



G I S M O N D I

GISMONDI 1754: FATTURATO DI EURO 3,6 MILIONI NEL PRIMO TRIMESTRE 2025, AFFRONTIAMO LE SFIDE CON FIDUCIA

Nonostante un calo del 17% rispetto al primo trimestre 2024, l'azienda prosegue con una strategia mirata per ottimizzare le risorse e cogliere nuove opportunità nei mercati internazionali.

Genova, 22 aprile 2025 – Gismondi 1754 (la “Società” o “Gismondi”), società genovese che produce gioielli di altissima gamma (ticker GIS), quotata sull’Euronext Growth Milan, sistema multilaterale di negoziazione organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., rende noto su base volontaria i risultati consolidati gestionali delle vendite del primo trimestre 2025 (dati non soggetti a revisione contabile), suddivisi per area geografica e tipologia di canale di vendita, esaminati dal Consiglio di Amministrazione della Società, riunitosi in data odierna.

Al 31 marzo 2025, Gismondi 1754 ha registrato ricavi da vendite pari a Euro 3.612.189, in calo del 17% rispetto a Euro 4.373.372 del primo trimestre 2024.

Il calo è attribuibile prevalentemente alla diminuzione delle vendite nel canale Special Sales, legata alla natura ciclica delle richieste di prodotti tailor made da parte di clientela privata high spending.

VENDUTO GISMONDI 175	1°Q 2024	1°Q 2025	Var. Cons. 1°Q 24-25	%
Negozio Galata	94.770	62.427	- 32.343	-34%
Negozio Milano	-	-	-	0%
Negozio Portofino	-	128.369	128.369	-
Negozio Roma	26.621	31.090	4.469	17%
Negozio Sainkt Moritz	146.750	646.806	500.057	>100%
Special Sales	1.452.179	378.649	- 1.073.530	-74%
Franchising Praga	315.953	209.204	- 106.750	-34%
Franchising Qatar	1.661	-	- 1.661	-
Production	309.126	-	- 309.126	-
Wholesale Europa	1.552.416	1.896.696	344.280	22%
Wholesale USA	473.896	258.948	- 214.948	-45%
Wholesale Medio Oriente	-	-	-	0%
Wholesale Altro	-	-	-	0%
TOTALE	4.373.372	3.612.189	- 761.183	-17%

Analizzando l'andamento dei ricavi per area geografica al 31 marzo 2025, come rappresentato nella tabella seguente, si evidenzia una concentrazione delle vendite nelle aree Italia e Svizzera, a fronte di una contrazione nelle restanti aree, influenzata dal perdurare del conflitto Russia-Ucraina e da una più ampia instabilità geopolitica internazionale. Negli Stati Uniti, le politiche protezionistiche introdotte dall'amministrazione Trump, in particolare i dazi, hanno già avuto un impatto negativo sulle vendite nei primi mesi dell'anno.

Sales area	31/12/2023	31/03/2024	30/06/2024	30/09/2024	31/12/2024	31/03/2025
Italia	32%	47%	44%	48%	51%	59%
Svizzera	13%	7%	4%	9%	8%	18%
USA	40%	17%	16%	12%	10%	7%
Repubblica Ceca	10%	8%	7%	7%	8%	6%
Russia	4%	13%	8%	6%	5%	0%
Australia	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Altri Paesi	1%	8%	20%	19%	18%	10%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

In ottica di espansione delle vendite all'estero, Gismondi continua ad esplorare nuovi mercati a livello internazionale, stringendo nuovi accordi di vendita, con l'obiettivo di incrementare la diversificazione geografica e di clientela, mitigando al contempo i rischi di natura geopolitica. In termini di prodotto, la strategia sarà sempre più focalizzata sull'alto di gamma, dove Gismondi è in grado di esprimere il suo massimo potenziale, distinguendosi dalla concorrenza ed ottenendo al contempo marginalità più elevate. Negli ultimi mesi, inoltre, il management sta applicando una serie di misure volte a ridurre in modo significativo i costi e le inefficienze, oltre ad un'ottimizzazione del magazzino e del capitale circolante, con l'obiettivo di ottimizzare l'uso delle risorse e recuperare gradualmente marginalità nel corso dei prossimi trimestri.

Per quanto riguarda l'incidenza dei ricavi per canale di vendita, nel primo trimestre 2025 si conferma una concentrazione delle vendite nei canali Wholesale, Retail, Franchising e Special Sales.

Il canale Special Sales registra nel 1Q 2025 un calo significativo, attestandosi a circa il 10% dei ricavi totali, rispetto all'oltre 30% nello stesso periodo dell'anno precedente. Da precisare che il canale Special Sales, per sua natura è soggetto a variazioni significative trimestre su trimestre.

Il canale Franchising risulta in leggera flessione, con un'incidenza del 6% sul totale vendite, rispetto a circa il 7% nel 1Q 2024.

I punti vendita diretti mostrano un forte incremento delle vendite, con un'incidenza del 24% sul totale, rispetto al 6% del primo trimestre 2024, in particolare si segnala il negozio di Sainkt Moritz che ha segnato un incremento dei ricavi del 340% rispetto al 1Q 2024, attestandosi a Euro 646.806.

Nel 1Q 2025 il canale Wholesale presenta un'incidenza pari al 60% dei ricavi complessivi, rispetto al 46% del 1Q 2024, spinta dalle vendite in Europa in crescita del 22% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Il canale Produzione è attualmente in fase di riorganizzazione e, per l'anno in corso, si prevede che la produzione sarà destinata esclusivamente alle collezioni a marchio proprio. Il canale Produzione sarà

nei prossimi esercizi un punto cardine delle attività di sviluppo di Gismondi, garantendo un netto miglioramento in termini di riduzione dei costi a livello di produzione e conseguente incremento dei margini operativi.

Sales canale	31/12/2023	31/03/2024	30/06/2024	30/09/2024	31/12/2024	31/03/2025
Canale retail	21%	6%	16%	39%	25%	24%
Canale wholesale	54%	46%	58%	48%	43%	60%
Canale franchising	10%	7%	4%	6%	7%	6%
Production	0%	7%	5%	3%	6%	0%
Special sales	14%	33%	18%	3%	18%	10%
Other	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Massimo Gismondi, CEO di Gismondi 1754, commenta:

“Il primo trimestre del 2025 ha presentato sfide significative, ma Gismondi 1754 continua a dimostrare la propria solidità e determinazione. Sebbene il calo delle vendite abbia interessato alcune aree e canali, siamo fiduciosi nella nostra capacità di adattarci alle nuove dinamiche del mercato. Continuiamo a concentrarci su canali che mostrano una solida stabilità, come il Franchising, e su mercati come l'Italia e la Svizzera, dove siamo ben posizionati. Stiamo monitorando le evoluzioni dei mercati internazionali, siamo fiduciosi e pronti a sfruttare le opportunità che emergeranno nei prossimi mesi.”

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

EGA

Banca Profilo S.p.A.

Via Cerva, 28

20122 Milano,

Gismondi1754@bancaprofilo.it

Tel. +39 02 8584808

Ufficio Stampa

Silvia Audilia Pasquali

Mob.: +39 338 410 9280

silvia.audilia.pasquali@gismondi1754.com

GENOVA – ROMA – PORTOFINO – ST. MORITZ – PRAGA – DOHA – ST. BARTH – USA