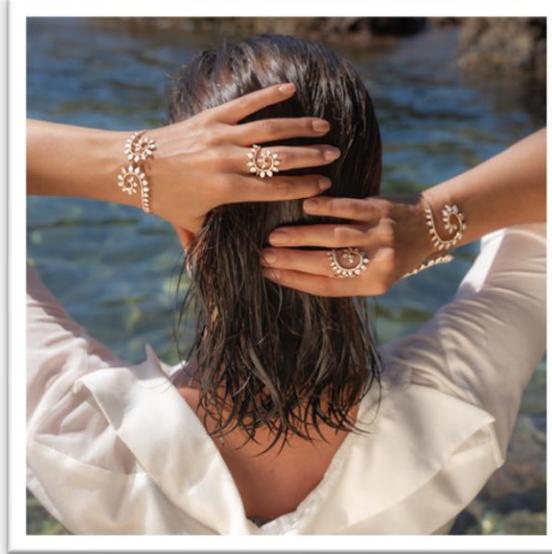




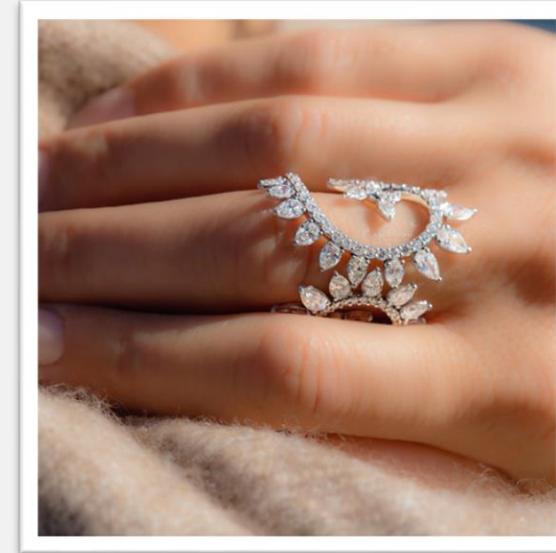
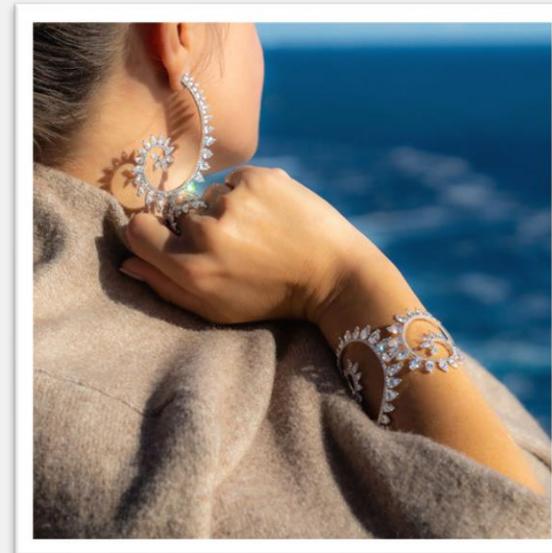
INVESTOR PRESENTATION



LUXURY GOODS RETAIL
INVESTOR DAY



GISMONDI



Fatto a mano in Italia da Italiani , da 7 generazioni

“**Fatto a Mano in Italia, pensato per il Mondo**”, questo il motto e la regola base che contraddistingue qualunque gioiello di GISMONDI 1754.

Nata a Genova nel 1754 con Giovan Battista Gismondi (fornitore di Papa Pio VI e della famiglia Doria), Gismondi 1754 ha raggiunto in gioielleria **l'eccellenza e la 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.

UNA GRANDE STORIA

UN PATRIMONIO ITALIANO

CREATIVITÀ, ECCELLENZA ARTIGIANALE



Stefano Rocca



Direttore Generale

- Laureato in lettere e filosofia a Perugia
- Consigliere delegato di Vhernier SpA dal 2012 al 2015
- Esperienza ventennale all'interno della direzione di Bulgari, facendo parte del team di manager che ne ha realizzato la crescita multinazionale

Massimo Gismondi



Amministratore Delegato

- A capo di Gismondi dal 1995, Massimo si è sempre occupato di gioielli, fornendo al brand Gismondi un forte connotato classico ma al tempo stesso contemporaneo

