



SPAFID
CONNECT

Informazione Regolamentata n. 0742-17-2021	Data/Ora Ricezione 29 Luglio 2021 17:31:21	MTA
--	--	-----

Societa' : GEOX
Identificativo : 150471
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : GEOXN04 - -
Tipologia : REGEM; 1.2
Data/Ora Ricezione : 29 Luglio 2021 17:31:21
Data/Ora Inizio : 29 Luglio 2021 17:31:22
Diffusione presunta
Oggetto : RISULTATI PRIMO SEMESTRE 2021

<i>Testo del comunicato</i>

Vedi allegato.

COMUNICATO STAMPA - RISULTATI PRIMO SEMESTRE 2021

RICAVI PARI A 264 MILIONI DI EURO (+8,4% A CAMBI CORRENTI, +10,1% A CAMBI COSTANTI) GRAZIE AL FORTE RECUPERO DEL SECONDO TRIMESTRE (+90,5% SUL 2Q20) CARATTERIZZATO DALLA PROGRESSIVA, E AD OGGI COMPLETA, RIAPERTURA DEI NEGOZI.

A LUGLIO PROSEGUE IL TREND POSITIVO DELLE VENDITE COMPARABILI DEI DOS (+23% SU LUGLIO 2020), IN AVVICINAMENTO AI LIVELLI PRE-PANDEMIA (-6% VS LUGLIO 2019) NONOSTANTE IL PERDURARE DI SIGNIFICATIVE RESTRIZIONI ALLA MOBILITA' E AI FLUSSI TURISTICI.

IL RISULTATO OPERATIVO (EBIT *ADJUSTED*¹) SI ATTESTA A -29,5 MILIONI DI EURO (-70,6 MILIONI NEL PRIMO SEMESTRE 2020) GRAZIE AL MIGLIORAMENTO DEL GROSS MARGIN (+690 BPS VS GIUGNO 2020) E ALLA ULTERIORE RIDUZIONE DEI COSTI OPERATIVI (-8,5%).

LA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA AL 30 GIUGNO 2021 (ANTE IFRS 16) E' PARI A -108,2 MILIONI DI EURO (-99,8 MILIONI AL 31 DICEMBRE 2020) CON UNA GENERAZIONE DI CASSA DI 12 MILIONI NEI MESI DI MAGGIO E GIUGNO GRAZIE ALLE PROGRESSIVE RIAPERTURE DEI NEGOZI.

PROSEGUE VELOCEMENTE IL PIANO DI REVISIONE E DI TRASFORMAZIONE DIGITALE DEL MODELLO DI BUSINESS DEL GRUPPO TESO A MIGLIORARE IL LIVELLO DI SERVIZIO ED IL PROFILO DI REDDITIVITA' PROSPETTICO, I CUI PRIMI EFFETTI SONO GIA' VISIBILI NEGLI ATTUALI RISULTATI SEMESTRALI.

Biadene di Montebelluna, 29 Luglio 2021 – Geox S.p.A., società quotata alla Borsa di Milano (GEO.MI), tra i leader nel settore delle calzature classiche e casual, ha approvato in data odierna i risultati consolidati al 30 giugno 2021.

La Società ha commentato: “I risultati del primo semestre, seppur ancora fortemente impattati dalla pandemia COVID-19, evidenziano un rilevante miglioramento rispetto allo scorso anno grazie alla positiva evoluzione dei ricavi, sostenuti dal forte recupero del secondo trimestre (+91%), all’incremento della marginalità lorda (+690 bps) e alla incisiva e continua azione di risparmio sui costi ottenuta anche grazie al supporto *una-tantum* ricevuto in alcuni paesi europei (-8,5%).

Dalla riapertura dei negozi stiamo riscontrando un progressivo e significativo miglioramento delle performance della nostra rete, tornata totalmente operativa da fine Giugno. Le prime settimane di Luglio continuano a confermare il trend del secondo trimestre con vendite comparabili dei negozi diretti in crescita del +23% rispetto a Luglio 2020 e sempre più vicine ai livelli pre-pandemia.

¹ Prima degli oneri di ristrutturazione ed *impairment* per euro +0,3milioni (euro -13,3 milioni nel primo semestre 2020).

Particolarmente confortante l'evoluzione dei ricavi digitali e dei mercati su cui il Gruppo continua a concentrare i propri investimenti.

I ricavi *on line* in senso esteso di Geox, compresi quelli verso gli *e-tailers* che distribuiscono i nostri prodotti, hanno raggiunto un terzo dei ricavi totali del Gruppo con una crescita vicina al +50% rispetto allo scorso anno e del +30% sul primo semestre 2019. La Russia, tra i pochi mercati ad essere poco impattati dal *lockdown* nel corso del semestre, ha riportato ricavi in aumento del +64% sul primo semestre 2020 e del +9% sul primo semestre 2019.

Questi risultati avvalorano la validità del percorso strategico intrapreso basato sull'uscita dai segmenti di business non profittevoli, che permettano di liberare maggiori risorse da allocare sulle attività più strategiche, e sulla creazione di un modello di business incentrato sulla piena integrazione tra canale fisico e digitale, sempre più snello e sempre più coerente con l'evoluzione del mercato e delle scelte di acquisto dei consumatori.

