



SPAFID
CONNECT

Informazione Regolamentata n. 0742-4-2021	Data/Ora Ricezione 15 Marzo 2021 17:31:31	MTA
---	---	-----

Societa' : GEOX
Identificativo : 143546
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : GEOXN04 - -
Tipologia : 1.1; REGEM; 3.1
Data/Ora Ricezione : 15 Marzo 2021 17:31:31
Data/Ora Inizio : 15 Marzo 2021 17:31:32
Diffusione presunta
Oggetto : RISULTATI 2020

<i>Testo del comunicato</i>

Vedi allegato.

COMUNICATO STAMPA – RISULTATI 2020

- **RICAVI PARI A 534,9 MILIONI DI EURO (-33,6% A CAMBI CORRENTI, -33,0% A CAMBI COSTANTI) IN CONSEGUENZA DELLE CHIUSURE TEMPORANEE PER LA PANDEMIA E DELLA RAZIONALIZZAZIONE DISTRIBUTIVA ATTUATA.**
- **FORTE CRESCITA DEL CANALE ONLINE DIRETTO (+41%).**
- **IL RISULTATO OPERATIVO DELLA GESTIONE ORDINARIA (EBIT RETTIFICATO¹) SI ATTESTA A -111 MILIONI DI EURO (-3,1 MILIONI NEL 2019) IMPATTATO DALLA RIDUZIONE DI FATTURATO DOVUTA AL LOCKDOWN SOPRATTUTTO NEL SECONDO E QUARTO TRIMESTRE.**
- **IMPORTANTE RIDUZIONE DEI COSTI OPERATIVI PER CIRCA 60 MILIONI (-15%)**
- **LA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA AL 31 DICEMBRE 2020 (ANTE IFRS 16) E' PARI A -99,8 MILIONI DI EURO (+6,5 MILIONI AL 31 DICEMBRE 2019).**
- **LA REVISIONE DEL MODELLO DI BUSINESS FINALIZZATA ALLA DEFINIZIONE DI UNA RETE DISTRIBUTIVA PIÙ SNELLA, EFFICIENTE E PERFETTAMENTE INTEGRATA CON IL CANALE DIGITALE STA DANDO I PRIMI RISULTATI POSITIVI.**
- **L'INIZIO DEL 2021 EVIDENZIA ALCUNI SEGNALI INCORAGGIANTI NEI MERCATI E NEI CANALI MENO IMPATTATI DALLE CHIUSURE:**
 - **LE VENDITE COMPARABILI SONO POSITIVE IN RUSSIA +18% DA INIZIO ANNO E +18% SUL 2019 ED IN CINA +76% DA INIZIO ANNO.**
 - **IL CANALE ONLINE DIRETTO E' IN ULTERIORE RAFFORZAMENTO +72% DA INIZIO ANNO.**
- **I PRIMI SEGNALI DI VENDITA DEI NUOVI PROGETTI INNOVATIVI PROPOSTI PER LA COLLEZIONE SS21 (SPHERICA, PLAYKIX) SONO CONFORTANTI.**
- **VIENE PROPOSTA ALL'ASSEMBLEA L'ADOZIONE DI UN NUOVO SISTEMA DI LONG TERM INCENTIVE PER IL MANAGEMENT DI TIPO STOCK GRANT & CASH A SUPPORTO DEL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI DEL PIANO STRATEGICO 2021-2023 IN VIA DI DEFINIZIONE.**

Biadene di Montebelluna, 15 Marzo 2021 – 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 2020 e il Bilancio Consolidato 2020 nonché la dichiarazione consolidata contenente le informazioni di carattere non finanziario.

¹ Esclusi costi di ristrutturazione e svalutazioni nette di immobilizzazioni (impairment) per circa Euro 13,6 milioni.

La Società ha commentato: “I risultati del 2020 sono stati profondamente segnati dalla pandemia da COVID-19 con una significativa riduzione della mobilità delle persone, un sostanziale azzeramento dei flussi turistici e con frequenti sospensioni, tutt’ora in corso, delle attività commerciali non essenziali.

Nel corso del 2020 quasi un quarto della nostra rete distributiva ha subito interruzioni della propria operatività con picchi di chiusure temporanee nel secondo e nel quarto trimestre. Tutto ciò, oltre a determinare un inevitabile e rilevante calo di fatturato e di margine, ha comportato anche importanti oneri straordinari legati all’incremento dei livelli di invenduto, alla chiusura dei negozi, alle difficoltà dei nostri clienti.

In questo contesto il Gruppo Geox, ha implementato le azioni necessarie a proteggere la liquidità dell’azienda ed i dipendenti, ha effettuato una incisiva azione di riduzione dei costi (circa 60 milioni di risparmi) ed accelerato la definizione di un modello di business più snello, più efficiente e più rispondente al nuovo contesto di mercato.

La pandemia e la digitalizzazione stanno strutturalmente cambiando le abitudini di acquisto dei consumatori e richiedono pertanto una evoluzione delle strutture distributive ed operative delle imprese al fine di renderle sempre più integrate e sempre più flessibili.

Il canale digitale, in continua e costante crescita, sta diventando sempre più rilevante per tutte le tipologie di clientela e per ispirare i percorsi d’acquisto anche verso il canale fisico che rimane fondamentale per il successo e l’immagine del Brand ma deve necessariamente evolvere ampliando la propria gamma di servizi, in una perfetta integrazione con il canale digitale, e riflettere canoni di locazione più consoni al nuovo contesto operativo.

Su queste premesse il Gruppo ha pertanto recentemente approvato una importante revisione del perimetro distributivo (con l’uscita, nei prossimi 3 anni, da 110 negozi meno profittevoli e non più strategici), deliberato ulteriori investimenti sul digitale (prossima apertura di un sito e-commerce diretto in Russia, rafforzamento partnership in Cina, ingresso nei marketplace di importanti *Partner* in Europa) e portato avanti azioni di riorganizzazione nei Paesi caratterizzati da un profilo di redditività non soddisfacente.

Queste azioni che saranno accompagnate da ulteriori iniziative tese ad alleggerire la struttura generale dei costi e renderla più flessibile con l’andamento del business, permetteranno inoltre di liberare quelle risorse necessarie a finanziare gli altri progetti strategici per il Gruppo, volti a rinvigorire l’immagine del Brand con nuove campagne di marketing e a migliorare il mix di vendite con strumenti evoluti di merchandising.

