

COMUNICATO STAMPA – RICAVI PRIMO TRIMESTRE 2023

● **GEOX CONTINUA A CRESCERE NEL 2023:**

- **NEL PRIMO TRIMESTRE RICAVI PARI A 223,7 MILIONI DI EURO (+21,3% A CAMBI CORRENTI) GRAZIE AL BUON PORTAFOGLIO ORDINI DELLA COLLEZIONE PRIMAVERA/ESTATE E AD UNA FACILE BASE DI COMPARAZIONE.**
- **LE VENDITE COMPARABILI DEI NEGOZI DIRETTI (FISICI E ONLINE) NEL PRIMO TRIMESTRE SONO IN CRESCITA DEL 3,5% SUL 2022 (+1,4% VS 2019). AD OGGI REGISTRANO UN +4,3% (+3,8% VS 2019).**
- **IL CAPITALE CIRCOLANTE SI ATTESTA A 142 MILIONI (104,1 A MARZO 2022) CON UN'INCIDENZA SUI RICAVI DEL 18,3% (16,1% A MARZO 2022).**
- **LA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA (ANTE IFRS 16) E' PARI A -97,8 MILIONI DI EURO (-58,0 A FINE MARZO 2022) COME CONSEGUENZA DELLA STAGIONALITA' DEL CAPITALE CIRCOLANTE PER SODDISFARE LA CRESCITA.**

- **LA SITUAZIONE GEO-POLITICA INTERNAZIONALE E IL CONTESTO INFLATTIVO CONTINUANO A GENERARE INCERTEZZE CIRCA UNA POSSIBILE RECESSIONE MA LA RIDUZIONE DEGLI SCONTI ED IL MIGLIORAMENTO DELL'AFFIDABILITÀ DELLA CATENA DI FORNITURA, IN TERMINI DI TEMPI E COSTI, CONFERMANO LE ATTESE PER UN INCREMENTO DEI MARGINI.**

**Biadene di Montebelluna, 11 Maggio 2023** – Geox S.p.A., società quotata presso il mercato Euronext Milan (GEO.MI) gestito da Borsa Italiana, tra i leader nel settore delle calzature classiche e casual, ha esaminato in data odierna i ricavi e la posizione finanziaria netta del primo trimestre.

La Società ha commentato: “I ricavi del primo trimestre 2023 presentano una crescita rilevante dovuta, in egual misura, al solido portafoglio ordini iniziale dei clienti multimarca per la collezione Primavera/Estate e alla ritrovata affidabilità della catena di fornitura e trasporto che ha permesso un eccellente livello di servizio al mercato con un forte anticipo delle consegne e riduzione delle cancellazioni rispetto allo stesso trimestre dell'esercizio precedente.

Le vendite comparabili della nostra rete di negozi fisici stanno crescendo quasi a doppia cifra ed hanno compensato sia alcune chiusure di negozi non strategici che la debolezza iniziale delle vendite on line.

Aprile mostra un canale multimarca prudente, con una certa debolezza dei riordini rispetto all'esercizio precedente. Le vendite comparabili dei negozi fisici rimangono invece positive mentre sono in recupero le vendite *on-line*. L'insieme di questi fattori, unito al riassorbimento dell'effetto temporaneo dovuto all'anticipo delle spedizioni, fanno sì che il fatturato totale da inizio anno risulti a fine aprile in crescita dell'8% dopo la normalizzazione della base di comparazione. Questa crescita, ad oggi, rappresenta una buona stima per la crescita del semestre.

Il capitale circolante si attesta a euro 142 milioni rispetto a euro 104,1 milioni di marzo 2022 con un'incidenza sul fatturato del 18,3% contro il 16,1% del marzo precedente. La crescita è legata alla stagionalità del business ed in particolare alle

necessità di acquisto di nuovo prodotto legate al soddisfacimento della forte crescita dei ricavi. Di conseguenza anche la posizione finanziaria netta (ante IFRS 16) mostra una coerente variazione passando da euro -49,8 milioni di dicembre 2022 a euro -97,8 milioni di marzo 2023. Questo trend temporaneo non è solo spiegato dalla crescita ma è anche legato al forte anticipo delle consegne rispetto all'esercizio precedente con, quindi, un correlato anticipo degli acquisti e dei pagamenti a fornitori.

