

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

Milano, 20 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 crescita robusta, pur in un contesto di mercato volatile.

Highlights finanziari 9 Mesi 2024:

- **Ricavi netti:** 466 milioni di euro, con un aumento del 12%¹ 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.
- **Adjusted EBITDA:** 163 milioni di euro, in crescita dell’11% rispetto ai 9 mesi 2023, con un margine EBITDA del 35% rispetto al 34,9% dei 9 mesi 2023.
- **Adjusted EBIT:** 118,5 milioni di euro, in crescita dell’8% rispetto ai 9 mesi 2023.
- **Net leverage ratio** pari a 2.5x (1.9x pre-IFRS).
- **Liquidità di cassa:** 145 milioni di euro.

Highlights operativi 9 Mesi 2024:

- Crescita guidata dalle performance del **canale Direct-to-Consumer (DTC)**, che ha registrato un incremento del 18% anno su anno, trainata dall’area EMEA (+27% nei 9 mesi e +22% nel 3° trimestre) e dalle Americhe (+4% nei 9 mesi e +5% nel 3° trimestre).
 - Nel DTC, il **retail** è stato il principale fattore di crescita (+20%) grazie a nuove aperture e performance *like-for-like*

¹ Tutte le variazioni percentuali nella sezione Highlights finanziari sono calcolate a tasso di cambio costante

GOLDEN GOOSE

in aumento 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.
- **17 nuove aperture di negozi**, con un'accelerazione nel terzo trimestre (9 contro 4 nel primo e secondo trimestre).
- Lancio di **2 nuovi modelli di sneaker**, la Lightstar che ha debuttato in Cina, Corea del Sud e online, ora disponibile in negozi selezionati in tutto il mondo, e la Forty2, presentata per la prima volta all'evento Golden Goose di Parigi e lanciata in tutto il mondo.
- Per il secondo anno consecutivo, durante la settimana della moda, Golden Goose è tornata a Parigi con l'evento ***We Will Always Be Those Kids***, celebrando i valori fondamentali del brand: community, creatività e libertà di espressione.

Silvio Campara, Amministratore Delegato di Golden Goose Group, ha commentato: *"La crescita costante del Gruppo nei primi nove mesi dell'anno dimostra ancora una volta la forza del nostro brand e il valore della nostra community. Grazie ai nostri prodotti innovativi, rafforziamo continuamente il legame con le nuove generazioni di consumatori, mentre la nostra rete di negozi retail offre esperienze uniche e coinvolgenti, capaci di creare connessioni autentiche con i clienti e le community. Il Gruppo continua a registrare un aumento dei ricavi a livello globale, con un'incidenza del DTC più alta che mai. Sono immensamente orgoglioso di ciò che abbiamo costruito insieme alla nostra Golden Family e guardo con entusiasmo al futuro, pronti a proseguire il nostro percorso di forte crescita"*.

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 primi nove mesi del 2024, con una crescita del 18%. La performance del DTC è stata guidata da una combinazione di nuove interessanti aperture e risultati *positivi like-for-like* (LFL). La rete di negozi a gestione diretta (DOS) era composta da 208 negozi alla fine del terzo trimestre, arricchita da importanti nuove aperture a Città del Messico, Bangkok, Kuala Lumpur e Roma. Nel quarto trimestre Golden Goose ha raggiunto un traguardo molto importante con

GOLDEN GOOSE

l'apertura del suo primo negozio in India. Anche il digitale ha registrato ottime performance, grazie a dinamiche di traffico positive, confermando la forte affinità digitale del brand.

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, tutelare il brand 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%.

Nelle **Americhe**, performance DTC a doppia cifra, grazie alle nuove aperture e al positivo LFL retail.

Nell'area **EMEA**, crescita DTC molto forte, grazie alle nuove aperture e al positivo LFL retail e performance digitale.

Nell'area **APAC**, i ricavi netti dei nove mesi sono stati pari a 59,2 milioni di euro, in calo del 9% rispetto allo stesso periodo del 2023. Nel terzo trimestre si è attenuato il trend negativo in APAC (-3% vs 3Q 2023), con un netto miglioramento rispetto ai tre mesi precedenti, trainato principalmente dall'accelerazione al di fuori della *Greater China* e della Corea del Sud.

Leva finanziaria netta post-IFRS pari a 2,5x nei nove mesi 2024 (era pari a 1,9x pre-IFRS). La leva finanziaria netta ha registrato un leggero aumento, dovuto alla crescita delle passività per leasing e ai costi straordinari pagati nel 2024.

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

GOLDEN GOOSE

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 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: investors@goldengoose.com

Media – Golden Goose Group SpA

Giorgina Fioruzzi – Head of Global Communications

E-mail: press@goldengoose.com

Media – Gruppo Brunswick

Massimo Gaia, Flavia Orlandi

E-mail: goldengoose@brunswickgroup.com

+39 (0) 29 2886 200