



COMUNICATO STAMPA – IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE HA APPROVATO L'INTERIM MANAGEMENT STATEMENT RELATIVO AI PRIMI NOVE MESI DEL 2017

**RICAVI PARI A 733 MILIONI, SOSTANZIALMENTE IN LINEA CON L'ESERCIZIO PRECEDENTE (-0,9% A CAMBI CORRENTI, -1.3% A CAMBI COSTANTI) CON LA CRESCITA DEL CANALE MULTIMARCA CHE COMPENSA PARZIALMENTE LA PROGRAMMATA RAZIONALIZZAZIONE DEI NEGOZI MONOMARCA**

**CONTINUANO SIA LA CRESCITA A DOPPIA CIFRA DEL CANALE E-COMMERCE (+25%) CHE LE BUONE PERFORMANCE DI RUSSIA, EST EUROPA E CINA**

**IL PORTAFOGLIO ORDINI DEL CANALE MULTIMARCA PER LA STAGIONE PRIMAVERA/ESTATE 2018 IN AUMENTO DEL 3,5%**

**Biadene di Montebelluna, 8 novembre 2017** – Geox S.p.A., società quotata alla Borsa di Milano (GEO.MI), tra i leader nel settore delle calzature classiche e casual, ha esaminato in data odierna l'Interim Management Statement relativo ai primi nove mesi del 2017.

Mario Moretti Pologato, Presidente e fondatore di Geox ha commentato: “Geox sta lavorando bene, si vedono i primi risultati concreti della nuova strategia incentrata sull'aumento della redditività e sull'ottenimento di un business sano e profittevole. Sono pertanto fiducioso che questo primo passo, congiuntamente agli investimenti fatti nello stile, nei nuovi prodotti, nel nuovo concept dei negozi, nella nuova comunicazione incentrata sul binomio tecnologia-stile e nella forza commerciale nei nuovi mercati a grande potenziale, ci permetteranno di conseguire a breve anche una crescita profittevole, solida e duratura.

Geox chiude i primi nove mesi del 2017 con un fatturato sostanzialmente stabile rispetto allo scorso anno, grazie alla crescita del canale multimarca, con buone performance di Russia, Est Europa e Cina e alla crescita a doppia cifra del canale e-commerce, che hanno parzialmente compensato la programmata razionalizzazione della rete dei negozi monomarca.

Inoltre il canale multimarca riporta una crescita del +3,5% anche nel portafoglio ordini della prossima stagione Primavera/Estate 2018, con una conferma delle rilevanti potenzialità di Russia e Cina, dove la presenza del Gruppo è ancora limitata ma in positiva evoluzione, e del canale e-commerce, che riteniamo sempre più importante per le strategie future del Gruppo.

Per ultimo stanno proseguendo i già anticipati progetti di efficienza operativa, con l'espansione prevista del margine industriale e lo stretto controllo dei costi, che ci permetteranno di riportare risultati di redditività in crescita rispetto all'esercizio precedente”.

# GEOX

## ANDAMENTO DEL FATTURATO NEI PRIMI NOVE MESI DEL 2017

I ricavi consolidati dei primi nove mesi del 2017 si sono attestati a 732,7 milioni, sostanzialmente in linea con l'esercizio precedente (-0,9% a cambi correnti, -1,3% a cambi costanti) con la crescita del canale multimarca che compensa parzialmente la programmata razionalizzazione della rete dei negozi monomarca.

