



SPAFID CONNECT

Informazione Regolamentata n. 20076-23-2019	Data/Ora Ricezione 18 Marzo 2019 01:51:19	MTA
---	---	-----

Societa' : Giglio Group S.p.A.

Identificativo : 115237

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : GIGLION04 - Schranz

Tipologia : 1.1

Data/Ora Ricezione : 18 Marzo 2019 01:51:19

Data/Ora Inizio : 18 Marzo 2019 01:51:21

Diffusione presunta

Oggetto : Giglio Group_Approvati i risultati 2018 e il nuovo piano industriale 2019-2021. Gross Merchandise Value in crescita del 48%

Testo del comunicato

Vedi allegato.



GIGLIO GROUP: CDA APPROVA I RISULTATI AL 31/12/2018 E IL NUOVO PIANO INDUSTRIALE 2019-2021

I risultati approvati tengono già conto del conferimento delle attività media, a seguito dell'accordo siglato nel 2019 in data 11 marzo con la società quotata Vertice 360, per un controvalore di 12.500.000 Euro. Si evidenzia che in virtù della corretta applicazione dei principi contabili, il Bilancio 2018 include tutte le minusvalenze, mentre esclude le plusvalenze conseguite e che verranno registrate all'effettivo conferimento delle attività; quindi, l'utile 2018 non registra la plusvalenza di 2,8 milioni che verrà computata nel Bilancio 2019.

- Il Gross Merchandise Value (GMV) dal momento dell'ingresso di Giglio Group nell'attività B2C nel corso del 2017 è passato da Euro 51,1 milioni fine esercizio scorso ad Euro 75,7 milioni del 2018, con una crescita pari al 48%;
- RICAVI IFRS 15 consolidati pari ad Euro 39,0 milioni, in crescita del 27% rispetto ai ricavi dell'esercizio 2017 quando ammontavano ad Euro 30,7 milioni;
- Il piano industriale appena approvato, sulla scia del forte incremento del GMV (pari a zero nel 2016) prevede il raddoppio del transato del 2018 (pari a 75,7 milioni), per arrivare a fine 2021 ad oltre 150 milioni, con un EBITDA Margin atteso al 2021 al di sopra del 12%;
- A fine 2018 Giglio Group ha raggiunto il numero di 70 brand rappresentati (b2b e b2c), mentre sono in corso trattative avanzate per assicurarsi altri 30 importanti brand. In particolare sono in fase di lancio sul mercato cinese gli online store di Trussardi, Stefano Ricci e Bric's. In virtù del considerevole aumento dei volumi dell'area e-commerce, il Gruppo ha quindi deciso di conferire anticipatamente a Vertice 360° l'area media, a fronte di 12.500.000 di Euro, per focalizzare forze, tempo e risorse solo sull'e-commerce, che ha superato la fase di breakeven, ed è diventato profittevole.
- L'EBITDA delle continuing operations, normalizzato dagli oneri non ricorrenti (pari a 0,9 milioni di Euro) e dagli effetti IFRS 5, è pari a 1,2 Milioni di Euro (Euro 2,4 Milioni dati consolidati 31 dicembre 2017); tale diminuzione è da imputarsi, oltre che ai costi di realizzo e implementazione della piattaforma Ibox, che connette automaticamente i prodotti dei brand a 200 market place del mondo, anche ai costi di struttura necessaria al

potenziamento della forza commerciale e alle spese connesse all'avvio delle attività in Cina sostenute nel 2018;

Il Risultato netto delle continuing operations, normalizzato dagli oneri non ricorrenti e dagli effetti IFRS 5, è pari a -0,1 Milioni di Euro (Euro 1,9 milioni dati consolidati 31 dicembre 2017) e non tiene conto dei 2,8 Milioni di Euro di Plusvalenze che verranno registrate nel Bilancio 2019, contrariamente alle minusvalenze già conteggiate nel 2018, in virtù dell'applicazione dei principi contabili internazionali;

- **Il Risultato Netto del periodo è negativo, per 8,3 milioni di Euro, in decrescita rispetto all'esercizio 2017 (Euro 0 milioni), per gli effetti del risultato derivante dalle attività destinate alla dismissione dell'area media, negativo per 7,3 milioni di Euro, incluse tutte le minusvalenze relative al conferimento, mentre esclude le plusvalenze che verranno registrate nel 2019;**
- **Il conferimento dell'area media avvenuto nel 2019 porterà come ulteriore vantaggio una riduzione più che significativa dell'incidenza degli ammortamenti, visto il basso livello di capitale investito nelle attività di e-commerce, con notevoli effetti positivi sull'EBIT;**
- **La Posizione Finanziaria Netta pari a 19,2 Milioni di Euro, in aumento, è legata principalmente ad un maggiore capitale circolante netto e ad un investimento maggiore per lo sviluppo dell'e-commerce: questo dato non incorpora quanto Giglio Group riceverà nel corso del 2019 in conseguenza dell'operazione di conferimento dell'area media, per un controvalore definito in 12.500.000;**