L’andamento delle vendite negli ultimi mesi, pur nella complessità derivante dalla pandemia, evidenzia dei trend che ci confortano sulla validità del percorso strategico intrapreso. Il canale online sta ulteriormente accelerando la propria crescita (+72% da inizio 2021), Cina e Russia, mercati ad alto potenziale non più impattati dalle chiusure temporanee, stanno consolidando i segnali di ripresa evidenziati nell’ultima parte del 2020 con crescite a doppia cifra da inizio 2021. Resta resiliente anche l’andamento del segmento bambino, sul quale il Gruppo vanta posizioni di leadership in molti Paesi e su cui continua ad investire ed innovare. Proprio per la attuale collezione primaverile abbiamo lanciato due progetti anche con il ritorno a campagne pubblicitarie in TV. Il primo è un prodotto altamente innovativo “Playkix™” rivolto al segmento bambino e combina la tradizionale ricerca di benessere e protezione con la voglia di muoversi e divertirsi grazie alla presenza di un sensore inserito nella suola che trasforma via bluetooth i passi dei piccoli consumatori in avvincenti avventure interattive sullo smartphone. E’ stato inoltre lanciato un nuovo progetto anche per il segmento adulto con “Spherica™”, una sneaker caratterizzata da una eccezionale performance in termini di confort, leggerezza e benessere grazie allo *zero shock system* traspirante che, oltre a garantire la tradizionale traspirazione, attutisce la pressione del piede in ogni fase del movimento. I primi dati sulle vendite di entrambi sono molto confortanti.

Proprio questi due nuovi progetti oltre a testimoniare come il nostro impegno sulla innovazione e sulla ricerca non abbia mai subito interruzioni segnano l’inizio di una strategia basata sulla centralità del cliente attraverso un’offerta sempre più mirata, focalizzata sui valori del Brand e maggiormente sostenuta da campagne pubblicitarie.

Siamo fiduciosi e convinti che proprio l’innovazione di prodotto, il benessere delle persone e la sostenibilità, da sempre valori storici del Brand, uniti al profondo cambiamento degli stili di vita e delle abitudini di acquisto dei consumatori, sempre più rivolti ad uno stile casual con un ottimo rapporto qualità/prezzo, ci possano permettere una volta superata la pandemia, di tornare ad una crescita ed una redditività sostenibili.”

ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO: RICAVI

I ricavi consolidati del 2020 si sono attestati a euro 534,9 milioni, in riduzione del 33,6% rispetto all'esercizio precedente (-33,0% a cambi costanti) impattati dalla diffusione della pandemia da COVID-19 e dalla razionalizzazione distributiva effettuata in corso d'anno.

L'andamento nel quarto trimestre (-35,3% e -33,5% a cambi costanti) è dovuto principalmente a 3 fattori: le nuove chiusure temporanee decise dai Governi nei vari paesi, il completamento del piano 2020 di razionalizzazione dei negozi e la richiesta del mercato di ritardare le spedizioni di Primavera-Estate 2021.

Ricavi per Canale distributivo

(Migliaia di euro)	2020	%	2019	%	Var. %
Multimarca	258.330	48,3%	360.448	44,7%	(28,3%)
Franchising	43.106	8,1%	84.302	10,5%	(48,9%)
DOS*	233.461	43,6%	361.108	44,8%	(35,3%)
Totale Geox Shop	276.567	51,7%	445.410	55,3%	(37,9%)
Totale ricavi	534.897	100,0%	805.858	100,0%	(33,6%)

* Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

I ricavi dei negozi multimarca, pari al 48,3% dei ricavi del Gruppo (44,7% nel 2019), si attestano a euro 258,3 milioni (-28,3% a cambi correnti, -27,4% a cambi costanti) rispetto ai 360,4 milioni del 2019. Il trend è dovuto alla chiusura temporanea dei punti vendita multimarca, nel secondo e nel quarto trimestre, che ha portato i nostri clienti a richiedere cancellazioni di parte degli ordini di Primavera/Estate; ridurre i riassortimenti in stagione; prolungare il periodo di sell-out della collezione primaverile andando quindi a rivedere, in stretta cooperazione con Geox, gli ordinativi iniziali della stagione invernale; posticipare gli anticipi delle consegne della collezione SS21. Inoltre il Gruppo ha registrato minori vendite di stock di stagioni precedenti.

In miglioramento l'andamento nel quarto trimestre (-17,5% a cambi correnti, -12,2% a cambi costanti) con ricavi pari a euro 36,9 milioni (euro 44,7 milioni nel quarto trimestre 2019). Tale performance è sostanzialmente in linea con la riduzione degli acquisti per la collezione FW20 (-21%) a seguito della revisione degli ordini effettuata in stretta cooperazione con i clienti in modo da ridurre al massimo il rischio di cancellazioni. A ciò si è sommato un buon andamento dei riassortimenti in stagione della collezione FW20 a cui si è contrapposto un effetto timing negativo sulle consegne della collezione SS21.

I ricavi del canale franchising, pari all' 8,1% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 43,1 milioni, riportando una diminuzione del 48,9% (-48,3% a cambi costanti) rispetto agli 84,3 milioni del 2019. L'andamento del periodo è stato impattato dalle chiusure temporanee e dalla riduzione di perimetro (circa euro 14 milioni o il 17%) che è passato dai 386 negozi di Dicembre 2019 ai 322 di Dicembre 2020.

Nel quarto trimestre il canale ha riportato ricavi pari a euro 9,6 milioni (euro 16,7 milioni nel quarto trimestre 2019) con un calo del 42,8% (-42,2% a cambi costanti) impattato ancora sia dalla riduzione del perimetro (-17%) che da un effetto timing negativo sulle spedizioni della SS21.

I ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) che rappresentano il 43,6% dei ricavi del Gruppo si attestano a euro 233,5 milioni rispetto ai 361,1 milioni del 2019 (-35,3% a cambi correnti, -34,9% a cambi costanti). Le vendite comparabili (LFL) a fine anno si attestano a -33,8% e riflettono l'elevata percentuale di negozi rimasta temporaneamente chiusa

nell'anno (oltre il 20% in media) e la riduzione del traffico indotta dalle restrizioni alla mobilità delle persone. Si deve anche tenere in considerazione la razionalizzazione di perimetro (circa il 10%), già precedentemente evidenziata, con la riduzione netta di 44 DOS principalmente nella seconda metà dell'anno.

Le performance, dalla riapertura dei negozi da inizio maggio, sono state in progressivo recupero e ad agosto sono tornate nuovamente positive contestualmente alla stagione dei saldi estivi in Italia e Francia. Successivamente dall'inizio del quarto trimestre la nuova crescita dei contagi ha determinato nuove chiusure temporanee nei principali Paesi europei ed in Canada.

Il business online diretto del Gruppo ha evidenziato una crescita rilevante nell'anno, +41% rispetto al 2019 (+21% nel primo trimestre, +59% nel secondo trimestre, +37% nel terzo trimestre e +44% nel quarto trimestre) e continua a rimanere fortemente positivo anche nelle prime settimane del 2021 (+72% da inizio anno).

Nel quarto trimestre i ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) sono stati pari a euro 58,7 milioni in calo del 41,9% (-41,1% a cambi costanti) rispetto ai 101,0 milioni del quarto trimestre 2019. Il trend del trimestre riflette l'andamento delle vendite comparabili nel periodo (-37,9%) oltre alla già citata riduzione di perimetro.

