



COMUNICATO STAMPA - DATI PRELIMINARI PRIMO SEMESTRE 2020<sup>1</sup>

**RICAVI PARI A 243,6 MILIONI DI EURO (-39,0% A CAMBI CORRENTI, -39,0% A CAMBI COSTANTI) A CAUSA DELLE CHIUSURE TEMPORANEE INDOTTE DALL'EMERGENZA COVID-19.**

**AD OGGI LA RETE DEI NEGOZI DIRETTI (DOS) E' COMPLETAMENTE OPERATIVA CON PERFORMANCE IN PROGRESSIVO RECUPERO.**

**PERFORMANCE MOLTO POSITIVA PER IL CANALE ONLINE DIRETTO: +40% ALLA FINE DEL SEMESTRE (+59% NEL SOLO SECONDO TRIMESTRE).**

**LA SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA E' SOLIDA ED IL GRUPPO, GRAZIE ALLE AZIONI INTRAPRESE, STA MANTENENDO SOTTO CONTROLLO L'INDEBITAMENTO NONOSTANTE GLI EFFETTI DERIVANTI DALLA PANDEMIA. LA POSIZIONE FINANZIARIA AL 30 GIUGNO 2020 (ANTE IFRS 16) E' PARI A -88,8 MILIONI DI EURO (-30,8 MILIONI AL 30 GIUGNO 2019). LE LINEE DI CREDITO A DISPOSIZIONE SONO RITENUTE ADEGUATE PER LA GESTIONE DELL'EMERGENZA, DEL CIRCOLANTE E PER GLI INVESTIMENTI DEL PROSSIMO TRIENNIO.**

**PROSEGUE ED ACCELERA L'IMPEGNO DI GEOX NELLE INIZIATIVE DI SOSTENIBILITA'. NEHEMIA (CHEMI) PERES E' ENTRATO A FAR PARTE DEL COMITATO PER L'ETICA E PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE DEL GRUPPO.**

**Biadene di Montebelluna, 30 Luglio 2020** – 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 preliminari consolidati e la Posizione Finanziaria Netta al 30 giugno 2020.

Mario Moretti Polegato, Presidente e Fondatore di Geox, ha commentato: “Dopo un buona partenza d’anno con vendite positive nei nostri negozi fino a inizio febbraio 2020, il COVID-19 ha avuto e sta avendo rilevanti ripercussioni a livello globale di carattere sanitario, economico e sociale. Il 2020, secondo i principali operatori di mercato, vedrà un calo del prodotto interno lordo di oltre 3 punti percentuali a livello mondiale.

La pandemia sta delineando dei tempi senza precedenti, che segneranno una netta discontinuità con il passato sia per i consumatori sia per le aziende, accelerando un cambiamento già in atto prima della crisi. Innovazione, sostenibilità e digitalizzazione saranno sempre più fondamentali per le imprese che vorranno soddisfare una domanda più attenta, selettiva e sensibile al valore e alla sostenibilità delle proprie esperienze di acquisto.

Geox sta affrontando questo eccezionale contesto, consapevole delle difficoltà e dei cambiamenti in atto, ma allo stesso tempo attenta alle opportunità che si possono aprire per un Gruppo solido ed importante come il nostro.

Sin dall’inizio dell’emergenza, abbiamo messo la salute delle persone al primo posto e creato un team a livello internazionale per individuare priorità immediate ed obiettivi futuri, nella volontà di gestire l’eccezionalità del presente guardando alle potenzialità del futuro.

I primi sei mesi del 2020 confermano una situazione patrimoniale e finanziaria solida nonostante la complessità dello scenario attuale ed evidenziano un calo dei ricavi che riflette sostanzialmente la percentuale di negozi rimasti temporaneamente chiusi nel periodo di *lock-down* e che risulta comunque più contenuto rispetto alle nostre attese

<sup>1</sup> Ricavi e posizione finanziaria netta; dati non soggetti a revisione contabile. L'intera relazione semestrale sarà sottoposta all'approvazione del Consiglio di Amministrazione del prossimo 17 Settembre 2020.

iniziali grazie ad una migliore performance dei negozi fisici alla riapertura, al forte miglioramento del tasso di conversione e agli ottimi risultati del canale on-line. Tali trend confermano sia l'ampia base di clientela fedele ed affezionata su cui Geox può contare, sia la sua posizione di leadership nel segmento bambino.

Durante il *lock-down* abbiamo continuato ad investire nelle posizioni di maggior pregio, con il restyling di molti negozi tra i quali quelli di Venezia, Verona, Catania, Firenze, Torino, Bolzano, Budapest, Barcellona, Parigi, Tolosa ed Hong Kong. Le vendite sono in progressivo recupero e finalmente vediamo qualche settimana con segno positivo in molti paesi come Austria, Germania, Francia, Cina, ed Est Europa. Altri paesi sono invece penalizzati dal posticipo dei saldi estivi, dalla mancanza di traffico o da recrudescenze del contagio come ad Hong Kong.

Il canale online, unico canale pienamente operativo e unico misuratore attendibile della rilevanza dei brand per la clientela in questo periodo, ha evidenziato una crescita del +40% nel semestre, trascinato dagli aumenti a tripla cifra di aprile (+102%) e maggio (+167%), e continua ad essere positivo anche a luglio.

