

COMUNICATO STAMPA - RISULTATI PRIMO SEMESTRE 2020¹

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

AD OGGI LA RETE DEI NEGOZI DIRETTI (DOS) E' COMPLETAMENTE OPERATIVA. PERFORMANCE IN PROGRESSIVO RECUPERO CON VENDITE NEI NEGOZI DIRETTI TORNATE POSITIVE AD AGOSTO CON L'INIZIO DEI SALDI ESTIVI.

RESTA MOLTO SOSTENUTA LA CRESCITA DEL CANALE ONLINE DIRETTO: +40% DA INIZIO ANNO (+59% NEL SOLO SECONDO TRIMESTRE) GRAZIE ANCHE ALL'ACQUISIZIONE DI NUOVA CLIENTELA.

AL 30 GIUGNO IL CANALE DIGITALE (DIRETTO ED INDIRECTO) RAPPRESENTA CIRCA UN QUARTO DEL TOTALE DEI RICAVI DEL GRUPPO CON UNA BUONA REDDITIVITA'.

IN ACCELERAZIONE LA "DIGITAL TRANSFORMATION" DEL MODELLO DI BUSINESS FINALIZZATA ALLA PERFETTA INTEGRAZIONE TRA CANALE FISICO E CANALE DIGITALE CON UN APPROCCIO SEMPRE PIU' OMNI-CHANNEL.

IL RISULTATO OPERATIVO (EBIT *ADJUSTED*²) SI ATTESTA A -70,6 MILIONI DI EURO IMPATTATO DALLA SOSTANZIALE SOSPENSIONE DELLE ATTIVITA' DI VENDITA NEL SECONDO TRIMESTRE PER IL LOCKDOWN ED INCLUDE UNA SVALUTAZIONE STRAORDINARIA (15 MILIONI) SUL MAGAZZINO.

IMPORTANTE RIDUZIONE DEI COSTI (-15% RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE).

LA SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA E' SOLIDA ED IL GRUPPO, GRAZIE ALLE AZIONI INTRAPRESE, STA MANTENENDO UNO STRETTO CONTROLLO DELL'INDEBITAMENTO NONOSTANTE GLI EFFETTI DERIVANTI DALLA PANDEMIA. LA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA AL 30 GIUGNO 2020 (ANTE IFRS 16) E' PARI A -88,8 MILIONI DI EURO (-30,8 MILIONI AL 30 GIUGNO 2019). I MESI DI LUGLIO ED AGOSTO HANNO GENERATO CASSA GRAZIE AL BUON ANDAMENTO DEI SALDI E DEGLI INCASSI DAI CLIENTI.

¹ Per una corretta panoramica sul contesto determinato dalla pandemia da COVID-19 si rimanda al comunicato stampa pubblicato in data 30 Luglio relativo ai ricavi preliminari del primo semestre.

² Prima degli oneri di ristrutturazione ed *impairment* per euro 13,3 milioni.

Biadene di Montebelluna, 17 Settembre 2020 – 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 2020.

Mario Moretti Pologato, Presidente e Fondatore di Geox, ha commentato: “La pandemia COVID-19 ha avuto e sta avendo rilevanti ripercussioni a livello globale di carattere sanitario, economico e sociale.

Geox, sin dall’inizio dell’emergenza, ha affrontato questo eccezionale contesto, preoccupandosi innanzitutto di preservare la salute delle proprie persone e adottando tutte le misure necessarie per la loro salvaguardia.

I primi sei mesi di questo anno fortemente anomalo hanno evidenziato dati economici, sostanzialmente delineati dal temporaneo *lockdown* globale e da cambiamenti nel comportamento delle persone che sempre più delinearanno il prossimo futuro.

Geox, proprio per questo motivo, ha da subito costituito un team a livello internazionale sia per la gestione del presente che per la definizione di azioni e progettualità finalizzate ad affrontare, al meglio ed in anticipo, le prossime sfide.

I numeri a fine Giugno, nonostante l’incisiva azione di risparmio sui costi (-15%) portata avanti nel periodo, risentono da un punto di vista economico del calo (-39%) dei ricavi determinato dalla chiusura temporanea a livello mondiale sia dei nostri negozi che di quelli dei nostri partner per gran parte del secondo trimestre, mentre confermano da un punto di vista patrimoniale la solidità del Gruppo grazie all’attenta gestione finanziaria e del capitale circolante.

Dalla riapertura dei negozi stiamo riscontrando un progressivo e costante miglioramento delle performance della nostra rete, con numeri tornati finalmente positivi ad agosto, durante i saldi, nei principali mercati europei.