Nel primo semestre abbiamo sperimentato i primi risultati delle azioni intraprese, con effetti positivi su più fronti. E' in miglioramento la marginalità dei negozi diretti, sono in ulteriore riduzione i costi operativi, restano sotto controllo capitale circolante e posizione finanziaria. A valle di tutto questo abbiamo inoltre liberato nuove risorse per effettuare maggiori investimenti in pubblicità, con il lancio della campagna televisiva nei principali mercati di "Spherica" che, oltre a raggiungere quote di *sell-through* dell'85% nel nostro retail, ha risvegliato anche l'interesse dei clienti wholesale verso le nostre collezioni, aprendoci così nuove possibilità di business per il futuro.

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

ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO: RICAVI

I ricavi consolidati del primo semestre 2021 si sono attestati a 264,0 milioni, in aumento del +8,4% rispetto all'esercizio precedente (+10,1% a cambi costanti) grazie all'ottimo recupero del secondo trimestre (+90,5% rispetto al secondo trimestre 2020, +91,6% a cambi costanti) favorito dalle progressive riaperture dei negozi.

Sull'intero semestre, seppur positivo, ha impattato negativamente sia la perdita dei ricavi derivante dalla razionalizzazione del perimetro (-126 negozi rispetto al primo semestre 2020, pari a circa -9,5 milioni di euro di fatturato) che la chiusura temporanea per *lockdown* di circa il 28% della rete (34% nel primo trimestre e 20% nel secondo trimestre).

Ricavi per Canale distributivo

(Migliaia di euro)	I semestre 2021	%	I semestre 2020	%	Var. %
Multimarca	141.807	53,7%	121.442	49,8%	16,8%
Franchising	17.851	6,8%	17.818	7,3%	0,2%
DOS*	104.382	39,5%	104.358	42,8%	0,0%
Totale Geox Shop	122.233	46,3%	122.176	50,2%	0,0%
Totale ricavi	264.040	100,0%	243.618	100,0%	8,4%

* Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

I ricavi dei negozi multimarca, pari al 53,7% dei ricavi del Gruppo (49,8% nel primo semestre 2020), si attestano a euro 141,8 milioni (+16,8% a cambi correnti, +19,2% a cambi costanti) rispetto ai 121,4 milioni del primo semestre 2020. Il

trend del semestre ha beneficiato dell'ottima performance del secondo trimestre (+169%) grazie all'ottimo andamento dei riassortimenti stagionali, un timing anticipato delle spedizioni della collezione FW21 (come richiesto dai partner) ed una maggiore vendita di stock di stagioni precedenti. Tali effetti sono stati in grado di più che compensare la prudente raccolta ordini iniziale della collezione SS21 e definire pertanto l'andamento positivo del semestre.

I ricavi del canale franchising, pari al 6,8% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 17,9 milioni, sostanzialmente stabili rispetto ai 17,8 milioni del primo semestre 2020. Anche in questo caso l'andamento del semestre è stato possibile grazie al forte recupero nel secondo trimestre (+60%) caratterizzato dalla progressiva riapertura dei negozi, la cui performance positiva unita ad un effetto timing favorevole sulle spedizioni ha permesso di neutralizzare gli effetti negativi derivanti dalla riduzione di perimetro (circa -4,3 milioni o -24%). Il totale dei punti vendita in franchising è infatti passato dai 354 negozi di Giugno 2020 ai 311 di Giugno 2021.

I ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) che rappresentano il 39,5% dei ricavi del Gruppo si attestano a 104,4 milioni di euro in linea con il primo semestre 2020 (+0% a cambi correnti, +1,0% a cambi costanti). Le vendite comparabili (LFL) a fine semestre si attestano a +15% (+56% nel solo secondo trimestre) e beneficiano anche dalla minore percentuale di negozi rimasta temporaneamente chiusa per *lockdown* nel semestre (circa 28% rispetto al 35% del primo semestre 2020). Tale andamento ha compensato la perdita dei ricavi derivante dalla riduzione di perimetro (-74 DOS pari a circa -5,2 milioni di fatturato) avvenuta nel periodo. A partire dal 1 Luglio 2021 tutti i negozi del Gruppo sono nuovamente operativi.

Prosegue positivamente l'andamento delle vendite comparabili a Luglio (+23% su Luglio 2020 e -6% su Luglio 2019). Ad oggi (settimana 29) le vendite comparabili (LFL) dei negozi a gestione diretta si attestano al +17% da inizio anno.

