



**Cartella stampa**

**GEOX**  
RESPIRA



## INDICE

**Cartella stampa - Aggiornata al 30 giugno 2010**

1.0	Company profile	pag. 3
2.0	Geox: elementi distintivi	pag. 4
3.0	I numeri di Geox	pag. 6
4.0	Storia: le tappe principali	pag. 7
5.0	I prodotti	pag. 9
6.0	I brevetti	pag. 11
7.0	Geox nel mondo	pag. 13
8.0	Il management	pag. 14

## 1.0 COMPANY PROFILE

Il gruppo Geox avvia la sua attività commerciale e industriale negli anni '90, e in pochi anni si afferma come protagonista del mercato calzaturiero italiano e internazionale.

Attivo nella creazione, produzione, promozione e distribuzione di calzature, il Gruppo ha tra i suoi punti di forza **l'innovazione di prodotto**, in particolare orientata ad individuare soluzioni tecnologiche in grado di garantire traspirabilità e impermeabilità.

L'innovazione del gruppo Geox, protetta da oltre 50 diversi brevetti per invenzione depositati in Italia ed estesi in ambito internazionale, si basa fundamentalmente sull'ideazione e realizzazione di strutture di soles che, grazie all'inserimento di una membrana permeabile al vapore ma impermeabile all'acqua, sono in grado di garantire traspirabilità alle soles in gomma e impermeabilità a quelle in cuoio.

Il gruppo Geox opera nel settore delle calzature *classic* e *casual* per uomo, donna e bambino, di fascia di prezzo medio e medio/alta. Il marchio Geox è quindi un *family brand* che offre un'ampia gamma di prodotti per tutta la famiglia, ciascuno caratterizzato da innovazione, *comfort* e uno stile in linea con le tendenze della moda.

Oltre che nelle *brown shoes*, Geox è attiva anche nel settore delle *white shoes* con le linee di calzature NET.

Il Gruppo può contare oggi sulla *leadership* in Italia nel settore *classic* e *casual* e su una crescente presenza all'estero: al 30 giugno 2010 oltre il 60% dei ricavi consolidati è stato realizzato nei principali mercati esteri, tra cui Germania, Francia e Spagna.

Inoltre, secondo una classificazione operata dalla rivista specializzata *Shoeintelligence*, il Gruppo risulta essere il primo marchio italiano ed il secondo a livello internazionale nel settore "*lifestyle casual*" nel 2008.

Il gruppo Geox attua una strategia distributiva diversificata, caratterizzata da un mix calibrato di negozi multimarca (circa 10.000 doors) e monomarca (1.032 Geox Shop<sup>1</sup>), gestiti direttamente (cosiddetti "directly operated stores" o DOS) o in franchising al fine di ottenere una rapida penetrazione nei singoli mercati e promuovere in modo coerente il marchio Geox presso il consumatore finale.

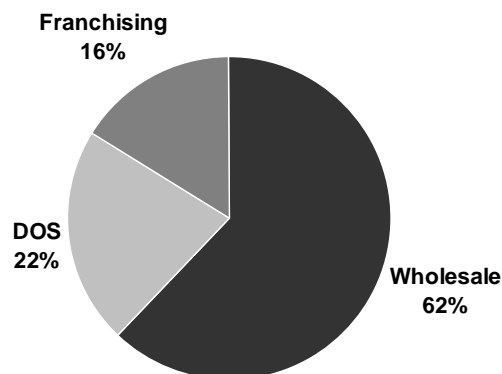
---

<sup>1</sup> Al 30 giugno 2010.