Milano, 18 marzo 2019 - Il Consiglio di Amministrazione di **Giglio Group S.p.A. (Ticker GGTV)** ("Giglio Group" o la "Società") – quotata sul mercato MTA-STAR di Borsa Italiana - ha approvato il progetto di bilancio ed il bilancio consolidato al 31 dicembre 2018, che tiene conto dell'accordo di conferimento delle attività dell'area media alla società Vertice 360°, perfezionato l'11 Marzo 2019 prima dell'approvazione del bilancio 2018. In relazione a questa operazione di conferimento si ricorda che i principi contabili impongono di registrare eventuali minusvalenze nell'esercizio 2018 ed eventuali plusvalenze nell'anno successivo. Conseguentemente, il bilancio 2018, che registra un risultato del periodo negativo per Euro 8,3 milioni, include un onere straordinario negativo legato alla cessione di Euro 7, 3 milioni, mentre l'esercizio 2019, appena diverrà effettivo il trasferimento delle attività, registrerà una plusvalenza di 2,8 milioni di Euro.

Giglio Group inizia quindi oggi, anche a livello consuntivo, il suo percorso effettivo di Società esclusivamente dedicata all'e-commerce, area che nel 2018 è cresciuta a doppia cifra e proietta il Gruppo tra i principali *Digital Enabler* al mondo nel settore fashion.

Alessandro Giglio, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, ha dichiarato: "Il 2018 è stato l'anno più sfidante di sempre della storia di Giglio Group; per questo motivo, ad inizio 2019, abbiamo deciso di dare un impulso deciso e totale al nostro core business, abbandonando definitivamente il settore media con cui siamo nati 16 anni fa. Ci siamo così proiettati con convinzione e in modo univoco nel mondo del luxury e-commerce, forti dei risultati ottenuti e che hanno portato il valore del transato (GMV) da 0 a 75,7 Milioni in due anni, abbinato ad una crescita

a doppia cifra dei margini. Utilizzeremo le energie ed i proventi del conferimento dell'area media, oltre che per ridurre l'indebitamento, per i tanti nuovi progetti e-commerce in fase di implementazione, per avviare gli store online dei nuovi brand acquisiti nel mondo, in particolare in Cina. Ci sentiamo forti non solo perché sostenuti dai Brand che da anni ormai credono in noi (come Max & Co, , Max Mara, Pinko, iBlues, Mason's, Bric's, Marina Rinaldi, Colmar, Sportmax, Stefano Ricci, Liu Jo, Tosca Blu, Bomberg, Persona by Marina Rinaldi, Golden Goose, Patrizia Pepe, Aeffe, Baldinini, Bagatt, Giorgio Armani Retail, Parah, Pollini, Roberto Cavalli e molti altri), ma anche quelli che hanno recentemente deciso di darci fiducia lanciandosi con noi in importanti sfide digitali globali, quali The Blonde Salad, Stefano Ricci, Trussardi, Tonini Lamborghini, Moreschi e Bric's".

*"Sotto la gestione di Giglio Group – **prosegue Alessandro Giglio**- tra il 2017 e il 2018 il nostro B2C è aumentato del 78%, con un tasso di abbandono pressoché nullo. Siamo una Società globale con sedi operative da New York a Shanghai. Nel 2018 gli Usa hanno performato del +55% e la Cina ha da subito registrato vendite in aumento di circa il 400%. Abbiamo gettato solide fondamenta, un concreto avviamento di competenze e un servizio unico, irripetibili dai competitor; il risultato di questo lavoro e dell'imponente sviluppo commerciale in corso, che ci vede attualmente in trattativa avanzata con ulteriori 30 brand, è espresso nel Piano 2019-2021 che, già dalla fine 2019, prevede una organizzazione snella ed una focalizzazione sul controllo dei costi e sulla qualità del servizio, una crescita del GMV che stimiamo di portare a 150 Milioni di Euro entro il 2021. Vogliamo una Società che sappia essere profittevole più dei nostri competitor, facendo leva su una proposizione commerciale premium e una organizzazione molto flessibile e piena di professionisti di talento che ci porti a raddoppiare GMV ed aumentare significativamente i ricavi, per raggiungere un Ebitda di oltre il 12% entro i prossimi due anni, con il successivo obiettivo di mantenere una redditività sostenibile del 15% nel lungo termine e avere una generazione di cassa operativa positiva già a partire dal 2019 attraverso controllati e selezionati investimenti, un capitale investito molto inferiore rispetto al passato e una minima incidenza degli ammortamenti. È un piano in cui crediamo fortemente e riteniamo che verrà conseguito, anche sulla base della nostra comprovata capacità di rendere profittevoli le società acquisite, di aumentarne il relativo business e di trasformarle con nuove risorse e investimenti tecnologici, come nel caso dell'acquisizione del gruppo Evolve, conclusa nel corso del 2018 con un incremento della redditività del 55% e una marginalità ragguardevole.*

