



# GISMONDI

## GISMONDI 1754: I RISULTATI IN ASIA COMPENSANO LA CONTRAZIONE DELLE VENDITE USA ED EUROPA

*I risultati del 2Q 2024 indicano un calo temporaneo della domanda nei canali di vendita consolidati ed un nuovo impulso dai mercati asiatici (Wholesale Altro). La strategia di espansione dei canali di vendita ha dimostrato di essere efficace.*

Genova, 23 luglio 2024 – **Gismondi 1754** (il “Gruppo” o “Gismondi”), società genovese quotata sull’Euronext Growth Milan che produce gioielli di altissima gamma (ticker GIS), rende noto su base volontaria i risultati consolidati gestionali delle vendite del secondo trimestre 2024 (dati non soggetti a revisione contabile), suddivisi per area geografica e tipologia di canale di vendita.

L'intero settore del lusso ha affrontato sfide significative, tra cui un rallentamento della crescita economica globale, un'inflazione persistente e un aumento dei tassi di interesse che hanno ridotto il potere d'acquisto e la propensione alla spesa dei consumatori.

Nel primo semestre del 2024, si è registrata una diminuzione delle vendite globali di beni di lusso. Questa contrazione, particolarmente marcata in Europa e Nord America, secondo gli analisti trova le sue origini nel perdurare dell'incertezza geopolitica mondiale.

Le fluttuazioni valutarie e le tensioni commerciali hanno ulteriormente complicato il quadro economico, influenzando negativamente le vendite internazionali. Nonostante queste difficoltà, i mercati asiatici, in particolare la Cina, hanno mostrato una relativa resilienza, con una crescita moderata alimentata dalla crescente classe media e dalla ripresa dell'espansione del retail di lusso online.

In questo contesto, Gismondi ha continuato a investire nella diversificazione dei canali di vendita e nell'espansione nei mercati emergenti, strategie che si sono dimostrate fondamentali per affrontare le sfide attuali. La società rimane ottimista riguardo alle prospettive a lungo termine, puntando su innovazione, sostenibilità e personalizzazione per distinguersi nel competitivo mercato del lusso.

Nel primo semestre 2024, Gismondi ha riportato vendite totali pari a € 7.078.232, in decrescita del 10%, rispetto a € 7.879.197 del primo semestre 2023, con ricavi 2Q 2024 pari a € 2.704.860.

Il primo semestre ha visto l'apertura del nuovo canale wholesale nel Far-East, grazie all'accordo pluriennale con Ippo Group Limited di Hong Kong, società fondata nel 2012 e specializzata nella distribuzione e vendita di gioielli alto di gamma. Tale accordo prevede l'apertura di un primo shop in shop a Tokyo (primo ordine già confermato e pagato di € 980.000) entro questa estate e di due successive aperture a Macao nel 2024 e in Cambogia nel 2025.

Il calo delle vendite del primo semestre 2024 rispetto allo stesso periodo del 2023 è da imputarsi alla ridotta propensione alla spesa che condiziona i risultati del canale Retail e Special Sales e frena il sell out del canale Wholesale Europa (-24% rispetto al semestre dell'anno precedente) e Wholesale USA (-44% rispetto al semestre dell'anno precedente), in linea con quanto riportato sopra.

Il calo di fatturato negli Stati Uniti è dovuto al trasferimento delle attività dai precedenti agenti, Sobe Luxury, alla filiale americana Gismondi USA. I tempi e le procedure burocratiche hanno richiesto il rientro in Italia di tutti i Carnet internazionali, causando un blocco di 3 mesi delle vendite negli USA. Tuttavia, a partire da luglio, l'operatività con i principali clienti (NM e Saks) è ripresa regolarmente.

Prosegue il trend positivo del Negozio di Portofino, negozio direttamente gestito, che ha registrato un incremento del +35% rispetto al semestre 2023, confermandosi un importante punto di attrazione per clienti di nazionalità diverse.