## 2.0 GEOX: ELEMENTI DISTINTIVI

Il gruppo Geox deve il proprio successo a particolari elementi distintivi, che nel loro insieme lo differenziano nel panorama del settore calzaturiero italiano e mondiale:

- **Costante focalizzazione sul prodotto** caratterizzato dall'applicazione di soluzioni innovative e tecnologiche ideate da Geox e protette da brevetti;
- **Posizionamento “trasversale” dei propri prodotti**, con una vasta gamma di calzature per uomo, donna e bambino, nell'ampia fascia di prezzo medio e medio/alta del mercato. Sulla base del successo ottenuto con le calzature, il gruppo Geox ha intrapreso un progetto di estensione del principio di traspirabilità anche al settore dell'abbigliamento (in particolare ai capi-spalla) e a quello delle scarpe sportive;
- **Elevata riconoscibilità del marchio Geox**, grazie ad un'efficace strategia di comunicazione, e la sua identificazione da parte del consumatore con il concetto del “far respirare”;
- **Significativa presenza sui mercati internazionali**, che rappresentano oltre il 60% dei ricavi del Gruppo al 30 giugno 2010. Secondo una classificazione operata dalla rivista specializzata *Shoeintelligence*, il Gruppo risulta essere il primo marchio italiano ed il secondo a livello internazionale nel settore “*lifestyle casual*” nel 2008;
- **Rete di negozi monomarca Geox Shop**, in Italia e all'estero, sviluppata, in funzione della struttura distributiva dei singoli Paesi, in misura calibrata con la rete capillare dei clienti multimarca. Entrambe sono volte a ottimizzare la penetrazione commerciale nei singoli mercati e promuovere al tempo stesso in modo coerente il marchio Geox presso il consumatore finale;



al 30 giugno 2010

# GEOX

- **Flessibilità del modello di business delocalizzato ed in outsourcing,** in grado di gestire in modo efficiente il ciclo produttivo e logistico, mantenendo in capo alla Società il presidio delle fasi critiche della catena del valore, al fine di controllare la qualità del prodotto e i tempi di consegna.

## 3.0 I NUMERI DI GEOX

I principali numeri di Geox:

oltre **20** milioni di paia di calzature vendute nel 2009

oltre **2** milioni di capi di abbigliamento venduti nel 2009

**103** paesi presidiati

**435,5** milioni di euro di ricavi al 30 giugno 2010

**37,9** milioni di euro di utile netto al 30 giugno 2010

**99,9** milioni di euro di cassa netta al 30 giugno 2010

circa **10.000** punti vendita multimarca nel mondo

**1.032** punti vendita monomarca Geox Shop al 30 giugno 2010

## 4.0 STORIA: LE TAPPE PRINCIPALI

### Origine dell'attività di Geox

Durante un viaggio a Reno in Nevada (USA) per promuovere i vini di famiglia in una conferenza del settore, Mario Moretti Polegato decide di fare una passeggiata. Infastidito dal surriscaldamento dei piedi causato dalle scarpe con le soles in gomma che indossava, istintivamente fora entrambe le soles con un coltello. In questo modo aveva trovato una soluzione semplice ed efficace per far fuoriuscire il calore in eccesso dalle sue scarpe.

Successivamente, Moretti Polegato sviluppa la sua intuizione nei laboratori di una piccola azienda calzaturiera di proprietà della famiglia, mettendo a punto una nuova tecnologia per le soles in gomma. La brevetta immediatamente e crea la prima "scarpa che respira".

Dopo aver proposto, senza successo, la sua invenzione ad affermate aziende calzaturiere e dopo aver superato una fase di test di mercato con una linea di calzature per bambino, Moretti Polegato inizia a produrre calzature a marchio Geox a livello industriale.

Il nome del marchio Geox nasce dalla fusione delle parole "geo" (*terra* in greco), ed "x", lettera-elemento che simboleggia la tecnologia. L'origine del nome Geox evidenzia la vocazione e il DNA di una società nata da un'idea rivoluzionaria e che ha fatto del comfort, del benessere e dell'innovazione *must* aziendali.

Negli anni successivi migliora il brevetto iniziale ed estende la gamma di prodotto al segmento delle scarpe per adulti.