"Le direttrici di sviluppo per i prossimi anni – conclude Alessandro Giglio - confermano l'espansione della nostra piattaforma Ibox, unica al mondo a collegare simulatamente i prodotti dei nostri brand ai 200 marketplace più importanti al mondo, da Los Angeles a Mosca agli Emirati Arabi, e della nostra penetrazione nel mercato cinese, dove prevediamo di lanciare store online di molti altri brand. In Cina possiamo contare in un canale diretto di comunicazione settimanale ad oltre 100 milioni di potenziali clienti attraverso CCTV, la tv di Stato Cinese, di cui rimaniamo partner, e di oltre 180 milioni di utenti attraverso i canali digital e social di nostra proprietà nella Repubblica Popolare. Questo patrimonio di marketing potrà finalmente, con l'avvio dell'attività diretta di e-commerce in Cina, tradursi già dai prossimi mesi, in vendite di prodotti del lusso e del fashion "Made in Italy". Peraltro, l'incidenza della Cina nel piano industriale è volutamente prudente, ma siamo consapevoli che nel 2020 il nostro modello produrrà alti volumi che saranno un ulteriore upside nei nostri numeri, precauzionalmente non contemplati dal piano industriale appena approvato. Sono certo che il 2019,

ed ancor più il 2020 e 2021, premieranno gli sforzi della Giglio Group e la fiducia degli investitori che hanno accompagnato il nostro ambizioso progetto di trasformazione che da oggi è diventato finalmente realtà”.

Analisi della gestione economico finanziaria consolidata di Giglio Group

In apertura sono stati esposti i dati al 31 dicembre 2018 applicando in modo retroattivo gli effetti derivanti dall'applicazione del principio contabile IFRS 15 e del principio contabile IFRS 5 senza rappresentare il consolidamento del Gruppo IBOX (ex E-volve).

Per una maggiore rappresentazione si fornisce di seguito un'analisi comparativa con i dati proforma al 31 dicembre 2017, con pari assunzioni di base, includendo anche il consolidamento della società IBOX (ex E-volve) a decorrere dal 1 gennaio 2017.

- **I Ricavi consolidati delle *continuing operations*, pari a 38,9 milioni di Euro, sono** in crescita per Euro 3,6 milioni (+10%) rispetto ai dati pro-forma consolidati relativi allo stesso periodo dell'esercizio precedente (Euro 35,3 milioni).
Tale incremento è ascrivibile:
 - Al settore e-commerce B2B per Euro 1,8 milioni (+9% rispetto ai consolidati dati proforma al 31 dicembre 2017) per via dei maggiori volumi di vendita che hanno interessato il mercato statunitense;
 - Al settore e-commerce B2C per Euro 1,8 milioni (+13% rispetto ai consolidati dati proforma al 31 dicembre 2017) per via sia dei maggior volumi di transato relativamente ai brand gestiti sia all'ingresso nel parco clienti di nuovi brand.
- Il totale dei **Costi Operativi delle *continuing operations***, al netto dei costi non ricorrenti, si attesta a 34,7 mln di Euro (30,9 mln di Euro dati consolidati proforma 31 dicembre 2017), come conseguenza nel volume di affari e con i principali incrementi individuabili nei costi di acquisto di prodotti, costi per servizi e costi per godimento beni di terzi.
- **L'EBITDA delle *continuing operations* normalizzato** dagli oneri non ricorrenti (pari a 0,9 milioni di Euro) e dagli effetti IFRS 5¹ pari a Euro 1,2 Milioni (Euro 3 milioni dati consolidati pro-forma 31 dicembre 2017), è in decrescita per via dei maggiori costi del personale (+0,7 milioni di euro rispetto al valore proforma dello stesso periodo dell'esercizio precedente), principalmente per i maggiori investimenti in risorse umane e spese per lo sviluppo della piattaforma di e-commerce, totalmente nuova, a supporto dei maggiori volumi di transazioni attesi e dell'integrazione con i marketplace a livello globale ed in Cina in particolare; per una performance della linea di business B2B nel 2017 particolarmente favorevole per alcune operazioni non realizzatesi con continuità nel corso del 2018; per maggiori costi centrali per

