

GOLDEN GOOSE GROUP, PRIMO SEMESTRE CON RICAVI IN CRESCITA DEL 15%

Milano, 14 settembre 2026 - Golden Goose Group S.p.A. (la "Società", e congiuntamente alle controllate, il "Gruppo"), azienda leader specializzata in *sneakers*, abbigliamento e accessori di lusso, annuncia oggi i risultati finanziari relativi al primo semestre, conclusosi il 30 giugno 2026 ("1H 2026"). Nel periodo in esame, Golden Goose ha registrato una crescita forte, sostenuta dall'accelerazione costante del proprio modello incentrato sul *Direct-to-Consumer* ("DTC") e da una performance a doppia cifra in tutte le aree geografiche.

Highlights finanziari del 1° semestre 2026

- **Ricavi netti:** €380,4 milioni, in crescita del 15%¹ rispetto al primo semestre 2025, con ricavi netti del secondo trimestre in crescita del 19% su base annua
- **Ricavi netti del canale Direct-to-Consumer (DTC):** €309,6 milioni, in crescita del 22% su base annua; il DTC ha rappresentato l'81% dei ricavi totali (rispetto al 77% nel primo semestre 2025)
- **EBITDA rettificato:** €122,9 milioni, in crescita del 9% su base annua, con un margine EBITDA rettificato del 32,3%
- **Margine lordo:** 75,8% nel primo semestre 2026, pari a una crescita del 12% su base annua
- **Liquidità:** cassa pari a €86,8 milioni al 30 giugno 2026, con un flusso di cassa operativo rettificato pari a €46,3 milioni
- **Leva finanziaria netta:** 2,7x al 30 giugno 2026

Highlights di business

- **Nuova struttura azionaria:** HSG è diventato azionista di maggioranza nel secondo trimestre, affiancato da Temasek in qualità di investitore di minoranza, mentre Permira rimane azionista strategico, garantendo continuità. Facendo leva sulla loro esperienza internazionale consolidata, HSG e Temasek sosterranno l'espansione globale e la strategia di innovazione di Golden Goose, preservando al contempo l'identità distintiva del *brand* e le sue radici *Made in Italy*
- **Prosegue l'implementazione della strategia DTC, con ricavi in crescita del 22%:**
 - le vendite retail hanno continuato a rappresentare il principale motore di crescita, grazie a una performance *like-for-like* a doppia cifra e all'incremento dei negozi
 - il canale digitale ha registrato una performance forte nel primo semestre 2026, con una crescita di clienti *mid-teens*
 - i ricavi del canale *wholesale* sono diminuiti del 6% nel primo semestre 2026, tornando tuttavia a una crescita positiva, pari a +5%, nel secondo trimestre, mentre la Società ha continuato a portare avanti la propria strategia selettiva nel canale *wholesale*
- **Performance a doppia cifra in tutte le aree geografiche:**

¹ Tutte le variazioni percentuali sono calcolate a tassi di cambio costanti (valuta costante)

