

COMUNICATO STAMPA – RICAVI PRIMO TRIMESTRE 2022

● **PRIMI IMPORTANTI RISCONTRI POSITIVI DEL PIANO STRATEGICO 2022-2024:**

- **NEL PRIMO TRIMESTRE RICAVI PARI A 184 MILIONI DI EURO (+24,3% A CAMBI CORRENTI) GRAZIE AD UNA FACILE BASE DI COMPARAZIONE MA SOPRATTUTTO AL BUON ANDAMENTO DI TUTTI I CANALI DISTRIBUTIVI CHE E' PROSEGUITO ANCHE AD APRILE, PORTANDO LA CRESCITA AL +32%.**
- **AD OGGI LE VENDITE COMPARABILI DEI NEGOZI DIRETTI (FISICI E ONLINE) SONO IN CRESCITA DEL +60% SUL 2021 (-3% VS 2019) GRAZIE AD UN'ULTERIORE ACCELERAZIONE NEL SECONDO TRIMESTRE CHE REGISTRA UN +3% VS 2019 NONOSTANTE UN TRAFFICO ANCORA NEGATIVO DEL 30%. LE VENDITE COMPARABILI DEI SOLI NEGOZI FISICI SONO IN CRESCITA DI QUASI IL 100% SUL 2021.**
- **LA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA (ANTE IFRS 16) E' PARI A -58,0 MILIONI DI EURO (-64,3 A FINE 2021 E -109,8 A FINE MARZO 2021). E' IN FORTE MIGLIORAMENTO ANCHE IL CAPITALE CIRCOLANTE CHE SCENDE A 104 MILIONI (183 A MARZO 2021) CON UN'INCIDENZA SUI RICAVI DEL 16,1% (18,5% A FINE 2021 E 36,6% A MARZO 2021).**
- **CONTINUA A PERSISTERE UNA CERTA PRESSIONE SUI MARGINI GENERATA DALLA SITUAZIONE GEO-POLITICA INTERNAZIONALE, DAL CARO ENERGIA NONCHE' DALL'IMPATTO DEL COVID-19 SULLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO SIA IN TERMINI DI COSTI CHE DI TEMPI DI SPEDIZIONE. SI ASSUME CHE QUESTA SITUAZIONE POSSA PERDURARE, FORSE CON QUALCHE MITIGAZIONE, NEL PROSIEGUO DELL'ESERCIZIO.**

Biadene di Montebelluna, 12 Maggio 2022 – 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 ricavi e la posizione finanziaria netta del primo trimestre.

La Società ha commentato: “I risultati del primo trimestre 2022, seppur in un contesto estremamente complesso, evidenziano un significativo miglioramento rispetto allo scorso anno con una crescita a doppia cifra dei ricavi su tutti i canali distributivi.

Stiamo riscontrando un progressivo e significativo miglioramento delle performance della nostra rete sin dalla totale riapertura dei negozi, avvenuta a fine giugno 2021; tutto il primo semestre 2022, pertanto, beneficerà, in una qualche

misura, di una più facile base di comparazione. In aprile ed in maggio abbiamo assistito ad una ulteriore accelerazione che ha portato la crescita complessiva al +32%.

Da inizio anno ad oggi le vendite comparabili dei nostri negozi diretti fisici mostrano un incremento vicino al 100% rispetto all'anno precedente e con anche una buona riduzione degli sconti. Nei principali mercati europei le vendite hanno raggiunto, ad oggi, i livelli pre-pandemia nonostante un calo del traffico ancora significativo, soprattutto con riguardo ai flussi turistici.

Anche il canale wholesale sta performando bene e, dopo un'ottima raccolta ordini iniziale per la collezione SS22, abbiamo assistito ad un forte aumento degli ordinativi per la collezione FW22 che è tornata ai livelli del 2019 pre-pandemia.

Restano inoltre sotto controllo i principali indicatori finanziari, con un buon miglioramento sia della posizione finanziaria netta che del capitale circolante rispetto alla fine dell'esercizio precedente.