### Espansione commerciale e potenziamento industriale del Gruppo

Consolidati i primi successi in Italia, tra il 2000 ed il 2003 il Gruppo espande la propria attività commerciale a livello internazionale, utilizzando i canali di vendita sia multimarca che monomarca.

Il gruppo Geox costituisce una struttura di vendita per l'estero, composta da agenti indipendenti, ripartiti per aree territoriali, che curano la distribuzione dei prodotti Geox.

In pochi anni, il Gruppo apre Geox Shops nelle principali vie dello shopping e l'ingresso della "scarpa che respira" nei nuovi mercati fa registrare ottimi risultati di vendita. L'azienda di Montebelluna viene ufficialmente riconosciuta come una delle migliori success story dell'industria italiana.

L'azienda cresce velocemente e i costanti investimenti in ricerca portano Geox alla scoperta di nuove tecnologie e prodotti. Il laboratorio del Gruppo, studiando

# GEOX

costantemente la traspirazione del corpo umano, brevetta un'idea per il benessere dell'abbigliamento, l'abbigliamento Geox. Il progetto permette di applicare il *know how* acquisito nello studio nella traspirazione anche agli indumenti come giacche, giacconi e giubbotti. È l'inizio di una nuova era per il gruppo di Montebelluna, quella del total look "che respira". Da lì a poco, superata una fase di test, Geox entrerà nel mercato italiano con una linea di abbigliamento brevettata.

## **La quotazione in Borsa (anno 2004)**

Geox si quota alla Borsa di Milano con grande successo il 1° dicembre 2004. Il Gruppo calzaturiero di Montebelluna può vantare un percorso di crescita invidiabile: fatturati in aumento di circa il 25% anno su anno, milioni di paia di scarpe prodotte e vendute in più ogni stagione, indici di redditività in costante miglioramento. Queste performance fanno fare a Geox questo importante passo, accolto con grande consenso della comunità finanziaria internazionale.

## 5.0 I PRODOTTI

Il Gruppo è attivo nella produzione e commercializzazione di calzature di fascia media e medio/alta (l'89% dei ricavi consolidati al 30 giugno 2010) e in misura minore di abbigliamento (l'11% dei ricavi consolidati al 30 giugno 2010). Nel corso del 2009 il gruppo Geox ha venduto oltre 20 milioni di paia di calzature.

L'idea innovativa del gruppo Geox consiste nel perforare le soles delle calzature per permettere ai piedi di traspirare. L'attività del Gruppo trae origine dallo sfruttamento economico di questa innovazione protetta mediante attività di tutela della proprietà industriale in ambito nazionale e internazionale.

Nell'ambito dello sviluppo dei prodotti Geox, la politica di ricerca del Gruppo nel campo dell'innovazione tecnologica assume un ruolo di rilievo ed è volta a coniugare l'innovazione con il comfort ed uno stile in linea con le tendenze della moda.

Il posizionamento trasversale dei prodotti, in termini di età e sesso della clientela, fa del marchio Geox un *family brand* del tutto peculiare sul mercato italiano. Il gruppo Geox, infatti, realizza tre diverse tipologie di prodotti che si distinguono a seconda del consumatore finale: i prodotti per donna, per uomo e per bambino.



Nell'ambito delle tre tipologie di prodotti, inoltre, si distinguono due diverse aree:

- Prodotti *classic*, caratterizzati per la ricerca dell'eleganza delle linee ed il richiamo ai modelli tradizionali;
- Prodotti *casual*, caratterizzati per la particolare portabilità e versatilità.

# GEOX

Sulla base del successo ottenuto con le calzature, il gruppo Geox ha intrapreso un progetto di estensione del principio della traspirabilità Geox anche al settore dell'abbigliamento, e in particolare ai capi-spalla.