¹ In conformità alle disposizioni del principio contabile IFRS 5 “Attività non correnti possedute per la vendita e attività operative cessate”, i risultati economici del settore *media* sono stati rappresentati come “Discontinued operations”. Tuttavia, si evidenzia che la rilevazione separata delle discontinued operations secondo i criteri di cui all'IFRS 5 si riferisce solo ai rapporti verso terzi lasciando in essere l'elisione dei rapporti infragruppo. In tal modo, si determina una distorsione nella separazione dei valori tra continuing e discontinued operations che, a livello economico, determina una penalizzazione dell'una o dell'altra tanto più rilevante quanto maggiori sono i rapporti economici infragruppo dei settori discontinuati. Al fine di eliminare tali effetti distorsivi le operazioni intercompany verso le *discontinued operations* sono state ripristinate per una migliore rappresentazione dei risultati delle *continuing operations*.

adeguarsi allo stato di una società internazionale quotata nel qualificato segmento Star di Borsa Italiana.

- **L'EBIT delle *continuing operations* normalizzato** dagli oneri non ricorrenti e dagli effetti IFRS 5² si attesta a 0,9 mln di Euro (Euro 2,7 milioni dati consolidati pro-forma 31 dicembre 2017).
- **Risultato netto delle *continuing operations* normalizzato** dagli oneri non ricorrenti e dagli effetti IFRS 5³ pari a -0,1 mln di Euro (Euro 2,5 milioni dati consolidati pro-forma 31 dicembre 2017) in decrescita per via di maggiori oneri finanziari legati ai nuovi finanziamenti accesi nel corso del 2018.

Analisi della Gestione Patrimoniale e Finanziaria al 31 dicembre 2018

Il Capitale Investito Netto del Gruppo al 31 dicembre 2018, pari a 27,6 mln di Euro (Euro 31,4 milioni nel 2017), è costituito principalmente dall'Attivo Fisso Netto, pari a 15,4 mln di Euro (29,8mln di Euro al 31 dicembre 2017⁴), dal Capitale Circolante Netto pari a 1,9 mln di Euro (1,9 mln di Euro al 31 dicembre 2017⁵), dai fondi e dalle attività/passività fiscali differite per Euro 0,2 milioni di euro (0,2 milioni di euro al 31 dicembre 2017⁶ e dal **Capitale Investito netto della attività destinate alla vendita** per Euro 9,9 milioni⁷.

Le Immobilizzazioni Materiali pari a 1.5mln di Euro (6,8 mln di Euro al 31 dicembre 2017⁸) sono principalmente riconducibili ad impianti specifici relativi alla precedente divisione Media e ancora strumentali allo sviluppo del T-commerce in Cina.

Le Immobilizzazioni Immateriali pari a 12.3mln di Euro (22,7 mln di Euro al 31 dicembre 2017⁹) sono principalmente riferibili all'avviamento relativo alle acquisizioni di Giglio Fashion e di Evolve.

Il Patrimonio Netto del Gruppo è pari a 8.4 mln di Euro al 31 dicembre 2018 (16,7 milioni di euro, al 31 dicembre 2017¹⁰).

La **Posizione Finanziaria Netta** al 31 dicembre 2018 si attesta a -19,2 milioni di Euro, evidenziando un incremento rispetto al 31 dicembre 2017 (14.8mln di Euro nel 2017) pari a 4,4 milioni di Euro, attribuibile principalmente ai seguenti fattori:

in aumento per:

- Minori disponibilità liquide per Euro 3,3 milioni;
- Maggiori debiti bancari complessivi per Euro 3,8 milioni dovuti a prestiti a breve medio termine accesi per far fronte ai maggiori volumi stagionali di ordinativi delle unità di business "distribuzione";

²Si Veda nota 1.

³ Si Veda nota 1.