Tale crescita, oltre ad avvalorare la scelta strategica di internalizzazione delle nostre e-commerce fatta negli ultimi anni, ci spinge ad affrontare con maggiore convinzione le prossime sfide, consci che valorizzare la sostenibilità dei prodotti e del Brand, contribuire al benessere delle persone ed essere ispirati dal consumatore guideranno sempre più le scelte di acquisto e lo stile di vita dei nostri clienti.

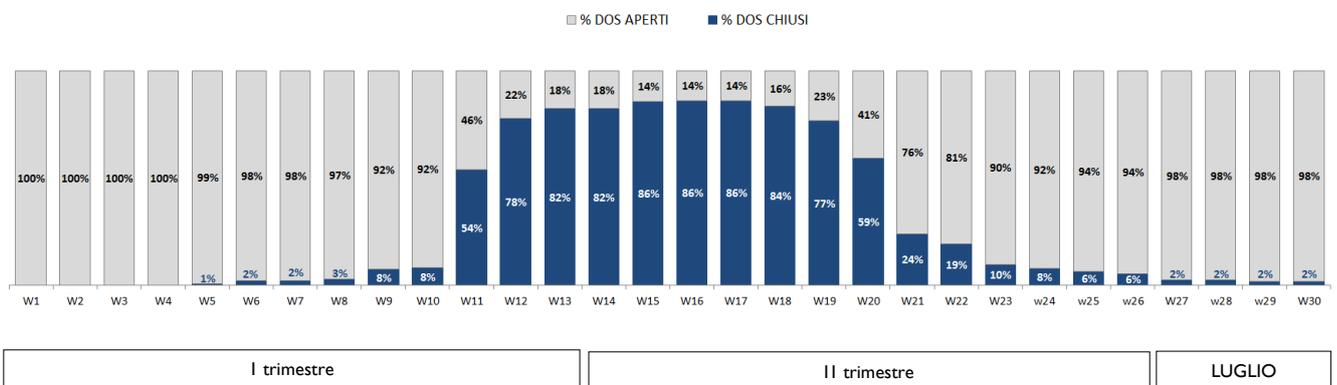
A tale riguardo, colgo l'occasione per ricordare la recente nomina di Chemi Peres nel nostro Comitato per l'Etica e lo Sviluppo Sostenibile ad ulteriore testimonianza del nostro impegno nelle iniziative etiche e sostenibili."

### **Aggiornamenti degli impatti sul business dovuti al COVID-19**

Il primo semestre del 2020 è stato un periodo estremamente difficile. L'emergenza sanitaria indotta dalla diffusione del virus COVID-19 ha, di fatto, imposto la temporanea chiusura nel secondo trimestre delle attività commerciali nel nostro settore a livello mondiale ed una drastica riduzione della mobilità delle persone e del turismo domestico ed internazionale. Geox nel seguire scrupolosamente, ed in alcuni casi anticipando, le disposizioni emanate dalle varie Autorità Governative al fine di contenere la diffusione del contagio ha sospeso temporaneamente l'attività dei propri negozi prima in Cina a inizio febbraio, successivamente da fine febbraio in Italia e poi gradualmente in marzo in Europa, Nord America, Russia e Giappone. Tali misure hanno determinato per circa due mesi (dalla seconda metà di Marzo alla prima metà Maggio) la chiusura temporanea di oltre l'80% della rete dei negozi diretti Geox.

Successivamente, a seguito del rallentamento della diffusione del contagio e del conseguente allentamento delle misure restrittive da parte dei Governi nei vari Paesi, Geox ha progressivamente riaperto i propri punti vendita nel mondo: a inizio Marzo in Cina; poi gradualmente da fine Aprile/metà Maggio prima in alcuni paesi europei (Austria, Germania) e poi in Italia e nel resto d'Europa; infine in Nord America e Russia nel mese di Giugno e nel Regno Unito in Luglio ed prossimamente in Agosto in alcuni centri commerciali.

Di seguito si evidenzia la percentuale dei DOS (sul totale) rimasta temporaneamente chiusa a livello settimanale da inizio anno ad oggi.



Oggi la rete è pienamente operativa ma, purtroppo, mediamente circa il 35% dei DOS è rimasto temporaneamente chiuso nel semestre (20% della rete nel primo trimestre, 50% della rete nel secondo trimestre)<sup>2</sup>.

La situazione generale però continua a presentare alcuni elementi d'incertezza. L'emergenza sanitaria a livello mondiale resta infatti ancora molto elevata. Tutto ciò sta inevitabilmente determinando una forte attenzione dei singoli Governi

<sup>2</sup> In data 27 Luglio sono riaperti 5 DOS di San Pietroburgo, chiusi fino a quella data per le restrizioni governative vigenti sugli esercizi presenti nei centri commerciali. Ad oggi restano pertanto chiusi 3 DOS a Londra e 1 a New York per i quali, visto il difficile contesto (mancanza di traffico), si ritiene al momento più conveniente per il Gruppo mantenere temporaneamente chiuso.

con l'adozione di misure più o meno restrittive sulla mobilità delle persone ed i flussi turistici sono ancora praticamente assenti in tutte le grandi città con inevitabili ripercussioni sul business.