Il business online diretto del Gruppo continua ad avere una crescita rilevante in termini di vendite comparabili (LFL): +30% rispetto a fine Giugno 2020 e +80% su Giugno 2019. Dopo un ottimo primo trimestre (+85%) si è assistito ad un leggero calo nel secondo trimestre (-7%) sostanzialmente dovuto allo spostamento del traffico e degli acquisti (soprattutto sul bambino) sui negozi, interessati dalle progressive riaperture in Aprile e Maggio 2021, mesi caratterizzati dalla fase più acuta del *lockdown* nel 2020. Proprio la vendita di scarpe da bambino, con un aumento delle vendite del +53% sui negozi fisici ed un -36% sul web, ha evidenziato nel trimestre sia una crescita aggregata dei volumi (+13%) che una riduzione degli sconti medi (-7 punti sui negozi fisici e flat sul web). Si ricorda infine che il segmento bambino era cresciuto del +153% nel secondo trimestre 2020 rispetto al secondo trimestre 2019.

Positiva nel secondo trimestre 2021 anche l'evoluzione della vendita delle scarpe da uomo e donna sia sul canale fisico che su quello digitale con riduzione degli sconti medi per entrambi i gender su entrambi i canali.

Ricavi per Area geografica

(Migliaia di euro)	I semestre 2021	%	I semestre 2020	%	Var. %
Italia	64.370	24,4%	59.932	24,6%	7,4%
Europa (*)	121.355	46,0%	113.796	46,7%	6,6%
Nord America	10.430	4,0%	11.768	4,8%	(11,4%)
Altri Paesi	67.885	25,7%	58.122	23,9%	16,8%
Totale ricavi	264.040	100,0%	243.618	100,0%	8,4%

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

I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 24,4% dei ricavi del Gruppo (24,6% nel primo semestre 2020), si attestano a euro 64,4 milioni, rispetto a euro 59,9 milioni della prima metà del 2020 (+7,4%). La performance in Italia ha beneficiato di una minore percentuale di negozi chiusi per *lockdown* rispetto al 2020. Particolarmente positivo il secondo trimestre, che ha visto ricavi raddoppiati rispetto al secondo trimestre 2020. A livello semestrale la crescita è stata guidata dal canale wholesale (+18%); il canale DOS è stato leggermente positivo (+3%), leggermente negativo il canale franchising. Entrambi i canali retail sono stati impattati dalla razionalizzazione in corso (-43 punti vendita rispetto a Giugno 2020, pari al 17% della rete).

I ricavi generati in Europa, pari al 46,0% dei ricavi del Gruppo (46,7% nel primo semestre 2020), ammontano a euro 121,4 milioni, rispetto a euro 113,8 milioni del primo semestre 2020, registrando un aumento del +6,6% principalmente dovuto, come in Italia, al buon andamento del canale wholesale (+22%). Il trend positivo del semestre è stato particolarmente rilevante anche in considerazione dei maggiori impatti del *lockdown* nella prima metà del 2021 rispetto al primo semestre 2020. A questo proposito si deve segnalare l'ottimo andamento riportato in Francia (+23%) nonostante sia stato uno dei Paesi più impattati dal *lockdown* nel semestre.

I negozi diretti in Europa, pur con vendite comparabili positive (+5%), hanno subito gli effetti derivanti dalla razionalizzazione in corso (-32 DOS, pari al 20% della rete) chiudendo il semestre a -10%. Trend negativo anche per il fatturato del franchising (-8%) anch'esso impattato dalla razionalizzazione in corso.

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 10,4 milioni, riportando un decremento dell'11,4% (-8,3% a cambi costanti). Il semestre ha risentito sia della forte riduzione di perimetro (10 chiusure nette pari al 30% della rete) che delle chiusure per *lockdown* in Canada (43% dei DOS chiusi verso 46% nella prima metà del 2020) proseguite fino al 30 giugno nella regione dell'Ontario. Ad oggi tutta la rete risulta operativa.

Il canale online diretto ha riportato una performance positiva (+44%).

Gli Altri Paesi riportano un fatturato in crescita del +16,8% rispetto al primo semestre 2020 (+23,6% a cambi costanti), con trend particolarmente diversi nelle singole aree.

In particolare nell'Area Asia Pacifico il fatturato è risultato in calo del -9,5% principalmente a seguito della riorganizzazione in Giappone. La Cina ha riportato ricavi in linea con il primo semestre 2020, con vendite comparabili dei negozi diretti in crescita del +26%.

Per quanto riguarda invece l'Europa dell'Est i ricavi dell'area sono risultati in crescita del +28% nel semestre, trascinati dalla performance riportata in Russia (+64%). I negozi a gestione diretta dell'intera area hanno riportato vendite comparabili in aumento del +60% (Russia +109%); positive a doppia cifra anche le crescite del canale wholesale e franchising.

Ricavi per Categoria Merceologica

(Migliaia di euro)	I semestre 2021	%	I semestre 2020	%	Var. %
Calzature	245.357	92,9%	220.510	90,5%	11,3%
Abbigliamento	18.683	7,1%	23.108	9,5%	(19,1%)
Totale ricavi	264.040	100,0%	243.618	100,0%	8,4%

Le calzature hanno rappresentato il 92,9% dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 245,4 milioni, con un incremento dell'11,3% (+13,1% a cambi costanti) rispetto al primo semestre 2020. L'abbigliamento è stato pari al 7,1% dei ricavi consolidati attestandosi euro 18,7 milioni, rispetto ad euro 23,1 milioni del primo semestre 2020 (-19,1% a cambi correnti, -18,5% a cambi costanti).

Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 30 giugno 2021 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 810 di cui 376 DOS. Nel corso del primo semestre 2021 sono stati aperti 14 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 71, 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.

	30-06-2021		31-12-2020		I semestre 2021		
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Aperture Nette	Aperture	Chiusure
Italia	215	134	226	139	(11)	2	(13)
Europa (*)	218	124	246	142	(28)	-	(28)
Nord America	22	22	24	24	(2)	-	(2)
Altri Paesi (**)	355	96	371	105	(16)	12	(28)
Totale	810	376	867	410	(57)	14	(71)

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

(**) Include i negozi esistenti in paesi con contratto di licenza (pari a 123 negozi al 30 giugno 2021 e a 135 negozi al 31 dicembre 2020). I ricavi del canale franchising non comprendono i negozi in tali paesi.

Costo del venduto e margine lordo

Il costo del venduto è stato pari al 52,1% dei ricavi rispetto al 59,0% del primo semestre 2020, determinando un margine lordo del 47,9% (41,0% nel primo semestre 2020).

Il forte miglioramento del margine deriva in particolare: 1) +860 bps derivanti principalmente da minori svalutazioni e dall'andamento del business che non ha richiesto svalutazioni straordinarie come accaduto nel primo semestre 2020 (euro 15,1 milioni legate alla collezione SS20 a seguito dell'eccesso di stock determinatosi con la chiusura dei negozi durante il lockdown) 2) -170 bps dallo sfavorevole mix di canale con una minore incidenza delle vendite del canale diretto, caratterizzate da una maggiore marginalità lorda, a causa delle chiusure temporanee. Su questo ultimo punto si deve segnalare il progresso registrato dal canale DOS, con un margine lordo in crescita di +350 bps grazie alla forte riduzione degli sconti medi nel periodo.

Costi operativi e risultato operativo (EBIT)

Il totale dei costi operativi (costi generali ed amministrativi, costi di vendita e distribuzione e pubblicità) nel semestre si attesta a 156,1 milioni di euro rispetto ai 170,5 milioni del primo semestre 2020, con un risparmio di circa 14 milioni di euro (-8,5%).

In particolare:

- I costi di vendita e distribuzione si attestano a 17,8 milioni di euro, in diminuzione rispetto allo scorso anno (22,2 milioni nel primo semestre 2020). Tale risultato è stato possibile grazie in particolare al generale miglioramento del contesto di mercato rispetto alla prima metà del 2020, data in cui erano stati effettuati alcuni accantonamenti non ordinari, pari a 5,6 milioni di euro, legati alle esposizioni creditizie di alcune controparti trovatesi in difficoltà nella fase più acuta del lockdown.

- I costi generali e amministrativi si attestano ad euro 125,6 milioni rispetto a euro 138,1 milioni del primo semestre 2020. All'interno dell'aggregato si devono segnalare le seguenti componenti: 1) utilizzo degli ammortizzatori sociali per il personale per circa 7,1 milioni di euro (10,3 milioni di euro nella prima metà del 2020) 2) rinegoziazione dei canoni di locazione per 4,3 milioni di euro (non presenti nel primo semestre 2020) 3) contributi governativi per gli impatti subiti dal business nei vari Paesi a seguito della pandemia per 5,7 milioni di euro (1 milione di euro nel primo semestre 2020).
- I costi di pubblicità e promozione si attestano ad euro 12,6 milioni, in aumento rispetto a euro 10,2 milioni del corrispondente periodo dell'anno precedente e legato alle maggiori iniziative di marketing intraprese (Spherica in primis).

Il risultato operativo, prima delle svalutazioni nette di immobilizzazioni e dei costi di ristrutturazione, (*EBIT adjusted*) si attesta ad euro -29,5 in forte miglioramento rispetto a -70,6 milioni del primo semestre 2020, sostenuto dall'aumento dei ricavi, il recupero di marginalità lorda e la riduzione dei costi.

Svalutazioni nette di immobilizzazioni

Il primo semestre 2021, a differenza del primo semestre 2020, non è stato impattato dalla perdita di valore di alcuni asset (negozi) del Gruppo a seguito del test di *impairment*. Il risultato di tale test, nel primo semestre 2020, ha comportato una svalutazione netta pari ad euro 13,1 milioni, riferibili a 169 punti vendita, oggetto di svalutazione integrale o parziale. Nel primo semestre 2021, invece, non è stato necessario effettuare ulteriori svalutazioni.

Oneri (Proventi) di ristrutturazione

Nel primo semestre 2021 si registra un provento pari a euro 0,3 milioni, rispetto al costo di euro 0,2 milioni del primo semestre 2020. Tale provento è principalmente dovuto alla chiusura della procedura di ristrutturazione Canadese (*NoI*) che ha comportato la cancellazione di alcuni debiti precedentemente iscritti che hanno più che compensato i costi di ristrutturazione sostenuti nel periodo.