⁴ I dati patrimoniali al 31 dicembre 2017, conformemente a quanto richiesto dal principio contabile IFRS 5, non sono stati riesposti. Pertanto i dati comparativi non rappresentano le attività e passività destinate alla dismissione e relative all'area media.

⁵ Si Veda nota 4.

⁶ Si Veda nota 4.

⁷ Si Veda nota 4.

⁸ Si Veda nota 4

⁹ Si Veda nota 4

¹⁰ Si Veda nota 4.

in diminuzione per:

- Rimborso della prima rata, per euro 0,4 milioni, del minibond emesso nel 2016, avvenuto nel mese di settembre 2018;
- Riduzione del debito relativo al prestito obbligazionario di 1 milione di euro sottoscritto con Banca Sella nel 2017, ed estinto nel maggio 2018, e riduzione del debito per earn out per euro 0,5 milioni estinto anch'esso nel 2018.

In generale, l'incremento dell'indebitamento finanziario è legato alle variazioni del capitale circolante a supporto dello sviluppo delle attività e-commerce che per la loro natura richiedono il ricorso ad anticipi di liquidità oltre al pagamento di alcuni costi non ricorrenti, ad esempio quelli sostenuti per il passaggio di listino.

Eventi di rilievo nel corso dell'Esercizio

- **In data 19 febbraio 2018** Giglio Group ha siglato un accordo con Armani per la distribuzione in ambito multimarca, anche attraverso Ibox Marketplace, del prodotto Emporio Armani delle stagioni Spring/Summer 18 e Fall/ Winter 18.

- **In data 20 marzo 2018**, la Società ha iniziato le negoziazioni delle proprie azioni ordinarie sul Mercato MTA-Star con contestuale esclusione dalle negoziazioni delle stesse sul mercato alternativo AIM. Giglio Group è stata così la prima PMI Innovativa a transitare sul listino principale di Borsa Italiana.

- **In data 23 Maggio 2018**, Giglio Group ha annunciato di aver stretto una collaborazione commerciale per il lancio del Television Commerce (T-Commerce) in Cina su WeChat. Un'operazione strategica con l'internet media company numero uno in Cina che consolida la posizione di digital enabler per il settore fashion del Gruppo, avendo già una forte expertise e-commerce nel mercato Cina e avendo costruito un sistema strutturato ed efficace pensato per avviare le vendite online di qualsiasi brand in tempi rapidi.

- **In data 4 luglio 2018**, Giglio Group ha annunciato la joint venture commerciale con due dei più importanti operatori di tecnologia e trasformazione digitale al mondo: Oracle e SopraSteria. L'alleanza commerciale sancita con Oracle e Sopra Steria consente a Giglio Group di presentarsi insieme nell'e-commerce fashion luxury, offrendo uno dei sistemi più performanti al mondo.

- **In data 13 settembre 2018**, il Gruppo ha annunciato tre nuovi progetti e-commerce tra cui un accordo con "The Blonde Salad", piattaforma di lifestyle fondata da Chiara Ferragni nel 2009, per cui Ibox Digital svilupperà e gestirà worldwide il portale e-commerce "The Blonde Salad", dalla strategia digitale fino alla delivery finale all'utente.

- **In data 20 dicembre 2018**, nell'ambito del processo di focalizzazione strategica sull'ecommerce, il Gruppo ha sottoscritto con GM Comunicazione s.r.l., Società che fa riferimento agli imprenditori Marco e Giovanni Sciscione, già editore di varie reti televisive italiane nazionali, un accordo per la cessione a GM della autorizzazione di fornitore di servizi di media audiovisivi, associata alla numerazione 65 del digitale terrestre, per il canale televisivo nazionale "IBOX65". La valorizzazione complessiva del canale è stata di 1.9 milioni di euro, con un pagamento per l'importo di 200.000 euro + IVA alla sottoscrizione dell'accordo, di 620.000 euro + IVA in rate mensili nel corso del 2019,

e per l'importo di 1.080.000 euro + IVA in 27 rate mensili a partire dal 31 gennaio 2020. L'operazione ha consentito a Giglio Group di ottenere una plusvalenza sostanzialmente pari all'importo della cessione, fatti salvi i costi sostenuti per la transazione.

Fatti di rilievo successivi alla chiusura dell'Esercizio

- **In data 5 febbraio 2019**, il Gruppo ha anticipato le linee strategiche del piano industriale approvato in data odierna, le cui guidelines principali sono: Focus esclusivo sull' e-commerce, nuove partnership con i più prestigiosi marketplace nel mondo in ambito b2b, nuove opportunità per i brand sul mercato cinese, che da solo produce circa l'83% delle vendite online nel mondo. L'obiettivo da qui ai prossimi 5 anni in Cina prevede un'espansione sia per quanto riguarda gli accordi con nuovi brand, che dovrebbero arrivare a circa 50, sia per ciò che concerne il numero dei marketplace, per arrivare ad una incidenza complessiva della Cina sul fatturato del Gruppo di circa il 30%.