Ricavi per Area geografica

(Migliaia di euro)	2020		2019	%	Var. %
Italia	124.923	23,4%	228.453	28,3%	(45,3%)
Europa (*)	250.293	46,8%	344.258	42,7%	(27,3%)
Nord America	24.772	4,6%	46.189	5,7%	(46,4%)
Altri Paesi	134.909	25,2%	186.958	23,2%	(27,8%)
Totale ricavi	534.897	100,0%	805.858	100,0%	(33,6%)

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

I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 23,4% dei ricavi del Gruppo (28,3% nel 2019), si attestano a euro 124,9 milioni, rispetto a euro 228,5 milioni nel 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 fisici. Sulla performance annuale ha anche pesato la razionalizzazione distributiva effettuata nell'anno (46 chiusure nette, pari al 17% del perimetro).

In tale contesto tutti i canali hanno subito gli effetti derivanti dall'emergenza pandemica. I negozi a gestione diretta, che avevano riportato dati positivi ad inizio anno, hanno poi subito gli effetti delle chiusure temporanee, chiudendo il periodo con un calo delle vendite sostanzialmente in linea con il dato di Gruppo. 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. Il canale franchising ha in particolare risentito anche della riduzione di perimetro avvenuta nel periodo (37 chiusure nette, pari al 30% del perimetro).

La performance del canale online diretto è stata particolarmente brillante registrando un +79% a fine dicembre.

Nel quarto trimestre i ricavi in Italia sono stati pari a euro 22,7 milioni in calo del 48,9% rispetto ai 44,4 milioni del quarto trimestre 2019. Il trend del trimestre risente, oltre al citato difficile contesto, anche della razionalizzazione del perimetro distributivo. L'andamento delle vendite comparabili si è attestato a -48%, con il canale online diretto in crescita del +81%.

I ricavi generati in Europa, pari al 46,8% dei ricavi del Gruppo (42,7% nel 2019), ammontano a euro 250,3 milioni, rispetto a euro 344,3 milioni del 2019, registrando un decremento del 27,3% principalmente dovuto, come in Italia,

GEOX

RESPIRA

agli effetti derivanti dalla diffusione dell'epidemia che ha determinato la chiusura temporanea dei negozi principalmente nel secondo e quarto trimestre. Sulla performance annuale ha anche pesato la razionalizzazione distributiva effettuata nell'anno (24 chiusure nette, pari al 9% del perimetro).

Dopo una partenza positiva (circa +5%), le vendite comparabili dei negozi a gestione diretta hanno chiuso l'anno in calo del 31% circa.

Anche per il mercato europeo, si segnala l'ottimo trend registrato dal canale online diretto, +39%. Per quanto riguarda infine il canale multimarca e quello in franchising le performance sono state negative ma leggermente migliori di quelle del mercato italiano in quanto impattate meno negativamente dal timing delle spedizioni.

Nel quarto trimestre i ricavi in Europa sono stati pari a euro 44,4 milioni in calo del 34,6% (-34,5% a cambi costanti) rispetto ai 67,8 milioni del quarto trimestre 2019. L'andamento delle vendite comparabili nel periodo è stato pari al -38% con il canale online diretto in aumento del +44%.

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 24,8 milioni (4,6% del fatturato), riportando un decremento del 46,4% (-45,0% a cambi costanti). In USA ed in Canada il periodo di chiusura nella prima parte dell'anno è stato più lungo iniziando a metà marzo e finendo a metà Giugno.

Nel 2020 le vendite comparabili del canale diretto sono risultate in calo del 45% circa. Nel corso del 2020 ci sono state 13 chiusure nette di negozi (35% del perimetro).

Il canale online riporta una crescita del +28%. Il canale multimarca è risultato in calo del 28%.

Nel quarto trimestre i ricavi in Nord America sono stati pari a euro 6,5 milioni in calo del 46,3% (-42,8% a cambi costanti) rispetto ai 12,0 milioni del quarto trimestre 2019. L'andamento delle vendite comparabili nel periodo è stato pari al -43% con il canale online diretto in aumento del +35%.

Gli Altri Paesi riportano un fatturato di 134,9 milioni (25,2% del fatturato vs 23,2% nel 2019) in decrescita del 27,8% rispetto al 2019 (-24,9% 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 (-40,2% a cambi correnti, -39,3% a cambi costanti) è stata maggiormente accentuata nella prima parte dell'anno 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; 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 comparabili dei negozi a gestione diretta alla fine dell'anno registrano una diminuzione attorno al -28% con un progressivo miglioramento nella seconda parte dell'anno. Si stanno vedendo in particolare dei segnali di recupero in Cina, le cui vendite comparabili nei negozi diretti sono passate dal -50% del primo trimestre dell'anno al +4% nel quarto trimestre. Il canale online diretto dell'intera area a fine anno si è attestato a +17%.

Nel quarto trimestre i ricavi nell'Area APAC sono stati pari a euro 9,2 milioni in calo del 25,9% rispetto al quarto trimestre 2019. Il trend del trimestre ha in particolare risentito della riduzione della raccolta ordini iniziale sul canale wholesale. L'andamento delle vendite comparabili nel periodo è stato pari al -7,6% (+4% per la sola Cina) con il canale online diretto in aumento del +21%.

Per quanto riguarda invece l'Europa dell'Est i ricavi dell'area sono risultati pari a 101,3 milioni (18,9% del fatturato vs 16,2% nel 2019) in calo del 22,5%. Tutti i negozi a gestione diretta hanno temporaneamente sospeso l'attività nell'ultima parte di Marzo per poi riaprire gradualmente nel mese di Giugno. Nuove misure di lockdown sono state introdotte in alcuni Paesi a partire dal mese di Novembre. Le vendite comparabili dei negozi a gestione diretta si sono attestate a circa -17%. Molto bene il canale online (+79% rispetto a Dicembre 2019).

Nel quarto trimestre i ricavi nell'Europa dell'Est sono stati pari a euro 22,4 milioni in calo del 13,1% rispetto ai 25,8 milioni del quarto trimestre 2019. L'andamento delle vendite comparabili nel periodo è stato pari al -3% con il canale online diretto in aumento del +41%. Positiva la performance registrata in Russia (+5%) grazie soprattutto al buon andamento delle vendite comparabili dei negozi a gestione diretta (+13%).

Ricavi per Categoria Merceologica

Le calzature hanno rappresentato l'89,2% dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 477,4 milioni, con un decremento del 33,8% (-33,2% a cambi costanti) rispetto al 2019. L'abbigliamento è stato pari al 10,8% dei ricavi consolidati attestandosi a euro 57,5 milioni (-32,4% a cambi correnti e -31,1% a cambi costanti).