Alberto Gaggero



CFO

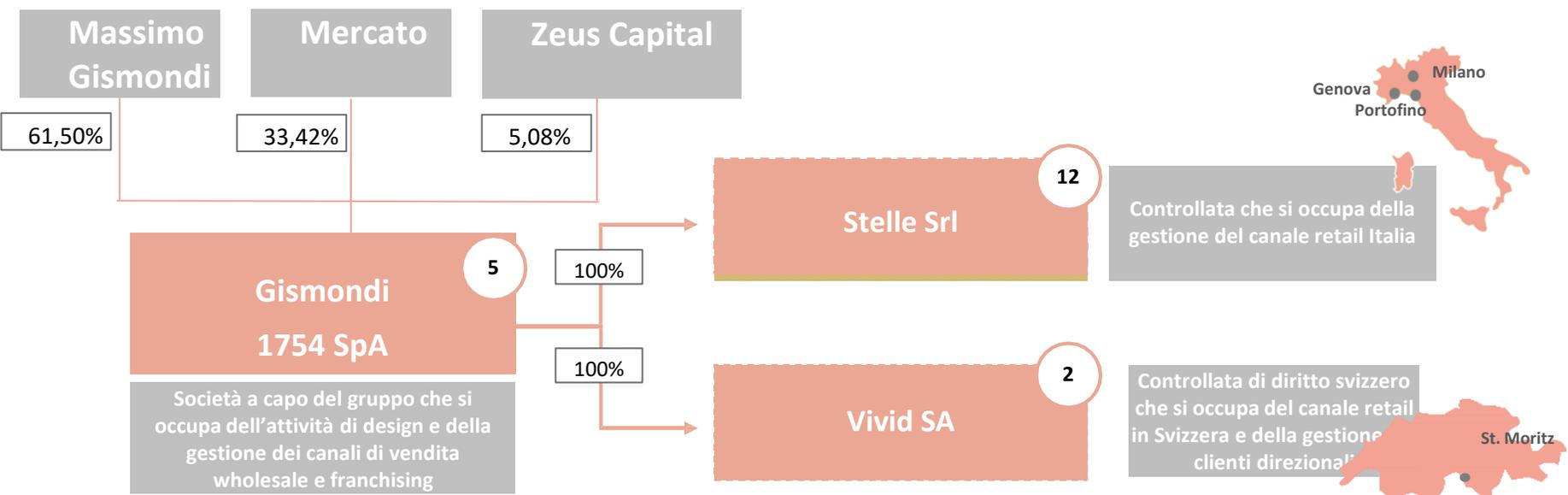
- Laureato in economia e commercio a Genova
- Oltre 15 anni di esperienza in consulenza aziendale, con particolare focus sull'area finanza e controllo di gestione



Struttura del Gruppo

Gruppo

CdA



CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Massimo Gismondi
Presidente

Stefano Rocca Consigliere	Alberto Gaggero Consigliere
Andrea Canonici Consigliere indipendente	Giovanni Palma Consigliere indipendente

Canali distributivi

Presenza multi-canale



Boutique

In un posto unico con il gioielliere di fiducia

Sankt Moritz

Via da Vout



Milano

Brian&Barry Building, Via Durini



Portofino

Molo Umberto I



Genova

Via Galata



Financial Highlights



Ricavi dalle vendite 2020-2021

VENDUTO GISMONDI 1754	31/12/2020	31/12/2021	Var. %
Negozio Galata	770.062	996.859	29%
Negozio Milano	77.196	6.115	-92%
Negozio Portofino	183.377	324.828	77%
Negozio Sainkt Moritz	135.553	304.131	124%
Special Sales	3.417.133	3.952.188	16%
Franchising Praga	611.709	883.177	44%
Wholesale Europa	524.315	1.957.203	273%
Wholesale USA	407.094	1.002.769	146%
Wholesale Medio Oriente	365.333	194.950	-47%
Wholesale Altro	86.258	123.386	43%
TOTALE	6.578.030	9.745.606	48%

Al 31 12 2021 Gismondi 1754 ha realizzato **ricavi consolidati per 9,74 milioni***, **+48% rispetto al 2020**.

La crescita del 2021 è stata **spinta dal canale Wholesale** europeo (+1.957.203 euro rispetto al 2020) e dal Wholesale USA (+1.002.769 euro rispetto al 2020).

Per quanto riguarda le **special sales** - l'anno 2021 si è chiuso in crescita del **+16%**, facendo registrare vendite per euro 3.952.188. Un risultato prezioso ulteriormente nell'ultima settimana del 2021, dove sono state realizzate special sales per oltre 1 milione di euro, anche grazie al canale e-commerce.

*Si fa riferimento ai dati preliminari comunicati su base volontaria in data 21 gennaio. Il cda approverà i dati al 31 12 2021 in data 31 marzo 2021.



Mercato di riferimento in crescita – diamanti come bene rifugio

Gismondi 1754 è stata una delle Società che ha fatto della programmazione uno dei propri punti di forza.

