPIA CIFRA E QUELLA RELATIVA ALLA STAGIONE AUTUNNO-INVERNO 2022 (IN FASE DI CONCLUSIONE) E' ALTRETTANTO POSITIVA E DOVREBBE RAGGIUNGERE I LIVELLI DEL 2019.**
 - **PROSEGUONO, IN LINEA CON QUANTO PIANIFICATO, LE INIZIATIVE PREVISTE DAL PIANO STRATEGICO 2022-2024 VOLTE ALL'INCREMENTO DELLA REDDITIVITA' DEL GRUPPO.**
- **SI PREVEDE CHE LE INCERTEZZE SULLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO IMPATTINO ANCHE IL PRIMO TRIMESTRE 2022 PER POI MIGLIORARE IN CORSO D'ANNO.**

Biadene di Montebelluna, 24 Febbraio 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 il Progetto di Bilancio di Esercizio 2021 e il Bilancio Consolidato 2021.

¹ La chiusura dello stabilimento produttivo in Serbia, avvenuto a metà 2021, rientra nella definizione di "Discontinued Operations" prevista dall'IFRS 5 e pertanto, nel conto economico del 2021 e, ai fini comparativi, del 2020, le relative voci di ricavi e proventi e di costi e oneri sono state riclassificate nei "Proventi (Oneri) netti di attività operative cessate". Tutto ciò ha comportato una ri-esposizione del conto economico 2020 (dettagliato negli schemi finali del comunicato).

La Società ha commentato: “I risultati del 2021, seppur ancora impattati dalla pandemia COVID-19, evidenziano un forte miglioramento rispetto allo scorso anno grazie alla crescita a doppia cifra dei ricavi, all’incremento della marginalità lorda e alla incisiva e continua riduzione dei costi ottenuta principalmente a seguito delle azioni di razionalizzazione intraprese negli ultimi due anni.

Dalla riapertura dei negozi stiamo riscontrando un progressivo e significativo miglioramento delle performance della nostra rete, tornata sostanzialmente operativa da fine giugno. Particolarmente confortante l’evoluzione dei ricavi digitali e dei mercati su cui il Gruppo continua a concentrare i propri investimenti.

I ricavi *on line* in senso esteso di Geox, compresi quelli verso gli *e-tailers* che distribuiscono i nostri prodotti, hanno raggiunto un terzo dei ricavi totali del Gruppo con una crescita del 30% sia rispetto allo scorso anno che al 2019.

Il 2021 consegna anche delle solide basi per il percorso delineato dal Piano Industriale 2022-2024: la marginalità dei negozi diretti è in miglioramento; il contributo del canale *wholesale* cresce significativamente, i costi operativi sono in ulteriore riduzione, il debito finanziario netto è in riduzione; l’incidenza del capitale circolante netto sui ricavi scende dal 33% al 18%.

Il miglioramento dei risultati annuali è stato possibile grazie anche ai maggiori investimenti in pubblicità con il lancio di importanti campagne televisive in più di 15 Paesi sia per l’adulto che per il bambino. Proprio queste campagne ci hanno permesso sia di ottenere alte percentuali di vendita sui prodotti pubblicizzati (“Spherica”, “Amphibiox”, “Nintendo”) nel nostro retail che di accrescere l’interesse dei clienti *wholesale* verso le nostre collezioni. Sull’onda di queste evidenze e in linea con quanto previsto nel Piano Strategico, lanceremo a breve un’altra campagna pubblicitaria televisiva sui nostri principali mercati.

Il 2022 è iniziato con un clima di positività. Ad inizio Gennaio una ricerca effettuata da Pianeta 2030/Statista ci ha riconosciuti come l’azienda italiana più attenta al clima² nel settore *fashion*, a conferma del nostro continuo impegno a rendere il nostro business sempre più rispettoso dell’ambiente.

I dati di business inoltre nelle prime settimane dell’anno stanno consolidando i confortanti trend visti negli ultimi mesi: le vendite dei nostri negozi diretti sono in crescita del +44% con una ulteriore riduzione degli sconti e le raccolte ordini delle collezioni 2022 per il canale multimarca sono in crescita a doppia cifra (oltre +20%) con l’Autunno-Inverno che dovrebbe portarsi agli stessi livelli del 2019.

