

COMUNICATO STAMPA – DATI PRELIMINARI 2020

**IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI GEOX S.P.A. HA:**

**1. ESAMINATO I DATI PRELIMINARI<sup>1</sup> SU RICAVI E POSIZIONE FINANZIARIA NETTA DEL GRUPPO AL 31 DICEMBRE 2020:**

- **RICAVI PARI A 534,9 MILIONI DI EURO (-33,6% A CAMBI CORRENTI, -33,0% A CAMBI COSTANTI) COME CONSEGUENZA DELLE CHIUSURE TEMPORANEE PER LA PANDEMIA E DELLA RAZIONALIZZAZIONE DISTRIBUTIVA ATTUATA DAL GRUPPO.**
- **RUSSIA E CINA EVIDENZIANO, NEL QUARTO TRIMESTRE, SEGNALI DI RIPRESA CON VENDITE COMPARABILI POSITIVE.**
- **IL CANALE ONLINE DIRETTO CONTINUA LA CRESCITA SOSTENUTA: +41% (+44% NEL QUARTO TRIMESTRE DELL'ANNO).**
- **LA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA AL 31 DICEMBRE 2020 (ANTE IFRS 16) È PARI A -99,8 MILIONI DI EURO (+6,5 MILIONI AL 31 DICEMBRE 2019).**

**2. APPROVATO LA RIDEFINIZIONE STRATEGICA DELLA RETE DISTRIBUTIVA DIRETTA DEL GRUPPO VOLTA A CREARE UNA PERFETTA INTEGRAZIONE TRA CANALE FISICO E DIGITALE E FINALIZZATA ALLA COSTITUZIONE DI UN NETWORK PIÙ ESPERIENZIALE E PROFITTEVOLE:**

- **LA RETE FISICA VERRÀ RAZIONALIZZATA SU BASE GEOGRAFICA CON L'USCITA DA CIRCA 110 NEGOZI IN 3 ANNI. SI TRATTA DI PUNTI VENDITA A FINE CICLO DI VITA PIÙ PICCOLI E MENO REDDITIZI E DI ALCUNI NEGOZI CON CANONI DI LOCAZIONE RITENUTI NON PIÙ CONGRUI NELL'ATTUALE CONTESTO ECONOMICO.**
- **LE VETRINE DIGITALI VERRANNO AMPIATE CON L'APERTURA DI UN SITO E-COMMERCE IN RUSSIA, CON L'INGRESSO STRUTTURATO NEI MARKETPLACE DI IMPORTANTI PARTNER IN EUROPA E NORD AMERICA E CON IL RAFFORZAMENTO DELLA PRESENZA SULLE PIATTAFORME DIGITALI IN CINA.**

**Biadene di Montebelluna, 29 Gennaio 2021** – Geox S.p.A., società quotata alla Borsa di Milano (GEO.MI), tra i leader nel settore delle calzature classiche e casual, ha esaminato in data odierna i dati preliminari su ricavi e posizione finanziaria netta al 31 dicembre 2020.

La Società ha commentato: “Il 2020 è stato profondamente segnato dalla pandemia COVID-19 che, oltre alle forti ripercussioni a livello sanitario e sociale, ha determinato una significativa riduzione della mobilità delle persone, un

---

<sup>1</sup> I dati del presente comunicato non sono stati sottoposti a revisione contabile.

sostanziale azzeramento dei flussi turistici e misure, tutt'ora in corso, di sospensione temporanee delle attività commerciali non essenziali.

La partenza dell'anno era stata positiva. Successivamente l'andamento dei ricavi è stato fortemente condizionato dalle misure di *lockdown* introdotte da vari Paesi nel mondo finalizzate a limitare la diffusione dei contagi e che hanno determinato la chiusura temporanea dei negozi soprattutto nel secondo (circa il 50% dei negozi mediamente chiusi) e nel quarto trimestre (oltre il 20% dei negozi mediamente chiusi).