(Migliaia di euro)	2020	%	2019	%	Var. %
Calzature	477.379	89,2%	720.804	89,4%	(33,8%)
Abbigliamento	57.518	10,8%	85.054	10,6%	(32,4%)
Totale ricavi	534.897	100,0%	805.858	100,0%	(33,6%)

ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO: LE ALTRE VOCI DI CONTO ECONOMICO

I risultati dell'anno oltre a risentire della diminuzione di fatturato dovuto alle dinamiche precedentemente descritte, sono stati impattati sia da oneri straordinari legati al COVID-19 per circa 44 milioni di euro (svalutazione straordinaria magazzino, impairment, accantonamenti su crediti) oltre che da circa 28 milioni di euro relativi ai costi monetari dei negozi nei giorni di chiusura. A fronte di ciò il Gruppo ha portato avanti una decisa azione di efficientamento su tutte le principali voci di costo con risparmi totali per quasi 60 milioni di euro. Si evidenziano di seguito le dinamiche a livello di singola linea di conto economico.

Costo del venduto e margine lordo

Il costo del venduto è stato pari al 56,7% dei ricavi rispetto al 50,5% del 2019, determinando un margine lordo del 43,3% (49,5% nel 2019).

Il peggioramento del margine risente in particolare di una svalutazione straordinaria, pari ad euro 18,4 milioni, effettuata sul magazzino e principalmente legate alle collezioni 2020 a seguito dell'eccesso di stock determinatosi con la chiusura dei negozi durante il *lockdown*. Al netto di questa svalutazione, il margine si sarebbe attestato al 46,8% con un calo di circa 270 punti base rispetto al 2019. Tale riduzione è principalmente riconducibile a tre fattori: (i) un minor peso dell'incidenza dei ricavi derivanti dal canale DOS a seguito del prolungato periodo di inattività post COVID-19; (ii) la chiusura dei negozi durante il periodo a prezzo pieno che ha determinato una maggior peso nell'anno delle vendite in saldo e quindi uno sconto medio più alto nonostante una politica promozionale in riduzione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; (iii) alcune inefficienze emerse nell'impianto di proprietà in Serbia a seguito della sospensione delle attività intercorse nel secondo trimestre per il COVID-19 e, successivamente, all'elevato assenteismo legato alla pandemia.

Costi operativi e risultato operativo (EBIT)

Il totale dei costi operativi (costi generali ed amministrativi, costi di vendita e distribuzione e pubblicità) nell'anno si attesta a 342,8 milioni di euro rispetto ai 401,9 milioni del 2019, con un risparmio di circa 59 milioni di euro (-14,7%).

In particolare:

- I costi di vendita e distribuzione si attestano a 41,4 milioni di euro e risultano in diminuzione rispetto allo scorso anno (44,2 milioni nel 2019). Tale risultato è stato conseguito grazie ai risparmi (9,3 milioni) derivanti dai minori volumi di attività nel periodo che hanno permesso di compensare alcuni accantonamenti non ordinari, pari a 6,6

milioni di euro, legati alle esposizioni creditizie verso alcune controparti trovatesi in difficoltà a seguito dell'interruzione di attività post COVID-19.

- I costi generali e amministrativi si attestano ad euro 278,3 milioni, rispetto a euro 331,6 milioni del 2019 con una riduzione (-16,1%) di circa 53 milioni di euro. Il calo rispetto allo scorso anno deriva principalmente da questi fattori:

- (i) minori costi dei negozi a gestione diretta (DOS) per euro 37,5 milioni, imputabili principalmente alla riduzione del costo del personale (complessivi euro 23,2 milioni) per l'utilizzo degli ammortizzatori sociali (circa 10 milioni), per le azioni intraprese dal management sull'efficientamento di tali costi nonché alla riduzione del perimetro dei negozi (euro 13,2 milioni), e al risparmio su costi di locazione dei negozi, inclusi i contributi statali, per 12,9 milioni;
- (ii) minori costi di struttura per euro 14,0 milioni, di cui 7 milioni derivanti dal ricorso agli ammortizzatori sociali per il personale di struttura e 7 milioni da azioni di efficientamento intraprese dal Gruppo;

- I costi di pubblicità e promozione si attestano ad euro 23,0 milioni, in riduzione rispetto a euro 26,2 milioni dell'anno precedente. La diminuzione è sostanzialmente legata alle minori iniziative di marketing intraprese nel periodo a seguito del *lockdown*.

Il risultato operativo, prima delle svalutazioni nette di immobilizzazioni e dei costi di ristrutturazione, (EBIT adjusted) si attesta ad euro -111,0 milioni contro euro -3,1 milioni del 2019 e risente pertanto principalmente degli effetti legati alla riduzione del fatturato.

Svalutazione nette di immobilizzazioni

Come descritto precedentemente, l'esercizio 2020 è stato pesantemente impattato dalla diffusione globale del COVID-19 che, per intensità e imprevedibilità, costituisce un fattore esterno di potenziale presunzione di perdita di valore (indicatore di impairment). Il risultato del test di impairment ha comportato una svalutazione netta pari ad Euro 12,4 milioni, riferibili a 95 punti vendita, oggetto di svalutazione integrale o parziale.

Imposte

Le imposte sul reddito dell'esercizio 2020 risultano essere positive per euro 4.444 mila, rispetto ad euro -429 mila del 2019.

Si segnala come il valore delle imposte risenta di un prudente mancato stanziamento di imposte differite attive per euro 25,1 milioni, afferenti a perdite fiscali generate nel corso del 2020 per le quali alla data della presente relazione, non vi è la ragionevole certezza che i redditi imponibili fiscali, nei prossimi tre o quattro esercizi, ne permettano il recupero in aggiunta a quello delle imposte differite attive già presenti in bilancio.

Tale valutazione fatta dal management sulla probabilità di recupero delle imposte differite attraverso redditi imponibili fiscali futuri si basa sullo sviluppo di diversi scenari alternativi con attribuzione di differenti gradi di probabilità circa il loro accadimento. Questi scenari si sono resi necessari avendo riguardo alla estrema volatilità delle previsioni in questo momento. Alla luce di ciò si preferisce attendere di aver maggiore visibilità su quando l'emergenza sanitaria possa rientrare.

Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 31 dicembre 2020 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 867 di cui 410 DOS. Nel corso del 2020 sono stati aperti 32 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 139, 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.

	31-12-2020		31-12-2019		2020		
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Aperture Nette	Aperture	Chiusure
Italia	226	139	272	148	(46)	2	(48)
Europa (*)	246	142	270	159	(24)	4	(28)
Nord America	24	24	37	37	(13)	-	(13)
Altri Paesi (**)	371	105	395	110	(24)	26	(50)
Totale	867	410	974	454	(107)	32	(139)

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

(**) Include i negozi esistenti in paesi con contratto di licenza (pari a 135 negozi al 31 dicembre 2020 e a 134 negozi al 31 dicembre 2019). I ricavi del canale franchising non comprendono i negozi in tali paesi.

SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA DEL GRUPPO

La posizione finanziaria netta a fine Dicembre si è attestata (ante IFRS 16) a euro -99,8 milioni (euro +6,5 milioni al 31 Dicembre 2019).