In Italia la quasi totalità dei negozi Geox ha riaperto il 18 Maggio, tranne alcuni punti vendita la cui riapertura è stata posticipata per completare alcune operazioni di re-styling (conversione al formato "X-store") a dimostrazione della volontà del Gruppo nel continuare, forte della propria solidità finanziaria, ad investire negli assets strategici e profittevoli prestando la massima attenzione alla soddisfazione della propria clientela.

Tra le operazioni di re-styling si segnalano in particolare quelle effettuate nei punti vendita di Palermo, Bolzano, Torino, Firenze, Catania, Venezia e Verona. Proprio il "nuovo" negozio di Venezia Mercerie San Marco, profondamente rinnovato e rivisto, rappresenta un concreto segnale della voglia e della volontà di ripartire del Gruppo in un territorio di riferimento particolarmente provato in questo anno, prima dall'acqua alta e poi dalla epidemia COVID-19.



Venezia Mercerie San Marco

Sono state effettuate operazioni di re-styling anche in altri punti vendita presenti in posizioni di rilievo in Europa (Barcellona, Parigi, Budapest, Tolosa e Girona).

Anche i punti vendita in franchising del Gruppo hanno, al pari dei DOS, subito le chiusure temporanee a seguito della pandemia. Mediamente nel semestre circa il 35% di questi punti vendita è stato temporaneamente chiuso. Ad oggi il 98% della rete è nuovamente operativa.

## **Responsabilità sociale e impegno sulla sostenibilità**

La responsabilità sociale e la sostenibilità sono valori fondamentali per Geox dalla sua costituzione.

Sin dall'inizio dell'emergenza il Gruppo ha ritenuto prioritario intraprendere un numero importante di azioni per proteggere la salute e la sicurezza dei propri collaboratori, dei clienti e dei partner commerciali e ha cercato inoltre di contribuire al grande sforzo collettivo messo in atto per ridurre il contagio. Tra le varie iniziative intraprese si segnalano: 1) le donazioni fatte dal Fondatore e dall'azienda per favorire l'acquisto di respiratori, letti di terapia intensiva e strumenti di protezione individuale; 2) la chiusura temporanea dei negozi, spesso anticipando le ordinanze delle autorità; 3) il massiccio ricorso a forme di remote-working grazie agli investimenti effettuati in tecnologie; 4) l'adozione, per le persone presenti in azienda, dei protocolli sanitari emessi dalle Autorità e dalle parti sociali e integrandole con misure di screening della salute come i test sierologici; 5) il rifinanziamento del **Piano di Welfare Aziendale** riuscendo ad aumentarlo e focalizzarlo su salute, sicurezza e famiglia grazie alla rinuncia del management aziendale ad ogni compenso variabile per l'esercizio 2020 e alla riduzione della propria retribuzione fissa del 20% su base settimanale, dall'inizio dell'emergenza ad oggi.

Inoltre il Gruppo ha nominato in data 15 Luglio 2020 Nehemia (Chemi) Peres come nuovo membro del Comitato per l'Etica e lo Sviluppo sostenibile. Il Comitato istituito nel 2005 (subito dopo la quotazione del Gruppo in Borsa) ha tracciato un percorso iniziato con l'adozione del Codice Etico, successivamente del Codice di Condotta per la nostra filiera ed infine con la recente adesione del Fashion Pact. Lo scopo è porre il rispetto ed il benessere delle persone e dell'ambiente al centro del business e di ogni scelta strategica.

Chemi Peres si dedica ormai da molti anni a coltivare l'eredità del padre Shimon Peres, ex Presidente di Israele e Premio Nobel per la Pace, realizzando la sua visione attraverso l'implementazione delle sue numerose iniziative e attività nel campo della pace e dell'innovazione. E' inoltre Presidente del Consiglio di Amministrazione del "Peres Center for Peace & Innovation", la principale organizzazione no profit israeliana, fondata nel 1996 da Shimon Peres attiva nello sviluppo e nell'attuazione di programmi innovativi e all'avanguardia nel campo dell'educazione e della costruzione della pace, dell'innovazione, della medicina e dell'ambiente,

Si ricorda che prima di Chemi Peres, il Comitato per l'Etica e lo Sviluppo Sostenibile di Geox ha potuto avvalersi negli anni passati del contributo di Joaquin Navarro-Valls e poi, più recentemente, di Kofi Annan, premio Nobel per la pace e Segretario Generale dell'Onu.

Chemi Peres affiancherà nel Comitato, il Presidente e Fondatore di Geox, Mario Moretti Polegato, l'Ingegnere Umberto Paolucci e l'Avvocato Renato Alberini.

### **Misure volte a proteggere il cash flow aziendale. Posizione finanziaria netta al 30 Giugno 2020**

Il Gruppo ha concluso l'esercizio 2019 con un patrimonio netto di 303 milioni di euro e con una posizione finanziaria netta positiva di circa 6 milioni di euro (ante IFRS 16) grazie ad una forte ottimizzazione del circolante che aveva raggiunto la miglior performance degli ultimi anni con una incidenza sulle vendite pari al 22,7%.