Tutto questo ci rende sempre più convinti che il percorso avviato, unito ai valori storici del nostro Brand, come il benessere delle persone, l’innovazione e la sostenibilità, ci permetterà sia di tornare ad essere sempre più rilevanti per i consumatori sia di migliorare sensibilmente il livello di servizio ed il profilo di redditività del Gruppo.”

ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO: RICAVI

I ricavi consolidati del 2021 si sono attestati a euro 608,9 milioni, in aumento del 13,8% rispetto all’esercizio precedente (+14,4% a cambi costanti) grazie in particolare al buon andamento del canale *wholesale* e al progressivo miglioramento delle performance dei negozi favorite dalle riaperture avvenute a partire dalla fine del secondo trimestre.

Ricavi per Canale distributivo

(Migliaia di euro)	2021	%	2020	%	Var. %
Multimarca	306.256	50,3%	258.330	48,3%	18,6%
Franchising	43.137	7,1%	43.106	8,1%	0,1%
DOS*	259.522	42,6%	233.461	43,6%	11,2%
Totale Geox Shop	302.659	49,7%	276.567	51,7%	9,4%
Totale ricavi	608.915	100,0%	534.897	100,0%	13,8%

* Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

² [Aziende green: la classifica delle più attente al clima- Corriere.it](#)

I ricavi dei negozi multimarca, pari al 50,3% dei ricavi del Gruppo (48,3% nel 2020), si attestano a euro 306,3 milioni (+18,6% a cambi correnti, +19,5% a cambi costanti) rispetto ai 258,3 milioni del 2020. Il trend 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 lock-down, e determinato pertanto l'andamento positivo complessivo del periodo.

I ricavi del canale franchising, pari al 7,1% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 43,1 milioni, sostanzialmente in linea con il 2020. L'andamento del periodo ha beneficiato della 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 -7 milioni o -15%). Il totale dei punti vendita in franchising è infatti passato dai 322 negozi di Dicembre 2020 ai 304 di Dicembre 2021.

I ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) che rappresentano il 42,6% dei ricavi del Gruppo si attestano a euro 259,5 milioni rispetto ai 233,5 milioni del 2020 (+11,2% a cambi correnti, +11,3% a cambi costanti). Le vendite comparabili (LFL) a fine anno si attestano a +23% grazie anche ad una minore percentuale di negozi rimasta temporaneamente chiusa nell'anno (14% in media) rispetto al 2020 (circa il 23%). Si deve anche tenere in considerazione la razionalizzazione di perimetro (circa il 15%), già precedentemente evidenziata, con la riduzione netta di 60 DOS. Il business online diretto del Gruppo ha continuato a performare positivamente (+18% rispetto al 2020 e +73% rispetto al 2019).

Ricavi per Area geografica

(Migliaia di euro)	2021		2020		%	Var. %
Italia	153.801	25,3%	124.923	23,4%		23,1%
Europa (*)	278.283	45,7%	250.293	46,8%		11,2%
Nord America	26.827	4,4%	24.772	4,6%		8,3%
Altri Paesi	150.004	24,6%	134.909	25,2%		11,2%
Totale ricavi	608.915	100,0%	534.897	100,0%		13,8%

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

I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 25,3% dei ricavi del Gruppo (23,4% nel 2020), si attestano a euro 153,8 milioni (+23,1%) rispetto a euro 124,9 milioni nel 2020. La performance in Italia ha beneficiato di una minore percentuale di negozi chiusi per *lockdown* rispetto al 2020. La crescita è stata guidata dal canale wholesale (+47%) ed il canale DOS (+19,1%). Negativo il canale franchising (-11,8%) maggiormente impattato dalla razionalizzazione in corso (-15 punti vendita rispetto a Dicembre 2020, pari al 17% della rete).

I ricavi generati in Europa, pari al 45,7% dei ricavi del Gruppo (46,8% nel 2020), ammontano a euro 278,3 milioni, rispetto a euro 250,3 milioni del 2020, registrando un incremento dell'11,2% principalmente dovuto, come in Italia, al buon andamento del canale wholesale (+19,3%).

I negozi diretti in Europa hanno riportato una performance positiva grazie al buon andamento delle vendite comparabili (+14,3%) e nonostante gli effetti derivanti sia dalla razionalizzazione in corso (-25 DOS, pari al 18% della rete) che dalla chiusura per *lockdown* nel primo semestre di molti negozi. Il trend risulta leggermente negativo per il fatturato del franchising (-4,4%) anch'esso impattato dalla razionalizzazione in corso e dal *lockdown* nella prima metà dell'anno.