- **In data 12 febbraio 2019**, è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione e dall'Assemblea degli obbligazionisti, tenutasi in forma totalitaria, la modifica del Regolamento del prestito obbligazionario "GIGLIO GROUP S.P.A. – 5,4% 2016-2022", codice ISIN IT0005172157. Le modifiche al Regolamento consentono alla Società di dotarsi di adeguata flessibilità finanziaria per poter portare a termine operazioni strategiche volte all'ottimizzazione del business e della gestione delle partecipazioni in società del Gruppo. In particolare, le modifiche al Regolamento sono volte ad allineare lo stesso alle linee guida strategiche del nuovo piano industriale, delineato in data 5 febbraio che prevedono la focalizzazione del business sull'e-commerce 4.0 e la trasformazione dell'area media e televisiva anche mediante la dismissione di asset non strumentali alla promozione delle vendite online.

Le principali modifiche apportate al Regolamento riguardano:

- l'inclusione delle operazioni di cessione aventi ad oggetto assets relativi al business dell'area media e televisiva fra le operazioni consentite che non richiedono la previa approvazione da parte dell'Assemblea degli obbligazionisti;
- la modifica del piano di ammortamento mediante la previsione di tranches di rimborso mensili a partire dal 28 febbraio 2019 e sino al 30 settembre 2020, nuova data di scadenza del prestito obbligazionario;
- la corresponsione degli interessi su base mensile secondo le date di pagamento previste dal nuovo piano di ammortamento, fermo restando (i) che il tasso annuale di interesse del prestito obbligazionario rimane invariato e (ii) che gli interessi maturati nel periodo intercorrente tra il 10 settembre 2018 e il 27 febbraio 2019 sono pagati il 10 marzo 2019;
- la definizione dei covenants finanziari, con la precisazione che per il 2018 gli eventuali scostamenti dagli stessi non produrranno gli effetti previsti dal Regolamento.

- **In data 12 marzo 2019**, Giglio Group e la società quotata spagnola Vertice 360 hanno siglato un accordo per il conferimento dell'area media di Giglio Group in Vertice 360, con conseguente emissione di azioni Vertice 360 riservate a Giglio Group. Il valore dell'operazione è stato determinato in circa 12.500.000 Euro, quale valore complessivo stimato delle n. 1.136.363.636 azioni Vertice 360 (prezzo di sottoscrizione Euro 0,011 per azione) da emettersi in favore di Giglio Group. Il closing dell'operazione è previsto entro il 30 novembre 2019 e darà luogo ad un'alleanza tra Giglio Group e Vertice 360 per la promozione delle sinergie tra i rispettivi business e-commerce

e media con il perfezionamento dell'operazione, Giglio Group completa il percorso di focalizzazione nell'e-commerce e integra il piano di sviluppo.

APPROVAZIONE DEL PIANO INDUSTRIALE 2019-2021

Il Consiglio di Amministrazione ha approvato il piano industriale 2019-2021 che considera gli effetti dell'operazione di dismissione dell'area media, non comprendendola nel perimetro delle attività operative del Gruppo già dal 2019 e riconoscendo i relativi proventi. Con il Piano Industriale 2019 – 2021, la Società si dota di uno strumento che fissa i propri obiettivi strategici nell'ambito del processo di trasformazione in corso, riconoscendo i principali indicatori di performance propri del settore dell'e-commerce.

Giglio Group si rappresenta come un vero player di e-commerce, con caratteristiche uniche nel suo settore, una presenza globale, competenze specifiche elevate e ben integrato all'interno del proprio contesto di mercato per le relazioni con i principali brand del made in Italy.

Highlight economico-finanziari

- Ricavi 2021: > Euro 70 milioni
- EBITDA 2021: > Euro 9 milioni di euro, + Euro 7,8 milioni rispetto al 2018
- Investimenti complessivi: Euro 5-7 milioni
- Posizione finanziaria netta fine 2021: prevista nell'intorno a Euro 0 milioni

Highlight industriali

- Crescita Gross Merchandise Value 2021: pari a 159 milioni di euro.
- 2021: + 30 Brand contrattualizzati

Il piano assume il continuo sviluppo della nuova piattaforma tecnologica iniziato nel corso del 2018, che permette maggiore scalabilità in termini di transazioni gestibili e di velocità di integrazione dei sistemi dei brand con le piattaforme dei marketplace, oltre che l'omnicanalità. Inoltre, si assumono investimenti per lo sviluppo della piattaforma e-commerce in Cina, a servizio dei brand e delle loro vendite sui marketplace integrati alle nostre strutture tecnologiche sviluppate nel paese.