Si segnala che il Gruppo ha ritenuto opportuno sospendere il pagamento di alcuni canoni d'affitto relativamente ai periodi di chiusura dei negozi e ha poi effettuato, dalla riapertura, pagamenti proporzionati all'andamento delle vendite fino al 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 serrata, sono indubbiamente difficili, ma il Gruppo ha già concluso un numero rilevante di accordi e altri sono in fase avanzata, con la convinzione però 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.

La parte scaduta dei canoni di affitto sospesi o pagati parzialmente alla data del 31 Dicembre 2020 ammonta a circa euro 14 milioni e sono riferibili principalmente (euro 8 milioni) al secondo trimestre, ossia alla fase più acuta del lockdown.

Il rapporto del capitale circolante netto operativo sui ricavi si è attestato al 33,2% rispetto al 22,7% del 2019. Tale variazione è dovuta principalmente alla riduzione di fatturato, visto che il capitale circolante si attesta a 177,5 milioni, in riduzione rispetto ai 182,7 milioni del 2019.

L'emergenza derivante dal COVID-19 ha provocato, per tutto il settore, un rilevante assorbimento di cassa che si è aggiunto 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.

Nel corso del 2020 sono stati effettuati investimenti per euro 18,2 milioni, rispetto ai 33,4 milioni sostenuti nel 2019, legati principalmente al piano di restyling dei negozi (7,7 milioni) volto al miglioramento delle performance e agli investimenti in IT (6,0 milioni).

Visto l'attuale contesto 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 2020 della capogruppo Geox S.p.A. e la relazione sul governo societario, sugli assetti proprietari e la dichiarazione contenente le informazioni non finanziarie.

I ricavi sono stati pari a euro 379,3 milioni contro euro 548,5 milioni del 2019. Nel 2020 si è registrata 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. Nel 2019 la Società aveva registrato una perdita pari ad euro 33,6 milioni.

Il patrimonio netto al 31 dicembre 2020 si è attestato a euro 164,1 milioni rispetto a euro 308,5 milioni di fine 2019 con una posizione finanziaria netta negativa pari a euro 116,0 milioni, escludendo l'impatto IFRS 16 (positiva per euro 17,9 al 31 dicembre 2019).

Il bilancio al 31 dicembre 2020 verrà sottoposto all'approvazione dell'Assemblea degli Azionisti prevista per il giorno 22 aprile 2021.

AGGIORNAMENTO SULLA RIDEFINIZIONE STRATEGICA DELLA RETE DISTRIBUTIVA DEL GRUPPO

La pandemia in corso, insieme alla digitalizzazione, hanno spinto il management nell'ultimo anno a rivedere il proprio modello di business su tutte le geografie, al fine di renderlo più snello, più efficiente e più rispondente al nuovo contesto operativo. Un modello di business in cui il canale fisico, in una logica di omnicanalità distributiva ed operativa, sappia sia evolvere il proprio ruolo di *hub* di servizi che rispecchiare condizioni contrattuali di locazione congrue con l'attuale scenario.

Queste le principali azioni deliberate dal management:

- Deliberato (a gennaio 2020 prima dello scoppio della pandemia in Europa) il piano di chiusura di circa 75/80 punti vendita in perdita (EBIT 2019 pari a -5 milioni) nel triennio 2020-2022.
- Deliberato a gennaio 2021 l'aggiornamento dello scenario di razionalizzazione con l'uscita nel prossimo triennio da 110 negozi alla fine del loro ciclo di vita, più piccoli e meno profittevoli, che non hanno le caratteristiche per assumere la rilevanza strategica necessaria in uno scenario in cui si debba garantire una perfetta integrazione con il canale online. Tali chiusure risultano neutrali (sulla base dei risultati 2019) in termini di impatto sull'EBIT di canale ma con benefici sull'efficienza complessiva del business e del circolante. A tali azioni si accompagnerà l'apertura di circa 20 negozi più grandi ed in locations strategiche ed il restyling dei negozi a maggiore potenziale. A tutto ciò si affiancherà un processo di ulteriore investimento, trasformazione e crescita digitale del Gruppo che punterà sui servizi di omnicanalità a vantaggio e beneficio dell'incremento delle vendite nella rete fisica e vedrà anche l'ingresso del Gruppo nei *marketplace* di alcuni importanti partner. Continuerà inoltre l'investimento nel canale on-line tramite l'apertura di un sito diretto in Russia e il rafforzamento delle alleanze con i partner strategici in Cina.
- Confermato il proseguimento delle azioni incisive di razionalizzazione in Canada, USA, Giappone, nel Regno Unito ed in Germania nei casi in cui i valori degli affitti non siano più ritenuti congrui rispetto alle attuali condizioni di mercato.

Proprio relativamente all'ultimo punto si deve segnalare la positiva conclusione della procedura di riorganizzazione avviata in Canada in data 08/09/2020 (si veda il relativo comunicato stampa).

La *Ontario Superior Court of Justice* ha infatti formalmente dichiarato chiuso il procedimento *Notice of Intention to make a proposal (NoI)* avviato da Geox Canada Inc. con la ratifica della proposta di pagamento del debito approvata in data 28/01/2021 dal Comitato dei Creditori con una votazione favorevole per il 98%.

Su tali premesse, si evidenziano di seguito i principali punti che emergono dalla chiusura della procedura:

- Mantenimento di 20 punti vendita diretti (sui 30 totali) principalmente nelle aree di Toronto, Vancouver e Montreal con una sostanziale revisione delle precedenti condizioni contrattuali. Su 12 punti vendita i canoni di locazione sono stati convertiti in canoni variabili legati all'andamento del fatturato, mentre sui rimanenti 8 il canone fisso è stato significativamente ridotto (circa il 35% medio di riduzione). Nel 2019 l'ammontare complessivo dei canoni di locazione di questi 20 negozi si era attestato a 3,7 milioni di dollari canadesi (2,5 milioni di euro al tasso di cambio odierno). Per tutti questi punti vendita è inoltre stata concordata la libera facoltà di uscita senza penali.
- Uscita da 10 punti vendita (7 già chiusi a fine 2020) non ritenuti strategici (ed in perdita nel 2019) principalmente nella zona di Alberta (Calgary ed Edmonton) senza alcun pagamento di penali
- Accordo sul debito pregresso (legato principalmente agli affitti non pagati del 2020) con un pagamento di circa 475 mila dollari canadesi (circa 300 mila euro al tasso di cambio odierno). Considerando l'effetto sul bilancio di Gruppo, la cancellazione del debito pregresso ammonta a circa 3,7 milioni di dollari canadesi (circa 2,5 milioni di euro al tasso di cambio odierno).

Con questa azione Geox potrà aprire in Canada, in cui è presente da oltre 15 anni, una nuova fase di crescita sana e sostenibile attraverso una rete fisica razionalizzata, efficiente ed integrata con il canale online. Proprio le recenti ed ottime performance del canale online (+62% nel 2020 e circa +100% da inizio 2021) oltre ad avvalorare l'alta riconoscibilità e la buona salute del Brand nel Paese rappresentano un concreto segnale di fiducia per il futuro.