Tali performance rappresentano dei primi importanti riscontri sulla validità delle scelte strategiche intraprese con il nuovo Piano Industriale finalizzato alla costituzione di un modello di business snello, omnicanale e focalizzato sulla centralità del cliente e della distribuzione.

Attraverso queste scelte, Geox ha effettuato negli ultimi due anni una significativa razionalizzazione delle attività non redditizie che le ha permesso non solo di ridurre strutturalmente la propria base dei costi ma anche di poter liberare maggiori risorse per gli investimenti più rilevanti per lo sviluppo e la crescita del Gruppo. Tra questi evidenziamo lo sviluppo di nuovi prodotti supportati dal lancio di una importante campagna di marketing sia per l'adulto che per il bambino che, da quest'anno, abbiamo esteso a 15 Paesi e dalla quale stiamo raccogliendo ritorni estremamente positivi.

Il 2022 si preannuncia quindi come un anno di forte crescita del fatturato come previsto dal Business Plan. Continua però a persistere una certa pressione sui margini generata dalla situazione geo-politica internazionale, dal caro-energia e dagli impatti del Covid-19 sulla catena di approvvigionamento sia in termini di costi che di tempi di spedizione principalmente dovuto ai nuovi lockdown in Cina. Si assume che questa situazione possa perdurare, forse con qualche mitigazione, nel prosieguo dell'esercizio.

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 2022 si sono attestati a euro 184,4 milioni, in aumento del 24,3% rispetto all'esercizio precedente (+24,2% a cambi costanti) grazie al buon andamento di tutti i canali distributivi favoriti anche dalla progressiva riapertura della rete distributiva a partire dalla seconda metà del 2021 e dal progressivo rilascio delle iniziative intraprese con il Piano Strategico 2022-2024.

Ricavi per Canale distributivo

| (Migliaia di euro) | I trimestre 2022 | % | I trimestre 2021 | % | Var. % |
|-------------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|--------------|
| Multimarca | 102.608 | 55,6% | 91.925 | 62,0% | 11,6% |
| Franchising | 15.633 | 8,5% | 10.471 | 7,1% | 49,3% |
| DOS* | 66.149 | 35,9% | 45.955 | 31,0% | 43,9% |
| Totale Geox Shop | 81.782 | 44,4% | 56.426 | 38,0% | 44,9% |
| Totale ricavi | 184.390 | 100,0% | 148.351 | 100,0% | 24,3% |

* Directly Operated Store, negozi a gestione diretta

I ricavi dei negozi multimarca, pari al 55,6% dei ricavi del Gruppo (62,0% nel primo trimestre 2021), si attestano a euro 102,6 milioni (+11,6% a cambi correnti, +11,8% a cambi costanti) rispetto ai 91,9 milioni di Marzo 2021. Il trend ha beneficiato di una positiva (+25% circa) raccolta ordini della collezione SS22 a cui si è contrapposta la cancellazione di alcuni ordini legata ai ritardi di consegna conseguenti alla difficile situazione sulla catena di approvvigionamento. A ciò si è sommato anche un effetto timing negativo sulle spedizioni; a fine Aprile i ricavi del canale si sono attestati infatti a circa +15% rispetto all'anno precedente.

I ricavi del canale franchising, pari all'8,5% dei ricavi del Gruppo, si attestano ad euro 15,6 milioni, +49,3% rispetto al primo trimestre 2021. L'andamento del periodo ha beneficiato della progressiva riapertura dei negozi, la cui performance positiva si è unita ad un effetto timing favorevole sulle spedizioni. Il totale dei punti vendita in franchising è passato dai 310 negozi di Marzo 2021 ai 301 di Marzo 2022.