Il terzo trimestre invece, caratterizzato da un progressivo ritorno alla piena operatività dei negozi, aveva evidenziato un costante miglioramento delle performance culminato, nel mese di agosto, con un andamento positivo delle vendite durante i saldi estivi e nel periodo del *back to school*.

Il canale online diretto è rimasto sempre pienamente operativo ed ha mostrato una costante e robusta crescita in tutti i trimestri, riportando a fine anno una performance superiore al +40%. Questo risultato, oltre a consentirci di assorbire almeno in parte il calo di fatturato determinato dalla chiusura dei punti vendita fisici, ci spinge a proseguire, con ancor maggiore consapevolezza e determinazione, nella definizione di un modello di business omnicanale che pone il cliente al centro.

Il Gruppo, forte delle iniziative intraprese e della attenta gestione dei costi, sta perciò portando avanti una significativa revisione della propria struttura distributiva, organizzativa ed operativa al fine di dotarsi di prodotti, esperienze e servizi che sappiano sia riflettere i cambiamenti comportamentali in atto che soddisfare appieno le esigenze della clientela in ogni punto di contatto.

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

Il contesto permane estremamente difficile ma, accanto all'interesse prioritario posto sulla salvaguardia delle nostre persone e dei nostri consumatori, si cominciano a vedere alcuni primi segnali importanti in termini di risultati sia di business che qualitativi che si aggiungono alla già citata ottima performance dell'online: (i) Russia e Cina hanno registrato vendite comparabili positive nel quarto trimestre; (ii) la collezione bambino ha avuto buoni risultati di vendita sia nel nostro canale on line che presso i clienti multimarca; (iii) una ricerca di Ipsos e Largo Consumo condotta su un panel di consumatori ha premiato Geox come miglior insegna di calzature in Italia in termini di esperienza d'acquisto; (iv) un rapporto di KPMG sulla *Customer Experience Excellence* e sull'omnicanalità ha inserito Geox, sulla base delle valutazioni fornite da un campione rappresentativo di consumatori, tra le migliori 10 aziende in Italia nel rispondere ai bisogni e alle aspettative della clientela; (v) il progetto di *digital learning e up-skilling in tema di trasformazione digitale* rivolto ai dipendenti del Gruppo è stato giudicato dall'Associazione Italiana dei Direttori del Personale come miglior progetto di formazione 2020 in Italia.

Questi primi risultati testimoniano che i consumatori iniziano a vedere dei segnali di cambiamento e ci rendono ancor più fiduciosi sulla validità del percorso intrapreso basato sulla valorizzazione delle persone, sull'attenzione al consumatore finale e sul completamento di quel viaggio verso una trasformazione digitale del modello di business che, superata la pandemia, permetteranno a Geox di tornare ad una crescita e redditività sostenibili.”

**ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO**

**Ricavi preliminari 2020**

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

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

Ricavi per Canale distributivo

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

\* Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

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

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

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

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

I ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) che rappresentano il 43,6% dei ricavi del Gruppo si attestano a euro 233,5 milioni rispetto ai 361,1 milioni del 2019 (-35,3% a cambi correnti, -34,9% a cambi costanti). Le vendite comparabili (LFL) a fine anno si attestano a -33,8% e riflettono l'elevata percentuale di negozi rimasta temporaneamente chiusa nell'anno (oltre il 20% in media) e la riduzione del traffico indotta dalle restrizioni alla mobilità delle persone. Si deve anche tenere in considerazione la razionalizzazione di perimetro (circa il 10%), già precedentemente evidenziata, con la riduzione netta di 44 DOS principalmente nella seconda metà dell'anno.

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

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

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

Ricavi per Area geografica

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

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

I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 23,4% dei ricavi del Gruppo (28,3% nel 2019), si attestano a euro 124,9 milioni, rispetto a euro 228,5 milioni nel 2019. La performance in Italia ha subito maggiormente gli impatti da Covid-19 rispetto agli altri Paesi Europei essendo stato il primo Paese nell'area ad essere coinvolto dalla diffusione dell'epidemia ed essendo il Paese con la maggior rilevanza per il Gruppo anche in termini di punti vendita fisici. Sulla performance annuale ha anche pesato la razionalizzazione distributiva effettuata nell'anno (46 chiusure nette, pari al 17% del perimetro).