VENDUTO GISMONDI 17	1°Q 2023	1°Q 2024	Var. Cons. 1°Q 23-24	%	2°Q 2023	2°Q 2024	Var. Cons. 2°Q 23-24	%
Negozio Galata	71.395	94.770	23.375	33%	108.251	122.177	13.926	13%
Negozio Milano	-	-	-	0%	20.525	-	- 20.525	-100%
Negozio Portofino	-	-	-	0%	191.629	257.786	66.157	35%
Negozio Roma	36.984	26.621	- 10.363	-28%	179.200	51.066	- 128.135	-72%
Negozio Sainkt Moritz	362.396	146.750	- 215.647	-60%	26.991	-	- 26.991	-100%
Special Sales	1.211.698	1.452.179	240.480	20%	975.551	481.941	- 493.610	-51%
Franchising Praga	302.007	315.953	13.946	5%	265.580	110.926	- 154.654	-58%
Franchising Qatar	-	1.661	1.661	100%	426.703	-	- 426.703	-100%
Production	-	309.126	309.126	-	-	123.851	123.851	-
Wholesale Europa	1.697.672	1.552.416	- 145.255	-9%	1.097.545	562.819	- 534.727	-49%
Wholesale USA	468.162	473.896	5.734	1%	400.384	13.971	- 386.412	-97%
Wholesale Medio Oriente	-	-	-	0%	-	-	-	-
Wholesale Altro	-	-	-	0%	36.524	980.324	943.800	>100%
<b>TOTALE</b>	<b>4.150.314</b>	<b>4.373.372</b>	<b>223.058</b>	<b>5%</b>	<b>3.728.882</b>	<b>2.704.860</b>	<b>- 1.024.022</b>	<b>-27%</b>

VENDUTO GISMONDI 17	30/06/2023	30/06/2024	%	%
Negozio Galata	179.646	216.947	37.301	21%
Negozio Milano	20.525	-	- 20.525	-100%
Negozio Portofino	191.629	257.786	66.157	35%
Negozio Roma	216.184	77.686	- 138.497	-64%
Negozio Sainkt Moritz	389.387	146.750	- 242.638	-62%
Special Sales	2.187.249	1.934.120	- 253.129	-12%
Franchising Praga	567.587	426.879	- 140.708	-25%
Franchising Qatar	426.703	1.661	- 425.042	-100%
Production	-	432.978	432.978	-
Wholesale Europa	2.795.217	2.115.235	- 679.982	-24%
Wholesale USA	868.546	487.867	- 380.679	-44%
Wholesale Medio Oriente	-	-	-	0%
Wholesale Altro	36.524	980.324	943.800	>100%
<b>TOTALE</b>	<b>7.879.197</b>	<b>7.078.232</b>	<b>- 800.965</b>	<b>-10%</b>

Rispetto ai dati di **fatturato per canale di vendita**, al 30 giugno 2024 è cresciuta l'incidenza del canale wholesale sui ricavi, passando dal 47% al 30 giugno 2023 al 58% al 30 giugno 2024, e del canale retail, passando dal 13% al 30 giugno 2023 al 16% al 30 giugno 2024. . Diminuisce l'incidenza delle vendite del canale Special Sales, passando da un'incidenza sui ricavi del 28% al 30 giugno 2023 al 18% al 30 giugno 2024, e del canale franchising dal 13% al 30 giugno 2023 al 4% al 30 giugno 2024.

Analizzando i **ricavi per aree geografiche**, al 30 giugno 2024 cresce percentualmente l'incidenza sul fatturato dell'area Italia e dell'area Svizzera, mentre rimangono stabili le incidenze di vendita degli "Altri Paesi" (Hong Kong, Costa d'avorio, Qatar), Russia e del franchising di Praga.