I ricavi dei negozi a gestione diretta (DOS) che rappresentano il 35,9% dei ricavi del Gruppo si attestano a euro 66,1 milioni rispetto ai 46,0 milioni del primo trimestre 2021 (+43,9% a cambi correnti, +42,7% a cambi costanti). Le vendite comparabili (LFL) a fine periodo si attestano a +54% grazie sia alla riapertura integrale dei negozi dalla seconda metà del 2021 (nel primo trimestre 2021 circa il 34% dei negozi diretti era stato temporaneamente chiuso per le restrizioni conseguenti alla pandemia) che al progressivo rilascio delle iniziative previste dal Piano Strategico. In particolare i negozi fisici hanno riportato vendite comparabili in crescita del 90% circa rispetto al primo trimestre 2021 (quasi +100% ad oggi), mentre il canale online ha evidenziato un calo del 13% circa (-15% ad oggi) in linea con la stabilizzazione delle performance dopo i *lockdown*. L'andamento del canale online nel 2022 ha infatti risentito di una base comparativa particolarmente sfidante, in quanto sia nei primi mesi del 2020 che del 2021 le restrizioni legate alla pandemia avevano indotto, con la chiusura temporanea dei negozi, un forte spostamento degli acquisti dei consumatori sui canali digitali. Tale anomala e straordinaria situazione è sostanzialmente rientrata a partire dalla seconda metà del 2021 con la progressiva riapertura dei negozi fisici. La crescita del canale online resta comunque particolarmente elevata (circa +85%) rispetto al 2019.

Si segnala che nel mese di aprile, l'aumento dei contagi da Covid-19 nell'area asiatica ha determinato la temporanea chiusura (tuttora in corso) di 19 negozi diretti a Shanghai.

Per quanto riguarda infine il perimetro distributivo, il numero dei DOS è passato dai 393 negozi di Marzo 2021 ai 339 di Marzo 2022 (350 a fine 2021). Tale riduzione ha sostanzialmente definito la variazione complessiva dei ricavi del canale, che nonostante vendite comparabili (LFL) in crescita del +54% hanno chiuso il periodo di riferimento a +44% circa.

Ricavi per Area geografica

| (Migliaia di euro) | I trimestre 2022 | % | I trimestre 2021 | % | Var. % |
|----------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|--------------|
| Italia | 48.531 | 26,3% | 29.932 | 20,2% | 62,1% |
| Europa (*) | 84.952 | 46,1% | 70.080 | 47,2% | 21,2% |
| Nord America | 5.063 | 2,7% | 4.621 | 3,1% | 9,6% |
| Altri Paesi | 45.844 | 24,9% | 43.718 | 29,5% | 4,9% |
| Totale ricavi | 184.390 | 100,0% | 148.351 | 100,0% | 24,3% |

I ricavi realizzati in Italia, che rappresenta il 26,3% dei ricavi del Gruppo (20,2% nel primo trimestre 2021), si attestano a euro 48,5 milioni (+62,1%) rispetto a euro 29,9 milioni nel primo trimestre 2021. La crescita è stata guidata dai negozi diretti (+90%) e dal canale franchising (+115%) favoriti anche dalla progressiva riapertura della rete distributiva. Anche il canale wholesale ha riportato un'ottima performance (+26%).

I ricavi generati in Europa, pari al 46,1% dei ricavi del Gruppo (47,2% nel primo trimestre 2021), ammontano a euro 85,0 milioni, rispetto a euro 70,1 milioni del 2021, registrando un incremento dell'21,2% principalmente dovuto, come in Italia, al buon andamento del canale retail.

I negozi diretti in Europa hanno riportato una performance positiva (+35%) grazie al buon andamento delle vendite comparabili (+39%) e alla progressiva riapertura dei punti vendita. E' stata positiva, guidato dalle stesse logiche, anche la performance del franchising (+49%).

Il Nord America registra un fatturato pari a euro 5,1 milioni, +9,6% (+2,0% a cambi costanti) rispetto al primo trimestre 2021; positivo il trend dei negozi diretti (+23,0%) mentre il canale wholesale (-5,4%) ha risentito della cancellazione di alcuni ordinativi conseguente alle criticità emerse sulla catena di approvvigionamento (ritardi di produzione e/o ritardi di consegna).

Gli Altri Paesi riportano un fatturato in crescita del +4,9% rispetto al primo trimestre 2021 (+6,5% a cambi costanti). In particolare nell'Area Asia Pacifico il fatturato è risultato in calo del -12,5% principalmente a seguito della riorganizzazione in Giappone (-58%) che ha comportato la chiusura della filiale ed il passaggio del business ad un distributore. La Cina ha riportato ricavi in crescita (+8%).

