

Bit Market Services

| | | |
|--|--|-----|
| Informazione Regolamentata n. 0742-22-2016 | Data/Ora Ricezione 12 Maggio 2016 17:31:13 | MTA |
|--|--|-----|

Societa' : GEOX
Identificativo : 74192
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : GEOXN04 - Libralesso
Tipologia : IRAG 09; IRAG 03
Data/Ora Ricezione : 12 Maggio 2016 17:31:13
Data/Ora Inizio : 12 Maggio 2016 17:46:14
Diffusione presunta
Oggetto : Geox - Ricavi Primo Trimestre 2016

Testo del comunicato

Vedi allegato.



COMUNICATO STAMPA – RICAVI PRIMO TRIMESTRE 2016

RICAVI IN AUMENTO DEL +4,7% GRAZIE AD UNA POSITIVA PERFORMANCE REGISTRATA IN TUTTI I CANALI DI VENDITA E IN PARTICOLARE NEL MULTIMARCA CHE REGISTRA UNA CRESCITA DEL 7,1%

PORTAFOGLIO ORDINI DEL CANALE MULTIMARCA PER LA STAGIONE AUTUNNO/INVERNO 2016 IN CRESCITA DEL 14%

Biadene di Montebelluna, 12 maggio 2016 – 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 consolidati del primo trimestre 2016.

Mario Moretti Polegato, Presidente e fondatore di Geox ha commentato: “Sono soddisfatto dei ricavi realizzati nel primo trimestre dal Gruppo Geox che registrano un aumento del 5%, grazie alla performance positiva realizzata in tutti i canali di vendita. In particolare il canale multimarca riporta una crescita del 7% e le vendite realizzate nei nostri negozi monomarca, diretti e in franchising, sono in crescita rispettivamente del 2,5% e del 2,2%.

Questi risultati, ottenuti in un contesto di settore non facile, confermano la validità del nostro piano strategico di sviluppo e delle efficaci iniziative commerciali e di comunicazione. Mi riferisco in particolare all’innovazione di prodotto che da sempre ci contraddistingue, con il lancio di progetti tecnicamente innovativi, come Amphibiox e Nebula, che coniugano un design contemporaneo con il comfort garantito da una elevata traspirazione.

Tuttavia il contesto esterno volatile ci pone delle sfide che dobbiamo trasformare in opportunità. Oltre all’espansione delle vendite dobbiamo puntare alla massima efficienza nella gestione e alla specializzazione di canale.

A questo proposito sono soddisfatto di constatare che, per quanto riguarda la seconda parte dell’anno, gli ordini già raccolti nel canale multimarca per la prossima stagione autunno/inverno 2016 mostrano una crescita solida del 14%, grazie a una generalizzata ottima performance in tutte le aree geografiche, confermando la buona accoglienza delle nostre collezioni, l’elevata qualità nel livello di servizio e nella specializzazione per canale distributivo”.

GEOX

ANDAMENTO DEL FATTURATO NEL PRIMO TRIMESTRE 2016

I ricavi consolidati del primo trimestre 2016 hanno registrato un incremento del 4,7% a euro 294,3 milioni (+5,0% a cambi costanti). Le calzature hanno rappresentato il 90% dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 265,2 milioni, con un aumento dell'4,9% (+5,1% a cambi costanti) rispetto al primo trimestre 2015. L'abbigliamento è stato pari al 10% dei ricavi consolidati attestandosi euro 29,2 milioni, rispetto ad euro 28,2 milioni del primo trimestre 2015 (+3,2% a cambi correnti, +3,8% a cambi costanti).

| (Migliaia di euro) | I trimestre 2016 | % | I trimestre 2015 | % | Var. % |
|----------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|-------------|
| Calzature | 265.191 | 90,1% | 252.777 | 90,0% | 4,9% |
| Abbigliamento | 29.147 | 9,9% | 28.235 | 10,0% | 3,2% |
| Totale ricavi | 294.338 | 100,0% | 281.012 | 100,0% | 4,7% |

I ricavi realizzati in Italia, mercato domestico che rappresenta il 34% dei ricavi del Gruppo (36% nel primo trimestre 2015), si attestano a euro 99,7 milioni, rispetto a euro 100,5 milioni dell'esercizio precedente. Tale andamento è dovuto alla chiusura di alcuni negozi, parzialmente compensata dalla positiva performance sia del canale wholesale (+7%), che delle vendite comparabili dei negozi monomarca diretti e in franchising (+3%).

I ricavi generati in Europa, pari al 44% dei ricavi del Gruppo, ammontano a euro 128,5 milioni, rispetto a euro 119,7 milioni del primo trimestre 2015, registrando un aumento del 7,3% (7,4% a cambi costanti).