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 26,8 milioni, +8,3% (+7,6% a cambi costanti) rispetto al 2020 nonostante la forte riduzione di perimetro (4 chiusure nette pari al 17% della rete) e delle chiusure per *lockdown* in

Canada proseguite fino al 30 giugno. Particolarmente positivo il trend del canale wholesale (+16,2%) e del canale online diretto (+20,1%).

Gli Altri Paesi riportano un fatturato in crescita del +11,2% rispetto al 2020 (+13,5% a cambi costanti). In particolare nell'Area Asia Pacifico il fatturato è risultato in calo del -8,5% principalmente a seguito della riorganizzazione in Giappone che ha comportato la chiusura della filiale ed il passaggio del business ad un distributore. La Cina ha riportato ricavi in crescita (+11%), con vendite comparabili dei negozi diretti in crescita del +11%. Per quanto riguarda invece l'Europa dell'Est i ricavi dell'area sono risultati in crescita del +17,7%, trascinati dalla performance riportata in Russia (+23%). I negozi a gestione diretta dell'intera area hanno riportato vendite comparabili in aumento del +32% (Russia +41%); positive a doppia cifra anche le crescite del canale wholesale e franchising.

Ricavi per Categoria Merceologica

Le calzature hanno rappresentato l'89,8% dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 547 milioni, con un incremento del +14,6% (+15,0% a cambi costanti) rispetto al 2020. L'abbigliamento è stato pari al 10% circa dei ricavi consolidati attestandosi a euro 62 milioni (+7,8% a cambi correnti e +9,3% a cambi costanti).

(Migliaia di euro)	2021	%	2020	%	Var. %
Calzature	546.917	89,8%	477.379	89,2%	14,6%
Abbigliamento	61.998	10,2%	57.518	10,8%	7,8%
Totale ricavi	608.915	100,0%	534.897	100,0%	13,8%

ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO: LE ALTRE VOCI DI CONTO ECONOMICO

I risultati dell'anno pur evidenziando un significativo miglioramento rispetto al 2020 sono stati ancora impattati dalla pandemia che ha determinato la chiusura temporanea di molti negozi soprattutto nella prima parte dell'anno. A fronte di ciò il Gruppo ha conseguito sia un significativo miglioramento della marginalità lorda che una decisa azione di efficientamento con una riduzione dei costi di circa 13 milioni rispetto al 2020 (-70 milioni rispetto al 2019).

Costo del venduto e margine lordo

Il costo del venduto è stato pari al 53,3% dei ricavi rispetto al 56,6% del 2020, determinando un margine lordo del 46,7% (43,4% nel 2020).

Il forte miglioramento del margine deriva in particolare dal migliore andamento del business che non ha richiesto svalutazioni straordinarie come accaduto invece nel 2020 (circa 18 milioni di euro) e dalla forte riduzione degli sconti medi nel canale DOS. Tali fattori hanno più che compensato lo sfavorevole mix di canale dovuto alla riduzione delle vendite del canale diretto indotta dalla razionalizzazione effettuata e dalle chiusure temporanee.

Costi operativi

Il totale dei costi operativi (costi generali ed amministrativi, costi di vendita e distribuzione e pubblicità) nell'anno si attesta a 329,5 milioni di euro rispetto ai 342,5 milioni del 2020, con un risparmio di circa 13 milioni di euro (-4% circa).

In particolare:

- I costi di vendita e distribuzione si attestano a 37,7 milioni di euro (41,4 milioni nel 2020) e sono in riduzione, nonostante il forte incremento di fatturato, principalmente grazie ad una ritrovata normalità nel rischio di credito dovuto alle buone performance di business.
- I costi generali e amministrativi si attestano ad euro 262,7 milioni, rispetto a euro 278,1 milioni del 2020 con una riduzione di circa 15 milioni di euro. Il calo rispetto allo scorso anno beneficia soprattutto dei minori costi dei negozi a gestione diretta (DOS) per circa 21 milioni di euro legati principalmente alla riduzione del perimetro effettuata negli ultimi trimestri. Tale voce include inoltre circa 26 milioni di euro (circa 27 milioni nel 2020) di componenti straordinarie positive tra cui supporti governativi (11,5 milioni rispetto ai 3,7 milioni nel 2020) per gli impatti subiti dal business nei vari Paesi a seguito della pandemia, utilizzo degli ammortizzatori sociali (7,2 milioni rispetto ai 17 milioni nel 2020) e rinegoziazione dei canoni di locazione (6,8 milioni vs 6,4 milioni nel 2020).
- I costi di pubblicità e promozione si attestano ad euro 29,2 milioni, in aumento rispetto a euro 23,0 milioni dell'anno precedente. L'aumento è sostanzialmente legato alle maggiori iniziative di marketing intraprese nel periodo in linea con quanto previsto nel Piano Strategico.