L'emergenza derivante dal COVID 19 sta provocando, per tutto il settore, un rilevante assorbimento *una-tantum* di cassa che si aggiungerà alla normale stagionalità del *business*. In particolare la sospensione temporanea dell'attività dei negozi ed il rallentamento degli incassi da parte della clientela multimarca ed in franchising, ha provocato, nel secondo trimestre, un temporaneo *cash-flow* negativo dettato dall'anomalo incremento del circolante causato dai mancati incassi dei negozi, dal magazzino invenduto e dai crediti non riscossi.

Il Gruppo ha prontamente implementato un piano importante ed esaustivo teso a ridurre i fabbisogni finanziari futuri. Le azioni sono volte a:

- spostare in avanti gli investimenti non essenziali come il rinnovo dei negozi o le nuove aperture. Complessivamente gli investimenti inizialmente previsti in 40 milioni per l'esercizio 2020 saranno ridotti di circa 15 milioni (-40%). Vengono invece confermati gli investimenti in infrastrutture digitali ed in logiche di omnicanalità strumentali all'evoluzione del business model di Geox verso la perfetta integrazione tra negozi fisici e digitali con anche una perfetta integrazione dei magazzini tra canali.
- limitare l'incremento del capitale circolante. Per questo, in stretta collaborazione con i propri fornitori, Geox sta riducendo gli acquisti della prossima collezione Autunno-Inverno per circa 40 milioni (-21%) rispetto sia alle previsioni iniziali che all'anno precedente.
- offrire ai clienti un pacchetto di misure di supporto e rafforzamento della partnership volto ad incentivare l'incasso dei crediti e a difendere e proteggere il portafoglio ordini da spedire di primavera-estate ed autunno-inverno. I crediti comunque sono generalmente assicurati.
- valutare attentamente la strategia di immissione dei prodotti sulla rete distributiva in modo da ridurre gli acquisti futuri sulla base delle disponibilità di prodotto della stagione corrente, che di fatto non è stata presentata al mercato, e può essere ritenuta in parte di transizione per la prossima collezione Autunno/Inverno (di cui sono stati già ridotti in maniera rilevante gli acquisti) ed in parte riproposta nella futura collezione Primavera/Estate 2021.
- rinnovare i programmi di vendor financing in essere volti all'allungamento dei termini di pagamento con i fornitori.

L'insieme di tali azioni ed un andamento delle vendite del canale diretto migliore delle attese, hanno permesso di mantenere sotto controllo la posizione finanziaria netta che a fine Giugno, nonostante l'eccezionalità delle situazione, si è attestata (ante IFRS 16) a -88,8 milioni di euro (-30,8 milioni di euro al 30 Giugno 2019). Si segnala che il Gruppo non ha ritardato i suoi impegni di pagamento verso la sua filiera, né ha fatto ricorso ad alcuna sospensione di rimborsi di rate di finanziamenti. L'unica eccezione riguarda la sospensione del pagamento dei canoni relativi al periodo di chiusura dei negozi (Aprile e prima metà di Maggio) e il pagamento parziale, legato all'andamento delle vendite, effettuato per la seconda metà di Maggio ed il mese di Giugno dopo la riapertura. 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. Ad oggi i confronti con le proprietà immobiliari procedono in maniera serrata, sono indubbiamente difficili, ma il Gruppo ha già concluso alcuni accordi e molti altri sono in fase avanzata, convinti che si debba anche arrivare alla risoluzione del contratto nel caso in cui non si possano raggiungere soluzioni che rispecchino gli attuali valori di mercato. I canoni di affitto non pagati alla data del 30 Giugno 2020 ammontano a circa Euro 12 milioni e sono esclusivamente riferibili al secondo trimestre, ossia alla fase più acuta del *lock-down*.

Il Gruppo dispone di linee di credito adeguate dato che, sin dall'inizio dell'emergenza, ha implementato una strategia di copertura del fabbisogno finanziario volta al raggiungimento della massima coerenza tra fonti e fabbisogni di finanziamento in modo da avere il giusto bilanciamento tra linee di credito a breve termine da porre al servizio della ordinaria stagionalità del business, a medio termine per gestire il temporaneo assorbimento di cassa *una tantum* dovuto al COVID -19 e a lungo termine per supportare anche gli investimenti richiesti dall'evoluzione del modello di business verso l'omnicanalità con una perfetta integrazione tra fisico e digitale.

Le linee *committed* a breve e medio sono state finalizzate con il supporto di Cassa Depositi e Prestiti, Banco BPM, Banca Monte dei Paschi di Siena, Cassa di Risparmio di Bolzano.

### **Nuovo contratto di finanziamento con garanzia SACE**

In data odierna il Gruppo ha completato la già solida architettura finanziaria al servizio del business e degli investimenti del prossimo triennio, con la sottoscrizione di un contratto di finanziamento per un importo totale di 90 milioni di euro ottenuto grazie anche al solido *track-record* dei suoi indicatori patrimoniali e finanziari. SACE, in conformità con quanto previsto dal Decreto Legge n. 23 dell'8 aprile 2020, ha rilasciato tempestivamente, con procedura semplificata, "la garanzia Italia" sul 90% dell'importo concesso dalle banche a valle di una approfondita istruttoria. Il finanziamento è principalmente destinato a supportare i costi del personale e gli investimenti, nonché le dinamiche di capitale circolante per stabilimenti produttivi e attività imprenditoriali localizzati in Italia. Il finanziamento ha una durata massima di 6 anni con preammortamento di 24 mesi, rimborso con rate trimestrali ed è stato stipulato su base Club Deal. Intesa Sanpaolo ha agito come Bookrunner, Mandated Lead Arranger, Banca Agente e Agente Sace e BNL Gruppo BNP Paribas come Mandated Lead Arranger. Lo studio legale Orrick ha assistito Geox S.p.A., mentre lo studio Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners ha assistito le banche.