### Ricavi per Canale distributivo

(Migliaia di euro)	9 Mesi 2017	%	9 Mesi 2016	%	Var. %
<b>Multimarca</b>	<b>352.689</b>	<b>48,1%</b>	<b>345.796</b>	<b>46,8%</b>	<b>2,0%</b>
Franchising	111.009	15,1%	119.690	16,2%	(7,3%)
DOS*	269.051	36,7%	273.844	37,0%	(1,8%)
<b>Totale Geox Shop</b>	<b>380.060</b>	<b>51,9%</b>	<b>393.534</b>	<b>53,2%</b>	<b>(3,4%)</b>
<b>Totale ricavi</b>	<b>732.749</b>	<b>100,0%</b>	<b>739.330</b>	<b>100,0%</b>	<b>(0,9%)</b>

\* Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

I ricavi dei negozi multimarca, che rappresentano il 48% dei ricavi del Gruppo (47% nei primi nove mesi del 2016), si attestano a euro 352,7 milioni, in crescita del 2,0% (+1,5% a cambi costanti) evidenziando una performance stabile in Italia e nel resto dell'Europa e una crescita a doppia cifra in Russia, Est Europa e Cina e nel canale on-line.

Il lieve calo registrato nel terzo trimestre risente di:

- minori vendite promozionali dovute all'attesa diminuzione delle scorte di prodotto di stagioni passate conseguente alla migliorata efficienza operativa;
- un diverso timing delle spedizioni, nel terzo trimestre, con lo spostamento di data consegna richiesto da alcuni clienti e un approccio prudente e selettivo rispetto al rischio di credito, dettato dalle attuali condizioni del mercato, in particolare di alcuni paesi (Ucraina, Tailandia).

I ricavi dei negozi a gestione diretta, DOS, che rappresentano il 37% dei ricavi del Gruppo mostrano una riduzione a euro 269,0 milioni (-1,9% a cambi costanti). Tale andamento è dovuto:

- alla programmata ottimizzazione della rete dei negozi in particolare in Europa e all'espansione nei paesi più dinamici come Russia, Est Europa e Cina. Il saldo netto è comunque di 31 chiusure.
- e alle vendite stabili (+0,5%) dei negozi a parità di perimetro aperti da almeno 12 mesi (*comparable store sales*) (+0% nei primi nove mesi del 2016). In particolare le vendite comparabili del terzo trimestre hanno registrato una crescita del 3,2%, grazie alla soddisfacente performance registrata nel mese di settembre in tutti i principali mercati.

# GEOX

- Successivamente, le vendite comparabili realizzate dai negozi diretti ad oggi (settimana 1 – settimana 44) sono sostanzialmente stabili (-0.2%) a causa del calo del traffico sperimentato nel mese di ottobre, dovuto a un clima anomalo nei mercati di riferimento, come anche evidenziato dai principali *player* del settore. E' una conferma dell'elevata volatilità a cui è sottoposto il canale retail in questo periodo.

I ricavi del canale franchising, pari al 15% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 111,0 milioni, riportando un calo del 7,3% (-7,9% a cambi costanti). Le dinamiche rispecchiano quelle sopra evidenziate e l'andamento del canale franchising è dovuto alla programmata razionalizzazione dei negozi (-42 chiusure nette) e alle vendite leggermente in calo realizzate dai negozi a parità di perimetro aperti da almeno 12 mesi (*comparable store sales*).

## Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 30 settembre 2017 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 1.095 di cui 424 DOS. Nel corso dei primi nove mesi del 2017 sono stati aperti 54 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 120, 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.

	30-09-2017		31-12-2016		9 Mesi 2017		
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Aperture Nette	Aperture	Chiusure
Italia	309	124	352	129	(43)	4	(47)
Europa (*)	315	158	346	173	(31)	4	(35)
Nord America	43	43	48	48	(5)	1	(6)
Altri Paesi (**)	428	99	415	105	13	45	(32)
<b>Totale</b>	<b>1.095</b>	<b>424</b>	<b>1.161</b>	<b>455</b>	<b>(66)</b>	<b>54</b>	<b>(120)</b>

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

(\*\*) Include i negozi esistenti in paesi con contratto di licenza (pari a 164 negozi al 30 settembre 2017 e a 156 negozi al 31 dicembre 2016). I ricavi del canale franchising non comprendono i negozi in tali paesi.