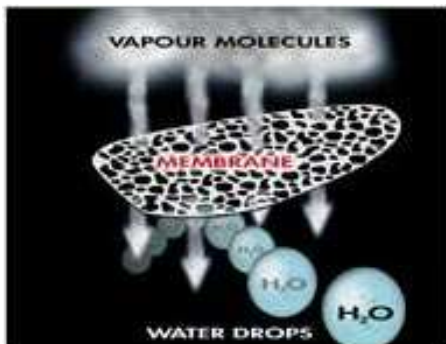
## 6.0 | BREVETTI

L'elemento distintivo del gruppo Geox è l'aver individuato, brevettato ed attuato soluzioni innovative e tecnologiche che, tramite l'impiego di particolari materiali, consentono la combinazione delle qualità della traspirabilità e dell'impermeabilità. Il Gruppo ha individuato, elaborato e perfezionato le modalità per la realizzazione dei propri prodotti, proteggendole con il deposito di brevetti per invenzione in Italia successivamente estesi in ambito internazionale.

Il Gruppo ha depositato, ampliando attraverso successive specifiche il brevetto iniziale, oltre 50 diversi brevetti per invenzione (di prodotto o di processo), frutto della politica aziendale di forte valorizzazione dell'innovazione tecnologica.

### Brevetto per la Gomma

Il primo dei brevetti per la gomma è stato sviluppato nell'ambito delle calzature per risolvere il problema della mancanza di traspirazione delle soles in gomma. L'esclusiva soluzione Geox consiste nella combinazione di tre diversi elementi: una parte inferiore perforata (il battistrada), una parte superiore anch'essa



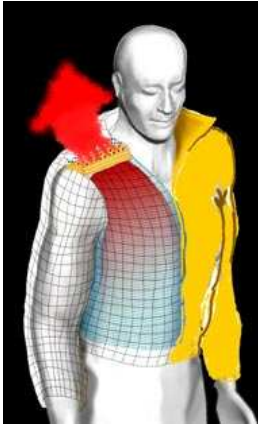
forata (l'intersuola) nonché un terzo elemento, posto tra il battistrada e l'intersuola, definito nel brevetto come "membrana permeabile al vapore ma impermeabile all'acqua". La combinazione della membrana, caratterizzata da una porosità selettiva, con i fori praticati su battistrada e sottopiede, consente di raggiungere il risultato della fuoriuscita del vapore, inibendo il passaggio dell'acqua.

### Brevetto per il Cuoio

Il brevetto per il cuoio ha avuto come obiettivo quello di sviluppare una tecnologia innovativa che mira a rendere impermeabile le soles in cuoio senza pregiudicarne le naturali proprietà di traspirazione. Anche in questo caso il Gruppo utilizza modalità costruttive analoghe a quelle sopra menzionate, impiegando la membrana per impermeabilizzare le soles in cuoio.



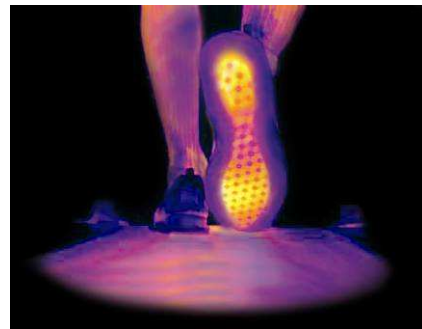
## Brevetto per l'Abbigliamento



Questo brevetto è stato ideato per favorire la traspirazione del corpo e trova applicazione principalmente nei capi-spalla. L'applicazione del brevetto consiste nell'utilizzo di un sistema costruttivo del capo attraverso la realizzazione di un'intercapedine tra il tessuto ed il corpo, che permette di sfruttare il naturale movimento dell'aria calda dal basso verso l'alto, facendo fuoriuscire la stessa dalla parte superiore del capo.