Assistiamo quindi ad una buona partenza del 2023 seppur con una situazione geo-politica internazionale incerta ed un contesto inflattivo che sembra più persistente del previsto. Ciò porta ad un atteggiamento prudente per monitorare eventuali cali della propensione al consumo nei mercati principali. Tuttavia l'attenta politica di acquisto e di riduzione degli sconti ed il citato miglioramento dell'affidabilità della catena di fornitura, in termini di tempi e costi, confermano le attese per un incremento dei margini industriali.

I risultati ottenuti da Geox, in questo contesto incerto e volatile nel breve periodo, avvalorano comunque ancor più il percorso che abbiamo intrapreso permettendoci di guardare con fiducia alle prospettive a medio-lungo termine sia del nostro Brand che dell'intero settore".

### **ANDAMENTO ECONOMICO DEL GRUPPO: RICAVI**

I ricavi consolidati del primo trimestre 2023 si sono attestati a euro 223,7 milioni, in aumento del 21,3% rispetto all'esercizio precedente (+18,9% a cambi costanti) grazie principalmente al buon andamento del canale multimarca (+32,7%) e franchising (+31,8%).

#### Ricavi per Canale distributivo

<b>(Migliaia di euro)</b>	<b>I trimestre 2023</b>	<b>%</b>	<b>I trimestre 2022</b>	<b>%</b>	<b>Var. %</b>
<b>Multimarca</b>	<b>136.148</b>	<b>60,8%</b>	<b>102.608</b>	<b>55,6%</b>	<b>32,7%</b>
Franchising	20.612	9,2%	15.633	8,5%	31,8%
DOS*	66.985	29,9%	66.149	35,9%	1,3%
<b>Totale Geox Shop</b>	<b>87.597</b>	<b>39,2%</b>	<b>81.782</b>	<b>44,4%</b>	<b>7,1%</b>
<b>Totale ricavi</b>	<b>223.745</b>	<b>100,0%</b>	<b>184.390</b>	<b>100,0%</b>	<b>21,3%</b>

\*Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

I ricavi dei negozi multimarca, pari al 60,8% dei ricavi del Gruppo (55,6% nel primo trimestre 2022), si attestano a euro 136,1 milioni (+32,7% a cambi correnti, +29,4% a cambi costanti) rispetto ai 102,6 milioni di marzo 2022. Il trend ha beneficiato di una positiva (+17% circa) raccolta ordini della collezione SS23 a cui nel trimestre si è sommato anche un effetto timing positivo reso possibile grazie al forte miglioramento delle condizioni sui trasporti e sulla catena di approvvigionamento a partire dalla fine del 2022.

I ricavi del canale franchising, pari al 9,2% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 20,6 milioni, +31,8% rispetto al primo trimestre 2022. Anche per questo canale la performance positiva (+9,2% delle vendite comparabili) si è unita ad un effetto timing favorevole sulle spedizioni. Il totale dei punti vendita in franchising è passato dai 301 negozi di marzo 2022 ai 284 di marzo 2023.

I ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) che rappresentano il 29,9% dei ricavi del Gruppo si attestano a euro 67,0 milioni rispetto a euro 66,1 milioni del primo trimestre 2022 (+1,3% a cambi correnti, +0,0% a cambi costanti). Le vendite comparabili (LFL) a fine periodo si attestano a +3,5%. In particolare i negozi fisici hanno riportato vendite

comparabili in crescita del 9,1% circa rispetto al primo trimestre 2022 (+7,6% ad oggi), mentre il canale online ha evidenziato un calo del -11,7% (-9,4% ad oggi) in linea con la stabilizzazione delle performance dopo i *lockdown*. La crescita del canale diretto online resta comunque particolarmente elevata (circa +76,2%) rispetto al 2019. Per quanto riguarda infine il perimetro distributivo, il numero dei DOS è passato dai 339 negozi di marzo 2022 ai 291 di marzo 2023 (315 a fine 2022). Tale riduzione ha sostanzialmente definito la variazione complessiva dei ricavi del canale, che nonostante vendite comparabili (LFL) in crescita del +3,5% hanno chiuso il periodo di riferimento a +1.3% circa.