Imposte e tax rate

Le imposte sul reddito del primo semestre 2021 risultano essere pari ad euro 3,7 milioni, rispetto ad un provento pari ad euro 6,0 milioni del primo semestre 2020.

Si segnala come il valore delle imposte risenta di un prudente mancato stanziamento di imposte differite attive per circa euro 11,5 milioni (euro 15,2 milioni nel primo semestre 2020), afferenti a perdite fiscali generate nel semestre per le quali, alla data della presente relazione, non vi è la ragionevole certezza circa il recupero attraverso redditi imponibili fiscali futuri.

SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA DEL GRUPPO

L'insieme delle azioni di razionalizzazione intraprese e l'andamento positivo delle vendite del canale diretto al momento delle riaperture, hanno permesso di mantenere sotto controllo la posizione finanziaria netta che a fine Giugno, nonostante l'eccezionalità delle situazione, si è attestata (ante IFRS 16) a -108,2 milioni di euro (-88,8 milioni di euro al 30 Giugno 2020, -99,8 milioni a Dicembre 2020 e -109,8 milioni a Marzo 2021). In particolare nei mesi di Maggio e Giugno con le riaperture anche dei centri commerciali e degli outlet nei fine settimana, il Gruppo ha riportato una generazione di cassa per circa 12 milioni di euro.

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

Tale approccio risulta coerente con le attuali interlocuzioni in atto con i proprietari immobiliari tese a rinegoziare le pattuizioni contrattuali ed allinearle al mutato scenario economico, rendendo i canoni variabili con i livelli di fatturato almeno fino a che duri la riduzione del traffico indotta dalle misure restrittive e dalla forte riduzione dei flussi turistici. I confronti con le proprietà immobiliari procedono in maniera serrata, stanno progredendo di trimestre in trimestre ed il Gruppo ha già concluso un numero rilevante di 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. La parte scaduta dei canoni di affitto sospesi o pagati parzialmente alla data del 30 Giugno 2021 ammonta a circa Euro 14 milioni.

Il capitale circolante netto si attesta a 169 milioni, in riduzione rispetto ai 223 milioni del primo semestre 2020. Il rapporto del capitale circolante netto operativo sui ricavi si è attestato al 30,4% rispetto al 34,3% del corrispondente periodo dell'esercizio precedente.

Nel corso del primo semestre sono stati effettuati investimenti per euro 7,3 milioni, rispetto ai 9,3 milioni sostenuti nel primo semestre 2020, legati principalmente al piano di restyling dei negozi (2,3 milioni) volto al miglioramento delle performance e agli investimenti in IT (2,3 milioni).

AGGIORNAMENTO SUL PIANO DI RAZIONALIZZAZIONE DEL GRUPPO

Il Gruppo, sin dall'inizio della pandemia, ha intrapreso delle importanti iniziative volte a proteggere il cash flow aziendale, a contenere i costi operativi e rendere il modello di business più snello, efficiente e consono al contesto attuale e prospettico. L'obiettivo è alzare il livello di servizio e la redditività del business con una profonda trasformazione digitale del Gruppo.

Le iniziative di razionalizzazione hanno comportato rilevanti interventi in molte geografie ed attività in cui il Gruppo presentava dati negativi già nel 2019, ossia prima della pandemia.

Queste in sintesi le principali azioni:

- Riorganizzazione (NoI) in Canada con l'uscita da 10 DOS non profittevoli ed il mantenimento di 20 DOS con una significativa riduzione dei canoni di locazione portati principalmente a canone variabile nel 2021;
- Riorganizzazione in USA con l'uscita dal mercato retail fisico (2 DOS) e mantenimento del business attraverso il canale wholesale ed il canale diretto online;
- Liquidazione della succursale in Giappone, con l'uscita dal mercato retail fisico (7 DOS) e mantenimento del business nel canale wholesale e nell'online attraverso un distributore;
- Procedura di ristrutturazione *out of court* in Germania e Regno Unito con l'uscita da 14 punti vendita (11 in Germania e 3 in Regno Unito) non profittevoli (perdita operativa aggregata di 1,3 milioni di euro nel 2019);
- Progressiva chiusura, come programmato, dei negozi non profittevoli e quelli in cui i canoni di locazione non siano più ritenuti adeguati con le attuali condizioni di mercato;
- Chiusura delle sedi secondarie di Geox Retail S.r.l. in Europa (Francia, Spagna, Austria, Germania e Regno Unito) con il trasferimento del network razionalizzato ed ottimizzato all'interno delle filiali commerciali in un'ottica di piena omnicanalità.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

I risultati del semestre sono stati in linea con la guidance fornita al mercato per quanto riguarda l'evoluzione dei ricavi. In termini di risultato operativo (EBIT), i risultati raggiunti sono stati superiori alle attese grazie anche ai primi rilasci delle azioni intraprese tese a migliorare strutturalmente il profilo di redditività del Gruppo e che hanno permesso un primo importante miglioramento della marginalità dei negozi ed un'ulteriore riduzione dei costi operativi ottenuta anche grazie al supporto *una-tantum* ricevuto in alcuni paesi europei in questo semestre.