## Brevetto per lo Sport

Questo brevetto si basa sulla tecnologia NET System, che garantisce a chi pratica sport una super-traspirazione su tutta la superficie del piede. La tradizionale suola in gomma viene sostituita da una cornice laterale di supporto e da una rete protettiva (da cui il nome NET) che, unita alla speciale membrana Geox applicata su tutta la superficie della suola, lascia il piede libero di traspirare, impedendo al tempo stesso all'acqua, al fango e a tutti gli elementi esterni di penetrare all'interno della scarpa. I test effettuati nei laboratori di ricerca Geox dimostrano come la suola con tecnologia NET sia in grado di espellere il sudore prodotto dalla pianta del piede sia in situazioni di riposo sia in quelle di affaticamento.



## 7.0 GEOX NEL MONDO

Il Gruppo può contare oggi sulla leadership in Italia nel settore *classic* e *casual* e su una crescente presenza all'estero: al 30 giugno 2010 oltre il 60% dei ricavi consolidati è stato realizzato nei mercati esteri, tra cui i principali sono Germania, Francia e Spagna. Inoltre, secondo una classificazione operata dalla rivista specializzata *Shoeintelligence*, GEOX risulta essere il primo marchio italiano ed il secondo a livello internazionale nel settore "*lifestyle casual*" nel 2008.

Sui mercati esteri il gruppo Geox ha perseguito una strategia distributiva diversificata, caratterizzata da un mix calibrato di negozi multimarca e monomarca, al fine di adattarsi quanto meglio alle esigenze di ogni singolo paese ed ottenere una rapida penetrazione nei singoli mercati.

La distribuzione dei prodotti Geox avviene principalmente mediante due canali distributivi: quello dei negozi multimarca (circa 10.000 punti vendita) e quello dei negozi monomarca, i Geox Shop, che si distinguono in DOS (gestiti direttamente dal Gruppo) ed in franchising.

	1H 2010		2009		1H 2009	
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS
Italia	335	84	327	89	322	82
Europa (*)	310	106	306	87	288	71
Nord America	51	42	56	49	55	54
Altri paesi	158	19	146	19	176	20
Paesi con contratto di licenza.(**)	178	/	173	/	156	/
<b>Totale</b>	<b>1.032</b>	<b>251</b>	<b>1.008</b>	<b>244</b>	<b>997</b>	<b>227</b>

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

(\*\*) I ricavi del canale franchising non comprendono i negozi in tali paesi.

## 8.0 IL MANAGEMENT

### **Mario Moretti Polegato - *Presidente***

Presidente della società, fondatore del Gruppo e principale azionista con il 71% del capitale, nasce nel 1952 a Crocetta del Montello (TV). Dopo aver effettuato studi di Enologia, si dedica alle attività imprenditoriali della famiglia, attiva nel settore agricolo e vitivinicolo da tre generazioni. A metà degli anni '90, a seguito dell'invenzione della calzatura con suola in gomma impermeabile e traspirante, intraprende l'attività imprenditoriale nel settore delle calzature.

Mario Moretti Polegato dedica personalmente molto tempo all'insegnamento della "Proprietà Intellettuale" nelle scuole e nelle Università in Italia e all'estero. Tra gli istituti più importanti che lo hanno recentemente ospitato, si segnalano l'Università di Firenze, l'Università di Pisa, L'Università Ca' Foscari di Venezia, l'Università Federico II di Napoli, l'Università Cattolica di Lisbona, la Columbia University di New York, il MIT di Boston e l'Università di Cambridge.

Negli anni, il Presidente di Geox ha ottenuto numerosi riconoscimenti della sua attività:

- 2010: Riceve da CNBC e Financial Times il premio "Innovator of the Year" nell'ambito degli European Business Leaders Awards, per aver saputo sviluppare un brand che coniuga moda e tecnologia.
- 2009: Riceve il Premio Mediobanca 2009 per l'azienda più dinamica del panorama economico italiano in termini di crescita e redditività.

Viene nominato membro dell'International Advisory Council dell'Università Bocconi di Milano.

- 2008: E' nominato membro del Consiglio Direttivo Confederale di Confindustria per il biennio 2008-2010.

Riceve il "Premio Internazionale AEREC alla Carriera" dall'Accademia Europea per le Relazioni Economiche e Culturali.