Il canale online diretto, unico canale rimasto pienamente operativo nel periodo, ha evidenziato una crescita del +40% nel semestre con un secondo trimestre molto positivo (+59%). La crescita continua sostenuta anche in questo trimestre grazie anche all’apporto di nuova clientela ed al significativo incremento del segmento bambino (+100% da inizio anno).

I ricavi digitali di Geox, compresi quelli verso gli *e-tailers* che distribuiscono i nostri prodotti, hanno raggiunto un quarto dei ricavi totali del Gruppo ed esprimono una buona redditività. Ciò oltre ad avvalorare il percorso strategico iniziato due anni fa con l’internalizzazione del nostro e-commerce, poi proseguito con continui ed importanti investimenti in IT e logistica per un costante miglioramento dei servizi al nostro consumatore, ci spinge oggi, sulla scia dei cambiamenti comportamentali in atto, ad accelerare su quanto già avviato al fine di costituire un modello di business sempre più snello e basato sull’integrazione tra canale fisico e digitale.

Su questa linea abbiamo recentemente annunciato una revisione organizzativa in Nord America e sempre su questa linea continuiamo ad effettuare investimenti importanti. I negozi DOS in Europa sono perfettamente integrati ed ora stiamo estendendo servizi di omnicanalità come l’*endless-aisle*, il *click&collect*, il *reserve-in-store* ed il *return-in-store* anche al Nord America ma, ancor più importante, alla rete di negozi in Franchising.

Il tutto è finalizzato alla definizione di un modello di business integrato che, facendo leva sul digitale, garantisca servizi ed esperienze sempre più elevate alla clientela, permettendoci inoltre di proseguire nella razionalizzazione di quei punti vendita che non abbiano questa nuova rilevanza strategica e/o non riflettano condizioni contrattuali di locazione consone con il nuovo scenario.

Siamo convinti che la linea intrapresa unita ai valori storici (ma sempre più attuali) del nostro Brand, come la sostenibilità ed il benessere delle persone, ci permetterà sia di soddisfare al meglio le nuove esigenze e le nuove abitudini di una clientela sempre più selettiva che di migliorare sensibilmente il profilo di redditività del Gruppo.”

ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO: RICAVI

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

Ricavi per Canale distributivo

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

* Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

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

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

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

Le performance, dalla riapertura dei negozi, sono in progressivo recupero e ad agosto (durante i saldi estivi nei principali mercati europei) sono nuovamente positive. Ad oggi (settimana 37) le vendite comparabili (LFL) dei negozi a gestione diretta si attestano al -33%.

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

Ricavi per Area geografica

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

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

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

In tale contesto tutti i canali hanno subito gli effetti derivanti da tale emergenza. I negozi a gestione diretta, che avevano riportato dati positivi ad inizio anno, hanno poi subito gli effetti delle chiusure temporanee, chiudendo il semestre con un calo delle vendite sostanzialmente in linea con il dato di Gruppo. Mediamente nel semestre circa il 41% della rete diretta è stato temporaneamente chiuso. Per quanto riguarda invece la performance del canale multimarca e di quello in franchising, le riduzioni sono state principalmente riconducibili ai fattori già precedentemente evidenziati. In Italia la performance del canale online è stata particolarmente brillante registrando un +83% a fine semestre (+33% a fine Marzo).

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

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

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

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

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

Il canale online, dopo un ottimo secondo trimestre, riporta una crescita del 31% a fine giugno (era +6% a fine marzo). Il canale multimarca è risultato in calo del 22%, migliore del dato di Gruppo anche per una favorevole base di comparazione.

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

In Cina, Hong Kong e Macao la riduzione di fatturato (superiore al 40%) è stata maggiormente accentuata a seguito delle limitazioni alla mobilità e delle chiusure dei negozi da fine gennaio/inizio febbraio. Le riaperture dei negozi sono avvenute da inizio marzo con forti riduzioni di traffico. A partire da inizio aprile fino a metà maggio sono invece rimasti

temporaneamente chiusi i negozi in Giappone sempre a seguito delle misure di contenimento imposte dal governo per limitare la diffusione pandemica. Complessivamente le vendite dei negozi a gestione diretta alla fine del semestre registrano una diminuzione attorno al -40% con un traffico in riduzione in media del 55%. Permane una situazione difficile ad Hong Kong, mentre si stanno vedendo dei segnali di recupero in Cina, le cui vendite comparabili nei negozi diretti sono passate dal -50% del primo trimestre al -10% circa del secondo trimestre grazie anche ad un Giugno positivo (+4%). Il canale online diretto dell'intera area che a fine Marzo risultava negativo (circa -30%) a fine semestre registra un +13% grazie ad un ottimo secondo trimestre.