### **Misure di forte contenimento dei costi operativi**

Il management di Geox ritiene di fondamentale importanza reagire a queste mutate condizioni di mercato implementando, in modo estremamente deciso, misure appropriate per mitigare gli effetti negativi sui risultati d'esercizio derivanti da tale scenario. In particolare il Gruppo sta:

- ottenendo e rinegoziando consistenti riduzioni dei canoni di affitto per i negozi nelle aree impattate dalle chiusure temporanee e successivamente dalla consistente riduzione di traffico;
- lavorando per rendere il costo del personale flessibile in relazione agli orari d'apertura ed al fatturato dei negozi. In particolare sta avendo accesso alle forme di supporto pubblico a protezione dei lavoratori già previste dagli ordinamenti dei vari paesi o emanate, in via straordinaria, dai vari governi come la cassa integrazione in Italia e le altre misure previste dagli ordinamenti esteri;
- spostando in avanti, a momenti più favorevoli, gli investimenti non essenziali tra cui quelli pubblicitari volti a portare traffico in negozio;
- analizzando ulteriormente la redditività della rete di negozi per valutare ulteriori razionalizzazioni<sup>3</sup>;
- valutando in maniera approfondita la sua presenza geografica e la relazione tra ricavi generati e costi di struttura sul territorio in modo da prendere tutte le opportune decisioni per innalzare il profilo di redditività del Gruppo.
- attuando ogni altra forma di stretto controllo sui costi in un ottica di forte razionalizzazione al fine di liberare risorse per gli investimenti più rilevanti e preparandosi a calibrare l'intensità delle riorganizzazioni basandosi sullo stretto monitoraggio dell'evolversi della situazione.

<sup>3</sup> Si ricorda come il Consiglio di Amministrazione di Geox S.p.A. il 16 Gennaio 2020 abbia esaminato ed approvato un piano di razionalizzazione distributiva del network dei negozi (DOS) del Gruppo. In tale data sono stati individuati circa 130 punti vendita (CGU) che presentavano performance economiche negative o altri sintomi per essere sottoposti al test di impairment. Di tali punti vendita, circa 100 sono stati sottoposti a svalutazione totale o parziale e circa 80 (tra negozi diretti e corners) sono stati identificati come non più rispondenti alla strategia del Gruppo in termini di rilevanza e redditività. Questi ultimi verranno chiusi nel triennio 2020-2022 con una intensità decrescente.

Per le valutazioni attinenti al bilancio al 31 dicembre 2019, il C.d.A. ha approvato una simulazione reddituale, per ogni punto vendita gestito direttamente dal Gruppo, che prevede una sostanziale stabilità dei risultati operativi e dei relativi flussi di cassa futuri, rispetto all'andamento effettivamente realizzato nell'ultimo esercizio. Tale simulazione reddituale, adottata ai fini delle valutazioni di bilancio in attesa della formulazione del nuovo piano strategico, rappresentava una previsione ragionevolmente prudente dei flussi di cassa realizzabili. Per ogni punto vendita oggetto di analisi si è andato ad adottare un orizzonte temporale coerente con la nuova durata prevista del contratto di locazione e un tasso WACC differenziato per ogni paese, compreso tra il 4,34% e il 6,24%.

### **Approvvigionamento di materie prime, prodotto finito e distribuzione<sup>4</sup>**

Il Gruppo Geox acquista in Cina circa il 4% dei propri prodotti finiti (principalmente abbigliamento) e si rifornisce da fornitori cinesi per una parte delle materie prime utilizzate per la produzione in altre aree dell'Estremo Oriente. La produzione è ripresa gradualmente e, ad oggi, la totalità dei fornitori di Geox in Cina è operativa e rimangono solo alcune residue limitazioni alla mobilità del personale.

Da fine marzo il contagio ha iniziato ad assumere dimensioni di un certo rilievo anche in altri paesi dell'Estremo Oriente. In particolare l'India ha emesso i primi provvedimenti restrittivi sospendendo tutte le attività produttive dal 24 Marzo fino al 12 Maggio. Dal 13 Maggio sono riprese le attività con alcune limitazioni della presenza della forza lavoro per contenere la diffusione del contagio. Recentemente le Autorità hanno incrementato le misure restrittive nel sud del paese dove si sono verificati picchi di infezione rilevanti.

In Serbia, dove è localizzato lo stabilimento di proprietà del Gruppo, si è deciso, in via cautelativa, di fermare la produzione nel mese di aprile per salvaguardare la salute dei dipendenti ed evitare le inefficienze produttive legate al rischio di assenteismo indotto dalla situazione di rischio sanitario e alla temporanea chiusura di alcune frontiere al transito delle merci. Ad inizio maggio sono tornate operative le prime linee di produzione con un ritorno a pieno regime a fine maggio. Nelle ultime settimane la situazione è nuovamente peggiorata e Geox, nel rispetto delle indicazioni locali, sta adottando tutte le misure e le cautele necessarie al fine di tutelare la salute dei propri lavoratori con conseguente riduzione dei livelli produttivi.