Costi di ristrutturazione

Le iniziative di razionalizzazione, intraprese dal Gruppo principalmente negli ultimi due esercizi, hanno comportato interventi rilevanti in molte geografie. Nel 2021 si evidenzia come il saldo degli oneri e proventi di ristrutturazione sia positivo per euro 0,4 milioni (rispetto ai costi di euro 1,1 milioni del 2020). Tale effetto netto si origina dalla quasi perfetta compensazione tra i costi sostenuti per la razionalizzazione del network distributivo e gli effetti positivi generati dallo stralcio dei debiti pregressi nell'ambito delle procedure di riorganizzazione effettuate in Canada e USA.

Svalutazione nette di immobilizzazioni

L'esercizio 2020 è stato pesantemente impattato dalla diffusione globale del COVID-19 che ha comportato una svalutazione netta pari ad Euro 12,4 milioni, riferibili a 95 punti vendita, oggetto di svalutazione integrale o parziale. Tali svalutazioni sono risultate adeguate sia in relazione ai negozi chiusi nel 2021 che alle previsioni future per i negozi in essere e quindi l'esercizio 2021 non ha dovuto registrare ulteriori rettifiche di valore.

Risultato operativo (EBIT)

Il risultato operativo, dopo le svalutazioni nette di immobilizzazioni ed i costi di ristrutturazione, si attesta ad euro -44,9 milioni contro euro -123,7 milioni del 2020.

Imposte

Le imposte sul reddito dell'esercizio 2021 risultano essere pari ad euro 6,4 milioni, rispetto ad un valore positivo di euro 4,3 milioni del 2020. I valori economici in entrambi gli esercizi non hanno avuto un corrispondente esborso monetario in quanto trattasi di variazioni del credito per imposte differite attive di bilancio, principalmente originato dalle differenze temporanee sugli accantonamenti dei fondi.

Si segnala, inoltre, come il valore delle imposte risenta di un prudente mancato stanziamento di imposte differite attive per euro 19,5 milioni, afferenti a perdite fiscali generate nel corso del 2021 (nel 2020 erano pari a euro 25,1 milioni) 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.

Questo approccio di prudente valutazione è in linea con la recente raccomandazione ESMA emessa alla luce dell'estrema volatilità delle previsioni in questo momento di pandemia e perciò si preferisce attendere di aver maggiore visibilità su quando l'emergenza sanitaria possa rientrare.

Proventi (Oneri) netti da attività operative cessate

La chiusura dello stabilimento produttivo in Serbia, avvenuto a metà 2021, rientra nella definizione di "Discontinued Operations" prevista dall'IFRS 5 e pertanto, nel conto economico del 2021 e, ai fini comparativi, del 2020, le relative voci di ricavi e proventi e di costi e oneri sono state riclassificate in questa apposita voce che è pari ad euro 2.460 mila nel 2021 e ad euro 658 mila nel 2020.

Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 31 dicembre 2021 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 768 di cui 350 DOS. Nel corso del 2021 sono stati aperti 33 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 132, 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.

	31-12-2021		31-12-2020		2021		
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Aperture Nette	Aperture	Chiusure
Italia	200	128	226	139	(26)	4	(30)
Europa (*)	210	117	246	142	(36)	2	(38)
Nord America	20	20	24	24	(4)	-	(4)
Altri Paesi (**)	338	85	371	105	(33)	27	(60)
Totale	768	350	867	410	(99)	33	(132)

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

(**) Include i negozi esistenti in paesi con contratto di licenza (pari a 114 negozi al 31 dicembre 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 migliorare la posizione finanziaria netta che a fine dicembre, nonostante l'eccezionalità della situazione, si è attestata (ante IFRS 16 e dopo il *fair value* dei contratti derivati) a -64,3 milioni di euro (-99,8 milioni a Dicembre 2020). La posizione finanziaria netta ante *fair value* dei contratti derivati si attesta a -82,9 milioni (-89,8 milioni a Dicembre 2020) con una generazione di cassa per circa 7 milioni di euro principalmente concentrata nel secondo semestre grazie alle progressive riaperture dei negozi e degli outlet.

