

GOLDEN GOOSE GROUP CONTINUA LA PERFORMANCE POSITIVA NEI PRIMI NOVE MESI DEL 2025, REGISTRANDO UNA CRESCITA A DOPPIA CIFRA IN TUTTE LE AREE GEOGRAFICHE, GUIDATA DAL CANALE DTC

Milano, 27 novembre 2025 – 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 i risultati dei primi nove mesi chiusi al 30 settembre 2025. Golden Goose ha registrato una crescita costante dei ricavi nei primi nove mesi del 2025, con un'accelerazione del canale Direct-to-Consumer (“DTC”) nel terzo trimestre.

Highlights finanziari dei primi nove mesi 2025:

- **Ricavi netti:** €517,1 milioni +13%¹, vs 9M 2024, a conferma di un altro trimestre di crescita redditizia e ininterrotta.
- **Ricavi netti Direct-to-Consumer (DTC):** +21%, pari al 79% dei ricavi netti (vs 74% nei 9M 2024), trainati da nuove aperture retail e da una performance *like-for-like* (LFL) a doppia cifra.
- **Aree geografiche:** crescita a doppia cifra in tutte le regioni. EMEA e APAC +15%, Americhe +10% nei 9M 2025.
- **EBITDA rettificato:** €173,6 milioni, +7% a/a, con margine EBITDA al 33,6%. Espansione del margine nel 3Q 2025 vs 3Q 2024.
- **Liquidità, leva finanziaria:** cassa pari a €92 milioni e leva finanziaria netta a 2,7x² al 30 settembre 2025.

Highlights operativi:

- **Il canale DTC come motore di crescita:** +21% vs 9M 2024; crescita del 24% a/a in EMEA e del 18% nelle Americhe e in APAC.
- **Espansione della rete retail:** la rete globale di negozi diretti (DOS) del Gruppo ha raggiunto 227 punti vendita a fine settembre 2025, con 12 nuove aperture rispetto a fine 2024. Le nuove *location* includono HAUS Tokyo, Chengdu, Hyundai Jungdong, Mumbai, Singapore Paragon, Manila, Ibiza, Paraggi, Aeroporto di Venezia, oltre ai primi due negozi kids a Milano e Dubai.
- **Lanci iconici:**
 - Inaugurata la **Golden Goose Arena a Milano**, progettata da Novembre Studio: uno spazio che ridefinisce l'esperienza sportiva attraverso *community* e wellbeing, nel cuore del distretto CityLife, con nove campi da padel e strutture immersive.

¹ Tutte le variazioni percentuali riportate nei *financial highlights* sono calcolate a tassi di cambio costanti (valuta costante).

² 2.4x pro-forma, escludendo il dividendo di €70M.

GOLDEN GOOSE

- Lanciata la nuova campagna dell'iconica *sneaker* **Super-Star** con protagonista l'attrice **Jane Fonda**, e la nuova **True-Star**, con la finalista di Wimbledon **Jasmine Paolini**.
- Nuovi *ambassador* sportivi: i tennisti **Jasmine Paolini** e **Zizou Bergs**, e i giocatori di padel **Marta Ortega** e **Juan Lebrón**.

▪Sostenibilità:

- Ottenuta la **certificazione LEED® Gold™ per il negozio di Roma Aeroporto Fiumicino T1**, prima volta per il Gruppo, a conferma dell'impegno verso spazi sostenibili e *people-centric*.
- **#1** a livello globale nel settore Footwear per il secondo anno consecutivo e **#5** su 187 aziende nel settore Textiles & Apparel nel **Sustainalytics 2025 ESG Rating**; inclusione nella Sustainalytics 2025 ESG Top-Rated Companies list per il nostro settore.
- Estesa la **certificazione GEEIS** (Gender Equality European & International Standard) alle sedi e ai negozi in EMEA, Americhe, APAC e Corea, a testimonianza dell'impegno continuo nel promuovere ambienti inclusivi ed equi ovunque operiamo.

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

“Golden Goose ha registrato un altro trimestre di crescita a doppia cifra in tutte le aree geografiche, a conferma della resilienza del nostro modello di business e della risonanza globale del brand. Spinti da un'ulteriore accelerazione del DTC, abbiamo conseguito un altro trimestre di crescita redditizia e ininterrotta. Abbiamo ampliato la rete retail con aperture senza eguali, da Tokyo a Chengdu, celebrato icone come la Super-Star, lanciato una nuova *silhouette* di *sneaker* e inaugurato a Milano la Golden Goose Arena – un luogo in cui sport, cultura e *community* si incontrano. Guardando avanti, Golden Goose è ben posizionata per portare la *Co-Creation* a nuovi livelli e continuare a connettersi con la nostra *Golden Community* globale. Come sempre, il mio più sentito ringraziamento va alla nostra *Golden Family* per aver reso tutto questo possibile”.

GOLDEN GOOSE

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 milioni di Dreamers, Golden Goose è presente in Europa, Americhe, Medio Oriente e APAC, con 218 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