Sales canale	31/12/2022	31/03/2023	30/06/2023	30/09/2023	31/12/2023	31/03/2024	30/06/2024
Canale retail	22%	11%	13%	17%	21%	6%	16%
Canale wholesale	40%	52%	47%	40%	54%	46%	58%
Canale franchising	9%	7%	13%	11%	10%	7%	4%
Production	0%	0%	0%	0%	0%	7%	5%
Special sales	29%	29%	28%	33%	14%	33%	18%
Other	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Sales area	31/12/2022	31/03/2023	30/06/2023	30/09/2023	31/12/2023	31/03/2024	30/06/2024
Italia	34%	44%	42%	39%	32%	47%	44%
Svizzera	13%	1%	2%	3%	13%	7%	4%
USA	24%	29%	21%	27%	40%	17%	16%
Repubblica Ceca	10%	7%	7%	6%	10%	8%	7%
Russia	6%	3%	8%	9%	4%	13%	8%
Australia	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Altri Paesi	13%	15%	20%	16%	1%	8%	20%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Massimo Gismondi, Ceo di Gismondi 1754, ha commentato:** *“in un momento in cui una grande incertezza socio politica affligge l’Europa e l’America, e frena la propensione alla spesa da parte dei clienti, abbiamo creduto fosse fondamentale continuare il processo di crescita dedicando energie ed investimenti da un lato al consolidamento della nostra organizzazione interna ( sostenendo i previsti rallentamenti di fatturato nel mercato americano, causati della chiusura del contratto di agenzia a favore della gestione diretta attraverso la nostra Brach americana) ed dall’altro, a compensazione, con l’espansione della nostra presenza nei diversi mercati (è di questi mesi l’inizio del processo di penetrazione del mercato asiatico, con i primi, confortanti, risultati di fatturato) – grazie a queste azioni, abbiamo potuto affrontare con serenità il periodo di cambiamento e contrazione globale e possiamo guardare con fiducia al futuro.*

### **Gismondi 1754: Fatto a mano in Italia da italiani**

*Il Gruppo annovera tra i marchi di proprietà Gismondi 1754 e Vendorafa*

**Gismondi 1754:** *casa di creazione, produzione e commercializzazione di gioielli, fondata a Genova nel 1754 da Giovan Battista Gismondi (fornitore di Papa Pio VI e della famiglia Doria) - sotto la guida di Massimo Gismondi - ha raggiunto in gioielleria un’eccellenza e una competenza ormai riconosciute a livello globale. Massimo Gismondi, noto per la visione del gioiello come arte, esprime nelle sue creazioni secoli di artigianalità e una ricca storia, coniugate con uno stile contemporaneo che tramanda così un gusto per il bello, eredità della sua famiglia da oltre sette generazioni. Dal mese di aprile 2023, del Gruppo Gismondi 1754 fa parte anche il prestigioso marchio Vendorafa i cui gioielli si sono sempre più distinti, oltre che per la creatività, per le pregevoli lavorazioni manuali, come la martellatura, l’incisione e lo sbalzo – tecniche simbolo della lavorazione artigianale valenzana. Massimo Gismondi ha assunto su di sé il ruolo di direttore creativo di questo marchio storico, iniziando, da subito, a immaginarne lo sviluppo per dare continuità e nuovo impulso, alle linee estetiche esistenti, cercando di re-interpretarne lo stile per dare seguito all’eredità di questo storico esempio di una gioielleria fatta a mano in Italia da italiani.*

### **Gismondi 1754 S.p.A.**

Via San Vincenzo, 51/1 Genova

Contatto Investors: Marcello Lacedra

Tel: 010-8689280 Mail: [investor.relations@gismondi1754.com](mailto:investor.relations@gismondi1754.com)

**EGA**

Banca Profilo S.p.A.

Via Cerva, 28

20122 Milano,

[Gismondi1754@bancaprofilo.it](mailto:Gismondi1754@bancaprofilo.it)

Tel. +39 02 584081

**Ufficio Stampa**

Silvia Audilia Pasquali

Mob.: +39 338 410 9280

[silvia.audilia.pasquali@gismondi1754.com](mailto:silvia.audilia.pasquali@gismondi1754.com)

GENOVA – MILANO – PORTOFINO – ST. MORITZ – PRAGA – ST. BARTH – USA – SAN PIETROBURGO

[www.gismondi1754.com](http://www.gismondi1754.com)