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

Tale approccio risulta coerente con le attuali interlocuzioni in atto con i proprietari immobiliari tese a rinegoziare le pattuizioni contrattuali ed allinearle al mutato scenario economico, rendendo i canoni variabili con i livelli di fatturato almeno fino a che duri la riduzione del traffico indotta dalle misure restrittive e dalla forte riduzione dei flussi turistici. I confronti con le proprietà immobiliari procedono in maniera proficua e, al 31 dicembre, il Gruppo ha già concluso un numero rilevante di accordi e i pochi rimanenti sono in fase avanzata. La parte scaduta dei canoni di affitto sospesi o pagati parzialmente alla data del 31 Dicembre 2021 è scesa a circa 4,1 milioni di euro dai circa 14 milioni al 31 Dicembre 2020.

Il capitale circolante netto si attesta a circa 112 milioni, in riduzione rispetto ai 178 milioni di Dicembre 2020. La riduzione è stata principalmente conseguita grazie alla riduzione di magazzino (circa -28 milioni rispetto al 2020) derivante sia dallo smaltimento dell'inventario di stagioni precedenti che dalla riduzione di acquisti nell'anno. Inoltre la ripresa del business sperimentata anche dalla nostra clientela ha permesso un buon andamento degli incassi con riduzione dei crediti in bilancio. Il rapporto del capitale circolante netto operativo sui ricavi è pertanto in forte miglioramento ed è sceso al 18,5% rispetto al 33,2% del 2020.

Nel corso del 2021 il Gruppo ha effettuato investimenti per circa 19 milioni di euro.

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.

BILANCIO D'ESERCIZIO DELLA CAPOGRUPPO GEOX S.P.A.

Il Consiglio di Amministrazione ha altresì approvato i risultati del bilancio d'esercizio 2021 della capogruppo Geox S.p.A. e la relazione sul governo societario, sugli assetti proprietari.

I ricavi sono stati pari a euro 424,8 milioni contro euro 379,3 milioni del 2020. Nel 2021 si è registrata una perdita pari ad euro 64,8 milioni dovuta per euro 5,8 milioni alla svalutazione delle partecipazioni e dei crediti finanziari di alcune controllate estere. Nel 2020 la Società aveva registrato una perdita pari ad euro 138,3 milioni dovuta per euro 57,5 milioni alla svalutazione delle partecipazioni e dei crediti finanziari di alcune controllate estere.

Il patrimonio netto al 31 dicembre 2021 si è attestato a euro 119,6 milioni rispetto a euro 164,1 milioni di fine 2020 con una posizione finanziaria netta negativa pari a euro 95,0 milioni, escludendo l'impatto IFRS 16 (negativa per euro 116,0 al 31 dicembre 2020).

Il bilancio al 31 dicembre 2021 verrà sottoposto all'approvazione dell'Assemblea degli Azionisti prevista per il giorno 14 aprile 2022.

EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL PERIODO**TENSIONI INTERNAZIONALI E AGGIORNAMENTO DELL'IMPATTO DEL COVID-19 SULLO STATO DI OPERATIVITA' DEI NEGOZI E SULL'APPROVVIGIONAMENTO DI MATERIE PRIME E PRODOTTO FINITO.**

Le forti tensioni geo-politiche riguardanti Russia, Bielorussia ed Ucraina possono portare a situazioni di crisi internazionale, umanitaria e sociale di dimensione rilevante con conseguenti forti impatti negativi per le popolazioni di questi Paesi. Questo contesto innalza fortemente il rischio concreto di sanzioni internazionali utilizzate come deterrente per alcuni dei Paesi coinvolti e, di conseguenza, ne potrebbe derivare un impatto significativo sugli scambi di tipo commerciale e sulla loro attività economica interna. Allo stato attuale la dimensione e l'entità delle sanzioni non sono state rese pubbliche dalla comunità internazionale e, di conseguenza, non è possibile stimare in modo attendibile eventuali impatti sul business. Il Gruppo ha sviluppato nel 2021 in questa area un fatturato di circa 51 milioni di euro in Russia e 5 milioni in Ucraina (trascurabile il fatturato in Bielorussia).

In relazione all'andamento della pandemia Covid-19 si segnala infine quanto segue.