Il Piano industriale considera un'accelerazione del GMV (Gross Merchandise Value) ad un tasso annuo superiore al 20%, sia per la crescita organica, in linea con le aspettative del mercato di riferimento (le vendite on line del fashion di lusso), sia per le nuove acquisizioni di brand, previste in forte aumento a partire dal 2019, sulla base delle numerose ed importanti negoziazioni in corso.

Il Piano Industriale considera in modo assai conservativo gli effetti del lancio della commercializzazione dei nostri servizi in Cina, pur avendo una buona visibilità sulla bontà della propria proposizione commerciale, tecnologica e di marketing e la superiorità rispetto a offerte alternative.

Gli obiettivi strategici del Piano definiscono un Gruppo leader in Italia, capace di coprire una quota rilevante del mercato, il fashion made in Italy on line con oltre 50 marketplace integrati a livello globale, e diventare il più rilevante partner digitale e commerciale per il lusso Made in Italy in Cina.

Giglio Group ambisce a diventare partner per oltre 80 brand, con almeno 50 brand integrati nella propria piattaforma iBox, con vendite in Cina almeno triplicate rispetto al 2018, ma non incorporando volumi di affari che potrebbero aversi con la partnership con brand di grandi dimensioni con i quali le trattative sono continue.

Nell'arco del piano, l'obiettivo è il pressoché raddoppio dei ricavi, riguadagnando velocemente una significativa redditività (Ebitda/Ricavi) sostenibile nel lungo termine, con una incidenza superiore al 12%.

Per tutta la durata del piano, le ipotesi in termini di investimenti sono piuttosto caute, ma sufficienti per sostenere il piano di set up tecnologico della piattaforma e-commerce in Cina e il sostegno delle attività di distribuzione.

Il piano industriale prevede un forte miglioramento del profilo finanziario, contando su una generazione di cassa operativa positiva, un forte controllo del capitale circolante a supporto delle vendite B2B, fabbisogni per investimenti assai inferiori rispetto agli esercizi precedenti e una gestione attiva della posizione in titoli azionari quotati che la società riceve in cambio del conferimento delle attività dell'area media nell'operazione con Vertice 360.

Il piano industriale 2019-2021 è disponibile sul sito www.giglio.org nella sezione Investor relations

Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili e societari Massimo Mancini, dichiara, ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza (D.Lgs. 58/1998), che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

Questo comunicato stampa contiene dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"). Queste dichiarazioni sono basate sulle attuali aspettative e proiezioni del Gruppo Giglio relativamente ad eventi futuri e, per loro natura, sono soggette ad una componente intrinseca di rischiosità ed incertezza. Sono dichiarazioni che si riferiscono ad eventi e dipendono da circostanze che possono, o non possono, accadere o verificarsi in futuro e, come tali, non si deve fare un indebito affidamento su di esse. I risultati effettivi potrebbero differire significativamente da quelli contenuti in dette dichiarazioni a causa di una molteplicità di fattori, incluse una continua volatilità e un ulteriore deterioramento dei mercati del capitale e finanziari, cambi nelle condizioni macroeconomiche e nella crescita economica ed altre variazioni delle condizioni di business, mutamenti della normativa e del contesto istituzionale (sia in Italia che all'estero), e molti altri fattori, la maggioranza dei quali è al di fuori del controllo del Gruppo.

Informazioni su Giglio Group:

Fondata da Alessandro Giglio nel 2003 e quotata in Borsa sul segmento STAR, Giglio Group è un "Worldwide Digital Enabler" che, attraverso le linee di business Ibox Digital e Ibox Distribution, fornisce servizi tailor made B2B e B2C per oltre 70 brand lifestyle. Con head quarter a Milano e sedi a New York, Shanghai, Hong Kong, Roma, Lugano e Genova, grazie alla sua notevole expertise, Giglio Group accompagna le aziende clienti nella distribuzione dei propri prodotti online attraverso una piattaforma che, partendo dall'implementazione di e-store monomarca realizzati e gestiti a 360°, integra l'attività con il placement dedicato sui principali marketplace lifestyle del mondo garantendo la gestione online sia del full price che dello stock. L'unicità di un servizio online "a filiera completa" assicura un sell through pari al 100%.