In tale contesto tutti i canali hanno subito gli effetti derivanti dall'emergenza pandemica. I negozi a gestione diretta, che avevano riportato dati positivi ad inizio anno, hanno poi subito gli effetti delle chiusure temporanee, chiudendo il periodo con un calo delle vendite sostanzialmente in linea con il dato di Gruppo. Per quanto riguarda invece la performance del canale multimarca e di quello in franchising, le riduzioni sono state principalmente riconducibili ai fattori già precedentemente evidenziati. Il canale franchising ha in particolare risentito anche della riduzione di perimetro avvenuta nel periodo (37 chiusure nette, pari al 30% del perimetro).

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

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

I ricavi generati in Europa, pari al 46,8% dei ricavi del Gruppo (42,7% nel 2019), ammontano a euro 250,3 milioni, rispetto a euro 344,3 milioni del 2019, registrando un decremento del 27,3% principalmente dovuto, come in Italia, agli effetti derivanti dalla diffusione dell'epidemia che ha determinato la chiusura temporanea dei negozi principalmente nel secondo e quarto trimestre. Sulla performance annuale ha anche pesato la razionalizzazione distributiva effettuata nell'anno (24 chiusure nette, pari al 9% del perimetro).

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

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

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

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 24,8 milioni (4,6% del fatturato), riportando un decremento del 46,4% (-45,0% a cambi costanti). In USA ed in Canada il periodo di chiusura nella prima parte dell'anno è stato più lungo iniziando a metà marzo e finendo a metà Giugno. A causa della nuova ondata di contagi, a partire da fine Novembre sono di nuovo temporaneamente chiusi 17 negozi (74% rete) in Canada.

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

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

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

Gli Altri Paesi riportano un fatturato di 134,9 milioni (25,2% del fatturato vs 23,2% nel 2019) in decrescita del 27,8% rispetto al 2019 (-24,9% a cambi costanti) con un trend particolarmente diverso tra area Asia Pacifico ed Europa dell'Est.

In Cina, Hong Kong e Macao la riduzione di fatturato (-40,2% a cambi correnti, 39,3% a cambi costanti) è stata maggiormente accentuata nella prima parte dell'anno a seguito delle limitazioni alla mobilità e delle chiusure dei negozi da fine gennaio/inizio febbraio. Le riaperture dei negozi sono avvenute da inizio marzo; a partire da inizio aprile fino a metà maggio sono invece rimasti temporaneamente chiusi i negozi in Giappone sempre a seguito delle misure di contenimento imposte dal governo per limitare la diffusione pandemica. Complessivamente le vendite comparabili dei negozi a gestione diretta alla fine dell'anno registrano una diminuzione attorno al -28% con un progressivo miglioramento nella seconda parte dell'anno. Si stanno vedendo in particolare dei segnali di recupero in Cina, le cui vendite comparabili nei negozi diretti sono passate dal -50% del primo trimestre dell'anno al +4% nel quarto trimestre. Il canale online diretto dell'intera area a fine anno si è attestato a +17%.

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

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

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

Ricavi per Categoria Merceologica

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

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

Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 31 dicembre 2020 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 867 di cui 410 DOS. Nel corso del 2020 sono stati aperti 32 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 139, in linea con la programmata ottimizzazione dei negozi nei mercati più maturi e una espansione nei paesi dove la presenza del Gruppo è ancora limitata ma in positiva evoluzione.