Alla data attuale tutti i negozi del Gruppo sono operativi pur in uno scenario ancora caratterizzato da restrizioni che, di fatto, stanno limitando la mobilità delle persone ed impattando ancora pesantemente i flussi turistici.

Le aree produttive di approvvigionamento del Gruppo sono l'Estremo Oriente ed il bacino del mediterraneo. Complessivamente gli effetti della pandemia da COVID 19 sono ancora presenti ma il sistema, nel suo complesso, è attualmente operativo anche se in un contesto caratterizzato da una certa instabilità conseguente alla diffusione delle nuove varianti in Estremo Oriente. Anche la situazione dei trasporti continua a presentare elementi di criticità seppur in via di miglioramento. Da una parte tutti gli operatori economici stanno sperimentando 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. Questi fattori hanno determinato e continuano a determinare un sostanziale aumento dei costi dei noli e del *via-aerea*, soprattutto verso le Americhe. Si sta invece intravedendo un leggero miglioramento dei costi di trasporto verso l'Europa, rispetto ai picchi di fine 2021.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Nel formulare le previsioni sull'intero anno si devono tenere in considerazione alcuni fattori positivi (di seguito elencati) legati all'attuale andamento del business, sottolineando però sin d'ora, che tali fattori non hanno ancora subito possibili conseguenze derivanti dagli sviluppi odierni della crisi in Ucraina.

- 1) Il canale DOS sta evidenziando ad oggi (settimana 7) vendite comparabili (*LFL*) in positiva evoluzione (circa +44% sul 2021 e leggermente sotto il 2019) con una significativa riduzione degli sconti (circa 6 punti) sia

- rispetto al 2021 che al 2019. Tutto il primo semestre continuerà a beneficiare, in assenza di nuove restrizioni, 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.
- 2) Nel canale *wholesale*, dopo la brillante chiusura della raccolta ordini iniziale per la stagione SS22 (circa +25%), si sta avviando a conclusione anche la raccolta ordini iniziale per la stagione FW22 che conferma, ad oggi, lo stesso trend di incremento, raggiungendo il budget, e puntando ora a portarsi ai livelli del 2019. Si ricorda che il Gruppo, per salvaguardare i margini e 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) che per la FW22 (circa +8% medio).
 - 3) La situazione dei trasporti resta ancora difficile sia per quanto riguarda il timing delle spedizioni che per il loro costo. Geox è in continuo contatto con i propri partner nel canale multimarca al fine di concordare modalità e tempistiche di consegna della collezione SS22. Ciò comporterà alcuni impatti in termini di cancellazioni, condizioni commerciali e un maggior ricorso alla via aerea soprattutto nel primo semestre. Il Gruppo ritiene, come gran parte degli operatori di mercato, che la situazione possa progressivamente migliorare nel corso del secondo semestre.

Sulla base di questi elementi e delle previsioni sui prossimi trimestri, il management conferma che le linee fondamentali del Piano sono rispettate e l'andamento attuale delle vendite dei negozi diretti unito all'ottimo andamento registrato nelle campagne vendita Primavera-Estate e Autunno-Inverno ormai sostanzialmente concluse porterebbero verso gli obiettivi di una crescita a doppia cifra per i ricavi annuali (previsti da Piano sopra i 700 milioni di euro), con una marginalità lorda in miglioramento di circa 100/150 punti base rispetto ai livelli 2021. L'incremento di marginalità e di redditività sarà principalmente concentrato nel secondo semestre grazie sia ad una maggiore base di ricavi (tipica stagionalità del business) che all'atteso allentamento delle criticità attualmente presenti nella catena di approvvigionamento.

Su questo contesto, gli eventi di oggi, con l'aggravamento della crisi in Ucraina, portano ad aumentare il rischio e la volatilità di queste previsioni sull'andamento futuro perché non sono ad oggi note le azioni e le sanzioni che verranno applicate dalla comunità internazionale come reazione a questi gravi eventi. In particolare oggi non è ancora possibile prevedere e quantificare ogni eventuale impatto sul business del nostro settore, sull'andamento delle valute, sui costi dell'energia e sull'inflazione. Quindi queste previsioni sull'andamento futuro, che già per loro natura sono soggette ad una forte incertezza, richiedono oggi ancor più prudenza.

