

## GOLDEN GOOSE GROUP, RICAVI IN CRESCITA NEI PRIMI NOVE MESI DEL 2024

**Milano, 7 novembre 2024** – Golden Goose S.p.A (la “Società”, e congiuntamente alle sue controllate, il “Gruppo”) - azienda leader all'intersezione tra i settori del lusso, del lifestyle e dello sportswear, specializzata nell'ideazione, progettazione e distribuzione di sneakers, abbigliamento e accessori - ha archiviato i primi nove mesi del 2024 con ricavi in crescita. Il Gruppo continua a dimostrare una solidità e una vivacità del business, pur in un contesto di mercato volatile.

### Highlights finanziari 9 Mesi 2024

- **Ricavi netti:** €466 milioni, con un aumento del 12% a cambi costanti rispetto allo stesso periodo del 2023.
- **Ricavi netti Direct-to-Consumer (DTC):** in crescita del 18% rispetto ai primi nove mesi del 2023, pari al 74% dei ricavi netti rispetto al 71% nello stesso periodo dell'anno scorso, in linea con la strategia di espansione DTC dell'azienda.

### Highlights operativi 9 Mesi 2024

- Crescita guidata dalle prestazioni del canale DTC, in aumento del 18% anno su anno, trainata da EMEA (+37%) e Americhe (+14%).
- Nel DTC, il retail è stato il principale fattore di crescita (+20%) grazie a nuove aperture e performance *like-for-like* in crescita del 5% circa.
- Crescita consolidata nel terzo trimestre (in aumento del 12% rispetto allo stesso periodo del 2023), in linea con le prestazioni conseguite nel primo semestre di quest'anno.

**Silvio Campara**, Amministratore Delegato del Gruppo Golden Goose, ha commentato: “La nostra performance è frutto della combinazione tra determinazione, innovazione e ambizione. Nei primi nove mesi del 2024 abbiamo aperto HAUS a Marghera, un luogo che celebra prodotto, arte e artigianato, riconfermando il nostro impegno nel promuovere la formazione della nuova generazione di artigiani attraverso l'Academy. Abbiamo aperto nuovi negozi in tutto il mondo, tra cui HAUS a Città del Messico, che testimonia il nostro impegno a rafforzare i rapporti con le community locali. In uno scenario di venti contrari

# GOLDEN GOOSE

nel settore del lusso, ci impegniamo a sostenere lo shift da marketing a experience, mantenendo il consumatore e la community al centro. Sono fiducioso che questo ci rafforzerà sempre di più anche in futuro”.

Golden Goose ha fatto leva sulla posizione di mercato unica e l'approccio incentrato sul consumatore per ottenere risultati solidi nei primi nove mesi del 2024.

I ricavi netti Direct-to-Consumer (DTC) hanno raggiunto quota 346,1 milioni di euro, rappresentando il 74% del totale nei 9 mesi del 2024, con un aumento del 18%. La crescita DTC è stata guidata da una combinazione di nuove aperture in *location* promettenti e performance positive *like-for-like*. Anche il canale digitale ha registrato ottime performance, grazie a dinamiche di traffico positive, confermando l'eccezionale affinità digitale del marchio.

Il canale Wholesale ha conseguito ricavi netti pari a 110,4 milioni di euro, rappresentando il 24% dei ricavi netti totali nel periodo. Ciò ha rappresentato un calo del 4% anno su anno, come risultato della decisione strategica di continuare a migliorare la qualità della rete di distribuzione e della continua attenzione a preservare il canale da fattori inquinanti, preservare il marchio e favorire il DTC.

In termini geografici, la regione EMEA ha rappresentato il 49% dei ricavi netti nel periodo, le Americhe il 38% e la regione APAC il 13%.

\*\*\*

## **Golden Goose, company profile**

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 assimila l'artigianalità con la manifattura "Made in Italy", creando prodotti che combinano la vestibilità italiana con un tocco urban vintage. Oggi Golden Goose, i cui prodotti incontrano una profonda risonanza tra una nuova generazione di consumatori del lusso, conta una community di 1,5 milioni

# GOLDEN GOOSE

di *Dreamers*. Golden Goose è presente in APAC, Europa, Medio Oriente e Americhe oltre 200 negozi (di cui 6 duty-free, 28 negozi shop-in-shop e 10 outlet) e una forte distribuzione online e *wholesale*.

## **Contatti:**

### **IR - Golden Goose Group SpA**

Giuseppe Marsella – Investor Relations

E-mail: [investor@goldengoose.com](mailto:investor@goldengoose.com)

### **Media – Golden Goose Group SpA**

Giorgina Fioruzzi – Head of Global Communications

E-mail: [press@goldengoose.com](mailto:press@goldengoose.com)

### **Media – Gruppo Brunswick**

Massimo Gaia, Flavia Orlandi

E-mail: [goldengoose@brunswickgroup.com](mailto:goldengoose@brunswickgroup.com)

+39 (0) 29 2886 200