Forte domanda del mercato = aumento dello stock di materia prima di circa il 30% rispetto agli anni passati.

Crescita dei prezzi dei diamanti, dell'oro e delle pietre preziose da gennaio 2022 pari a circa un +30% di media (fonte Rapaport Report 25 febbraio 2022)

QUESTO PERMETTE DI:

- **soddisfare le crescenti richieste dei clienti**
- **Accrescere il valore del magazzino** - ad oggi il surplus della merce acquistata nell'ultimo trimestre 2021 è superiore di circa 2 milioni di euro rispetto al costo iniziale.

Voglia di sicurezza

I diamanti e la corsa dei beni rifugio anche l'oro sconfigge il mal di dollaro

L'incertezza e la paura stanno spingendo verso l'alto gli investimenti che, non sempre a ragione, sono considerati al riparo da rischi eccessivi. Al punto che il metallo giallo non sta risentendo del rafforzamento della moneta americana

FRANCESCA VERCESI

Chi ha scommesso su oro, diamanti e palladio ci ha visto bene. Soprattutto negli ultimi quattro anni. I valori delle pietre preziose e del giallo metallo, pur nella loro volatilità, continuano a salire, spinti dal combinato disposto delle conseguenze economiche della pandemia e indotte e da quello che proprio non ci voleva, la guerra di Vladimir Putin contro l'Ucraina. Così, il prezzo dell'oro è di nuovo in una traiettoria di crescita, ben avviato verso il picco del 2020 quando a New York aveva superato i duemila dollari l'oncia

afferma Carlo De Luca, responsabile del team di asset management di Gamma Capital Markets, società specializzata nella gestione e consulenza patrimoniale. «Le commodities sono preziate in dollari, per cui se il dollaro si deprezza queste salgono. Ora, invece, che dollaro e oro hanno la stessa traiettoria di crescita, significa che quest'ultimo ha una forza intrinseca», dice il gestore, osservando però che esistono anche altri beni rifugio «come ad esempio i titoli delle grandi multinazionali, poco legate all'andamento economico dei singoli Paesi e spesso nelle condi-

zioni. Il prezzo di una pietra da un carato è cresciuto in un anno del 32%, secondo il Rapnet Diamond Index.

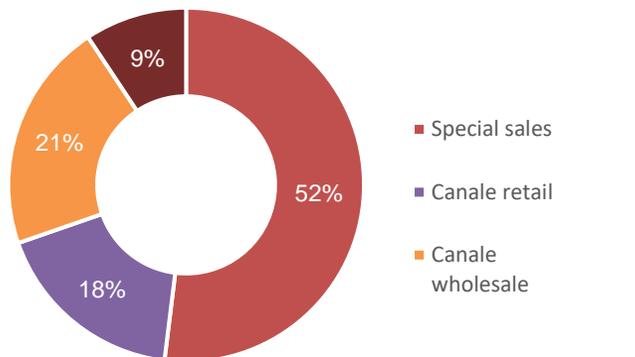
«Nell'arco dei millenni i diamanti sono sempre stati legati all'idea di un bene dall'elevato valore intrinseco e facilmente trasferibile. Ancora oggi è lo stesso. C'è chi li compra per piacere, chi per diversificare, chi di fronte a una crisi internazionale, soprattutto se collegata a una guerra. Basta indossarlo e portarlo con sé. È una moneta di scambio concreta», afferma Massimo Gismondi, gem broker e imprenditore di settima generazione alla guida



Breakdown Fatturato

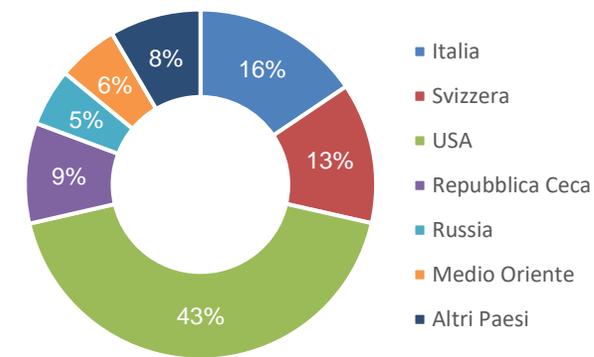
Special sales: gioielli "one of a kind"