	31-12-2020		31-12-2019		2020		
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Aperture Nette	Aperture	Chiusure
Italia	226	139	272	148	(46)	2	(48)
Europa (*)	246	142	270	159	(24)	4	(28)
Nord America	24	24	37	37	(13)	-	(13)
Altri Paesi (**)	371	105	395	110	(24)	26	(50)
<b>Totale</b>	<b>867</b>	<b>410</b>	<b>974</b>	<b>454</b>	<b>(107)</b>	<b>32</b>	<b>(139)</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 135 negozi al 31 dicembre 2020 e a 134 negozi al 31 dicembre 2019). I ricavi del canale franchising non comprendono i negozi in tali paesi.

## **SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA DEL GRUPPO**

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

Si segnala che il Gruppo ha ritenuto opportuno sospendere il pagamento dei canoni d'affitto relativamente ai periodi di chiusura dei negozi e ha poi effettuato, dalla riapertura, pagamenti proporzionati all'andamento delle vendite.

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 un numero rilevante di accordi e altri sono in fase avanzata, con la convinzione però che si debba anche arrivare alla risoluzione del contratto nel caso in cui non si possano raggiungere soluzioni che rispecchino gli attuali valori di mercato.

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

## **RIDEFINIZIONE STRATEGICA DELLA RETE DISTRIBUTIVA DIRETTA DEL GRUPPO**

Nella seduta odierna, il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato la revisione del perimetro dei negozi del Gruppo propedeutica alla rimodulazione della rete in modo più confacente con lo scenario attuale e prospettico ed in linea con quanto già implementato nel corso dell'ultimo anno.

Geox ritiene che i negozi diretti abbiano, oggi ed in futuro, un ruolo strategico per l'immagine ed il posizionamento del Brand e per la relazione e fidelizzazione del rapporto con il consumatore finale. Tale ruolo tuttavia sta cambiando profondamente. I negozi da semplici punti finali del processo di vendita devono divenire delle *show-room*, dei veri e propri hub territoriali con una ampia gamma di servizi grazie ad una perfetta integrazione con il canale digitale e ad una struttura logistica fluida ed omnicanale.

Alcuni negozi stanno quindi perdendo importanza e diventando marginali sia in alcuni centri storici che in centri commerciali. Sulla base di questa evoluzione del mercato, indotta anche dal peso crescente delle vendite on-line e delle mutate abitudini d'acquisto dei consumatori, Geox porterà avanti una ulteriore ottimizzazione distributiva nei prossimi 3 anni basata sulle seguenti azioni:

- Uscita (a scadenza, quindi senza alcun pagamento di penali) da circa 110 negozi alla fine del loro ciclo di vita, piccoli e meno profittevoli, che non hanno le caratteristiche per assumere la rilevanza strategica precedentemente descritta.
- Azioni incisive di razionalizzazione in Canada, in Giappone, nel Regno Unito ed in Germania nei casi in cui i valori degli affitti non siano più ritenuti congrui rispetto alle attuali condizioni di mercato.
- Apertura di circa 20 negozi più grandi ed in *locations* strategiche
- Restyling dei negozi a maggiore potenziale.

A tutto ciò si affiancherà un processo di ulteriore investimento, trasformazione e crescita digitale del Gruppo che punterà sui servizi di omnicanalità a vantaggio e beneficio dell'incremento delle vendite nella rete fisica e vedrà anche l'ingresso di Geox nei *marketplace* di alcuni importanti partner. Continuerà inoltre l'investimento nel canale on-line tramite l'apertura di un sito diretto in Russia e il rafforzamento delle alleanze con i partner strategici in Cina.

Per completezza di informazione, si evidenzia che gli effetti economici attesi dalle 110 chiusure, a regime, sul conto economico consolidato del Gruppo alla fine del triennio 2021-2023 e, quindi nel 2023, se ci si basasse sulle performance del 2019, potrebbero essere stimati con una riduzione dei ricavi di circa 65-70 milioni di euro. Gli effetti sulla redditività saranno completamente recuperati dagli attesi impatti positivi derivanti dall'ampliamento dei servizi di omnicanalità che saranno permessi dalla perfetta integrazione tra canale fisico e digitale e dalle nuove aperture (20 DOS).