Per quanto riguarda invece l'Europa dell'Est i ricavi dell'area sono risultati in crescita del +8,7%. I negozi a gestione diretta dell'intera area hanno riportato vendite comparabili in aumento del +35%; positive anche le crescite del canale wholesale e franchising.

Ricavi per Categoria Merceologica

Le calzature hanno rappresentato l'88% circa dei ricavi consolidati, attestandosi a euro 162,4 milioni, con un incremento del +20,2% (+19,8% a cambi costanti) rispetto al primo trimestre 2021. L'abbigliamento è stato pari al 12% circa dei ricavi consolidati attestandosi a euro 22 milioni (+66,1% a cambi correnti e +70,6% a cambi costanti).

| (Migliaia di euro) | I trimestre 2022 | % | I trimestre 2021 | % | Var. % |
|----------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|--------------|
| Calzature | 162.372 | 88,1% | 135.099 | 91,1% | 20,2% |
| Abbigliamento | 22.018 | 11,9% | 13.252 | 8,9% | 66,1% |
| Totale ricavi | 184.390 | 100,0% | 148.351 | 100,0% | 24,3% |

Rete Distributiva Monomarca – Geox shops

Al 31 marzo 2022 il numero totale dei “Geox Shops” era pari a 751 di cui 339 DOS. Nel corso del primo trimestre 2022 sono stati aperti 7 nuovi Geox Shops e ne sono stati chiusi 24, 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.

| | 31-03-2022 | | 31-12-2021 | | 1° Q 2022 | | |
|------------------|------------|------------|------------|------------|----------------|----------|-------------|
| | Geox Shops | di cui DOS | Geox Shops | di cui DOS | Aperture Nette | Aperture | Chiusure |
| Italia | 195 | 123 | 200 | 128 | (5) | - | (5) |
| Europa (*) | 209 | 117 | 210 | 117 | (1) | 3 | (4) |
| Nord America | 19 | 19 | 20 | 20 | (1) | - | (1) |
| Altri Paesi (**) | 328 | 80 | 338 | 85 | (10) | 4 | (14) |
| Totale | 751 | 339 | 768 | 350 | (17) | 7 | (24) |

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

(**) Include i negozi esistenti in paesi con contratto di licenza (pari a 111 negozi sia al 31 marzo 2022, 114 negozi al 31 dicembre 2021). I ricavi del canale franchising non comprendono i negozi in tali paesi.

SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA DEL GRUPPO

L'insieme delle azioni di razionalizzazione intraprese e l'andamento positivo delle vendite del canale diretto al momento delle riaperture, hanno permesso di mantenere sotto controllo la posizione finanziaria netta che a fine marzo, nonostante la stagionalità del primo trimestre, si è attestata (ante IFRS 16 e dopo il *fair value* dei contratti derivati) a -58,0 milioni di euro (-64,3 milioni a Dicembre 2021 e -109,8 milioni a Marzo 2021). Il solo debito netto vs banche si attesta a -85,6 milioni (-82,9 milioni a Dicembre 2021 e -115,6 milioni a Marzo 2021).

Si segnala che il Gruppo ha di fatto completato la rinegoziazione, dovuta al Covid-19, dei canoni di affitto con le proprietà immobiliari e rimangono da chiudere solo pochi accordi in fase di finalizzazione avanzata. La parte scaduta dei canoni di affitto sospesi o pagati parzialmente alla data del 31 Marzo 2022 è scesa a 2,7 milioni (dai circa 4,1 milioni di euro di fine Dicembre 2021 e dai circa 14 milioni al 31 Dicembre 2020).