Ricavi per Area geografica

(Migliaia di euro)	I trimestre 2023		I trimestre 2022		Var. %
		%		%	
Italia	63.402	28,3%	48.531	26,3%	30,6%
Europa (*)	93.697	41,9%	84.952	46,1%	10,3%
Nord America	7.538	3,4%	5.063	2,7%	48,9%
Altri Paesi	59.108	26,4%	45.844	24,9%	28,9%
<b>Totale ricavi</b>	<b>223.745</b>	<b>100,0%</b>	<b>184.390</b>	<b>100,0%</b>	<b>21,3%</b>

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

I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 28,3% dei ricavi del Gruppo (26,3% nel primo trimestre 2022), si attestano a euro 63,4 milioni (+30,6%) rispetto a euro 48,5 milioni nel primo trimestre 2022. La crescita è stata guidata dal canale wholesale (+67,6%) che rappresenta circa il 50% dei ricavi del mercato, performance favorita da una positiva (+23%) raccolta ordini della collezione SS23 unita all'effetto timing positivo già menzionato. Il canale franchising (+19,8%) e il canale dei negozi diretti (+7%) hanno avuto un buon andamento delle vendite comparabili, rispettivamente a +11,8% e 7,6%.

I ricavi generati in Europa, pari al 41,9% dei ricavi del Gruppo (46,1% nel primo trimestre 2022), ammontano a euro 93,7 milioni, rispetto a euro 85,0 milioni del primo trimestre 2022, registrando un incremento del 10,3% principalmente dovuto, come in Italia, al buon andamento del canale multimarca (+16%) che rappresenta circa il 65% dei ricavi del mercato.

I negozi diretti in Europa hanno riportato una performance negativa (-4,4%) spiegata dal calo del canale online (-19,5%) e dalla riduzione di perimetro, non bilanciati dal buon andamento delle vendite comparabili dei negozi fisici (+12,3%).

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 7,5 milioni, +48,9% (+48,8% a cambi costanti) rispetto al primo trimestre 2022; il canale wholesale (+110,5%) ha guidato la crescita. Positivo anche il trend dei negozi diretti (+6,2%), con un andamento delle vendite comparabili (+24,7%).

Gli Altri Paesi riportano un fatturato in crescita del +28,9% rispetto al primo trimestre 2022 (+18,5% a cambi costanti). In particolare nell'Area Asia Pacifico il fatturato è risultato in aumento del 31,8% guidato principalmente dal canale multimarca (+54,4%). La Cina ha riportato ricavi costanti.

Per quanto riguarda invece l'Europa dell'Est i ricavi dell'area sono risultati in crescita del +28,4%.

Ricavi per Categoria Merceologica

Le calzature hanno rappresentato il 90,4% circa dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 202,4 milioni, con un incremento del +24,6% (+22,5% a cambi costanti) rispetto al primo trimestre 2022. L'abbigliamento è stato pari al 9,6% circa dei ricavi consolidati attestandosi a euro 21,4 milioni (-2,9% a cambi correnti e -7,2% a cambi costanti). Le vendite

sono state penalizzate dalla mancanza di prodotto conseguente all'incendio occorso a settembre dell'anno scorso e rimborsato dall'assicurazione.

(Migliaia di euro)	I trimestre 2023		I trimestre 2022		Var. %
		%		%	
Calzature	202.370	90,4%	162.372	88,1%	24,6%
Abbigliamento	21.375	9,6%	22.018	11,9%	(2,9%)
<b>Totale ricavi</b>	<b>223.745</b>	<b>100,0%</b>	<b>184.390</b>	<b>100,0%</b>	<b>21,3%</b>

#### Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 31 marzo 2023 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 687 di cui 291 DOS. Nel corso del primo trimestre 2023 sono stati aperti 13 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 43, 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.

	31-03-2023		31-12-2022		1° Q 2023		
	Geox Shops	di cui DOS	Geox Shops	di cui DOS	Aperture Nette	Aperture	Chiusure
Italia	182	110	189	116	(7)	1	(8)
Europa (*)	186	102	197	110	(11)	5	(16)
Nord America	13	13	17	17	(4)	-	(4)
Altri Paesi (**)	306	66	314	72	(8)	7	(15)
<b>Totale</b>	<b>687</b>	<b>291</b>	<b>717</b>	<b>315</b>	<b>(30)</b>	<b>13</b>	<b>(43)</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 112 negozi al 31 marzo 2023, 108 negozi al 31 dicembre 2022). I ricavi del canale franchising non comprendono i negozi in tali paesi.