- **Americhe:** +18% di crescita, sostenuta da una crescita del DTC del 22%
- **EMEA:** +14% di crescita, con una solida performance del DTC nonostante l'impatto del conflitto in Medio Oriente
- **APAC:** +17% di crescita, sostenuta da un'espansione del DTC pari al 19%
- **Rete di negozi, aperture e retail innovativo:** la rete globale di negozi diretti ("DOS") del Gruppo ha raggiunto 230 punti vendita alla fine di giugno 2026. Nel corso del primo semestre, Golden Goose ha continuato a sviluppare la presenza retail attraverso nuove aperture e a creare nuove opportunità per la propria *community* di interagire con il *brand*, tra cui:
 - tre nuove aperture ad **Atene, Rome Kids e HAUS Istanbul**, e lo store **Beijing Taikoo-Li South** rinnovato;
 - l'apertura del primo **Yunique Caffé in Europa**, in Brera, a Milano, che include un'area *listening bar*. Uno spazio in cui la *Co-Creation* incontra la cultura italiana del F&B e che unisce musica e *community*, dal momento della colazione all'aperitivo;
 - il lancio del nuovo *concept* stagionale "**Frutteria Golden**", ispirato al fascino dei banchi della frutta italiani. Presentato per la prima volta al **Corner Shop di Selfridges**, a Londra, il *concept* è stato successivamente portato in selezionate località, tra cui **Napoli e Forte dei Marmi**;
 - il lancio di **Arts & Crafts**, un programma globale di workshop che celebra l'arte di creare oggetti con le proprie mani. Questa iniziativa ha segnato un'evoluzione significativa per il brand, arricchendo l'esperienza *in store* con una dimensione di *entertainment* e trasformando i negozi da semplici punti vendita in luoghi di incontro e condivisione, dove creare insieme.
- **Nuovi prodotti:** lancio globale della *Marathon Speed*, dopo il debutto esclusivo in Cina e Corea del Sud nel 2025
- **Tennis e sport:** ampliata la *community* di *Dreamers* nel mondo del tennis con la nomina di **Gabriel Diallo e Dayana Yastremska come Global Brand Ambassador** per il 2026
- **Riconoscimento come workplace:** Golden Goose è stata riconosciuta *Top Employer 2026*, ottenendo la certificazione per il quinto anno consecutivo in Italia, il quarto negli Stati Uniti, il terzo in Cina e il secondo in Corea del Sud
- **Piano di Sostenibilità 2026-2030:** avendo raggiunto la maggior parte degli obiettivi previsti dal primo piano di sostenibilità, Golden Goose ha definito il prossimo capitolo del percorso con il lancio della nuova *Forward Agenda* (2026-2030), basata su quattro *driver* strategici: *We Innovate, We Craft, We Care* e *We Share*. Negli ultimi anni, il Gruppo ha trasformato la propria ambizione di crescita responsabile in azioni concrete attraverso progetti significativi e risultati misurabili, ottenendo lo *Score "A"* da *CDP Climate Change* e classificandosi al primo posto nel *Sustainalytics' ESG Rating for the Footwear Sector* a marzo 2026.

Silvio Campara, Amministratore Delegato del Gruppo Golden Goose, ha commentato:

“Siamo felici di aver registrato un'altra serie di solidi risultati per Golden Goose, con ricavi in crescita del 15% nel primo semestre e un'ulteriore accelerazione nel secondo trimestre. Trainata da una crescita a doppia cifra in tutte le aree geografiche, questa performance riflette ancora una volta la risonanza globale del nostro brand e la forza del nostro modello incentrato sulla community.

“Tra i principali traguardi, i nostri negozi retail si sono trasformati in luoghi di incontro, dove creare prodotti insieme, grazie ad Arts & Crafts, un programma globale di workshop che celebra l'arte di creare oggetti con le proprie mani.

“Siamo entusiasti di accogliere HSG e Temasek nella nostra Family, rispettivamente come investitore di maggioranza e azionista di minoranza in questo trimestre, insieme al partner di lunga data, Permira, che rimane azionista strategico, garantendo continuità”.

Golden Goose

Golden Goose è un'azienda globale di lusso di nuova generazione fondata sulla passione per tutto ciò che è “perfettamente imperfetto”, autentico e unico.

Nato nel 2000, il Gruppo opera all'intersezione tra lusso, *lifestyle* e *sportswear*, ed è specializzato nella ideazione, progettazione e distribuzione di *sneakers*, alcune delle quali sono diventate icone sul mercato, nonché di abbigliamento, borse e altri accessori. Alta qualità, attenzione ai dettagli e un look “*lived-in*” sono diventati i tratti distintivi di Golden Goose.

Con l'ambizione di portare la tradizione della qualità e dell'*handmade* italiano nel mondo, il *brand* sposa l'artigianalità con la manifattura “*Made in Italy*”, creando prodotti che combinano la vestibilità italiana con un tocco *urban vintage*. Oggi, con una *community* di 2,5 milioni di *Dreamers*, Golden Goose è presente in Europa, Americhe, Medio Oriente e APAC, 230 negozi e una forte distribuzione online e *wholesale*.

Contatti:

IR - Golden Goose Group S.p.A.

Giuseppe Marsella - Investor Relations

E-mail: investors@goldengoose.com

Media - Golden Goose Group S.p.A.

Giorgina Fioruzzi - Head of Global Communications

E-mail: press@goldengoose.com

Media - Brunswick Group

Massimo Gaia, Flavia Orlandi

E-mail: goldengoose@brunswickgroup.com

+39 (0) 29 2886 200