Il resto delle aree produttive è attualmente operativo anche se in un contesto di instabilità generale.

La Pandemia ha anche degli impatti sui trasporti. 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.

La situazione è, come sopra evidenziato, in costante evoluzione ed impone una forte prudenza ed attenzione lungo tutta la filiera con un monitoraggio costante degli eventi al fine di identificare tempestivamente gli inevitabili ritardi relativamente alla produzione e alle consegne e porre in atto le eventuali opportune azioni di mitigazione. In questo contesto la decisione pressoché generale del settore di prolungare la vendita della stagione estiva fino a settembre, la riduzione delle immissioni anticipate della collezione autunno inverno e la presenza di modelli continuativi permetteranno di mitigare gli effetti dei ritardi di consegna.

Tutti i centri distributivi del Gruppo nel mondo sono rimasti sempre operativi.

### **Evoluzione prevedibile della gestione**

Per quanto riguarda le previsioni sull'intero esercizio, l'attuale situazione e le incertezze relative alla durata di tale pandemia rendono estremamente complessa ogni tipo di previsione.

In data 17 Settembre, quando il Consiglio di Amministrazione si riunirà per approvare l'intera relazione semestrale, il management avrà tuttavia maggiori elementi per fornire alla comunità finanziaria qualche indicazione supplementare. In particolare si avrà evidenza sull'andamento delle vendite di agosto (stagione dei saldi) e inizio settembre (stagione del back to school) che rappresentano un momento importante dell'anno ed inoltre è attesa la pubblicazione del cosiddetto "decreto di agosto" da parte del Governo Italiano che dovrebbe contenere ulteriori misure/proroghe di supporto al tessuto economico e produttivo.

---

<sup>4</sup> Aggiornamento del comunicato effettuato in tema in data 27 Marzo 2020 e 7 Maggio 2020.

**ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO: RICAVI PRELIMINARI**

I ricavi preliminari consolidati del primo semestre 2020 si sono attestati a 243,6 milioni, in riduzione del 39,0% rispetto all'esercizio precedente (-39,0% a cambi costanti) impattati dalla diffusione della pandemia da Covid-19.

*Ricavi per Canale distributivo*

(Migliaia di euro)	I semestre 2020	%	I semestre 2019	%	Var. %
<b>Multimarca</b>	<b>121.442</b>	<b>49,8%</b>	<b>185.765</b>	<b>46,5%</b>	<b>(34,6%)</b>
Franchising	17.818	7,3%	37.898	9,5%	(53,0%)
DOS*	104.358	42,8%	175.779	44,0%	(40,6%)
<b>Totale Geox Shop</b>	<b>122.176</b>	<b>50,2%</b>	<b>213.677</b>	<b>53,5%</b>	<b>(42,8%)</b>
<b>Totale ricavi</b>	<b>243.618</b>	<b>100,0%</b>	<b>399.442</b>	<b>100,0%</b>	<b>(39,0%)</b>

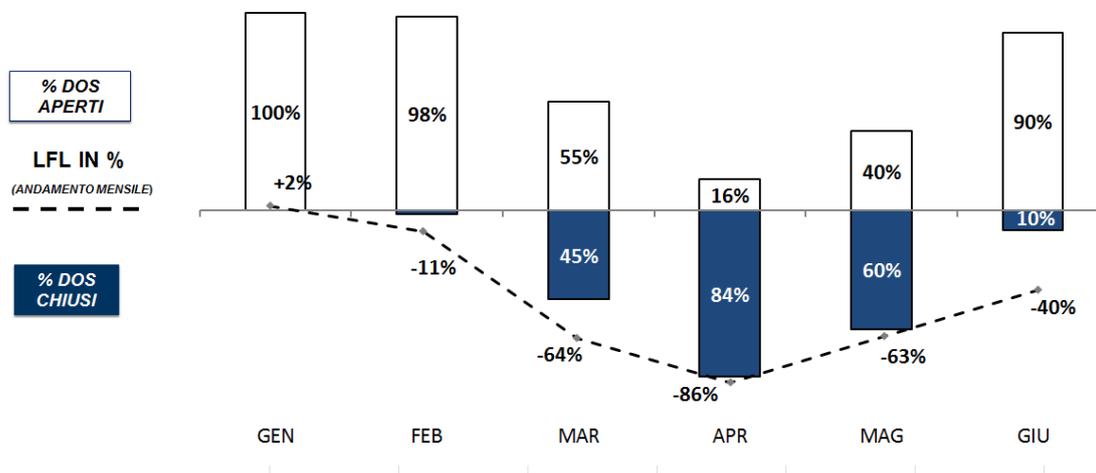
\* Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

I ricavi dei negozi multimarca, pari al 49,8% dei ricavi del Gruppo (46,5% nel primo semestre 2019), si attestano a euro 121,4 milioni (-34,6% a cambi correnti, -34,7% a cambi costanti) rispetto ai 185,8 milioni del primo semestre 2019. Il trend del semestre è dovuto esclusivamente alla chiusura temporanea per circa due mesi dei punti vendita multimarca che ha indotto i nostri clienti a: prolungare il periodo di sell-out della collezione primavera; posticipare le consegne della stagione invernale FW20; richiedere cancellazioni di parte degli ordini da ricevere nel periodo di chiusura; ridurre drasticamente i riassortimenti in stagione della collezione SS20. Inoltre il Gruppo ha registrato minori vendite di stock di stagioni precedenti.