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

Ricavi per Categoria Merceologica

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

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

Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 30 giugno 2020 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 936 di cui 450 DOS. Nel corso del primo semestre 2020 sono stati aperti 13 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 51, in linea con la programmata ottimizzazione dei negozi nei mercati più maturi e una espansione nei paesi dove la presenza del Gruppo è ancora limitata ma in positiva evoluzione.

	30-06-2020		31-12-2019		I semestre 2020		
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Aperture Nette	Aperture	Chiusure
Italia	258	150	272	148	(14)	-	(14)
Europa (*)	263	156	270	159	(7)	2	(9)
Nord America	32	32	37	37	(5)	-	(5)
Altri Paesi (**)	383	112	395	110	(12)	11	(23)
Totale	936	450	974	454	(38)	13	(51)

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

(**) Include i negozi esistenti in paesi con contratto di licenza (pari a 132 negozi al 30 giugno 2020 e a 134 negozi al 31 dicembre 2019). I ricavi del canale franchising non comprendono i negozi in tali paesi.

Costo del venduto e margine lordo

Il costo del venduto è stato pari al 59,0% dei ricavi rispetto al 49,1% del primo semestre 2019, determinando un margine lordo del 41,0% (50,9% nel primo semestre 2019).

Il peggioramento del margine risente in particolare di una svalutazione straordinaria, pari ad euro 15,1 milioni, effettuata sul magazzino e principalmente legata alla collezione SS20 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 47,2% con un calo di circa 370 punti base rispetto al 30 Giugno 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 nel semestre 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.

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 170,5 milioni di euro rispetto ai 200,6 milioni del primo semestre 2019, con un risparmio di circa 30 milioni di euro (-15%).

In particolare:

- I costi di vendita e distribuzione si attestano a 22,2 milioni di euro e risultano leggermente in diminuzione rispetto allo scorso anno (22,4 milioni nel primo semestre 2019). Tale risultato è stato conseguito grazie ai risparmi (6,1 milioni) derivanti dai minori volumi di attività nel periodo che hanno permesso di compensare alcuni accantonamenti non ordinari, pari a 5,6 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 138,1 milioni, rispetto a euro 165,1 milioni del primo semestre 2019 con una riduzione di circa 27 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 14,1 milioni, grazie all'utilizzo degli ammortizzatori sociali per il personale (circa 7,3 milioni), alle efficienze nelle ore lavorate per 3,6 milioni e alla rinegoziazione di alcuni canoni di locazione per 3,2 milioni esclusivamente riferibili a contratti non soggetti all'IFRS 16. Per quanto riguarda la rinegoziazione dei canoni di locazione, si segnala che il Gruppo non ha contabilizzato ulteriori risparmi per 1,4 milioni relativi a concessioni firmate entro il 30 giugno su contratti soggetti all'IFRS 16. Tali risparmi relativi al primo semestre che salgono, ad oggi, a complessivi 4 milioni verranno contabilizzati nel secondo semestre³.

(ii) minori costi di struttura per euro 7,0 milioni, di cui 5,8 milioni derivanti dal ricorso agli ammortizzatori sociali per il personale di struttura e 1,2 milioni da azioni di efficientamento intraprese dal Gruppo;

(iii) minori costi di trasporto per 2,6 milioni a seguito delle minori attività nel periodo.

- I costi di pubblicità e promozione si attestano ad euro 10,2 milioni, in riduzione rispetto a euro 13,0 milioni del corrispondente periodo 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 -70,6 milioni contro euro 2,8 milioni del primo semestre 2019 e risente principalmente degli effetti legati alla riduzione del fatturato.

Svalutazioni nette di immobilizzazioni⁴

Come descritto precedentemente, il primo semestre 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 13,1 milioni, riferibili a 169 punti vendita, oggetto di svalutazione integrale o parziale.

Imposte e tax rate

Le imposte sul reddito del primo semestre 2020 risultano essere positive per euro 6,0 milioni, rispetto ad euro -2,9 milioni del primo semestre 2019.

Si segnala come il valore delle imposte risenta di un prudente mancato stanziamento, in attesa della definizione del nuovo piano industriale 2021-2023, di imposte differite attive per circa euro 15,2 milioni (euro 2,5 milioni nel primo semestre 2019), afferenti a perdite fiscali generate nel I semestre 2020 per le quali, alla data della presente relazione, non vi è la ragionevole certezza circa il recupero attraverso redditi imponibili fiscali futuri.