Sono in fase avanzata anche le azioni di riorganizzazione intraprese in USA, Giappone e Regno Unito.

EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL PERIODO

AGGIORNAMENTO SULLO STATO DI OPERATIVITA' DEI NEGOZI - COVID-19 -

A partire dal mese di ottobre, la seconda ondata di COVID-19 sta inducendo i Governi di molti Paesi a reintrodurre nuove restrizioni alla mobilità o veri e propri *lockdown*, al fine di contenere la crescita dei contagi. Alla data del 14 Marzo, gran parte di queste limitazioni, che interessano principalmente l'Europa ed il Canada, vengono aggiornate sulla base dell'evoluzione dei contagi e quindi sono altamente suscettibili di variazioni. E' attualmente previsto che questi provvedimenti possano rimanere in vigore mediamente per gran parte del mese di marzo e inizio Aprile. Per quanto riguarda l'Italia, le attuali disposizioni prevedono il mantenimento delle misure restrittive fino al prossimo 6 aprile, con chiusura dei negozi nelle cosiddette zone rosse e chiusura indistinta dei centri commerciali nei pre-festivi e festivi.

A valle di queste disposizioni, i negozi diretti (DOS) che sono ad oggi temporaneamente chiusi sono 89 (12 in Italia, 26 in Germania, 33 in Francia, 6 in Canada, 4 nel Regno Unito, 4 in Ungheria e 4 in Olanda), pari al 23% della attuale rete distributiva diretta. A questi punti vendita si devono aggiungere 92 DOS presenti nei centri commerciali in Italia (82), Spagna (8) e Nizza (2) che, secondo alle disposizioni governative, sono chiusi durante i giorni festivi e prefestivi. Includendo questi negozi, la rete distributiva diretta interessata dalle chiusure temporanee sale al 46%.

Sempre in base alle disposizioni governative, i negozi in franchising temporaneamente chiusi sono 69 (tra cui 17 in Portogallo, 7 in Francia 14 in Repubblica Ceca, 9 in Grecia 6 in Italia) pari al 22% della rete. A questi punti vendita si devono aggiungere 44 franchising presenti nei centri commerciali principalmente in Italia (40) che sono chiusi nei giorni festivi e prefestivi. Includendo questi negozi, la rete distributiva in franchising temporaneamente chiusa nei giorni festivi e prefestivi sale al 36%.

Nell'Area Asia Pacifico dove il Gruppo è presente, non sono al momento vigenti nuovi *lockdown* e quindi tutta la rete distributiva di Geox è operativa.

Complessivamente la difficile situazione sanitaria sta, di fatto, comunque facendo continuare la sostanziale riduzione dei flussi turistici nel mondo.

AGGIORNAMENTO SULL'APPROVVIGIONAMENTO DI MATERIE PRIME E PRODOTTO FINITO

Le aree produttive di approvvigionamento del Gruppo sono l'Estremo Oriente, il bacino del mediterraneo e lo stabilimento di proprietà in Serbia. 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 con una residua instabilità soprattutto 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. Questi fattori stanno portando ad un trend di aumento dei costi dei noli e del *via-aerea*.

In febbraio si è verificata una escalation delle tensioni politiche e sociali, con gravi ripercussioni sulla popolazione, in uno dei paesi (Myanmar) dove i fornitori del Gruppo localizzano parte della produzione. Il Gruppo, pur non avendo rapporti diretti con tale paese, sta monitorando costantemente la situazione, che è in continua evoluzione, con un attento bilanciamento tra il necessario alleggerimento degli acquisti, ove possibile, per ridurre il rischio e la dovuta considerazione per l'impatto sociale di una brusca uscita da tali fonti produttive.

Le fabbriche nel paese sono attualmente operative ma 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 situazioni di ulteriore aggravamento.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

L'attuale scenario rende estremamente incerta ogni previsione relativa sia alla durata che all'estensione delle nuove misure di contenimento/*lockdown* presenti in tutti i principali paesi.

L'andamento delle vendite nelle prime dieci settimane del 2021 risente ancora delle chiusure temporanee nei principali mercati di riferimento in Europa e la comparazione con l'esercizio precedente è ancora penalizzata dal fatto che, nel 2020, gli effetti della pandemia sono iniziati a partire dal mese di marzo.

Nei principali Paesi attualmente non più caratterizzati dalle chiusure temporanee, il trend risulta positivo. In Russia le vendite comparabili dei negozi diretti sono in crescita del +18% (+18% sul 2019). In Cina l'aumento è del +76% (anche se sotto i livelli 2019).

Inoltre il canale on-line diretto sta ulteriormente accelerando con una crescita del +72% da inizio anno. Il Gruppo sta anche iniziando il *roll-out* delle aperture di vetrine digitali in alcuni *marketplace* in Europa.

Da inizio marzo l'andamento delle vendite comparabili potrà beneficiare di una base di raffronto più supportante in considerazione del fatto che a Marzo ed Aprile 2020 mediamente oltre il 70% della rete diretta è stato temporaneamente chiuso.

Le informazioni attuali ipotizzano una graduale riapertura dei negozi attualmente chiusi a partire dalla prima metà di Aprile 2021, ma tutto resta altamente incerto viste anche le passate recrudescenze delle ondate dei contagi.

Per tali motivi ad oggi si ritiene che la prima parte dell'anno sarà ancora impattata dalle chiusure temporanee dei negozi ma con un secondo trimestre in miglioramento anche rispetto all'esercizio precedente.

Successivamente il progredire delle campagne di vaccinazione dovrebbe sostenere un graduale ritorno a condizioni ordinarie di business nella seconda metà dell'anno.

Si prevede che la crescita del canale online diretto rimanga sostenuta per tutto l'anno grazie anche ai continui investimenti, al continuo sviluppo dei progetti recentemente avviati (*marketplace*) e a quelli di prossimo rilascio (e-commerce diretto in Russia e rafforzamento partnership in Cina).

Il Gruppo resta inoltre concentrato nel proseguire le iniziative volte a proteggere il cash flow aziendale e a contenere i costi operativi così come fatto nel corso del 2020. In particolare si ritiene che i flussi di cassa possano complessivamente beneficiare nell'anno della vendita di parte dei prodotti relativi alle collezioni 2020 che, seppur già pagati, non sono mai stati presentati e visti dalla clientela a causa della chiusura dei negozi nonché al loro smaltimento negli outlet.

Proseguiranno nel frattempo gli investimenti ed i progetti volti alla trasformazione e all'efficientamento del modello di business basato sulla centralità del cliente, la piena omnicanalità e la segmentazione della distribuzione.