I ricavi del canale franchising, pari al 7,3% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 17,8 milioni, riportando una diminuzione del 53,0% (-52,9% a cambi costanti) rispetto ai 37,9 milioni del primo semestre 2019. L'andamento del semestre è stato impattato dalle chiusure temporanee (mediamente il 35% dei punti vendita del canale sono stati temporaneamente chiusi nel periodo), da un effetto timing negativo (circa 5 milioni) sulle spedizioni di anticipi relativi alla FW20 e dalla riduzione di perimetro (circa 4 milioni o il 13%) che è passato dai 406 negozi di Giugno 2019 ai 354 di Giugno 2020.

I ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) che rappresentano il 42,8% dei ricavi del Gruppo si attestano a 104,4 milioni di euro rispetto ai 175,8 milioni del primo semestre 2019 (-40,6% a cambi correnti, -40,7% a cambi costanti). Le vendite comparabili (LFL) a fine semestre si attestano a -41%, sostanzialmente in linea con il trend complessivo del canale (visto che non sono intervenute variazioni di perimetro rilevanti), e riflettono l'elevata percentuale di negozi rimasta temporaneamente chiusa nel semestre (circa il 35%). Ad oggi restano ancora temporaneamente chiusi 4 punti vendita come descritto in precedenza.

Di seguito l'andamento delle vendite comparabili e dello stato operativo dei negozi nei primi sei mesi dell'anno.



Il mese di luglio, ad oggi, è in ulteriore ripresa (-29%) nonostante una base comparativa penalizzante a seguito del posticipo dei saldi estivi in molti mercati rilevanti.

Il business online diretto del Gruppo continua ad avere una crescita rilevante del +40% rispetto a fine Giugno 2019 (+21% nel primo trimestre e +59% nel secondo trimestre). Particolarmente positivi i mesi di Aprile (+102%) e Maggio (+167%) caratterizzati dalla fase più acuta del lockdown, mentre il mese di Giugno, seppur positivo (+12%), ha risentito sia delle riaperture dei negozi su cui sono confluite parte delle vendite.

### Ricavi per Area geografica

(Migliaia di euro)	I semestre 2020		I semestre 2019		%	Var. %
Italia	59.932	24,6%	116.221	29,1%		(48,4%)
Europa (*)	113.796	46,7%	174.846	43,8%		(34,9%)
Nord America	11.768	4,8%	22.053	5,5%		(46,6%)
Altri Paesi	58.122	23,9%	86.322	21,6%		(32,7%)
<b>Totale ricavi</b>	<b>243.618</b>	<b>100,0%</b>	<b>399.442</b>	<b>100,0%</b>		<b>(39,0%)</b>

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

I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 24,6% dei ricavi del Gruppo (29% nel primo semestre 2019), si attestano a euro 59,9 milioni, rispetto a euro 116,2 milioni del 2019. La performance in Italia ha subito maggiormente gli impatti da Covid-19 rispetto agli altri Paesi Europei essendo stato il primo Paese nell'area ad essere coinvolto dalla diffusione dell'epidemia ed essendo il Paese con la maggior rilevanza per il Gruppo anche in termini di punti vendita diretti (150 negozi a gestione diretta e 108 in franchising).

In tale contesto tutti i canali hanno subito gli effetti derivanti da tale emergenza. I negozi a gestione diretta, che avevano riportato dati positivi ad inizio anno, hanno poi subito gli effetti delle chiusure temporanee, chiudendo il semestre con un calo delle vendite sostanzialmente in linea con il dato di Gruppo. Mediamente nel semestre circa il

41% della rete diretta è stato temporaneamente chiuso. Per quanto riguarda invece la performance del canale multimarca e di quello in franchising, le riduzioni sono state principalmente riconducibili ai fattori già precedentemente evidenziati. In Italia la performance del canale online è stata particolarmente brillante registrando un +83% a fine semestre (+33% a fine Marzo).

I ricavi generati in Europa, pari al 46,7% dei ricavi del Gruppo (43,8% nel primo semestre 2019), ammontano a euro 113,8 milioni, rispetto a euro 174,8 milioni del primo semestre 2019, registrando un decremento del 34,9% principalmente dovuto, come in Italia, agli effetti derivanti dalla diffusione dell'epidemia che ha determinato la chiusura temporanea dei negozi dalla seconda metà di Marzo.

Dopo una partenza positiva d'anno (circa +5%), le vendite dei negozi a gestione diretta hanno chiuso il semestre in calo del 37% circa. Mediamente nel semestre circa il 32% della rete diretta è stato temporaneamente chiuso.

Anche per il mercato europeo, si segnala l'ottimo trend registrato dal canale online diretto, +35% alla fine di Giugno (+26% a fine Marzo). Per quanto riguarda infine il canale multimarca e quello in franchising le performance sono state negative ma leggermente migliori di quelle del mercato italiano favorite dal fatto che i tempi di spedizione anticipati alle controparti (soprattutto in Germania ed Austria) hanno permesso di non subire, almeno in parte, il blocco delle spedizioni avvenuto a metà Marzo.