³ In data 28 maggio 2020 lo IASB ha pubblicato un emendamento denominato "Covid-19 Related Rent Concessions (Amendment to IFRS 16)". Il documento prevede per i locatari la facoltà di contabilizzare le riduzioni dei canoni connesse al Covid-19 senza dover valutare, tramite l'analisi dei contratti, se è rispettata la definizione di *lease modification* dell'IFRS 16. Pertanto i locatari che applicano tale facoltà potranno contabilizzare gli effetti delle riduzioni dei canoni di affitto direttamente a conto economico alla data di efficacia della riduzione. Tale modifica, pur essendo applicabile ai bilanci aventi inizio al 1° giugno 2020 salvo la possibilità da parte di una società di applicazione anticipata ai bilanci aventi inizio al 1° gennaio 2020, non è stata ancora omologata dall'Unione Europea, e pertanto non è stata applicata dal Gruppo al 30 giugno 2020.

Al 30 giugno 2020, il Gruppo ha in corso negoziazioni con i principali proprietari degli immobili con cui ha in essere contratti di leasing operativo; Le riduzioni di canone, già ottenute ad oggi o che emergeranno a conclusione delle negoziazioni, **verranno recepite nel secondo semestre dopo l'omologa della UE**, applicando il practical expedient. Gli affitti non contabilizzati per mancata applicazione di questo principio valgono 1,4 milioni (affitti già firmati) mentre 2,6 milioni sono rinegoziazioni concluse ma non ancora firmate con i proprietari immobiliari al 30 Giugno 2020.

⁴ Per maggiori dettagli si rimanda alle note esplicative della Relazione Finanziaria Semestrale al 30 Giugno 2020.

SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA DEL GRUPPO

L'insieme delle azioni di razionalizzazione intraprese ed un andamento delle vendite del canale diretto migliore delle attese, hanno permesso di mantenere sotto controllo la posizione finanziaria netta che a fine Giugno, nonostante l'eccezionalità della situazione, si è attestata (ante IFRS 16) a -88,8 milioni di euro (-30,8 milioni di euro al 30 Giugno 2019). Si segnala che il Gruppo non ha ritardato i suoi impegni di pagamento verso la sua filiera né ha fatto ricorso ad alcuna sospensione di rimborsi di rate di finanziamenti. L'unica eccezione riguarda la sospensione del pagamento dei canoni relativi al periodo di chiusura dei negozi (Aprile e prima metà di Maggio) e il pagamento parziale, legato all'andamento delle vendite, effettuato per la seconda metà di Maggio ed il mese di Giugno dopo la riapertura. Tale approccio risulta coerente con le attuali interlocuzioni in atto con i proprietari immobiliari tese a rinegoziare le pattuizioni contrattuali ed allinearle al mutato scenario economico, rendendo i canoni variabili con i livelli di fatturato almeno fino a che duri la riduzione del traffico indotta dalle misure restrittive e dalla forte riduzione dei flussi turistici. Ad oggi i confronti con le proprietà immobiliari procedono in maniera serrata, sono indubbiamente difficili, ma il Gruppo ha già concluso alcuni accordi e molti altri sono in fase avanzata, convinti che si debba anche arrivare alla risoluzione del contratto nel caso in cui non si possano raggiungere soluzioni che rispecchino gli attuali valori di mercato. I canoni di affitto non pagati alla data del 30 Giugno 2020 ammontano a circa Euro 12 milioni e sono esclusivamente riferibili al secondo trimestre, ossia alla fase più acuta del *lockdown*.

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

Il rapporto del capitale circolante netto operativo sui ricavi si è attestato al 34,3% rispetto al 29,0% del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. Tale variazione è dovuta principalmente alla riduzione di fatturato, visto che il capitale circolante si attesta a 223,2 milioni, in riduzione rispetto ai 235,5 milioni del primo semestre 2019.

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

Nel corso del primo semestre sono stati effettuati investimenti per euro 9,3 milioni, rispetto ai 12,5 milioni sostenuti nel primo semestre 2019, legati principalmente al piano di restyling dei negozi (4,9 milioni) volto al miglioramento delle performance e agli investimenti in IT (2,4 milioni).

Visto l'attuale contesto il Gruppo proseguirà nelle iniziative volte a proteggere il cash flow aziendale e a contenere i costi operativi.

Misure volte a proteggere il cash flow aziendale

Il Gruppo ha prontamente implementato un piano importante ed esaustivo teso a ridurre i fabbisogni finanziari futuri.