A partire dal 1 di Luglio, tutta la rete operativa del Gruppo è di nuovo aperta.

Ad oggi (settimana 29) le vendite comparabili (LFL) sono positive (+17%) rispetto allo scorso anno.

Il mese di Luglio è partito positivamente sia in termini di vendite (+23% su Luglio 2020 e -6% su Luglio 2019) che di marginalità (markdown medio in riduzione).

La buona partenza del terzo trimestre sul canale retail e la positiva raccolta ordini iniziale FW21 sul canale multimarca portano a stimare, assumendo che non ci siano ulteriori *lockdown* nella seconda parte dell'anno, un'ulteriore consolidamento nel secondo semestre del trend positivo acquisito al 30 Giugno. Tutto ciò dovrebbe quindi permettere una crescita a doppia cifra dei ricavi per l'intero anno. L'incertezza delle previsioni e la prudenza devono comunque rimanere molto elevate a causa dell'andamento della pandemia con particolare riferimento alle nuove varianti e alla carenza di vaccinazioni in molti paesi del mondo.

Per questo, anche nel secondo semestre, il Gruppo proseguirà nelle azioni intraprese negli ultimi trimestri in termini di riduzione di costi al fine anche di mitigare gli impatti derivanti dal forte incremento dei costi di trasporto relativi all'approvvigionamento produttivo. Si ritiene pertanto che queste iniziative possano consentire un miglioramento dei risultati del secondo semestre rispetto a quelli del primo, sia in termini di fatturato che di risultato operativo.

Per quanto riguarda la liquidità, come precedentemente comunicato, la posizione finanziaria dopo aver raggiunto il proprio picco a fine Aprile ha evidenziato una dinamica positiva negli ultimi mesi favorita dalle progressive riaperture dei negozi e degli outlet che stanno permettendo sia lo smaltimento del magazzino che un maggior flusso di incassi dalle controparti. In particolare si ritiene che i flussi di cassa potranno beneficiare nella restante parte dell'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.

EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL SEMESTRE

- **CHIUSURA DELLO STABILIMENTO PRODUTTIVO IN SERBIA**

Lo stabilimento produttivo di Vranje, nel sud della Serbia, è stato costruito tra il 2014 e il 2015 andando a regime nel 2016 per produrre scarpe da uomo e da donna formali quando una parte consistente della domanda di mercato e del fatturato del Gruppo Geox era concentrato su queste tipologie di prodotti. La Serbia rappresentava e rappresenta tutt'oggi uno dei paesi più attrattivi per investire sia per il supporto ricevuto, che per le infrastrutture presenti, che per la professionalità della manodopera. Lo stabilimento garantiva inoltre indubbi vantaggi dal punto di vista logistico essendo vicino ai principali mercati di sbocco.

Purtroppo negli ultimi anni il progressivo cambiamento delle scelte di acquisto dei consumatori ha di fatto determinato un deciso spostamento dei consumi verso scarpe casual e a prezzi più contenuti proprio a scapito delle calzature formali. Sin dal 2018, in tale contesto, il Gruppo, pur non avendo più domanda di scarpe formali in quantità tali da saturare la produzione dello stabilimento serbo, ha cercato di supportare la produzione in loco muovendo produzioni dall'Asia e importando tutti i materiali nel paese con forti aggravii di costo per il Gruppo.

La pandemia Covid-19 ha purtroppo fortemente accelerato i trend in atto oltre a determinare importanti effetti negativi su tutto il settore scarpe e abbigliamento, con una forte riduzione di fatturato, la chiusura di molti punti vendita ed un consistente incremento delle scorte di prodotto invenduto.

Questa situazione di difficoltà destinata a durare nel medio periodo, l'evoluzione strutturale della domanda di mercato combinata con gli impatti derivanti dalla pandemia e le previsioni sulla domanda futura di queste tipologie di prodotti rendono pertanto insostenibile il mantenimento delle attività produttive in Serbia.

Allo stato attuale delle conoscenze, il Gruppo ritiene che i valori di realizzo dell'immobile, anche supportato da perizie esterne, e dei macchinari permettano il recupero dei valori contabili netti.

La Società verrà messa in liquidazione secondo le disposizioni di legge e, allo stato attuale pur nell'incertezza della gestione di una procedura complessa, si può ipotizzare che i proventi derivanti dal realizzo dell'attivo permettano di onorare le passività in essere ed i costi del processo di liquidazione.

Il Gruppo Geox cercherà comunque di supportare al massimo il processo di transizione al fine di favorire l'insediamento di nuovi investitori che possano mitigare gli impatti creati dalle difficoltà di TD Vranje sui livelli occupazionali dell'area.

- **AGGIORNAMENTO SULLO STATO DI OPERATIVITA' DEI NEGOZI E DELLA CATENA PRODUTTIVA - COVID 19 -**

La terza ondata di Covid-19 ha indotto i Governi di molti Paesi a reintrodurre nuove restrizioni alla mobilità o veri e propri *lockdown* nel corso del primo semestre 2021, al fine di contenere la crescita dei contagi. Mediamente circa il 34% dei punti vendita è stato temporaneamente chiuso nel primo trimestre ed il 20% nel secondo trimestre (28% di media nel semestre).

