



SPAFID
CONNECT

Informazione Regolamentata n. 2116-4-2021	Data/Ora Ricezione 24 Settembre 2021 15:41:54	AIM -Italia/Mercato Alternativo del Capitale
---	---	---

Societa' : GIGLIO.COM
Identificativo : 152164
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : GIGLIO.COMNSS01 - FAVARETTO
Tipologia : 2.2; 1.2
Data/Ora Ricezione : 24 Settembre 2021 15:41:54
Data/Ora Inizio : 24 Settembre 2021 15:41:55
Diffusione presunta
Oggetto : Approvazione della Relazione finanziaria
semestrale al 30 giugno 2021

Testo del comunicato

Vedi allegato.

GIGLIO.COM

COMUNICATO STAMPA

IL CDA APPROVA LA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE AL 30 GIUGNO 2021

**Forte crescita del business nel primo semestre 2021:
Ricavi +60%, Nuovi clienti +69%, Visite al sito +72%**

Accelerazione dello sviluppo internazionale con crescita delle vendite a tripla cifra in US (+130%), UK (+111%) e Francia (+132%). Fra i nuovi mercati, focus in Cina che quadruplica i volumi (+323%)

Ricavi raddoppiati rispetto al primo semestre del 2019

Ebitda -1,3 milioni Euro influenzato da investimenti a supporto di internazionalizzazione, capacità logistica e struttura manageriale

Principali risultati del primo semestre 2021 rispetto al primo semestre 2020:

- **Ricavi delle vendite e delle prestazioni:** 15,2 milioni di Euro in crescita del +60% rispetto a 9,5 milioni di Euro, trainati principalmente dai mercati internazionali;
- **Visite al sito:** 10,5 milioni, in forte incremento, +72%, grazie ad investimenti a supporto della brand awareness in Italia, Stati Uniti e Germania;
- **Nuovi clienti:** 33 mila, in forte aumento, +69%;
- **¹Ebitda:** -1,3 milioni di Euro (in pareggio al 30 giugno 2020), a fronte di un incremento dei costi di logistica a supporto dell'aumento della capacità delle operations e dell'internazionalizzazione del business e dei costi fissi per rafforzare la struttura;
- **Risultato Netto:** pari a -1,8 milioni di Euro rispetto a -0,3 milioni di Euro;
- **Posizione Finanziaria Netta** pari a 0,8 milioni di Euro rispetto a 1,6 milioni di Euro al 31 dicembre 2020.

Palermo, 24 settembre 2021 – Il Consiglio di Amministrazione di GIGLIO.COM S.p.A. ("Società" o "GIGLIO.COM"), società attiva nel settore della vendita online per la moda di lusso multimarca su scala globale quotata su AIM Italia, ha approvato i risultati del primo semestre 2021 redatti secondo i principi contabili nazionali OIC.

"Sono felice di condividere i risultati raggiunti in questo semestre, che confermano una volta di più la solidità del modello di business, frutto dell'instancabile ricerca dell'eccellenza per i nostri clienti. Grazie a un incremento dei ricavi del +60%, siamo stati in grado di registrare la più forte crescita semestrale della nostra storia, raddoppiando addirittura il volume del business rispetto al 2019. Sono particolarmente

¹ **EBITDA:** Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation, rappresenta una misura di margine operativo lordo ed indica il risultato prima degli oneri finanziari, delle imposte, degli ammortamenti delle immobilizzazioni.

GIGLIO.COM

orgoglioso del lavoro che il nostro team sta portando avanti sui mercati internazionali e del contributo che questi stanno dando al conseguimento dei risultati a fronte dei rilevanti investimenti che stiamo implementando. Questo ci permette di consolidare il nostro posizionamento come luxury fashion destination e di guardare con grande ottimismo al futuro." **Ha commentato Giuseppe Giglio, Presidente e Amministratore Delegato di GIGLIO.COM.**

Nel primo semestre 2021 GIGLIO.COM ha realizzato **Ricavi delle vendite e delle prestazioni** pari a 15,2 milioni di Euro, in crescita del +60% rispetto ai 9,5 milioni di Euro registrati nello stesso periodo del 2020 e addirittura raddoppiati rispetto allo stesso periodo del 2019, a conferma della validità del modello di business dell'azienda che si è dimostrato resiliente a fattori esogeni come la pandemia.