Il capitale circolante netto si attesta a circa 104 milioni, in riduzione sia rispetto ai 112 milioni di Dicembre 2021 che ai 183 milioni di Marzo 2021. La riduzione è dovuta ad una performance positiva di tutte le sue componenti. Il magazzino si riduce di circa 35 milioni rispetto al primo trimestre 2021 grazie sia allo smaltimento dell'inventario di stagioni precedenti che alla riduzione di acquisti nell'anno. La ripresa del business sperimentata anche dalla nostra clientela ha permesso un buon andamento degli incassi con riduzione dei crediti in bilancio per circa 17 milioni. Da ultimo il debito verso fornitori aumenta per circa 26 milioni come conseguenza dei nuovi acquisti per le stagioni future. Pertanto il rapporto del capitale circolante netto operativo sui ricavi è in forte miglioramento ed è sceso al 16,1% (18,5% a fine Dicembre 2021 e 36,6% a fine Marzo 2021).

Il contesto rimane comunque ancora incerto e, di conseguenza, il Gruppo proseguirà nelle iniziative volte a proteggere il cash flow aziendale e a contenere i costi operativi.

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.

Le tensioni geo-politiche riguardanti Russia ed Ucraina stanno creando situazioni di forte crisi internazionale, umanitaria e sociale con forti impatti negativi prima di tutto per la popolazione, ma anche per la loro attività economica interna e per gli scambi commerciali nell'area. Questi fatti gravi e straordinari, per natura ed estensione, si sono aggiunti a quelli da Covid-19 provocando 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 e all'incremento dei tassi.

Geox ha riportato nel 2021 in questa area un fatturato di circa 56 milioni di euro (51 milioni in Russia e 5 in Ucraina). In entrambi i Paesi il business è sviluppato principalmente tramite terzi, wholesale e franchising (al 100% in Ucraina e al 70% in Russia). Alla luce di questi gravi accadimenti il Gruppo ha sospeso ogni nuovo investimento diretto in Russia, sta ritirando il management europeo, ha ridotto gli ordini da terzi ove possibile 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. La Società è parte del progetto *Golden Links* promosso da Banca Intesa e Caritas Italiana e coopera attivamente con Protezione Civile e Ambasciata d'Ucraina in Italia per fornire beni di prima necessità, quali abbigliamento e calzature, alle popolazioni in loco e ai rifugiati in Italia.

In relazione all'andamento della pandemia Covid-19 si segnala che ad oggi tutti i negozi del Gruppo in Europa e Nord America sono operativi pur in uno scenario ancora instabile che, di fatto, sta impattando ancora i flussi turistici. A partire da fine marzo l'aumento dei contagi nell'area asiatica ha invece comportato la temporanea chiusura, tutt'ora in corso, di 19 negozi nell'area di Shanghai.

La difficile situazione sanitaria in Estremo Oriente sta di fatto prolungando le criticità presenti sulla catena di approvvigionamento del Gruppo. Complessivamente il sistema produttivo è attualmente operativo anche se in un contesto caratterizzato da una certa instabilità. Da una parte tutti gli operatori economici stanno sperimentando un allungamento dei tempi di trasporto via nave a causa della riduzione della frequenza nelle partenze e dell'aumento delle fermate al fine di ottimizzare gli spazi. Dall'altra ci sono meno opportunità di recuperare i ritardi di produzione con il trasporto via-aerea a causa del limitato numero di voli cargo e voli passeggeri. Inoltre questi fattori hanno determinato e continuano a determinare un sostanziale aumento dei costi dei noli e del *via-aerea* principalmente verso le Americhe. In tale contesto la pressione sui prezzi delle materie prime, dei trasporti e dell'energia continua a rimanere elevata.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Nel formulare le previsioni sull'intero anno si devono tenere in considerazione alcuni fattori legati all'attuale andamento del business:

- 1) Il canale DOS sta evidenziando ad oggi (settimana 18) vendite comparabili (*LFL*) in positiva evoluzione (circa +60% sul 2021 e quasi in linea con il 2019) con una significativa riduzione degli sconti (circa 5 punti sul 2021 e 4 punti sul 2019). Si sta assistendo ad una accelerazione del trend nel secondo trimestre (+3% vs 2019) favorito anche dalle avvenute consegne (dopo il ritardo di qualche settimana dovuto ai problemi sulla *supply chain*) di tutta la nuova collezione SS22 nei negozi. Tutto il primo semestre beneficerà, in assenza di nuove restrizioni, di una facile comparazione con il primo semestre 2021 che era stato particolarmente impattato dai *lockdown* e dalla conseguente chiusura di un'alta percentuale di negozi soprattutto in Europa. Le performance del secondo semestre si confronteranno invece con una base più omogenea in quanto nella seconda parte del 2021 tutta la rete è stata sostanzialmente operativa.
- 2) Nel canale *wholesale*, dopo un'ottima raccolta ordini iniziale sia per la stagione SS22 (+25%) sia per la stagione FW22 (+26% e tornata ai livelli 2019) si assume che i livelli di riordini *in-season* possano mantenersi in linea con gli alti livelli sperimentati nell'esercizio precedente. Pertanto, ad oggi, sulla base di questi elementi si ritiene che il canale possa riportare una crescita annuale attorno al +15% (e quindi prossima ai livelli 2019). Si ricorda che il Gruppo, per bilanciare l'incremento dei costi delle materie prime e dei trasporti, ha rivisto al rialzo il proprio listino prezzi sia per la collezione SS22 (circa +4% medio nell'adulto) che per la FW22 (circa +8% medio).
- 3) A fine aprile i ricavi complessivi del Gruppo sono in crescita del 32% rispetto al primo quadrimestre 2021.

- 4) Continua a rimanere forte la pressione sui margini sia per la situazione geo-politica ed energetica internazionale che per l'impatto del Covid-19 sulla catena di approvvigionamento sia in termini di costi che di tempi di spedizione. Questa situazione, unita alle generali complessità legate alla congestione dei porti ed alla mancanza di container, ha di fatto comportato: 1) una temporanea carenza di alcune quantità di prodotto ad inizio stagione e per i riassortimenti nella rete distributiva diretta e in franchising 2) la cancellazione o revisione delle condizioni commerciali di alcuni ordinativi del canale multimarca dovuti a ritardi di consegna o annulli produttivi; 3) un maggior ricorso, rispetto alle previsioni, al trasporto via aerea al fine di rispettare le tempistiche di consegna pattuite con alcune controparti.
- L'impatto complessivo di questi fattori nel primo semestre è stimabile in circa 16 milioni di minori ricavi e 16 milioni di minor margine lordo (8 milioni legati ai minori ricavi e 8 milioni legati all'incremento dei costi di trasporto per via aerea).

Sulla base di queste assunzioni, il management conferma comunque le linee guide annunciate in termini di *top line* e quindi si attende di riportare una crescita a doppia cifra per i ricavi annuali, previsti sopra i 700 milioni di euro. Tale cifra rimarrebbe raggiungibile, seppur diventando sfidante, anche nel caso in cui non si trovasse, a breve, una soluzione alla crisi Russia-Ucraina con i conseguenti forti impatti che deriverebbero al business in quelle aree.

In termini di marginalità lorda, il persistere delle criticità sulla catena di approvvigionamento porta ad avere una maggiore prudenza sulla sua evoluzione annuale.

Il management del Gruppo adotterà nella restante parte dell'anno tutte le azioni necessarie, sia in termine di ulteriore sviluppo commerciale che di riduzione dei costi, al fine di mitigare tali impatti negativi.

Queste previsioni sull'andamento futuro sono comunque, per loro natura, soggette ad una forte incertezza in considerazione dell'attuale contesto pandemico e geo-politico. In particolare sono basate sull'assunzione fondamentale che l'impatto della pandemia venga gradualmente riassorbito nel corso dell'esercizio e sull'auspicio che le suddette tensioni internazionali trovino una veloce composizione diplomatica.

Si rende noto che il verbale dell'Assemblea Ordinaria degli Azionisti di Geox S.p.A. del 14 aprile 2022 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.com). Il documento è, altresì, consultabile sul sito internet della Società www.geox.biz, relativamente nella sezione Governance, "Assemblea degli Azionisti 2022".

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 61 diversi brevetti e 5 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.