ALTRE DELIBERE DEL CDA

AUTORIZZAZIONE ALL'ACQUISTO E ALLA DISPOSIZIONE DI AZIONI PROPRIE AI SENSI DEGLI ARTT. 2357 E 2357 – TER C.C. E PIANO DI STOCK GRANT 2019-2021

Il Consiglio di Amministrazione, ha deliberato di sottoporre all'approvazione dell'Assemblea degli Azionisti un piano di acquisto e disposizione di azioni proprie con l'obiettivo di contenere movimenti anomali delle quotazioni, di regolarizzare l'andamento delle negoziazioni a fronte di fenomeni distorsivi legati ad un eccesso di volatilità o ad una scarsa liquidità degli scambi, di disporre di azioni dell'emittente a servizio sia di programmi di assegnazione di opzioni su azioni a fronte dell'esercizio delle opzioni stesse nell'ambito di Piani di Stock Option deliberati dall'assemblea degli azionisti a favore di dipendenti, sia a servizio di piani di assegnazione gratuita di azioni (Piani di Stock Grant) vigenti ed eventuali futuri nonché di eventuali operazioni di finanza straordinaria in linea con la strategia di sviluppo aziendale.

Il piano prevede l'acquisto di un numero di azioni ordinarie non superiore al 10% del capitale sociale, con validità per un periodo di 18 mesi decorrenti dalla data della relativa delibera assembleare (quindi con scadenza al 14 ottobre 2023), previa revoca del precedente piano autorizzato dall'Assemblea del 22 aprile 2021.

L'acquisto potrà essere effettuato ad un prezzo unitario che non si discosti, in aumento o diminuzione, in misura superiore al 10% rispetto al prezzo di chiusura di borsa rilevato nel giorno lavorativo precedente la data di acquisto. I volumi massimi di acquisto giornalieri non potranno essere superiori al 25% della media dei volumi delle 20 sedute di Borsa precedenti la data di operazione dell'acquisto. L'acquisto di azioni proprie potrà essere



effettuato sui mercati regolamentati, nel rispetto delle modalità previste dalla normativa in materia (in particolare ai sensi dell'art. 144-bis, comma 1, lett. b), del Regolamento Emittenti e delle disposizioni comunque applicabili, in modo tale da consentire il rispetto della parità di trattamento degli azionisti come previsto dall'art. 132 del TUF e nel rispetto della normativa applicabile e delle prassi di mercato ammesse dalla Consob ai sensi dell'articolo 13 del Regolamento (UE) n. 596/2014.), secondo modalità operative stabilite nei regolamenti di organizzazione e gestione dei mercati stessi, in modo da assicurare la parità di trattamento tra gli azionisti. Si rammenta che alla data odierna la Società detiene n. 3.996.250 azioni proprie.

Con riferimento infine al Piano di Stock Grant 2019-2021, il Consiglio di Amministrazione ha verificato che, a causa dell'impatto della crisi economica e finanziaria dovuta all'emergenza sanitaria COVID-19, non sono stati raggiunti gli obiettivi di performance individuati e pertanto il predetto piano è da ritenersi chiuso.

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.

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

(Migliaia di euro)	2021	%	2020 Restated (*)	%
Ricavi netti	608.915	100,0%	534.897	100,0%
Costo del venduto	(324.653)	(53,3%)	(302.523)	(56,6%)
Margine lordo	284.262	46,7%	232.374	43,4%
Costi di vendita e distribuzione	(37.659)	(6,2%)	(41.395)	(7,7%)
Costi generali ed amministrativi	(262.691)	(43,1%)	(278.102)	(52,0%)
Pubblicità e promozioni	(29.195)	(4,8%)	(23.049)	(4,3%)
Costi di ristrutturazione	351	0,1%	(1.134)	(0,2%)
Svalutazioni nette di immobilizzazioni	0	0,0%	(12.436)	(2,3%)
Risultato operativo	(44.932)	(7,4%)	(123.742)	(23,1%)
Oneri e proventi finanziari	(8.336)	(1,4%)	(8.112)	(1,5%)
Risultato ante imposte	(53.268)	(8,7%)	(131.854)	(24,7%)
Imposte	(6.419)	(1,1%)	4.307	0,8%
Risultato netto delle attività operative in funzionamento	(59.687)	(9,8%)	(127.547)	(23,8%)
Proventi (Oneri) netti di attività operative cessate	(2.460)	(0,4%)	(658)	(0,1%)
Risultato netto	(62.147)	(10,2%)	(128.205)	(24,0%)
EBITDA	30.803	5,1%	(15.184)	(2,8%)
EBITDA ESCLUSO IFRS 16	(22.909)	(3,8%)	(83.194)	(15,6%)