CONTATTI

Investor Relations:

ir@giglio.org

(+39)0283974207

Ufficio stampa Corporate&Finance:

Spriano Communication&Partners
 Matteo Russo e Cristina Tronconi
 Tel. 02 83635708 mob. 347/9834881
mrusso@sprianocommunication.com
ctronconi@sprianocommunication.com

Ufficio stampa Corporate&Business:
 PAMBIANCO Communication
 Lucia La Porta e Francesca Magrotti
communication@pambianco.com

Di Seguito sono riportati gli schemi di bilancio consolidato opportunamente riclassificati a supporto dei commenti sopra esposti.

Conto Economico Riclassificato

	A	B	C	C=A-B	D=A-C
<i>(valori in euro migliaia)</i>	2018	2017*	2017**	Variazione	Variazione
Ricavi	38.952	30.688	35.320	8.264	3.632
Ripristino delle elisioni originate da transazioni intercompany verso <i>discontinued operations</i>	663	1.599	1.599	(936)	(936)
Ricavi adjusted	39.615	32.287	36.919	7.328	2.696
Costi Operativi	(34.728)	(27.599)	(30.993)	(7.129)	(3.735)
VALORE AGGIUNTO	4.887	4.689	5.926	198	(1.039)
VALORE AGGIUNTO%	12,5%	15,3%	16,8%	(2,7)%	(4,2)%
Costi del personale	(3.653)	(2.326)	(2.922)	(1.327)	(731)
EBITDA adjusted	1.234	2.363	3.004	(1.129)	(1.770)
EBITDA%	3,1%	7,3%	8,1%	(4,2)%	(5,0)%
Oneri non recurring	(892)	(1.747)	(1.747)	855	855
Ammortamenti e Svalutazioni	(340)	(206)	(260)	(134)	(80)
EBIT	2	410	997	(408)	(995)
Oneri finanziari netti	(1.085)	(580)	(585)	(505)	(500)
RISULTATO PRE-TAX	(1.083)	(170)	412	(913)	(1.495)
Imposte	75	360	353	(285)	(278)
RISULTATO DI PERIODO DERIVANTE DA ATTIVITA' DESTINATE A CONTINUARE	(1.008)	190	765	(1.198)	(1.773)
RISULTATO DI PERIODO DERIVANTE DA ATTIVITA' DESTINATE ALLA DISMISSIONE	(7.256)	(146)	(146)	(7.110)	(7.110)
RISULTATO DI PERIODO	(8.264)	43	619	(8.307)	(8.883)

* Consolidato 31 dicembre 2017 riesposto applicando in modo retroattivo gli effetti derivanti dall'applicazione del principio contabile IFRS 15.

** Consolidato Pro-forma al 31 dicembre 2017 riesposto applicando in modo retroattivo gli effetti derivanti dall'applicazione del principio contabile IFRS 15 nonché l'effetto dell'acquisizione del Gruppo Evolve.

Stato Patrimoniale Riclassificato

(valori in migliaia di euro)	31.12.2018	31.12.2017	Variazione
Immobilizzazioni			
Immobilizzazioni immateriali	12.297	22.644	(10.347)
Immobilizzazioni materiali	1.492	6.829	(5.337)
Immobilizzazioni finanziarie	1.595	292	1.303
Attivo immobilizzato	15.384	29.765	(14.381)
Rimanenze	5.273	6.729	(1.456)
Crediti commerciali ed altri	12.321	20.926	(8.605)
Debiti commerciali ed altri	(23.873)	(33.728)	9.855
Capitale circolante operativo/commerciale	(6.279)	(6.073)	(206)
Altre attività e passività correnti	8.177	7.959	218
Capitale circolante netto	1.898	1.886	12
Fondi rischi ed oneri	(804)	(864)	60
Attività/passività fiscali differite	1.171	659	512
Capitale investito netto delle attività destinate alla vendita	17.649	31.446	(13.797)
Capitale investito netto delle attività destinate alla vendita	9.923	-	9.923
Totale Capitale investito netto	27.572	31.446	(3.874)
Patrimonio netto	(8.408)	(16.692)	8.284
Totale PFN	(19.164)	(14.754)	(4.410)
Totali Fonti	(27.572)	(31.446)	3.874

Fine Comunicato n.20076-23

Numero di Pagine: 13