Le azioni sono volte a:

- spostare in avanti gli investimenti non essenziali come il rinnovo dei negozi o le nuove aperture. Complessivamente gli investimenti inizialmente previsti in 40 milioni per l'esercizio 2020 saranno ridotti di circa 15 milioni (-40%). Vengono invece confermati gli investimenti in infrastrutture digitali ed in logiche di omnicanalità strumentali all'evoluzione del business model di Geox verso la perfetta integrazione tra negozi fisici e digitali con anche una perfetta integrazione dei magazzini tra canali.
- limitare l'incremento del capitale circolante. Per questo, in stretta collaborazione con i propri fornitori, Geox sta riducendo gli acquisti della prossima collezione Autunno-Inverno per circa 40 milioni (-21%) rispetto sia alle previsioni iniziali che all'anno precedente.

- offrire ai clienti un pacchetto di misure di supporto e rafforzamento della partnership volto ad incentivare l'incasso dei crediti e a difendere e proteggere il portafoglio ordini da spedire di primavera-estate ed autunno-inverno. I crediti comunque sono generalmente assicurati.
- valutare attentamente la strategia di immissione dei prodotti sulla rete distributiva in modo da ridurre gli acquisti futuri sulla base delle disponibilità di prodotto della stagione corrente, che di fatto non è stata presentata al mercato, e può essere ritenuta in parte di transizione per la prossima collezione Autunno/Inverno (di cui sono stati già ridotti in maniera rilevante gli acquisti) ed in parte riproposta nella futura collezione Primavera/Estate 2021.
- rinnovare i programmi di *vendor financing* in essere volti all'allungamento dei termini di pagamento con i fornitori.

Misure volte a contenere i costi operativi

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

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

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Per quanto riguarda le previsioni sull'intero esercizio, l'attuale situazione e le incertezze relative alla durata di tale pandemia rendono estremamente complessa ogni tipo di previsione. In particolare gli effetti del Covid-19 stanno trovando nuovo vigore nell'ultima settimana in vari paesi con un innalzamento delle misure di restrizione alla mobilità. Israele è il primo paese che ha deciso un nuovo *lockdown*, la situazione permane difficile in Nord America ed in India, ad Est l'Ungheria ha nuovamente chiuso le frontiere e il centro Europa ed i Balcani stanno sperimentando un numero elevato di casi. Anche Francia, Spagna, Austria e Germania stanno via via innalzando le misure di protezione come l'obbligo di mascherine in pubblico. In questo contesto non si può che ipotizzare che il calo del traffico nei negozi e la diminuzione dei flussi turistici nelle principali capitali Europee continui in qualche misura almeno fino a fine anno.

Ad oggi (settimana 37) il terzo trimestre sta riportando un andamento delle vendite comparabili (LFL) in miglioramento rispetto ai trimestri precedenti e pari al -13% grazie in particolare al *boost* dei saldi estivi. Infatti l'andamento dei negozi (DOS) dalla riapertura ha avuto un trend di progressivo miglioramento fino a tornare positivo in Agosto. Anche la prima settimana di settembre è stata positiva grazie ad un buon andamento del *back to school* e del *back to work*. Purtroppo, successivamente, gli eventi sopradescritti hanno penalizzato la seconda settimana di settembre caratterizzata da un peggioramento in termini di traffico, da un L4L tornato negativo e dal passaggio dei negozi alla collezione invernale con conseguente venir meno della spinta promozionale dei saldi.

Nonostante questo ci si attende, in assenza di ulteriori *lockdown* generalizzati, un secondo semestre migliore del primo con anche un recupero di marginalità lorda grazie al contributo delle vendite a prezzo pieno della stagione invernale.

Si evidenzia inoltre che il settore ha sperimentato una conclusione anticipata della raccolta ordini di Autunno Inverno a causa del *lockdown* e successivamente c'è stata una revisione degli ordini raccolti in stretta cooperazione con i clienti in modo da ridurre al massimo il rischio di cancellazioni. Questo ha portato il Gruppo a ridurre gli acquisti del secondo semestre del 21% come già comunicato in precedenza. Tale misura favorirà il controllo del circolante e la gestione dell'indebitamento ma non potrà che avere anche un impatto sul fatturato verso i clienti rendendo ancor più importante la massima focalizzazione sulle opportunità *in-season* per i riassortimenti, le vendite promozionali prima dei saldi e le vendite a stock di passate stagioni. Queste opportunità erano mancate nel primo semestre a causa del *lockdown*.

EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL SEMESTRE

30 Luglio 2020 - Nuovo contratto di finanziamento con garanzia SACE -

In data 30 Luglio 2020 il Gruppo ha completato la già solida architettura finanziaria al servizio del business e degli investimenti del prossimo triennio, con la sottoscrizione di un contratto di finanziamento per un importo totale di 90 milioni di euro ottenuto grazie anche al solido *track-record* dei suoi indicatori patrimoniali e finanziari. SACE, in conformità con quanto previsto dal Decreto Legge n. 23 dell'8 aprile 2020, ha rilasciato tempestivamente, con procedura semplificata, "la garanzia Italia" sul 90% dell'importo concesso dalle banche a valle di una approfondita istruttoria. Il finanziamento è principalmente destinato a supportare i costi del personale e gli investimenti, nonché le dinamiche di capitale circolante per stabilimenti produttivi e attività imprenditoriali localizzati in Italia. Il finanziamento ha una durata massima di 6 anni con preammortamento di 24 mesi, rimborso con rate trimestrali ed è stato stipulato su base Club Deal.

9 Settembre 2020 - Riorganizzazione in Nord America -

In data 9 Settembre 2020, il Gruppo ha annunciato una riorganizzazione in Nord America volto alla definizione di un modello di business più snello ed efficiente. Ad oggi gli effetti del Covid-19 rendono ancor più urgente la necessità di accelerare su quanto già intrapreso al fine di avviare quanto prima un modello di business che sia il più possibile adeguato alla nuova normalità e che, in un'ottica di distribuzione e operatività obbligatoriamente omni-canale ridefinisca la rilevanza economica, finanziaria e strategica di tutti i punti di contatto e di servizio al consumatore. Infatti, ancora oggi, trascorsi otto mesi dall'inizio della Pandemia, il traffico nei negozi in Nord America permane più che dimezzato sia per la mancanza di flussi turistici in città a forte vocazione internazionale come New York, Toronto, Vancouver, sia per la particolare struttura distributiva di questi paesi che è caratterizzata da grandi centri commerciali che risentono in modo particolare delle restrizioni all'accesso e alla mobilità delle persone. In questo contesto gli attuali canoni di locazione, frutto di contratti pre-COVID, non stanno riflettendo in maniera coerente questa nuova situazione e le serrate negoziazioni in corso stanno portando, in queste aree, a riduzioni di canoni solo di breve periodo.

Il Gruppo Geox ritiene che la rete di negozi fisici continuerà ad avere un ruolo assolutamente strategico per l'immagine del Brand, per la rilevanza per il consumatore finale e per poter sviluppare un business profittevole guidato dalle esigenze del cliente e dalla sua esperienza. I negozi da semplici punti finali del processo di vendita attraverso la transazione di cassa diventeranno veri e propri *showrooms*, evolvendo il proprio ruolo in selezionati *hub* territoriali, catalizzatori di una gamma di servizi, ed esperienza dei prodotti, perfettamente integrati con il canale digitale.

Su queste premesse strategiche il Gruppo vuole quindi accelerare nella revisione della propria presenza distributiva in Canada, focalizzandosi sul canale online diretto (+70% nel 2019 e +104% nella prima metà del 2020), sul canale multimarca e su una selezionata rete fisica diretta (DOS) che, rispettando un sano profilo economico/finanziario, possa assumere la rilevanza strategica descritta in precedenza.

Queste in particolare le azioni avviate sui singoli Paesi.

- CANADA

Geox Canada Inc., società controllata indirettamente da Geox S.p.A., che presiede la distribuzione del Gruppo in Canada, ha deciso di avvalersi in data 08/09/2020 della procedura di riorganizzazione aziendale prevista dalla normativa canadese (BIA, §50(1)) denominata *Notice of Intention to make a proposal (Nol)*. Ci si attende che la procedura *Nol* si chiuda in un tempo relativamente breve e comunque entro i 6 mesi.

Tale iniziativa è volta ad accelerare e potenziare il processo di negoziazione e razionalizzazione già intrapreso negli ultimi mesi e favorisce l'uscita da quei contratti di affitto ritenuti non più profittevoli e strategici e per i quali le rinegoziazioni non hanno dato i risultati attesi. E' la conferma della volontà del Gruppo di arrivare anche alla risoluzione dei contratti nel caso in cui non si possano raggiungere soluzioni ritenute congrue con l'attuale contesto.