# GEOX

## Ricavi per Area geografica

<b>(Migliaia di euro)</b>	<b>9 Mesi 2017</b>	<b>%</b>	<b>9 Mesi 2016</b>	<b>%</b>	<b>Var. %</b>
Italia	222.393	30,4%	231.174	31,3%	(3,8%)
Europa (*)	318.259	43,4%	322.758	43,7%	(1,4%)
Nord America	43.876	6,0%	46.801	6,3%	(6,2%)
Altri Paesi	148.221	20,2%	138.597	18,7%	6,9%
<b>Totale ricavi</b>	<b>732.749</b>	<b>100,0%</b>	<b>739.330</b>	<b>100,0%</b>	<b>(0,9%)</b>

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

I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 30% dei ricavi del Gruppo (31% nei primi nove mesi del 2016), si attestano a euro 222,4 milioni, rispetto a euro 231,2 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. Tale andamento è dovuto principalmente alla prevista razionalizzazione del network dei negozi monomarca (-43 chiusure nette) al leggero calo registrato nelle vendite comparabili dei negozi diretti mentre il canale multimarca è in linea con lo scorso esercizio.

I ricavi generati in Europa, pari al 43% dei ricavi del Gruppo, ammontano a euro 318,3 milioni, rispetto a euro 322,8 milioni dei primi nove mesi del 2016, registrando un decremento del 1,4% principalmente dovuto, come in Italia, alla prevista razionalizzazione del network dei negozi monomarca (-31 chiusure nette), alla leggera crescita registrata nelle vendite comparabili dei negozi diretti e alle vendite del canale multimarca in linea con lo scorso esercizio.

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 43,9 milioni, riportando un decremento del 6,2% (-7,2% a cambi costanti) dovute all'andamento del mercato canadese, alle vendite comparabili dei negozi diretti stabili, e alle 5 chiusure nette registrate.

Gli Altri Paesi riportano un fatturato in crescita del 6,9% rispetto ai primi nove mesi del 2016 (+5,0% a cambi costanti) con performance positive sia nel canale multimarca che nel canale dei negozi DOS (LFL) e particolarmente significative in Russia, Est Europa e Cina.

# GEOX

## Ricavi per Categoria Merceologica

(Migliaia di euro)	9 Mesi 2017	%	9 Mesi 2016	%	Var. %
Calzature	659.586	90,0%	668.954	90,5%	(1,4%)
Abbigliamento	73.163	10,0%	70.376	9,5%	4,0%
<b>Totale ricavi</b>	<b>732.749</b>	<b>100,0%</b>	<b>739.330</b>	<b>100,0%</b>	<b>(0,9%)</b>

Le calzature hanno rappresentato il 90% dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 659,6 milioni, con un decremento del 1,4% (-1,7% a cambi costanti) rispetto ai primi nove mesi del 2016. L'abbigliamento è stato pari al 10% dei ricavi consolidati attestandosi euro 73,2 milioni, rispetto ad euro 70,4 milioni del corrispondente periodo del 2016 (+4,0% a cambi correnti, +2,9% a cambi costanti).

## **EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE E FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DEL PERIODO**

Per quanto riguarda l'intero esercizio 2017, il management si attende un fatturato in leggero calo ma un significativo aumento della redditività rispetto all'esercizio precedente.

Tali aspettative sono basate sui seguenti fattori:

- Il canale multimarca è previsto in leggera crescita (*low single digit*) a fine anno in quanto si ipotizzano:
  - le date di consegna richieste dai clienti incluse negli ordini della prossima Primavera-Estate 2018 evidenziano come la strategia di anticipare le consegne per servire meglio i clienti e guadagnare quote di mercato si sia completata nel 2017
  - minori vendite promozionali in Italia e in Europa dovute all'attesa diminuzione delle scorte di prodotto di stagioni passate conseguente alla miglior efficienza operativa
  - un approccio prudente e selettivo rispetto al rischio di credito, dettato dalle attuali condizioni del mercato, in particolare di alcuni paesi (Ucraina, Thailandia, ect)
- il margine industriale relativo ai prodotti autunno-inverno 2017 conferma le attese di crescita riportando un miglioramento di oltre 200 *basis point*, grazie alle specifiche azioni intraprese sia sulla progettazione del prodotto che sull'efficienza della *Supply Chain*
- per quanto riguarda il canale retail, le vendite comparabili realizzate dai negozi diretti a oggi, (settimana 1-settimana 44) sono sostanzialmente stabili (-0,2% rispetto alla leggera crescita attesa). Tale dinamica si spiega con una elevata volatilità del traffico nei negozi, indotta da condizioni meteo particolarmente inusuali nei mesi di settembre e ottobre, compensata dal miglioramento del tasso di conversione
- i costi di pubblicità e promozione, come già annunciato durante la presentazione del primo semestre, si attesteranno complessivamente a un livello annuo inferiore all'esercizio precedente (di circa 10 milioni) grazie alla generale ottimizzazione delle spese relative ai materiali pubblicitari e espositivi dei negozi e a un diverso approccio al media buying e al marketing mix. In particolare il Gruppo sta incrementando l'investimento pubblicitario nelle iniziative di coop advertising con i clienti, nel digital e nel performance marketing relativo al canale web. Questi due elementi, inclusi nei costi generali e amministrativi, valgono circa 7 milioni nell'intero esercizio e sono in crescita rispetto al 2016

# GEOX

- stanno proseguendo i progetti di ulteriore incremento della produttività, semplificazione ed efficienza operativa unite allo stretto controllo sui costi
- da ultimo, come già anticipato con i risultati dell'esercizio 2016, il management ritiene che l'esercizio 2017 possa registrare oneri atipici nell'ordine di complessivi euro 10 milioni conseguenti alla cessazione del rapporto di lavoro e di amministrazione con il precedente Amministratore Delegato, alla prevista ottimizzazione del network dei negozi diretti e in franchising e alle efficienze da implementare nei costi generali.

Sulla base delle suddette ipotesi e previsioni, il management si attende, ad oggi, un fatturato in leggero calo (*low single digit*) dove la crescita del canale multimarca andrà a compensare quasi totalmente gli effetti della pianificata ottimizzazione del network di negozi DOS e in franchising nonché le vendite comparabili dei negozi monomarca attese in leggero calo in linea con il trend di fine ottobre.

Inoltre il management assume che, al verificarsi delle suddette ipotesi sul fatturato e sul miglioramento del margine lordo, unite alle ancora più incisive azioni di efficienza e controllo dei costi intraprese, il Gruppo possa conseguire, nell'intero esercizio, risultati di redditività in significativo aumento rispetto all'esercizio precedente.

\*\*\*

In relazione all'evoluzione prevedibile della gestione del primo semestre 2018 il management evidenzia che la raccolta ordini del canale multimarca della stagione Primavera/Estate 2018 registra un aumento del 3,5%, con una performance positiva in tutte le principali aree:

- performance stabile in Italia e leggermente negativa in Europa
- Est Europa e Middle East in crescita doppia cifra trainati da un'eccellente performance della Russia
- Nord America leggermente positivo grazie alla crescita a doppia cifra del mercato Americano
- crescita significativa in APAC con crescita a doppia cifra in Cina
- Tale portafoglio ordini evidenzia anche la già commentata crescita significativa (+21%) del canale on line.

Il margine industriale relativo a tale portafoglio ordini conferma le attese di crescita grazie alle specifiche azioni intraprese sia sulla progettazione del prodotto che sull'efficienza della Supply Chain. Tale incremento sarà tuttavia parzialmente ridotto dal mix canale che vede una maggior incidenza del peso di web e key accounts.



---

## DICHIARAZIONE DEL DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI CONTABILI SOCIETARI

---

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

---

## PER MAGGIORI INFORMAZIONI

---

### INVESTOR RELATIONS

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

Livio Libralesso, Direttore Generale Amministrazione Finanza e Controllo - CFO

### UFFICIO STAMPA

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

---

## IL GRUPPO GEOX

---

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

Geox è una delle società leader a livello mondiale nell'"International Lifestyle Casual Footwear Market". L'innovazione di Geox è protetta da ben 35 diversi brevetti e 10 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.

---