## **EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL PERIODO – AGGIORNAMENTO EFFETTO COVID 19**

A partire dal mese di ottobre, la seconda ondata di Covid-19 sta inducendo i Governi di molti Paesi a reintrodurre nuove restrizioni alla mobilità o veri e propri *lockdown*, al fine di contenere la crescita dei contagi. Tali misure sono diventate ancor più restrittive nel corso del quarto trimestre dell'anno. Alla data di questo comunicato, Italia, Spagna e Canada hanno introdotto forme differenziate di *lockdown* su base regionale, mentre Olanda, Germania, Austria, Regno Unito, Svizzera, Repubblica Ceca, Slovenia, Polonia ed altri Paesi dell'Europa dell'Est hanno introdotto un *lockdown* su scala nazionale. E' attualmente previsto che questi provvedimenti possano rimanere in vigore mediamente per tutto il mese di gennaio, parte del mese di febbraio (Olanda, Germania, Austria, Spagna, Portogallo, Canada e Svizzera) ed inizio marzo per Regno Unito ed Italia. In particolare per quanto riguarda l'Italia, le attuali disposizioni prevedono il mantenimento delle misure restrittive fino al prossimo 3 marzo, con chiusura dei negozi nelle cosiddette zone rosse (attualmente in Sicilia) e chiusura nei pre-festivi nelle altre aree (gialle ed arancioni) nei centri commerciali. Non si può escludere che l'evoluzione dei contagi possa determinare da qui al prossimo 3 marzo nuove e differenti misure su scala regionale e quindi determinare una variazione della percentuale di operatività della rete dei negozi del Gruppo in Italia. A valle di queste disposizioni, i negozi diretti (DOS) che sono ad oggi temporaneamente chiusi sono 100 (10 in Italia, 26 in Germania, 17 in Canada, 16 in Austria, 10 in Polonia, 7 nel Regno Unito, 5 in Svizzera, 5 in Spagna e 4 in Olanda), pari al 25% della attuale rete distributiva diretta. A questi punti vendita si devono aggiungere 90 DOS presenti nei centri commerciali in Italia (86) e Spagna (4) che, secondo alle disposizioni governative, sono chiusi durante i giorni festivi e prefestivi. Includendo questi negozi, la rete distributiva diretta interessata dalle chiusure temporanee sale al 47%.

Sempre in base alle disposizioni governative, i negozi in franchising temporaneamente chiusi sono 66 (tra cui 17 in Portogallo, 14 in Repubblica Ceca, 11 in Italia) pari al 21% della rete. A questi punti vendita si devono aggiungere 52 franchising presenti nei centri commerciali in Italia (41) e Spagna (11) che sono chiusi nei giorni festivi e prefestivi. Includendo questi negozi, la rete distributiva in franchising temporaneamente chiusa nei giorni festivi e prefestivi sale al 37%.

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

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

## **EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE**

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

Il prossimo 15 marzo 2021 verrà approvato il bilancio d'esercizio 2020. In quella occasione Geox confida di poter avere maggiori elementi (in particolare sullo stato di avanzamento delle vaccinazioni e della operatività della propria rete distributiva) per fornire alcune indicazioni al mercato sull'esercizio 2021. Ad oggi si ritiene che la prima parte dell'anno sarà ancora impattata dalle chiusure temporanee dei negozi mentre il progressivo rilascio dei vaccini dovrebbe sostenere un progressivo ritorno alla normalità e la ripresa del business nella seconda metà dell'anno.

Il Gruppo resta concentrato nel proseguire le iniziative volte a proteggere il cash flow aziendale e a contenere i costi operativi oltre a portare avanti gli investimenti ed i progetti volti alla trasformazione del modello di business basato sulla centralità del cliente, la piena omnicanalità e la segmentazione della distribuzione.

---

**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](mailto:ir@geox.com)

UFFICIO STAMPA

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

---