Geox opera in Canada con circa 30 negozi a gestione diretta (DOS) e nel 2019 ha realizzato in tale area un fatturato totale di circa 32,7 milioni di euro con una perdita operativa (EBIT) di - 4,6 milioni. Nel primo semestre 2020, a seguito della pandemia, i ricavi si sono attestati a 7,2 milioni (in calo del 54% rispetto al primo semestre 2019) con una perdita operativa (EBIT) di -4,5 milioni⁵. Il progetto prevede il ritorno ad una situazione di pareggio nel medio periodo tramite una focalizzazione su un numero inferiore di negozi ad elevato fatturato e traffico, con una rete perfettamente integrata con il canale on-line. Il perimetro finale dipenderà dall'esito delle nuove negoziazioni da intraprendere con le proprietà immobiliari. Le chiusure saranno comunque superiori alle 7 già annunciate.

- USA

Per quanto riguarda il mercato USA, il Gruppo, stante le difficili negoziazioni con i proprietari immobiliari nel definire nuove condizioni contrattuali dei canoni di locazione che rispecchino il difficile contesto operativo (traffico in calo di oltre il 50% rispetto all'anno precedente), ha già ridotto in maniera considerevole la presenza retail diretta e gestisce attualmente un negozio in Florida. Il Gruppo si riserva comunque la possibilità di rivedere ulteriormente la propria presenza fisica nel Paese anche in senso espansivo nel caso si presentassero opportunità di locazione ritenute strategiche ed economicamente congrue con il nuovo scenario. Restano pienamente operative sia le attività del canale diretto online che il business con il canale multimarca.

Nel 2019 il Gruppo ha generato negli USA un fatturato totale di 13,5 milioni di euro con una perdita operativa (EBIT) di -5,5 milioni. Nel primo semestre 2020 i ricavi si sono attestati a 4,5 milioni (in calo del 29% rispetto al primo semestre 2019) con una perdita operativa (EBIT) di -2,8 milioni⁵. Il progetto prevede il ritorno ad una situazione di pareggio nel medio periodo.

⁵ Dati gestionali come apporto al consolidato, non sottoposti a revisione contabile

DICHIARAZIONE DEL DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI CONTABILI SOCIETARI

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

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

INVESTOR RELATIONS

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

UFFICIO STAMPA

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

IL GRUPPO GEOX

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

Geox è una delle società leader a livello mondiale nell'"International Branded Casual Footwear Market ". L'innovazione di Geox è protetta da ben 40 diversi brevetti e 25 più recenti domande di brevetto.

DISCLAIMER

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

ALLEGATI

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

Nota: i dati relativi al 2020 e 2019 sono stati redatti secondo i principi contabili IAS/IFRS. I dati relativi all'esercizio 2019 sono stati sottoposti a revisione contabile completa mentre i dati relativi al primo semestre 2020 e 2019 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 2020		I semestre 2019		2019	
		%		%		%
Ricavi netti	243.618	100,0%	399.442	100,0%	805.858	100,0%
Costo del venduto	(143.789)	(59,0%)	(196.114)	(49,1%)	(407.030)	(50,5%)
Margine lordo	99.829	41,0%	203.328	50,9%	398.828	49,5%
Costi di vendita e distribuzione	(22.170)	(9,1%)	(22.428)	(5,6%)	(44.181)	(5,5%)
Costi generali ed amministrativi	(138.103)	(56,7%)	(165.137)	(41,3%)	(331.581)	(41,1%)
Pubblicità e promozioni	(10.198)	(4,2%)	(12.987)	(3,3%)	(26.177)	(3,2%)
Risultato operativo della gestione ordinaria	(70.642)	(29,0%)	2.776	0,7%	(3.111)	(0,4%)
Costi di ristrutturazione	(151)	(0,1%)	-	0,0%	(3.245)	(0,4%)
Svalutazioni nette di immobilizzazioni	(13.142)	(5,4%)	-	0,0%	(9.367)	(1,2%)
Risultato operativo	(83.935)	(34,5%)	2.776	0,7%	(15.723)	(2,0%)
Oneri e proventi finanziari	(4.032)	(1,7%)	(4.901)	(1,2%)	(8.607)	(1,1%)
Risultato ante imposte	(87.967)	(36,1%)	(2.125)	(0,5%)	(24.330)	(3,0%)
Imposte	6.027	2,5%	(2.858)	(0,7%)	(429)	(0,1%)
Risultato netto	(81.940)	(33,6%)	(4.983)	(1,2%)	(24.759)	(3,1%)
EBITDA	(20.616)	(8,5%)	54.031	13,5%	96.252	11,9%
EBITDA ESCLUSO IFRS 16	(54.370)	(22,3%)	18.669	4,7%	25.222	3,1%
Riconciliazione dell'EBITDA:						
Risultato operativo	(83.935)		2.776		(15.723)	
Ammortamento materiali e immateriali	16.524		17.081		33.844	
Impairment materiali e immateriali	1.926		-		9.367	
Ammortamento Diritti d'uso	33.653		34.174		68.764	
Impairment Diritti d'uso	11.216		-		-	
EBITDA	(20.616)		54.031		96.252	
Affitti legati all'IFRS 16	(33.754)		(35.362)		(71.030)	
EBITDA ANTE IFRS 16	(54.370)		18.669		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)	30-06-2020	31-12-2019	30-06-2019
Immobilizzazioni immateriali	38.565	44.131	47.156
Immobilizzazioni materiali	57.281	61.231	64.227
Attività per diritto d'uso	255.919	298.685	312.976
Altre attività non correnti - nette	45.953	40.774	36.410
Attività non correnti	397.718	444.821	460.769
Capitale circolante netto operativo	223.243	182.721	235.450
Altre attività (passività) correnti, nette	(16.251)	(21.899)	(16.753)
Capitale investito	604.710	605.643	679.466
Patrimonio netto	224.042	302.698	326.596
Fondi TFR, fondi rischi e oneri	7.834	8.114	8.429
Posizione finanziaria netta	88.808	(6.553)	30.783
Debiti per leasing finanziari	284.026	301.384	313.658
Posizione finanziaria netta	372.834	294.831	344.441
Capitale investito	604.710	605.643	679.466