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 15,7 milioni, riportando un incremento del 10,4% (+14,6% a cambi costanti); gli Altri Paesi riportano un fatturato in crescita del 8,3% rispetto al primo trimestre 2015 (+8,3% a cambi costanti).

| (Migliaia di euro) | I trimestre 2016 | % | I trimestre 2015 | % | Var. % |
|----------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|-------------|
| Italia | 99.728 | 33,9% | 100.475 | 35,8% | (0,7%) |
| Europa (*) | 128.462 | 43,6% | 119.713 | 42,6% | 7,3% |
| Nord America | 15.681 | 5,3% | 14.205 | 5,1% | 10,4% |
| Altri Paesi | 50.467 | 17,1% | 46.619 | 16,6% | 8,3% |
| Totale ricavi | 294.338 | 100,0% | 281.012 | 100,0% | 4,7% |

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

GEOX

I ricavi dei negozi a gestione diretta, DOS, che rappresentano il 30% dei ricavi del Gruppo si attestano ad euro 87,8 milioni, in crescita del 2,5% (+3,0% a cambi costanti), grazie all'andamento positivo delle vendite dei negozi a parità di perimetro aperti da almeno 12 mesi (*comparable store sales*) che hanno riportato una crescita del 3,2% (+4,8% nel primo trimestre 2015). Tali vendite comparabili sono positive in tutti i paesi, ad eccezione di Francia e Belgio, caratterizzati da debole performance in seguito ai tragici eventi, e di Cina, Hong Kong e Giappone legata alla riduzione del traffico nei *mall*.

Le vendite comparabili realizzate dai negozi diretti ad oggi (settimana I - settimana I8) riportano una crescita del 1,1% (rispetto alla crescita del 5,4% del corrispondente periodo dello scorso esercizio). Il retail ha avuto un solido inizio d'anno ma a partire dal mese di marzo ha sperimentato volatilità e calo di traffico che è proseguito ad aprile, non compensato completamente dal migliore tasso di conversione delle vendite registrato.

I ricavi del canale franchising, pari al 19% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 57,5 milioni, riportando un incremento del 2,2% (+2,5% a cambi costanti).

I ricavi dei negozi multimarca, che rappresentano il 51% dei ricavi del Gruppo (50% nel primo trimestre 2015), si attestano ad euro 149,0 milioni, in crescita del 7,1% (+7,2% a cambi costanti).

| (Migliaia di euro) | I trimestre 2016 | % | I trimestre 2015 | % | Var. % |
|-------------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|-------------|
| Multimarca | 149.006 | 50,6% | 139.087 | 49,5% | 7,1% |
| Franchising | 57.536 | 19,5% | 56.277 | 20,0% | 2,2% |
| DOS* | 87.796 | 29,8% | 85.648 | 30,5% | 2,5% |
| Totale Geox Shop | 145.332 | 49,4% | 141.925 | 50,5% | 2,4% |
| Totale ricavi | 294.338 | 100,0% | 281.012 | 100,0% | 4,7% |

* Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

GEOX

Al 31 marzo 2016 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 1.149 di cui 468 DOS. Nel corso del primo trimestre 2016 sono stati aperti 14 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 26, in linea con il piano di razionalizzazione della rete dei negozi monomarca.

| | 31-03-2016 | | 31-12-2015 | | Primo trimestre 2016 | | |
|------------------|--------------|------------|--------------|------------|----------------------|-----------|-------------|
| | Geox Shops | di cui DOS | Geox Shops | di cui DOS | Aperture Nette | Aperture | Chiusure |
| Italia | 357 | 132 | 360 | 131 | (3) | 4 | (7) |
| Europa (*) | 346 | 178 | 348 | 179 | (2) | 2 | (4) |
| Nord America | 45 | 45 | 47 | 47 | (2) | - | (2) |
| Altri Paesi (**) | 401 | 113 | 406 | 119 | (5) | 8 | (13) |
| Totale | 1.149 | 468 | 1.161 | 476 | (12) | 14 | (26) |

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

(**) Include i negozi esistenti in paesi con contratto di licenza (pari a 144 negozi al 31 marzo 2016 e 142 al 31 dicembre 2015). I ricavi del canale franchising non comprendono i negozi in tali paesi.



EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE E FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DEL TRIMESTRE

Il Management ha presentato il 26 febbraio scorso alla comunità finanziaria il Piano Strategico 2016-2018 basato sui seguenti punti fondamentali che caratterizzano la visione strategica del Gruppo:

- Sviluppo di prodotti caratterizzati da massima traspirazione, innovazione sostenibile, comfort e stile italiano;
- Specializzazione ulteriore per canale di vendita e sviluppo delle opportunità offerte dall'integrazione dei canali Multimarca, Retail e Web;
- Focalizzazione e consolidamento della leadership nei mercati core e crescita significativa nei mercati emergenti e nei mercati con elevato potenziale quali UK, US, Russia e Cina;
- Piani volti all'aumento della marginalità attraverso specifiche azioni su mix prodotto, canale, prezzo e efficienze derivanti dalla ottimizzazione della strategia di sourcing internazionale;
- Ricerca della massima efficienza nella gestione del retail e miglioramento dei processi aziendali al fine di ridurre i costi di struttura.

Il Piano Strategico prevede una crescita dei ricavi ad un tasso medio annuo del 6,5% (2015-2018) con un fatturato atteso compreso tra i 1.025 ed i 1.100 milioni nel 2018 e un miglioramento della redditività (margine operativo lordo, EBITDA) che si assume attestarsi a circa il 10 - 11% del fatturato nel 2018.

Per quanto riguarda l'esercizio in corso, i risultati ottenuti nel primo trimestre uniti alla maggior visibilità sul secondo trimestre inducono il Management a confermare il 2016 come un anno di transizione. Infatti:

- il portafoglio ordini del canale multimarca conferma le attese e riporta una crescita solida grazie a una generalizzata ottima performance in tutte le aree geografiche, sia nella stagione Primavera/Estate 2016 (che evidenzia una crescita del 10%) che nella stagione Autunno/Inverno 2016 (che riporta una crescita del 14%). Tali risultati confermano la validità delle scelte strategiche intraprese in termini di prodotto, di specializzazione per canale di vendita, di prezzo e di forte investimento pubblicitario nel periodo della raccolta ordini;
- gli ordini raccolti confermano le attese di riduzione del margine industriale, incluse nel Business plan per l'esercizio 2016, nell'ordine di 200-250 punti base. Tale diluizione è indotta dall'incremento del costo dei prodotti dovuto all'apprezzamento del dollaro sull'euro;
- le vendite comparabili realizzate dai negozi diretti ad oggi, (settimana I - settimana I8) riportano una leggera crescita del +1,1% (rispetto ad una crescita attesa del +5%).

Inoltre, il Management, per fronteggiare gli impatti sulla redditività derivanti da questo temporaneo rallentamento del business retail, ha già messo in atto e sta pianificando ulteriori azioni con i seguenti obiettivi:

- contenimento dei costi di struttura anche attraverso la rinegoziazione dei costi di affitto dei negozi;
- iniziative di marketing indirizzate prevalentemente all'aumento del traffico nei negozi.

Il Management è quindi confidente che, l'ottimo andamento previsto del wholesale e le azioni di efficienza intraprese sui costi, possano recuperare a livello annuo, gli effetti di questa debolezza di mercato relativa alla stagione primavera estate e assume di poter raggiungere, nell'intero esercizio 2016, risultati di redditività in linea con le aspettative nell'ipotesi che la debolezza temporanea del Retail si risolva nel secondo semestre.



CALENDARIO FINANZIARIO 2016

Come già annunciato, Geox S.p.A. non pubblicherà più il resoconto intermedio di gestione relativo al primo e terzo trimestre dell'esercizio in linea con il recente cambiamento normativo ma, a partire dalla data odierna, pubblicherà, su base volontaria continuativa, informazioni sui ricavi di vendita del primo e terzo trimestre e sull'andamento del portafoglio ordini del successivo semestre. Il Consiglio di Amministrazione di Geox S.p.A. ritiene che la comunicazione dei ricavi trimestrali e dei risultati integrali semestrali permetterà di rappresentare meglio l'evoluzione del business Geox, caratterizzato da fenomeni di forte stagionalità tipici del settore che trovano significativa interpretazione solo su base semestrale.

Prossimi Eventi:

28 Luglio 2016 – Pubblicazione della relazione finanziaria semestrale al 30.06.2016

9 Novembre 2016 – Pubblicazione dei ricavi consolidati al 30.09.2016

DICHIARAZIONE DEL DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI CONTABILI SOCIETARI

Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari Dott. Livio Libralesso 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

Marina Cargnello: tel. +39 0423 282476; ir@geox.com

Livio Libralesso, CFO

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 Lifestyle Casual Footwear Market". L'innovazione di Geox è protetta da oltre 60 diversi brevetti per invenzione, depositati in Italia, ed estesi in ambito internazionale.

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.

Fine Comunicato n.0742-22

Numero di Pagine: 8