Tale risultato, è frutto di una straordinaria e rinnovata crescita dei mercati internazionali, con gli Stati Uniti, ormai secondo mercato dopo quello italiano, in crescita del +160% sullo stesso periodo 2020 in termini di gross merchandising value. Solide crescite anche in UK, che segna un +111% nonostante la brexit e in Francia, che segna un +132%. A ciò si aggiunge un focus su mercati rapidamente in ascesa come la Cina, che quadruplica i ricavi rispetto allo stesso periodo del 2020.

Da un punto di vista gestionale, l'azienda ha segnato un forte **incremento dell'acquisizione dei clienti, +69%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, senza tuttavia perdere di efficienza nell'allocazione del budget di marketing digitale, dove tutti i *key performance indicator* rimangono stabili rispetto all'anno precedente. Nonostante la forte acquisizione di nuovi clienti, GIGLIO.COM registra anche **un aumento della loyalty**: l'incidenza dei clienti esistenti (ossia acquisiti negli anni precedenti a quello corrente) sul totale del fatturato passa da 52,6% a 53,5%, anche grazie ad un'esperienza d'acquisto impeccabile che mantiene il **tasso di reso inferiore al 10%**.

Le campagne branding internazionali svolte nel corso degli ultimi mesi, sia online che offline, hanno generato un aumento della brand awareness che si è tradotto in un forte **incremento delle visite al sito del +72%** durante il primo semestre 2021, rispetto allo stesso periodo del 2020.

Ruolo fondamentale ha giocato anche il community store, ossia la comunità di **oltre 160 boutique attive** che compone l'assortimento dello store, con l'ingresso di numerose nuove boutique, garantendo così una forte crescita dell'offerta di brand del lusso a disposizione del consumatore finale.

GIGLIO.COM ha inoltre consolidato un modello di **e-concession** con diversi brand del lusso, che oggi determina il 3% del fatturato.

L'**EBITDA** del primo semestre 2021 è negativo per 1,3 milioni di Euro (in pareggio al 30 giugno 2020) frutto dei maggiori costi di trasporto e logistica legati alla forte accelerazione che la Società ha voluto imprimere all'espansione internazionale, alla realizzazione dell'hub milanese in outsourcing (attività che sarà prossimamente internalizzata) e a talune contingenze dei vettori, come quelle legate a brexit e COVID-19. Inoltre, la Società ha registrato un maggior impatto di altri costi fissi come le spese per il personale, volti proprio a strutturare la squadra di talenti del futuro. Grazie alla

GIGLIO.COM

maggiore forza contrattuale acquisita, i costi di spedizione saranno mitigati in tempi brevi. Inoltre, data la stagionalità del business, che storicamente genera nel secondo semestre dei volumi di vendita superiori al primo, la Società è fiduciosa di mitigare e assorbire anche i costi fissi in tempi brevi.

²L'**EBIT** è negativo per 1,7 milioni di Euro rispetto a -0,2 milioni di Euro al 30 giugno 2020; tale valore risente, oltre a quanto finora riportato, del maggior impatto degli ammortamenti legati alla rivalutazione del marchio, operata nel bilancio 2020 ma i cui effetti sul conto economico decorrono a partire dal 2021.

Il **Risultato Netto** è pari a -1,8 milioni di Euro rispetto a -0,3 milioni di Euro del primo semestre 2020.

La **Posizione Finanziaria Netta** al 30 giugno 2021 è pari complessivamente a 0,8 milioni di Euro rispetto a 1,6 milioni di Euro al 31 dicembre 2020. Tale risultato è dovuto all'andamento economico del primo semestre 2021 che sconta la stagionalità del business, tipicamente spostata verso il secondo semestre. Infatti, su quest'ultimo incidono il Black Friday, il Natale e gli altri appuntamenti di shopping più importanti dell'anno che determinano una maggiore propensione all'acquisto e un maggiore valore del carrello proprio nel corso del secondo semestre. Inoltre, sulla PFN incide la diminuzione delle disponibilità liquide principalmente a seguito dei maggiori costi sostenuti nel periodo.

Fatti di rilievo al 30 giugno 2021

- Rimborso anticipato del mini Bond 2018-2024 6,25%. Grazie alle significative disponibilità liquide e alla propria generazione di cassa, la Società ha ritenuto che il Bond sottoscritto interamente da Zenit fosse divenuto eccessivamente oneroso e pertanto è stato richiesto ed ottenuto il consenso di Zenit SGR ad effettuare il rimborso anticipato.

Per maggiori informazioni relative agli eventi rilevanti del periodo si rinvia a quanto riportato nel Documento di Ammissione disponibile sul sito istituzionale www.giglio.com, sezione "Investor Relations".