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

La posizione finanziaria netta si è attestata (ante IFRS 16 e dopo il *fair value* dei contratti derivati) a euro -97,8 milioni (euro -49,8 milioni a dicembre 2022 e euro -58,0 milioni a marzo 2022). Il solo debito netto vs banche si attesta a euro -115,5 milioni (euro -75,7 milioni a dicembre 2022 e euro -85,6 milioni a marzo 2022). Il *fair value* delle operazioni di copertura in essere al 31 marzo è pertanto positivo per euro 17,7 milioni. L'andamento della posizione finanziaria netta è strettamente correlato all'andamento del circolante.

Il capitale circolante netto si attesta a circa euro 142 milioni, in aumento rispetto sia agli euro 77 milioni di dicembre 2022 che agli euro 104 milioni di marzo 2022. L'aumento è dovuto alla stagionalità del business e alla crescita dei ricavi

registrati nel periodo. Il magazzino si riduce di circa euro 37 milioni rispetto a dicembre 2022 ma aumenta di circa euro 26 milioni rispetto al primo trimestre 2022. Il buon andamento del business wholesale e franchising e la stagionalità hanno comportato l'incremento dei crediti commerciali in bilancio sia rispetto a dicembre 2022 (+58 milioni) che rispetto a marzo 2022 (+29 milioni). Da ultimo il debito verso fornitori diminuisce rispetto a dicembre 2022 di euro 44 milioni, mentre aumenta rispetto a marzo 2022 di euro 16 milioni, come conseguenza del timing anticipato rispetto ai periodi precedenti dei nuovi acquisti di prodotto. Pertanto il rapporto del capitale circolante netto operativo sui ricavi si attesta al 18,3% (10,5% a fine dicembre 2022 e 16,1% a fine marzo 2022).

Questa incidenza è prevista in riduzione nel corso dell'esercizio e si normalizzerà entro fine anno nel range 16%-18% che è ancora leggermente migliore delle ipotesi contenute nel piano industriale (21%-23%). Tale incidenza, tra le migliori del nostro settore, è però superiore al 10% registrato nel 2022. E' quindi un ritorno alla normalità ma il 2023 è, per questo, un anno di forte discontinuità nel circolante e nei flussi di cassa per due fattori. Da una parte il Gruppo, con la FW22, ha terminato il riutilizzo dell'eccesso di inventado che aveva ridotto gli acquisti delle ultime stagioni e sta ora facendo fronte all'incremento degli ordinativi esclusivamente con acquisto di nuovo prodotto. Dall'altra i problemi della supply chain avuti nel 2022 stanno comportando uno spostamento di maggiori pagamenti al primo semestre di quest'anno per circa euro 18 milioni derivanti dai ritardi di consegna della stagione precedente, mentre la ritrovata affidabilità della catena di fornitura nel 2023 sta comportando un anticipo delle scadenze dei pagamenti di Primavera/Estate a fronte dell'anticipo dei ricevimenti per circa euro 57 milioni. Complessivamente il primo semestre registrerà quindi maggiori pagamenti a fornitori, rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, per circa euro 75 milioni. Questo porterà ad una forte riduzione del debito verso fornitori rispetto a dicembre 2022 con il conseguente incremento del circolante e un pari assorbimento di cassa.

Ci si attende comunque che il secondo trimestre generi flussi di cassa positivi con la conseguente riduzione del debito vs banche rispetto a marzo.

Il contesto rimane comunque ancora incerto e volatile, di conseguenza, il Gruppo proseguirà nelle iniziative volte a proteggere il cash flow aziendale e a contenere i costi operativi monitorando attentamente i flussi di cassa del secondo trimestre al fine di intraprendere - se ed in quanto si rendesse necessario - ogni ulteriore azione ritenuta necessaria o opportuna anche in relazione ai vincoli finanziari esistenti.

#### **EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL PERIODO**

#### **TENSIONI INTERNAZIONALI E AGGIORNAMENTO RIGUARDANTE L'IMPATTO DEL COVID-19 SULLO STATO DI OPERATIVITA' DEI NEGOZI E SULL'APPROVVIGIONAMENTO DI MATERIE PRIME E PRODOTTO FINITO.**

L'invasione dell'Ucraina da parte della Russia continua a creare situazioni di forte crisi internazionale, umanitaria e sociale con forti impatti negativi prima di tutto per le condizioni di vita della popolazione di questi paesi, ma anche per la loro attività economica interna e per gli scambi commerciali nell'area. Questi fatti gravi e straordinari, per natura ed estensione, hanno provocato ripercussioni a livello globale su: i) catene di approvvigionamento con particolare riferimento alla fornitura e ai prezzi di materie prime ed energia; ii) sviluppo della domanda nei mercati internazionali; iii) andamento dei tassi di inflazione con conseguenti politiche monetarie restrittive sui tassi di interesse; iv) rafforzamento del dollaro conseguente all'avversione al rischio, al diverso andamento dell'economia americana e all'incremento dei tassi. In generale questi fattori negativi sono in via di progressivo miglioramento.