CAPITALE CIRCOLANTE NETTO OPERATIVO E ALTRE ATTIVITÀ (PASSIVITÀ) CORRENTI

(Migliaia di euro)	30-06-2020	31-12-2019	30-06-2019
Rimanenze	286.507	284.589	292.408
Crediti verso clienti	117.596	122.178	148.582
Debiti commerciali	(180.860)	(224.046)	(205.540)
Capitale circolante netto operativo	223.243	182.721	235.450
% sul totale ricavi degli ultimi dodici mesi	34,3%	22,7%	29,0%
Debiti tributari	(10.702)	(10.502)	(9.538)
Altre attività correnti non finanziarie	27.938	23.458	28.468
Altre passività correnti non finanziarie	(33.487)	(34.855)	(35.683)
Altre attività (passività) correnti, nette	(16.251)	(21.899)	(16.753)

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(Migliaia di euro)	I semestre 2020	I semestre 2019	2019
Risultato netto	(81.940)	(4.983)	(24.759)
Ammortamenti e svalutazioni	63.320	51.255	111.975
Altre rettifiche non monetarie	19.399	3.980	2.001
	779	50.252	89.217
Variazione capitale circolante netto operativo	(68.639)	(22.149)	31.115
Variazione altre attività/passività correnti	(1.855)	(1.213)	284
Cash flow attività operativa	(69.715)	26.890	120.616
Investimenti	(9.325)	(12.517)	(33.383)
Disinvestimenti	221	311	1.204
Investimenti netti	(9.104)	(12.206)	(32.179)
Free cash flow	(78.819)	14.684	88.437
Incremento diritti d'uso IFRS 16	(4.878)	(20.263)	(39.751)
Acquisto azioni proprie	0	(685)	(5.051)
Dividendi	0	(6.480)	(6.480)
Variazione posizione finanziaria netta	(83.697)	(12.744)	37.155
Posizione finanziaria netta iniziale - ante fair value contratti derivati	(296.020)	(332.742)	(332.742)
Variazione posizione finanziaria netta	(83.697)	(12.744)	37.155
Effetto delle differenze di conversione	965	295	(433)
Posizione finanziaria netta finale- ante fair value contratti derivati	(378.752)	(345.191)	(296.020)
Valutazione al <i>fair value</i> contratti derivati	5.918	750	1.189
Posizione finanziaria netta finale	(372.834)	(344.441)	(294.831)

INVESTIMENTI

(Migliaia di euro)	I semestre 2020	I semestre 2019	2019
Marchi e brevetti	159	140	615
Aperture e rinnovi Geox Shops	4.880	8.561	17.513
Stabilimento produttivo	51	190	377
Attrezzature e Impianti industriali	1.047	1.235	2.933
Logistica	430	195	2.262
Information technology	2.371	1.564	8.156
Altri investimenti	387	632	1.527
Totale investimenti monetari	9.325	12.517	33.383
Diritto d'uso	4.878	20.263	39.751
Totale investimenti	14.203	32.780	73.134