Fatti di rilievo successivi al 30 giugno 2021

- A luglio 2021 GIGLIO.COM ha ottenuto lo status di PMI Innovativa, grazie al lavoro sulla piattaforma proprietaria e al codice del Community Store che è stato depositato alla SIAE;
- La Società ha siglato un accordo ponte con il sindacato al fine di aderire al c.d. Contratto Collettivo "Terziario Avanzato", entrato pienamente in vigore a partire dal 1° luglio 2021;

² **EBIT**: Earnings Before Interest and Taxes, indica il risultato prima degli oneri finanziari e delle imposte del periodo.

GIGLIO.COM

- Il 23 luglio 2021 si è concluso positivamente il processo di quotazione sul mercato AIM Italia;
- In data 12 agosto 2021 la Società ha emesso n. 164.500 azioni ordinarie GIGLIO.COM S.p.A., pari al 1,33% del capitale sociale, al fine di attuare un Piano di Incentivazione riservato ad alcuni dipendenti della Società.

Evoluzione prevedibile della gestione

Forte della recente quotazione all'AIM, coerentemente col piano industriale, la Società continuerà a perseguire lo sviluppo internazionale, la profondità e ampiezza di catalogo (grazie all'evoluzione del community store) e lo sviluppo tecnologico a supporto di marketing e operations. Ciò al fine di continuare ad acquisire quote di mercato e crescere anche sul secondo semestre 2021.

Il comunicato è disponibile nella sezione *Investors/comunicatistampa* del sito giglio.com.

La Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2021 sarà messa a disposizione del pubblico, presso la sede della Società e presso Borsa Italiana, nonché sul sito giglio.com nei termini di legge.

Per la trasmissione e lo stoccaggio delle Informazioni Regolamentate, GIGLIO.COM S.p.A. si avvale del sistema di diffusione eMarket SDIR e del meccanismo di stoccaggio eMarket STORAGE disponibile all'indirizzo www.emarketstorage.com gestiti da Spafid Connect S.p.A., con sede in Foro Buonaparte 10, Milano.

GIGLIO.COM

GIGLIO.COM, società attiva nel settore della vendita online per la moda di lusso multimarca su scala globale, è una destinazione di stile che raggiunge i suoi clienti in oltre 150 paesi, ospitando alcuni tra i più prestigiosi brand fashion e luxury per donna, uomo e bambino. L'attività della Società nasce nel 1965 con la famiglia Giglio, titolare di boutique di alta moda nella città di Palermo, che nel 1996 lancia il primo fashion store online in Italia, ponendosi tra i pionieri del settore nel nostro Paese.

GIGLIO.COM si posiziona quale e-tailer internazionale attivo nel settore del fashion & luxury grazie ad una piattaforma proprietaria, sviluppata e gestita internamente con soluzioni tecnologiche innovative. Oggi GIGLIO.COM è una community di boutique indipendenti che condividono gli stessi valori dedicandosi costantemente alla ricerca della bellezza e dell'innovazione e proponendo collezioni degli stilisti più creativi e iconici.

GIGLIO.COM

Per ulteriori informazioni:

Contatti

Investor Relation

GIGLIO.COM S.p.A.

Laura Favaretto

Investor Relator

Via Solferino,7

20121 – Milano

Tel. +39 091 7339980

ir@giglio.com

Media Relation

Image Building

Via Privata Maria Teresa, 11

20123 – Milano

Tel. +39 02 89011300

giglio.com@imagebuilding.it

Nomad

Alantra

Via Borgonuovo 16,

20121 – Milano

Tel. +39 02 6367 1601

stefano.bellavita@alantra.com

GIGLIO.COM

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

Dati in migliaia di €	30/06/2021	%	30/06/2020	%	Variazione	%
Ricavi netti di vendita	15.157		9.453		5.704	60%
Costo del venduto	(11.463)	(75,6)	(7.152)	(75,7)	(4.311)	60%
Primo margine	3.693	24,4	2.301	24,3	1.392	61%
Costi di marketing	(812)	(5,4)	(406)	(4,3)	(407)	100%
Costi di trasporto, imballaggi e logistica	(1.827)	(12,1)	(826)	(8,7)	(1.001)	121%
Commissioni pagamenti	(342)	(2,3)	(202)	(2,1)	(140)	69%
Trading Profit	712	4,7	867	9,2	(154)	-18%
Costi del personale	(1.249)	(8,2)	(731)	(7,7)	(518)	71%
Costi di amministrazione e generali	(987)	(6,5)	(452)	(4,8)	(535)	118%
Altri ricavi e contributi	181	1,2	319	3,4	(139)	
EBITDA	(1.344)	(8,9)	3	0,0	(1.346)	
Ammortamenti	(339)	(2,2)	(186)	(2,0)	(153)	
EBIT	(1.682)	(11,1)	(183)	(1,9)	(1.499)	
Proventi e oneri finanziari	(120)	(0,8)	(74)	(0,8)	(45)	
Risultato netto	(1.802)	(11,9)	(258)	(2,7)	(1.544)	