Dopo la riapertura dei negozi in Italia e Francia (seconda metà di maggio), Germania (metà Giugno) e da ultimo in Ontario il 30 giugno, tutta la rete distributiva diretta del Gruppo è tornata operativa seppur con il mantenimento di alcune limitazioni agli ingressi finalizzate ad evitare assembramenti e mantenere le distanze di sicurezza nei punti vendita. Inoltre i flussi turistici in Europa restano ancora lontani dai livelli pre-Covid.

L'aumento dei contagi nelle ultime settimane derivanti dalla cosiddetta variante Delta sta di fatto determinando l'introduzione di nuove misure restrittive in alcuni Paesi senza tuttavia richiedere al momento la sospensione delle attività commerciali dei negozi.

La salita dei contagi sta di fatto creando maggiori criticità sulla catena produttiva del Gruppo, con la temporanea interruzione di attività di alcuni stabilimenti produttivi in alcune aree asiatiche caratterizzate ancora da una bassa incidenza della popolazione vaccinata. Al momento si ritiene che tali interruzioni possano essere limitate nel tempo. La situazione è tuttavia 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 i ritardi relativamente alla produzione e alle consegne e porre in atto le eventuali opportune azioni di mitigazione.

DICHIARAZIONE DEL DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI CONTABILI SOCIETARI

Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari Dott. Massimo Nai dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza che, sulla base della propria conoscenza, l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

INVESTOR RELATIONS

Simone Maggi: tel. +39 0423 282476; ir@geox.com

UFFICIO STAMPA

Juan Carlos Venti: tel: +39 0423 281914; cell. +39 335 470641; juancarlos.venti@geox.com

IL GRUPPO GEOX

Il Gruppo Geox opera nel settore delle calzature classiche e casual per uomo, donna e bambino di fascia di prezzo medio alta e nel settore dell'abbigliamento. Geox deve il proprio successo alla costante focalizzazione sul prodotto, caratterizzato dall'applicazione di soluzioni innovative e tecnologiche in grado di garantire traspirabilità e impermeabilità, e fonda le proprie strategie di crescita futura sulla continua innovazione tecnologica.

Geox è una delle società leader a livello mondiale nell'"International Branded Casual Footwear Market ". L'innovazione di Geox è protetta da ben 55 diversi brevetti e 11 più recenti domande di brevetto.

DISCLAIMER

Il documento contiene dichiarazioni previsionali ("*forward-looking statements*"), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari del Gruppo Geox. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischiosità e incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori.

ALLEGATI

- Conto economico consolidato
- Stato patrimoniale consolidato riclassificato
- Rendiconto finanziario consolidato riclassificato

Nota: i dati relativi al 2021 e 2020 sono stati redatti secondo i principi contabili IAS/IFRS. I dati relativi all'esercizio 2020 sono stati sottoposti a revisione contabile completa mentre i dati relativi al primo semestre 2021 e 2020 non sono stati sottoposti a revisione contabile completa. Lo Stato patrimoniale e il Rendiconto finanziario sono stati riclassificati secondo uno schema che viene normalmente utilizzato dal management e dagli investitori per valutare i risultati del Gruppo. Tali prospetti di bilancio riclassificati non rispondono agli standard di presentazione richiesti dai Principi Contabili Internazionali (IFRS) e non debbono quindi essere visti come sostitutivi di questi ultimi. Tuttavia, poiché ne riportano gli stessi contenuti, essi sono facilmente riconciliabili con quelli previsti dai Principi Contabili Internazionali.

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

(Migliaia di euro)	I semestre 2021	%	I semestre 2020	%	2020	%
Ricavi netti	264.040	100,0%	243.618	100,0%	534.897	100,0%
Costo del venduto	(137.534)	(52,1%)	(143.789)	(59,0%)	(303.074)	(56,7%)
Margine lordo	126.506	47,9%	99.829	41,0%	231.823	43,3%
Costi di vendita e distribuzione	(17.768)	(6,7%)	(22.170)	(9,1%)	(41.395)	(7,7%)
Costi generali ed amministrativi	(125.644)	(47,6%)	(138.103)	(56,7%)	(278.329)	(52,0%)
Pubblicità e promozioni	(12.639)	(4,8%)	(10.198)	(4,2%)	(23.049)	(4,3%)
Risultato operativo della gestione ordinaria	(29.545)	(11,2%)	(70.642)	(29,0%)	(110.950)	(20,7%)
Costi di ristrutturazione	304	0,1%	(151)	(0,1%)	(1.134)	(0,2%)
Svalutazioni nette di immobilizzazioni	-	0,0%	(13.142)	(5,4%)	(12.436)	(2,3%)
Risultato operativo	(29.241)	(11,1%)	(83.935)	(34,5%)	(124.520)	(23,3%)
Oneri e proventi finanziari	(4.081)	(1,5%)	(4.032)	(1,7%)	(8.129)	(1,5%)
Risultato ante imposte	(33.322)	(12,6%)	(87.967)	(36,1%)	(132.649)	(24,8%)
Imposte	(3.657)	(1,4%)	6.027	2,5%	4.444	0,8%
Tax rate	n.s.		n.s.		n.s.	
Risultato netto	(36.979)	(14,0%)	(81.940)	(33,6%)	(128.205)	(24,0%)
EBITDA	9.464	3,6%	(20.616)	(8,5%)	(13.727)	(2,6%)
EBITDA ESCLUSO IFRS 16	(18.364)	(7,0%)	(54.370)	(22,3%)	(81.737)	(15,3%)
Riconciliazione dell'Ebitda:						
Risultato operativo	(29.241)		(83.935)		(124.520)	
Ammortamenti materiali e immateriali	13.736		16.524		32.177	
Impairment materiali e immateriali	-		1.926		3.197	
Ammortamenti Diritti d'uso	24.969		33.653		66.180	
Impairment Diritti d'uso	-		11.216		9.239	
EBITDA	9.464		(20.616)		(13.727)	
Affitti legati all'IFRS 16	(27.828)		(33.754)		(68.010)	
EBITDA ANTE IFRS 16	(18.364)		(54.370)		(81.737)	