ALTRE DELIBERE DEL CDA**PROPOSTA ADOZIONE PIANO DI INCENTIVAZIONE DENOMINATO “PIANO DI EQUITY (STOCK GRANT) & CASH-BASED 2021-2023”**

Il Consiglio di Amministrazione, su proposta del Comitato per la Remunerazione, ha deliberato di sottoporre alla prossima Assemblea degli Azionisti, convocata per il giorno 22 aprile 2021, l'approvazione di un piano di incentivazione a medio-lungo termine, il Piano Equity (Stock Grant) & Cash-Based 2021-2023 (il “Piano”), che prevede l'assegnazione a titolo gratuito di massime n. 7.696.626 di azioni ordinarie della Società (cd. “Quota Equity”) nonché l'erogazione di una componente monetaria per un importo massimo pari a € 1.320.000 lordi in caso di *overachievement* di alcuni obiettivi (cd. “Quota Cash”), a favore dell'Amministratore Delegato, dei Dirigenti con Responsabilità Strategiche, nonché di Dirigenti e Key People di Geox o di altre società del Gruppo.

Il Piano ha un *vesting period* di tre anni e, di conseguenza, le azioni potranno essere assegnate a decorrere dalla data di approvazione del bilancio consolidato chiuso al 31 dicembre 2023.

L'assegnazione delle componenti della Quota Equity ai beneficiari è subordinata al rispetto, oltre che di una condizione di permanenza del rapporto lavorativo/di amministrazione al 31 dicembre 2023, al conseguimento di alcuni obiettivi di redditività collegati all'EBIT nel 2022 e al Target EBITDA nel 2023 (quest'ultimo come previsto dagli scenari del piano industriale 2021-2024) nonché ad alcuni obiettivi finanziari-patrimoniali del Gruppo nel 2023.

L'erogazione della Quota Cash è inoltre subordinata al raggiungimento del target di *overachievement*.

Ai sensi del Piano, le azioni oggetto di assegnazione potranno essere reperite, a discrezione del Consiglio di Amministrazione, nel rispetto delle previsioni di legge applicabili, (a) dall'aumento a titolo gratuito del capitale sociale ai sensi dell'articolo 2349, comma 1, del Codice Civile, deliberato dall'Assemblea degli Azionisti del 16 aprile 2019, per il quale sarà sottoposta all'approvazione dell'Assemblea straordinaria convocata per il 22 aprile 2021 la proposta di proroga del termine dello stesso fino al 31 dicembre 2025 e/o (b) dalle azioni eventualmente acquistate sul mercato e/o detenute ad altro titolo dalla Società, sulla base dell'autorizzazione assembleare all'acquisto e alla disposizione di azioni proprie ai sensi e per gli effetti degli articoli 2357 e seguenti del Codice Civile.

Attraverso l'adozione del Piano, la Società intende promuovere e perseguire i seguenti obiettivi:

- coinvolgere ed incentivare i beneficiari la cui attività è ritenuta di fondamentale importanza per il raggiungimento degli obiettivi del Gruppo;
- favorire la fidelizzazione dei beneficiari, incentivandone la permanenza all'interno del Gruppo;
- condividere ed allineare gli interessi dei beneficiari con quelli della Società e degli azionisti nel medio-lungo periodo, riconoscendo al *management* il contributo dato nell'incremento di valore della Società.

Il documento informativo relativo al piano di incentivazione denominato “Piano di Equity (Stock Grant) & Cash-based 2021-2023” (redatto ai sensi dell'art. 84-bis del Regolamento Consob n. 11971/1999 come successivamente modificato ed integrato) e la relativa relazione illustrativa saranno messi a disposizione del pubblico nei termini e nelle modalità previste dalla normativa vigente.

Con l'occasione, con riferimento alla remunerazione variabile di medio-lungo termine, il Piano di *Stock Grant* 2019-2021, in considerazione della crisi economica e finanziaria dovuta all'emergenza sanitaria COVID-19, la Società prevede che non sarà raggiunta la soglia minima del 60% dell'obiettivo di *performance* connesso all'Utile Netto cumulato 2019-2021. Inoltre, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato in data 15 marzo 2021 di non esercitare la facoltà, prevista dall'ultimo paragrafo del punto 7 del Regolamento del Piano di *Stock Grant* 2019-2021, di assegnare le Azioni ai Beneficiari, in tutto o in parte, anche nell'ipotesi di mancato raggiungimento degli Obiettivi di *Performance*.

PROPOSTA DI MODIFICA DELLA DELIBERAZIONE DELL'ASSEMBLEA STRAORDINARIA DEL 16 APRILE 2019 IN RELAZIONE ALL'AUMENTO DI CAPITALE SOCIALE GRATUITO AI SENSI DELL'ARTICOLO 2349, COMMA 1, DEL CODICE CIVILE, IN VIA SCINDIBILE, AL SERVIZIO DI PIANI DI STOCK GRANT, PER MASSIMI NOMINALI EURO 1.200.000 CORRISPONDENTI A UN NUMERO MASSIMO DI N. 12.000.000 AZIONI ORDINARIE DELLA SOCIETÀ, FINALIZZATA ALLA PROROGA DEL TERMINE DI SOTTOSCRIZIONE DELL'AUMENTO DI CAPITALE STESSO; CONSEGUENTI MODIFICHE ALL'ART. 5 DELLO STATUTO SOCIALE.

Il Consiglio di Amministrazione ha altresì approvato di proporre all'Assemblea Straordinaria degli Azionisti convocanda per il 22 aprile 2021, la modifica della deliberazione assembleare del 16 aprile 2019 di aumento a titolo gratuito del capitale sociale ai sensi dell'articolo 2349, comma 1, c.c., al servizio di piani di stock grant, per massimi nominali Euro 1.200.000 corrispondenti a un numero massimo di n. 12.000.000 azioni ordinarie della Società del valore nominale di Euro 0,10 cadauna ("Aumento di Capitale"), finalizzata a estenderne il termine di sottoscrizione fino al 31 dicembre 2025, con conseguente modifica di quanto riportato all'art. 5 dello Statuto Sociale.

La modifica è finalizzata a permettere a tale Aumento di Capitale di servire, oltre al Piano di Stock Grant 2019-2021, anche il "Piano di Equity (Stock Grant) & Cash based 2021-2023", oggetto di proposta di approvazione da parte dell'Assemblea ordinaria convocanda per il 22 aprile 2021, allineandolo alle tempistiche previste da tale Piano per l'assegnazione delle azioni ordinarie della Società ai beneficiari.

AUTORIZZAZIONE ALL'ACQUISTO E ALLA DISPOSIZIONE DI AZIONI PROPRIE AI SENSI DEGLI ARTT. 2357 E 2357 – TER C.C.

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 22 ottobre 2022), previa revoca del precedente piano autorizzato dall'Assemblea del 22 aprile 2020.

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.