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO

Dati in migliaia di €	30/06/2021	31/12/2020	Variazione	%
Immobilizzazioni immateriali	5.837	6.153	(316)	-5%
Immobilizzazioni materiali	238	209	29	14%
Attivo fisso netto	6.075	6.362	(287)	-5%
Rimanenze	9	39	(29)	-76%
Crediti commerciali	408	1.161	(753)	-65%
Debiti commerciali	(4.344)	(4.307)	(36)	1%
Capitale circolante operativo (CCO)	(3.926)	(3.108)	(818)	26%
Altre attività	1.967	1.890	77	4%
Altre passività	(762)	(847)	86	-10%
Capitale circolante netto (CCN)	(2.721)	(2.065)	(656)	32%
Trattamento di fine rapporto	(216)	(182)	(34)	19%
Capitale investito netto (CIN)	3.138	4.115	(977)	-24%
Attività finanziarie a breve	3.361	4.605	(1.244)	-27%
Passività finanziarie a breve	(217)	(492)	275	-56%
Passività finanziarie a medio/lungo	(2.391)	(2.536)	144	-6%
Posizione finanziaria netta (PFN)	752	1.578	(825)	-52%
Patrimonio netto	(3.891)	(5.693)	1.802	-32%

GIGLIO.COM

RENDICONTO FINANZIARIO, METODO INDIRETTO

A. Flussi finanziari derivanti dell'attività operativa (metodo indiretto)		
Utile (perdita) dell'esercizio	(1.801.972)	(257.891)
Interessi passivi/(interessi attivi)	117.059	72.974
1. Utile (perdita) dell'esercizio prima d'imposte sul reddito, interessi, dividendi e plus/minusvalenze da cessione	(1.684.913)	(184.917)
<i>Rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto</i>		
Accantonamenti ai fondi	51.917	32.952
Ammortamenti delle immobilizzazioni	338.761	186.000
Altre rettifiche per elementi non monetari	86.574	-
2. Flusso finanziario prima delle variazioni del capitale circolante netto	(1.207.660)	34.035
<i>Variazioni del capitale circolante netto</i>		
Decremento/(incremento) delle rimanenze	29.267	-
Decremento/(incremento) dei crediti vs clienti	752.824	152.253
Incremento/(decremento) dei debiti verso fornitori	36.094	602.062
Decremento/(incremento) ratei e risconti attivi	8.051	(81.326)
Incremento/(decremento) ratei e risconti passivi	(122.342)	(95.575)
Altre variazioni del capitale circolante netto	(35.364)	162.483
3. Flusso finanziario dopo le variazioni del capitale circolante netto	(539.130)	773.932
<i>Altre rettifiche</i>		
Interessi incassati/(pagati)	(117.059)	(62.508)
(Utilizzo dei fondi)	(17.627)	(5.195)
Altri incassi/pagamenti	(559)	(154)
Flusso finanziario dell'attività operativa (A)	(674.375)	706.076
B. Flussi finanziari derivanti dall'attività d'investimento		
<i>Immobilizzazioni materiali</i>		
(Investimenti)	(50.025)	(44.461)
<i>Immobilizzazioni immateriali</i>		
(Investimenti)	(1.949)	(243.292)
Flusso finanziario dell'attività di investimento (B)	(51.974)	(287.753)
C. Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento		
<i>Mezzi di terzi</i>		
Accensione finanziamenti	1.482.161	-
(Rimborso finanziamenti)	(2.000.000)	-
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento (C)	(517.839)	-
Incremento (decremento) delle disponibilità liquide (A ± B ± C)	(1.244.188)	418.323
Effetto cambi sulle disponibilità liquide		
Disponibilità liquide all'inizio dell'esercizio	4.604.773	2.469.625
<i>di cui:</i>		
depositi bancari e postali	4.601.922	2.467.222
denaro e valori in cassa	2.851	2.403
Disponibilità liquide alla fine dell'esercizio	3.360.586	2.887.948
<i>di cui:</i>		
depositi bancari e postali	3.357.509	2.885.706
denaro e valori in cassa	3.076	2.242

Fine Comunicato n.2116-4

Numero di Pagine: 9