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)	30-06-2021	31-12-2020	30-06-2020
Immobilizzazioni immateriali	33.084	35.834	38.565
Immobilizzazioni materiali	46.711	50.413	57.281
Attività per diritto d'uso	216.350	241.808	255.919
Altre attività non correnti - nette	41.072	47.686	45.953
Attività non correnti	337.217	375.741	397.718
Capitale circolante netto operativo	168.891	177.528	223.243
Altre attività (passività) correnti, nette	(6.213)	(8.462)	(16.251)
Capitale investito	499.895	544.807	604.710
Patrimonio netto	140.648	167.208	224.042
Fondi TFR, fondi rischi e oneri	9.703	9.849	7.834
Posizione finanziaria netta	349.544	367.750	372.834
Capitale investito	499.895	544.807	604.710

CAPITALE CIRCOLANTE NETTO OPERATIVO E ALTRE ATTIVITÀ (PASSIVITÀ) CORRENTI

(Migliaia di euro)	30-06-2021	31-12-2020	30-06-2020
Rimanenze	292.929	267.964	286.507
Crediti verso clienti	89.559	87.718	117.596
Debiti commerciali	(213.597)	(178.154)	(180.860)
Capitale circolante netto operativo	168.891	177.528	223.243
% sul totale ricavi degli ultimi dodici mesi	30,4%	33,2%	34,3%
Debiti tributari	(9.730)	(13.057)	(10.702)
Altre attività correnti non finanziarie	34.784	35.093	27.938
Altre passività correnti non finanziarie	(31.267)	(30.498)	(33.487)
Altre attività (passività) correnti, nette	(6.213)	(8.462)	(16.251)

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(Migliaia di euro)	I semestre 2021	I semestre 2020	2020
Risultato netto	(36.979)	(81.940)	(128.205)
Ammortamenti e svalutazioni	38.705	63.320	110.793
Altre rettifiche non monetarie	(5.103)	19.399	26.317
	(3.377)	779	8.905
Variazione capitale circolante netto operativo	12.888	(68.639)	(29.825)
Variazione altre attività/passività correnti	737	(1.855)	(5.677)
Cash flow attività operativa	10.248	(69.715)	(26.597)
Investimenti monetari	(7.291)	(9.325)	(18.212)
Disinvestimenti	-	221	183
Investimenti netti	(7.291)	(9.104)	(18.029)
Free cash flow	2.957	(78.819)	(44.626)
Incremento diritti d'uso IFRS 16	1.364	(4.878)	(18.317)
Variazione posizione finanziaria netta	4.321	(83.697)	(62.943)
Posizione finanziaria netta iniziale - ante fair value contratti derivati	(357.699)	(296.020)	(296.020)
Variazione posizione finanziaria netta	4.321	(83.697)	(62.943)
Effetto delle differenze di conversione	(606)	965	1.264
Posizione finanziaria netta finale- ante fair value contratti derivati	(353.984)	(378.752)	(357.699)
Valutazione al fair value contratti derivati	4.440	5.918	(10.051)
Posizione finanziaria netta finale	(349.544)	(372.834)	(367.750)

INVESTIMENTI

(Migliaia di euro)	I semestre 2021	I semestre 2020	2020
Marchi e brevetti	169	159	578
Aperture e rinnovi Geox Shops	2.281	4.880	7.747
Stabilimento produttivo	55	51	110
Attrezzature e Impianti industriali	1.059	1.047	2.334
Logistica	258	430	560
Information technology	2.323	2.371	5.958
Altri investimenti	1.146	387	925
Totale investimenti monetari	7.291	9.325	18.212
Diritto d'uso	(1.299)	4.878	20.123
Totale investimenti	5.992	14.203	38.335

Fine Comunicato n.0742-17

Numero di Pagine: 15