MODIFICHE DELLO STATUTO IN ADEGUAMENTO ALLA LEGGE DI BILANCIO N. 160/2019 RECANTE DISPOSIZIONI IN MATERIA DI QUOTE DI GENERE NEGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE E DI CONTROLLO DELLE SOCIETÀ QUOTATE. MODIFICHE AGLI ARTICOLI N. 16, 17 E 22 DELLO STATUTO SOCIALE

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di sottoporre all'esame dell'Assemblea convocata per il 22 aprile 2021 in sede straordinaria la proposta di delibera relativa all'adeguamento dello Statuto alla Legge 27 dicembre 2019, n. 160 recante nuove disposizioni in materia di quote di genere negli organi di amministrazione e di controllo delle società quotate, con conseguente modifica degli artt. 16, 17 e 22 dello Statuto Sociale.

APPROVAZIONE DICHIARAZIONE FINANZIARIA NON CONSOLIDATA

Il Consiglio di Amministrazione di Geox S.p.A., riunitosi in data odierna, ha attentamente esaminato e successivamente approvato la Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria al 31 dicembre 2020, predisposta come relazione distinta dal Bilancio ai sensi del decreto legislativo 30 dicembre 2016 n. 254, in attuazione della direttiva UE 2014/95.

La suddetta Dichiarazione è stata redatta in conformità ai *Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards)* e descrive le attività più rilevanti svolte durante il 2020 in ambito sociale, ambientale ed economico nonché i risultati raggiunti. Inoltre, in ragione del forte impegno assunto dal Gruppo Geox rispetto a dette tematiche, la Dichiarazione illustra anche gli obiettivi di medio-lungo periodo espressione della volontà del Gruppo Geox di crescere e svilupparsi tenendo in considerazione gli interessi dei diversi stakeholder.

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 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.

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

(Migliaia di euro)	2020	%	2019	%
Ricavi netti	534.897	100,0%	805.858	100,0%
Costo del venduto	(303.074)	(56,7%)	(407.030)	(50,5%)
Margine lordo	231.823	43,3%	398.828	49,5%
Costi di vendita e distribuzione	(41.395)	(7,7%)	(44.181)	(5,5%)
Costi generali ed amministrativi	(278.329)	(52,0%)	(331.581)	(41,1%)
Pubblicità e promozioni	(23.049)	(4,3%)	(26.177)	(3,2%)
Risultato operativo della gestione ordinaria	(110.950)	(20,7%)	(3.111)	(0,4%)
Costi di ristrutturazione	(1.134)	(0,2%)	(3.245)	(0,4%)
Svalutazioni nette di immobilizzazioni	(12.436)	(2,3%)	(9.367)	(1,2%)
Risultato operativo	(124.520)	(23,3%)	(15.723)	(2,0%)
Oneri e proventi finanziari	(8.129)	(1,5%)	(8.607)	(1,1%)
Risultato ante imposte	(132.649)	(24,8%)	(24.330)	(3,0%)
Imposte	4.444	0,8%	(429)	(0,1%)
Tax rate	n.s.		n.s.	
Risultato netto	(128.205)	(24,0%)	(24.759)	(3,1%)
EBITDA	(13.727)	(2,6%)	96.252	11,9%
EBITDA ESCLUSO IFRS 16	(81.737)	(15,3%)	25.222	3,1%

Riconciliazione dell'Ebitda:

Risultato operativo	(124.520)	(15.723)
Ammortamenti materiali e immateriali	32.177	102.608
Impairment materiali e immateriali	3.197	9.367
Ammortamenti Diritti d'uso	66.180	68.764
Impairment Diritti d'uso	9.239	0
EBITDA	(13.727)	96.252
Affitti legati all'IFRS 16	(68.010)	(71.030)
EBITDA ANTE IFRS 16	(81.737)	25.222

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)	31-12-2020	31-12-2019
Immobilizzazioni immateriali	35.834	44.131
Immobilizzazioni materiali	50.413	61.231
Attività per diritto d'uso	241.808	298.685
Altre attività non correnti - nette	47.686	40.774
Attività non correnti	375.741	444.821
Capitale circolante netto operativo	177.528	182.721
Altre attività (passività) correnti, nette	(8.462)	(21.899)
Capitale investito	544.807	605.643
Patrimonio netto	167.208	302.698
Fondi TFR, fondi rischi e oneri	9.849	8.114
Posizione finanziaria netta	367.750	294.831
Capitale investito	544.807	605.643

CAPITALE CIRCOLANTE NETTO OPERATIVO E ALTRE ATTIVITÀ (PASSIVITÀ) CORRENTI

(Migliaia di euro)	31-12-2020	31-12-2019
Rimanenze	267.964	284.589
Crediti verso clienti	87.718	122.178
Debiti commerciali	(178.154)	(224.046)
Capitale circolante netto operativo	177.528	182.721
% sul totale ricavi degli ultimi dodici mesi	33,2%	22,7%
Debiti tributari	(13.057)	(10.502)
Altre attività correnti non finanziarie	35.093	23.458
Altre passività correnti non finanziarie	(30.498)	(34.855)
Altre attività (passività) correnti, nette	(8.462)	(21.899)

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(Migliaia di euro)	2020	2019
Risultato netto	(128.205)	(24.759)
Ammortamenti e svalutazioni	110.793	111.975
Altre rettifiche non monetarie	28.434	2.001
	11.022	89.217
Variazione capitale circolante netto operativo	(29.825)	31.115
Variazione altre attività/passività correnti	(5.677)	284
Cash flow attività operativa	(24.480)	120.616
Investimenti	(18.212)	(33.383)
Disinvestimenti	183	1.204
Investimenti netti	(18.029)	(32.179)
Free cash flow	(42.509)	88.437
Incremento diritti d'uso IFRS 16	(20.413)	(39.751)
Acquisto azioni proprie	-	(5.051)
Dividendi	-	(6.480)
Variazione posizione finanziaria netta	(62.922)	37.155
Posizione finanziaria netta iniziale - ante fair value contratti derivati	(296.020)	(6.810)
Effetto prima contabilizzazione IFRS 16 al 1/01/2019	-	(325.932)
Posizione finanziaria netta iniziale - ante fair value contratti derivati	(296.020)	(332.742)
Variazione posizione finanziaria netta	(62.922)	37.155
Effetto delle differenze di conversione	1.243	(433)
Posizione finanziaria netta finale- ante fair value contratti derivati	(357.699)	(296.020)
Valutazione al fair value contratti derivati	(10.051)	1.189
Posizione finanziaria netta finale	(367.750)	(294.831)

INVESTIMENTI

(Migliaia di euro)	2020	2019
Marchi e brevetti	578	615
Aperture e rinnovi Geox Shops	7.747	17.513
Stabilimento produttivo	110	377
Attrezzature e Impianti industriali	2.334	2.933
Logistica	560	2.262
Information technology	5.958	8.156
Altri investimenti	925	1.527
Totale investimenti monetari	18.212	33.383
Diritto d'uso	20.123	39.751
Totale investimenti	38.335	73.134

Fine Comunicato n.0742-4

Numero di Pagine: 20