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 11,8 milioni, riportando un decremento del 46,6% (-47,1% a cambi costanti). In USA ed in Canada il periodo di chiusura è stato più lungo iniziando a metà marzo e finendo a metà Giugno. Ad oggi tutta la rete risulta operativa tranne il negozio di New York come descritto in precedenza.

Nel semestre le vendite del canale diretto sono risultate in calo del 55% circa impattate dal lockdown che ha determinato la chiusura del 46% della rete diretta nel periodo.

Il canale online, dopo un ottimo secondo trimestre, riporta una crescita del 31% a fine giugno (era +6% a fine marzo).

Il canale multimarca è risultato in calo del 22%, migliore del dato di Gruppo anche per una favorevole base di comparazione.

Gli Altri Paesi riportano un fatturato in decrescita del 32,7% rispetto al primo semestre 2019 (-32,4% a cambi costanti) con un trend particolarmente diverso tra area Asia Pacifico ed Europa dell'Est.

In Cina, Hong Kong e Macao la riduzione di fatturato (superiore al 40%) è stata maggiormente accentuata a seguito delle limitazioni alla mobilità e delle chiusure dei negozi da fine gennaio/inizio febbraio. Le riaperture dei negozi sono avvenute da inizio marzo con forti riduzioni di traffico. A partire da inizio aprile fino a metà maggio sono invece rimasti temporaneamente chiusi i negozi in Giappone sempre a seguito delle misure di contenimento imposte dal governo per limitare la diffusione pandemica. Complessivamente le vendite dei negozi a gestione diretta alla fine del semestre registrano una diminuzione attorno al -40% con un traffico in riduzione in media del 55%. Permane una situazione difficile ad Hong Kong, mentre si stanno vedendo dei segnali di recupero in Cina, le cui vendite comparabili nei negozi diretti sono passate dal -50% del primo trimestre al -10% circa del secondo trimestre grazie anche ad un Giugno positivo (+4%).

Il canale online diretto dell'intera area che a fine Marzo risultava negativo (circa -30%) a fine semestre registra un +13% grazie ad un ottimo secondo trimestre.

Per quanto riguarda invece l'Europa dell'Est i ricavi dell'area sono risultati in calo del 28,6% nel semestre. Tutti i negozi a gestione diretta hanno temporaneamente sospeso l'attività nell'ultima parte di Marzo per poi riaprire gradualmente nel mese di Giugno. Le vendite dei negozi a gestione diretta si sono attestare a circa -36%, dato comunque migliore della percentuale dei negozi rimasti chiusi nel periodo (circa 39%) a testimonianza del buon andamento del Gruppo in questa area. Molto bene il canale online (+132% rispetto a Giugno 2019).

Ricavi per Categoria Merceologica

(Migliaia di euro)	I semestre 2020	%	I semestre 2019	%	Var. %
Calzature	220.510	90,5%	364.251	91,2%	(39,5%)
Abbigliamento	23.108	9,5%	35.191	8,8%	(34,3%)
<b>Totale ricavi</b>	<b>243.618</b>	<b>100,0%</b>	<b>399.442</b>	<b>100,0%</b>	<b>(39,0%)</b>

Le calzature hanno rappresentato il 90,5% dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 220,5 milioni, con un decremento del 39,5% (-39,5% a cambi costanti) rispetto al primo semestre 2019. L'abbigliamento è stato pari al 9,5% dei ricavi consolidati attestandosi euro 23,1 milioni, rispetto ad euro 35,2 milioni del primo semestre 2019 (-34,3% a cambi correnti, -34,0% a cambi costanti).

Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 30 giugno 2020 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 936 di cui 450 DOS. Nel corso del primo semestre 2020 sono stati aperti 13 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 51, 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.

	30-06-2020		31-12-2019		I semestre 2020		
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Aperture Nette	Aperture	Chiusure
Italia	258	150	272	148	(14)	-	(14)
Europa (*)	263	156	270	159	(7)	2	(9)
Nord America	32	32	37	37	(5)	-	(5)
Altri Paesi (**)	383	112	395	110	(12)	11	(23)
<b>Totale</b>	<b>936</b>	<b>450</b>	<b>974</b>	<b>454</b>	<b>(38)</b>	<b>13</b>	<b>(51)</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 132 negozi al 30 giugno 2020 e a 134 negozi al 31 dicembre 2019). I ricavi del canale franchising non comprendono i negozi in tali paesi.

\*\*\*\*\*

Si rende, altresì, noto che a seguito di quanto verificato dal Consiglio di Amministrazione in merito alla qualifica di PMI ai sensi dell'articolo 1, comma 1, lettera w-quater.1) del Testo Unico della Finanza e dell'art. 2-ter del Regolamento Emittenti Consob - sarà messa a disposizione del pubblico entro la giornata odierna, presso il meccanismo di stoccaggio autorizzato [www.emarketstorage.it](http://www.emarketstorage.it), il sito internet della società nella sezione Corporate Governance, nonché presso la sede sociale la relazione sul governo societario e gli assetti proprietari relativa all'esercizio 2019 aggiornata.

---

**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 40 diversi brevetti e 25 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.

---

Fine Comunicato n.0742-21

Numero di Pagine: 13