Canale di vendita

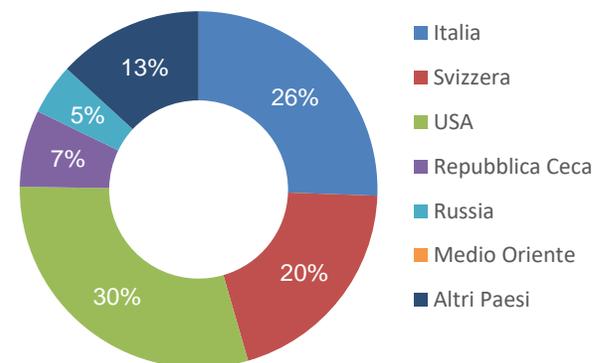
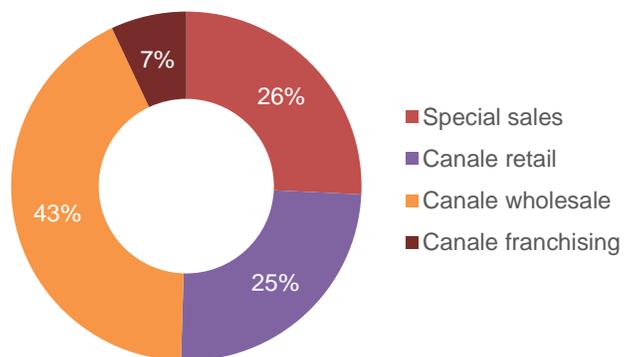


2020

Area geografica



2021
Ricavi
preliminari
non soggetti
a revisione



CRESCITA PROGRESSIVA E COSTANTE

Consolidamento della brand awareness nel mondo

Nonostante la pandemia Gismondi 1754 non si è mai fermato ed è riuscito a conseguire risultati straordinari, superiori ai livelli pre-Covid, e che certificano l'affermazione del Gruppo e del brand a livello globale

- **+48% di crescita FY2021/2020**
- **Risultati in progressivo aumento di trimestre in trimestre**
- **Crescita negli ultimi anni superiore a quella del mercato di riferimento**
- **Consolidamento del canale e-commerce**
- **Riconoscimento distintivo delle Special Sales**
- **Lancio della nuova Collezione «Clip» per un target più giovane ed europeo**

Riconoscimento da parte dei clienti della qualità e della cura che Gismondi 1754 mette nella creazione di ogni nostro gioiello”



A META' FEBBRAIO GIA' SUPERATE LE VENDITE RISPETTO AL PRIMO TRIMESTRE 2021

Con un mese e mezzo d'anticipo sulla chiusura del primo trimestre 2022, **Gismondi 1754 ha registrato ricavi dalle vendite per 1,81 milioni, in crescita di 420 mila euro** rispetto al dato registrato nel 1Q 2021 (pari ad 1,39 milioni euro).

Risultato che riflette anche un **aumento sensibile della domanda globale di gioielli nel 2021**, che ha registrato un +29% rispetto al 2020 nella vendita al dettaglio di gioielli con diamanti (*fonte Report Bain&Company "The Global Diamond Industry 2021-22"*).

Emergenza Covid19 e situazione internazionale

2020-21 effetti del Covid

Il segmento del Lusso in cui opera Gismondi 1754 è stato fortemente e negativamente impattato dall'emergenza sanitaria legata al COVID-19, la chiusura forzata dei negozi e le limitazioni alla circolazione hanno certamente condizionato innumerevoli aziende del settore (con flessioni nel settore della gioielleria e degli orologi del -20/-30%)⁽¹⁾.

In questo contesto i risultati di vendita del 2020 e del 2021 vedono Gismondi 1754 in controtendenza.

2022 evoluzione attesa

L'eccezionalità delle vicende che caratterizzano il contesto in cui viviamo, dall'emergenza Covid al conflitto in Ucraina, rendono estremamente complesso prevedere le tendenze nell'agire di consumo nel mercato del lusso, per cui la cautela è d'obbligo. Nonostante questo quadro, rimaniamo fiduciosi sullo sviluppo del business, considerati i risultati molto buoni dei primi mesi 2022 e la costante ascesa della domanda di beni di lusso e di gioielli in quanto considerati anche un bene rifugio



HIGHLIGHTS STRATEGICI PER IL 2022

Per il 2022 la strategia di Gismondi 1754 sarà orientata verso:

1. **L'identificazione di PR locali** che sostengano le attività dei negozi direttamente gestiti
2. L'intensificazione del **tailor made** e della **cura personalizzata del cliente**, vero elemento distintivo di Gismondi1754
3. La **prosecuzione della politica di espansione commerciale** nei nuovi mercati e nei diversi canali e l'ampliamento della rete wholesale in Europa
4. La continuazione delle **politiche di branding internazionale** intraprese, effettuando nuovi investimenti per consolidare l'immagine del marchio e della brand awareness



GRAZIE



GISMONDI