(*) La chiusura dello stabilimento produttivo in Serbia, avvenuto a metà 2021, rientra nella definizione di “Discontinued Operations” prevista dall’IFRS 5 e pertanto, nel conto economico del 2021 e, ai fini comparativi, del 2020, le relative voci di ricavi e proventi e di costi e oneri sono state riclassificate nei “Proventi (Oneri) netti di attività operative cessate”

Riconciliazione dell'Ebitda:

Risultato operativo	(44.932)	(123.742)
Ammortamenti e svalutazioni materiali e immateriali	26.789	33.139
Ammortamenti e svalutazioni Diritti d'uso	48.946	75.419
EBITDA	30.803	(15.184)
Affitti legati all'IFRS 16	(53.712)	(68.010)
EBITDA ANTE IFRS 16	(22.909)	(83.194)

L'EBITDA è pari al Risultato operativo più ammortamenti e svalutazioni ed è direttamente desumibile dai prospetti di bilancio integrati dalle relative Note illustrative.

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(Migliaia di euro)	31-12-2021	31-12-2020
Immobilizzazioni immateriali	31.853	35.834
Immobilizzazioni materiali	35.873	50.413
Attività per diritto d'uso	203.674	241.808
Altre attività non correnti - nette	36.567	47.686
Attività non correnti	307.967	375.741
Capitale circolante netto operativo	112.435	177.528
Altre attività (passività) correnti, nette	(10.219)	(8.462)
Capitale investito	410.183	544.807
Patrimonio netto	124.582	167.208
Fondi TFR, fondi rischi e oneri	8.908	9.849
Posizione finanziaria netta	276.693	367.750
Capitale investito	410.183	544.807

CAPITALE CIRCOLANTE NETTO OPERATIVO E ALTRE ATTIVITÀ (PASSIVITÀ) CORRENTI

(Migliaia di euro)	31-12-2021	31-12-2020
Rimanenze	240.320	267.964
Crediti verso clienti	68.927	87.718
Debiti commerciali	(196.812)	(178.154)
Capitale circolante netto operativo	112.435	177.528
<i>% sul totale ricavi degli ultimi dodici mesi</i>	<i>18,5%</i>	<i>33,2%</i>
Debiti tributari	(10.079)	(13.057)
Altre attività correnti non finanziarie	31.025	35.093
Altre passività correnti non finanziarie	(31.165)	(30.498)
Altre attività (passività) correnti, nette	(10.219)	(8.462)

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(Migliaia di euro)	2021	2020
Risultato netto	(62.147)	(128.205)
Ammortamenti e svalutazioni	77.677	110.793
Altre rettifiche non monetarie	(19.449)	26.317
	(3.919)	8.905
Variazione capitale circolante netto operativo	81.087	(29.825)
Variazione altre attività/passività	2.635	(5.677)
Cash flow attività operativa	79.803	(26.597)
Investimenti monetari	(18.989)	(18.212)
Disinvestimenti	6.505	183
Investimenti netti	(12.484)	(18.029)
Free cash flow	67.319	(44.626)
Incremento diritti d'uso IFRS 16	(4.015)	(18.317)
Variazione posizione finanziaria netta	63.304	(62.943)
Posizione finanziaria netta iniziale - ante fair value contratti derivati	(357.699)	(296.020)
Variazione posizione finanziaria netta	63.304	(62.943)
Effetto delle differenze di conversione	(835)	1.264
Posizione finanziaria netta finale- ante fair value contratti derivati	(295.230)	(357.699)
Valutazione al <i>fair value</i> contratti derivati	18.537	(10.051)
Posizione finanziaria netta finale	(276.693)	(367.750)

INVESTIMENTI

(Migliaia di euro)	2021	2020
Marchi e brevetti	396	578
Aperture e rinnovi <i>Geox Shops</i>	4.494	7.747
Stabilimento produttivo	-	110
Attrezzature e Impianti industriali	2.631	2.334
Logistica	1.347	560
Information technology	8.713	5.958
Altri investimenti	1.408	925
Totale investimenti monetari	18.989	18.212
Diritto d'uso	4.015	20.123
Totale investimenti	23.004	38.335

Fine Comunicato n.0742-2

Numero di Pagine: 15