

## GOLDEN GOOSE GROUP REGISTRA UNA CRESCITA DEI RICAVI DEL 10% NEL PRIMO TRIMESTRE 2026, TRAINATI DAL CANALE DTC IN TUTTE LE AREE GEOGRAFICHE

Milano, 27 maggio 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 trimestre conclusosi il 31 marzo 2026. Nel periodo in esame, Golden Goose ha registrato una forte crescita in tutte le aree geografiche, trainata dal trend positivo del canale Direct-to-Consumer (DTC) e dalla forza del proprio modello incentrato sulla *community*.

### Highlights finanziari del 1° trimestre 2026:

- **Ricavi netti:** €173,2 milioni<sup>1</sup>, in crescita del 10% rispetto al primo trimestre 2025
- **Ricavi netti del canale Direct-to-Consumer (DTC):** in crescita del 19% su base annua; il DTC rappresenta l'81% dei ricavi totali, rispetto al 76% nel primo trimestre 2025, trainato da una crescita *like-for-like* a doppia cifra e dall'aumento degli spazi nel settore retail), e da un consolidamento del canale digitale
- **Gestione selettiva del canale *wholesale*:** calo del 16% del fatturato totale dovuto allo slittamento temporale delle consegne nell'area EMEA, a un contesto più complesso nel canale wholesale negli Stati Uniti e alla riduzione strategica delle attività con gli operatori e-commerce sudcoreani
- **Performance geografica:** crescita sostenuta in tutte le regioni, con Americhe +14%, EMEA +6% e APAC +17% su base annua
- **EBITDA rettificato:** €55,3 milioni, con un margine del 31,9%
- **Leva finanziaria netta:** 2,7x al 31 marzo 2026
- **Liquidità:** cassa pari a €75,8 milioni

### Highlights di business

- **Il canale DTC si conferma motore di crescita:** i ricavi Direct-to-Consumer sono cresciuti del 19%, con il retail come principale motore grazie a una performance *like-for-like* a doppia cifra e all'incremento degli spazi, nonostante un contesto di settore più complesso. Anche il canale digitale ha registrato un consolidamento nel trimestre, in linea con il retail.
- **Andamento regionale:**
  - **Americhe:** crescita del 14%, sostenuta da una crescita del DTC del 20%, principalmente trainata dalla performance *like-for-like*
  - **EMEA:** crescita del 6%, con un consolidamento del DTC nonostante le vendite in Medio Oriente siano state impattate dal conflitto in Iran nel mese di marzo
  - **APAC:** regione con la migliore performance nel primo trimestre 2026, con una crescita del 17%, sostenuta da una crescita del DTC

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

del 20%, da una performance *like-for-like* a doppia cifra e dall'incremento degli spazi

- **Negozi e retail esperienziale:** la rete globale di negozi diretti (DOS) del Gruppo ha raggiunto 232 punti vendita alla fine del primo trimestre 2026. Nel corso del periodo in esame, Golden Goose ha continuato a espandere ed elevare l'esperienza retail attraverso nuove aperture, attivazioni immersive e *concept* guidati dalla *community*, tra cui:
  - l'apertura del **primo Yunique Caffé in Europa**, nel quartiere Brera di Milano, con 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 di **"Frutteria Golden" nel Corner Shop di Selfridges, a Londra**. Il *pop-up* immersivo è stato inaugurato con un evento incentrato su creatività, *workshop* e *community*;
  - l'apertura di un nuovo *flagship store* ad **Atene**, caratterizzato dal nuovo *concept* "Frutteria Golden";
  - la riapertura dello **store Beijing Taikoo Li South**, il più grande *flagship store* in APAC, ispirato a HAUS Marghera;
- **Nuovo prodotto:** ha lanciato a livello globale un nuovo modello di *sneaker*, la **Marathon Speed**, dopo il lancio esclusivo in Cina e Corea del Sud nel 2025
- **Riconoscimento come datore di lavoro:** Golden Goose ha ottenuto la Certificazione *Top Employer 2026* per il quinto anno consecutivo in Italia, il quarto negli Stati Uniti, il terzo in Cina e il secondo in Corea del Sud
- **Riconoscimento in ambito sostenibilità:** Golden Goose ha ottenuto la certificazione *Cradle to Cradle Certified®*, rafforzando ulteriormente l'impegno del Gruppo verso una crescita responsabile e l'innovazione di prodotto
- **Tennis e sport:** ampliata la *community* di *Dreamers* nel mondo degli sport di racchetta con la nomina dei tennisti **Gabriel Diallo e Dayana Yastremska** come **Global Brand Ambassador per il 2026**.

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

*"Il 2026 si è aperto con risultati positivi per Golden Goose e un chiaro momentum in tutto il business. Nel primo trimestre abbiamo registrato una crescita dei ricavi del 10% e una performance solida in tutte le aree geografiche attraverso il nostro canale Direct-to-Consumer, che oggi rappresenta l'81% dei ricavi totali ed è il motore del nostro successo. La crescita costante dei ricavi riflette chiaramente la forza del brand e del nostro modello incentrato sulla community, che trova riscontro nella nuova generazione di consumatori del lusso.*

*Continuiamo a investire nel futuro del brand: espandendo la nostra rete retail, ampliando le esperienze che offriamo ai nostri Dreamers e portando avanti l'impegno verso le nostre persone e l'innovazione responsabile.*

*Guardando al futuro, restiamo concentrati su ciò che rende Golden Goose davvero 'yunique': Co-Creation, momenti condivisi e autenticità personale, rafforzando al contempo il nostro modello DTC e portando l'esperienza Golden Goose nel mondo attraverso creatività e passione".*

# GOLDEN GOOSE

\*\*\*

## **Informazioni su 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 artigianalità e manifattura "Made in Italy", creando prodotti che combinano la vestibilità italiana con un tocco *urban vintage*. Oggi, Golden Goose, i cui prodotti generano una profonda risonanza in una nuova generazione di consumatori del lusso, conta una *community* di 2,5 milioni di *Dreamers*. Golden Goose è presente nelle Americhe, in Europa, Medio Oriente e APAC, con 232 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](mailto:investors@goldengoose.com)

### **Media - Golden Goose Group S.p.A.**

Giorgina Fioruzzi - Head of Global Communications

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

### **Media - Brunswick Group**

Massimo Gaia, Flavia Orlandi

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

+39 (0) 29 2886 200