In entrambi i Paesi il business di Geox è sviluppato principalmente tramite terzi, wholesale e franchising (al 100% in Ucraina e al 70% in Russia). Alla luce di questi eventi il Gruppo ha sospeso, poco dopo lo scoppio del conflitto, ogni nuovo investimento diretto in Russia, ha ritirato il management europeo e sta gestendo la situazione nel breve periodo in modo da essere pronto a mitigare gli impatti di ogni decisione futura relativa alla propria presenza in Russia. Alla data del 31 marzo 2023 i ricavi in Russia continuano a rappresentare circa il 10% del fatturato mentre quelli in Ucraina presentano una leggera crescita. Il capitale investito della filiale russa è composto prevalentemente da capitale circolante netto a veloce ciclo di realizzo ma una svalutazione del Rublo ha avuto, nel trimestre, e potrebbe ancora avere un impatto negativo considerando che tale valuta non può più essere oggetto di coperture.

Il Gruppo non ha fornitori o stabilimenti produttivi nell'area. La Società è stata parte del progetto *Golden Links* promosso da Banca Intesa e Caritas Italiana e ha cooperato attivamente con Protezione Civile, alcune associazioni umanitarie, l'Ambasciata d'Ucraina in Italia ed il consolato d'Ucraina a Venezia per la fornitura di beni di prima necessità, quali abbigliamento e calzature, alle popolazioni in loco ed ai rifugiati in Italia.

In relazione all'andamento della pandemia Covid-19 si segnala che ad oggi tutti i negozi del Gruppo sono operativi. L'OMS ha recentemente decretato che l'emergenza sanitaria mondiale dichiarata più di tre anni fa a causa della pandemia

da Covid-19 è conclusa. Tale fattore dovrebbe ulteriormente favorire i flussi turistici che sono già in ripresa seppur senza aver ancora raggiunto i livelli pre-pandemia.

### **EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE**

Nel formulare le previsioni sull'intero esercizio si deve tener presente l'attuale contesto internazionale e geo-politico ancora caratterizzato da incertezza e volatilità seppur con alcuni segnali positivi.

L'indebolimento del dollaro unito alla discesa dei prezzi dell'energia sta portando ad un miglioramento dei costi di trasporto e di approvvigionamento. Inoltre a partire dall'ultimo trimestre del 2022 si è assistito ad una generalizzata e importante stabilizzazione delle condizioni della catena di fornitura, con in particolare, un alleggerimento della pressione sui costi delle materie prime e una maggior affidabilità dei tempi di spedizione. Tale miglioramento sta continuando nel 2023 con forti progressi verso la piena affidabilità della catena di approvvigionamento.

Rimane invece ancora persistente il contesto inflattivo che sicuramente ha contribuito, assieme alle anomale condizioni climatiche, ad un atteggiamento prudente dei consumatori e negozianti in relazione agli acquisti in aprile e maggio ad oggi. Non è inoltre ancora stata esclusa una recessione nella seconda parte dell'anno o all'inizio del 2024.

Questo contesto impone una cautela sulle previsioni che si basano sulle seguenti evidenze ed assunzioni:

- 1) Il canale DOS sta evidenziando ad oggi (settimana 18) vendite comparabili (*LFL*) in positiva evoluzione (circa +4,3% sul 2022 e +3,8% sul 2019) con anche una riduzione dell'incidenza degli sconti (di quasi 3 punti percentuali sul 2022).
- 2) Il canale multimarca dopo la positiva conclusione della raccolta ordini della SS23 (in crescita a doppia cifra) sta sperimentando un rallentamento nei riordini *in-season* rispetto all'esercizio precedente.
- 3) A fine aprile il fatturato totale, dopo il riassorbimento del forte miglioramento dei tempi di consegna rispetto all'anno precedente, risulta in crescita del 8% e questa può essere considerata una buona stima della crescita attesa nel semestre.
- 4) La raccolta ordini della collezione Autunno/inverno 2023 si è anch'essa conclusa in crescita a doppia cifra. Si ricorda però che nell'ultimo trimestre 2022 la disponibilità di merce aveva permesso spedizioni anticipate di Primavera/Estate richieste dal mercato per circa euro 17 milioni con un vantaggio comparativo a favore del quarto trimestre 2022. Quest'anno, nel quarto trimestre, si assume di avere esattamente lo stesso ammontare di anticipi. Inoltre saranno fatturati nel secondo trimestre un uguale importo di spedizioni anticipate di Autunno/Inverno richieste dai clienti. Perciò, pur con una raccolta ordini iniziale in crescita a doppia cifra, la diversa distribuzione nei semestri dovuta al riequilibrio del livello di servizio comporterà una crescita solo leggermente positiva per il canale *wholesale* nel secondo semestre.
- 5) La situazione sui trasporti sta evidenziando rilevanti miglioramenti sia in termini di costi che di tempi di spedizione (ormai prossimi ai livelli pre-pandemia). In particolare la migliore situazione sui trasporti via mare permetterà una forte riduzione del ricorso alla via aerea.
- 6) Il management del Gruppo sta continuando ad adottare uno stretto controllo sui costi in considerazione delle criticità derivanti dalla situazione geo-politica e dalla pressione inflazionistica.

Sulla base di tutto ciò, il management **conferma** complessivamente le *guidelines* del Piano Strategico al 2024.

Più nel dettaglio le aspettative per il 2023 sono:

- 1) Ricavi in crescita quasi a doppia cifra nel primo semestre e leggermente positivi nel secondo semestre. I ricavi totali sono quindi attesi in crescita complessivamente attorno al +4% / +6% (in precedenza +6% / +8%) rispetto al 2022. La maggior prudenza è dovuta a quanto sperimentato nel mese di aprile e nella prima settimana di maggio che evidenziano una debolezza dei riordini dal canale multimarca, soprattutto on-line, che ad oggi sono in riduzione rispetto all'esercizio precedente e, al momento, si ritiene opportuno assumere che ciò accada anche nel secondo semestre. Non è ancora chiaro infatti se ciò sia dovuto alle temporanee avverse condizioni climatiche o ad una prudenza del mercato e dei consumatori alla luce del contesto inflazionistico e di recessione non ancora scongiurata.
- 2) Relativamente alla marginalità lorda si ritiene che, grazie al buon andamento degli sconti e dei costi di trasporto, possa migliorare nel primo semestre di circa 200 bps e di circa +130 / +150 bps nel secondo semestre rispetto agli stessi periodi dell'anno precedente.

Le suddette previsioni annue si basano inoltre sulle seguenti assunzioni sul futuro andamento dell'esercizio:

- 1) le abitudini d'acquisto dei consumatori permettano la prosecuzione dell'attenta gestione degli sconti finora attuata nei negozi monomarca;
- 2) una revisione poco significativa delle abitudini di spesa dei consumatori rispetto a quelle attuali;
- 3) prosegua il trend di miglioramento dell'affidabilità della catena di approvvigionamento e la riduzione dei costi dei trasporti rispetto all'esercizio trascorso;
- 4) la difficile situazione geopolitica in alcuni mercati rilevanti per il Gruppo non comporti deterioramenti significativi rispetto a quanto registrato nel 2022 in quelle aree e/o impatti significativi di svalutazione delle loro valute rispetto all'euro.

Queste previsioni sull'andamento futuro sono comunque, per loro natura, soggette ad una forte incertezza in considerazione dell'attuale contesto geo-politico e dello scenario inflattivo.

\*\*\*\*\*

Si rende noto che il verbale dell'Assemblea Ordinaria degli Azionisti di Geox S.p.A. del 20 aprile 2023 è a disposizione del pubblico presso la sede sociale in Biadene di Montebelluna, via Feltrina Centro, 16 e presso il meccanismo di stoccaggio eMarket Storage ([www.emarketstorage.it](http://www.emarketstorage.it)). Il documento è, altresì, consultabile sul sito internet della Società [www.geox.biz](http://www.geox.biz), nella sezione Governance, "Assemblea degli Azionisti 2023"

---

**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  
tel. +39 0423 2822; investor.relations@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 63 diversi brevetti e 3 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.

---