- 2007: Confindustria lo elegge Membro di Giunta.

Diviene membro del Comitato Direttivo del Comitato Leonardo Italian Quality Committee.

Riceve il Premio "Leone del Veneto" dall'Ufficio di Presidenza del Consiglio Regionale del Veneto.

- 2006: Viene proclamato "Grand'Ufficiale al Merito" della Repubblica Italiana dal Presidente della Repubblica Italiana.

# GEOX

La Fondazione CUOA gli assegna un Master Honoris Causa.

- 2005: Viene nominato “Cavaliere del Lavoro” dal Presidente della Repubblica Italiana.

L'Università Ca' Foscari di Venezia gli conferisce la Laurea specialistica ad honorem in Chimica e compatibilità ambientale.

- 2004: L'Associazione Italiana Marketing gli consegna il “Premio Tagliacarte” per il miglior utilizzo l'ottima diffusione, promozione e sviluppo del Cultura di marketing.

Riceve il “Premio Fedeltà al Lavoro” dal “Consorzio dei Santi Crispino e Crispiniano” come miglior imprenditore calzaturiere.

- 2003: Ernst & Young Global lo nomina “Miglior Imprenditore Italiano nel Mondo”.

L'Università di Verona, facoltà di Economia e Commercio, gli assegna un Master Honoris Causa in “*Logistica integrata e supply chain management*”.

L'Università di Scienze Agricole e di Medicina Veterinaria a Banatului, Timisoara – Romania, gli attribuisce un *Doctor Honoris Causa*.

Diviene membro del Consiglio di Amministrazione di Siparex Italia (fondo transnazionale italo-francese di Private Equity).

- 2002: premio di Ernst & Young, Borsa Italiana ed Il Sole 24 Ore per il migliore utilizzo strategico a livello nazionale ed internazionale delle leve e delle opportunità offerte dal mercato, unite alla costante capacità di innovare.

Premio di Ernst & Young, Borsa Italiana ed Il Sole 24 Ore quale “Imprenditore dell'anno”.

Diviene membro dell'associazione internazionale *no-profit* Aspen Institute Italia.

- 2000: Viene nominato “Cavaliere al Merito dell'Ordine Nazionale di Romania”.
- 1997: Viene nominato “Console Generale Onorario di Romania per il Nord-Est d'Italia”.
- 1995: Viene nominato “Commendatore Nazionale” della Repubblica Italiana.
- 1994: Riceve da Confindustria il Premio Italiano della Creatività.

# **GEOX**

## **Diego Bolzonello - CEO**

Opera nel Gruppo fin dalla sua fondazione, seguendo assieme al Presidente lo sviluppo dell'attività. Sin dal 1999 è Direttore Prodotto di Geox e dal 2002 ricopre la carica di Amministratore Delegato della società. Oltre allo sviluppo delle strategie del Gruppo, focalizza la propria attività in particolare sulle aree di prodotto e innovazione.

## **Massimo Stefanello - Corporate Managing Director**

Direttore Corporate a partire da maggio 2009, è entrato a far parte del gruppo Geox nel 2005 ricoprendo importanti ruoli, fra cui quello di Direttore Finanziario di LIR S.r.l. (società azionista di maggioranza di Geox). E' laureato in Economia Aziendale all'Università degli Studi di Venezia e proviene da precedenti esperienze professionali in società di consulenza e aziende multinazionali quotate di rilievo, tra cui Benetton e GlaxoSmithKline.

## **Livio Libralesso - Direttore Finanziario**

Direttore Amministrativo e Finanza dal 2001. Laureato in Economia e Commercio all'Università degli Studi di Venezia. Revisore contabile iscritto presso il relativo registro istituito dal Ministero della Giustizia. In precedenza, svolge attività di revisione in Price Waterhouse & Coopers e ricopre posizioni di responsabilità nell'ambito amministrazione, finanza e controllo presso il gruppo Safilo, Lotto e Benetton.