



SPAFID
CONNECT

Informazione Regolamentata n. 2116-16-2022	Data/Ora Ricezione 23 Settembre 2022 14:31:24	Euronext Growth Milan
--	---	-----------------------

Societa' : GIGLIO.COM
Identificativo : 167307
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : GIGLIO.COMN01 - FAVARETTO
Tipologia : REGEM; 1.2
Data/Ora Ricezione : 23 Settembre 2022 14:31:24
Data/Ora Inizio : 23 Settembre 2022 14:31:25
Diffusione presunta
Oggetto : IL CDA APPROVA LA RELAZIONE
FINANZIARIA SEMESTRALE AL 30
GIUGNO 2022

Testo del comunicato

Vedi allegato.

COMUNICATO STAMPA**IL CDA APPROVA LA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE AL 30 GIUGNO 2022****Forte crescita del business nel primo semestre 2022: Ricavi +45%****Accelerazione dello sviluppo internazionale, con la quota dei mercati esteri che supera la soglia del 70% delle vendite.****Incremento della profittabilità con un EBITDA Margin del -4,8% contro il -8,9% registrato nello stesso semestre dell'anno precedente grazie a una migliore marginalità delle vendite e un'ottimizzazione dei costi di logistica.**

Principali risultati del primo semestre 2022 rispetto al primo semestre 2021:

- **Ricavi delle vendite e delle prestazioni:** 22 milioni di Euro in crescita del +45% rispetto a 15,2 milioni di Euro del primo semestre 2021. Determinante lo sviluppo dei mercati internazionali, con MENA (+129%) e APAC (+50%) a trainare la crescita.
- **Clienti attivi nel semestre e spesa media:** in crescita il numero di clienti attivi nel semestre (+32%) e la rispettiva spesa media per cliente (+9%)
- **EBITDA¹ Margin:** -4,8% (-1 milione di Euro), in netto miglioramento rispetto al -8,9% del primo semestre del 2021 (-1,3 milioni di Euro);
- **Risultato Netto:** pari a -1,6 milioni di Euro rispetto a -1,8 milioni di Euro del primo semestre 2021;
- **Posizione Finanziaria Netta:** solidamente *cash positive* e pari a 8,4 milioni di Euro.

Palermo, 23 settembre 2022 – 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 e quotata su Euronext Growth Milan, ha approvato in data odierna i risultati del primo semestre 2022 redatti secondo i principi contabili nazionali OIC.

"Ci muoviamo in un contesto macroeconomico che richiede prudenza, la lungimiranza delle nostre scelte ci ha permesso sia di consolidare l'importante crescita nei ricavi registrati nell'ultimo anno, sia di raggiungere una significativa ottimizzazione dei costi, fattore chiave per un miglioramento così evidente degli indici di profittabilità.

Al raggiungimento di tale risultato ha partecipato anche l'apertura del nuovo hub logistico di Vimodrone (MI), che oltre ad ottimizzare i flussi logistici, ci consente di incrementare la nostra capacità di evasione, ricalibrandola sui nostri obiettivi di crescita. A trainare i risultati sono ancora una volta i mercati internazionali che, grazie a investimenti mirati, rafforzano il

¹ *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

nostro posizionamento come luxury fashion destination globale” ha commentato Giuseppe Giglio, Presidente e Amministratore Delegato di GIGLIO.COM.

Nel primo semestre 2022 GIGLIO.COM ha realizzato **Ricavi delle vendite e delle prestazioni** pari a 22 milioni di Euro, in crescita del +45% rispetto ai 15,2 milioni di Euro registrati nel primo semestre del 2021, a conferma della validità del modello di *business* dell'azienda che consolida l'offerta online di oltre 180 *partner* nel settore della moda di alta gamma. Il secondo trimestre, durante il quale il GMV² (Gross Merchandise Value) è cresciuto del +47%, ha confermato e superato la crescita del primo (+41%) nonostante la forte instabilità macroeconomica che il conflitto in Ucraina ha generato. La Società ha dunque confermato la solidità del modello di *business*, complice anche una scarsa esposizione del *business* in Russia, Ucraina e Bielorussia, che nel 2021 pesavano soltanto l'1,2% dell'intero GMV.

Tale risultato è frutto di un solido e continuo **processo di internazionalizzazione dell'azienda**. Al 30 giugno 2022, sul totale del GMV la quota relativa ai mercati esteri supera infatti il 70% del totale. Continua anche l'espansione del *business* in APAC (+50%), dove la Società prosegue lo sviluppo dei propri piani di *marketing* ed ha arricchito il portale e-commerce anche con le versioni in lingua coreana e giapponese; qui la Società ha registrato risultati particolarmente brillanti in Sud Corea (+132%) e Taiwan (+118%) e, nonostante gli intermittenti *lockdown*, anche in Cina (+89%). Forte la crescita registrata anche in MENA (+129%) e Nord America (+40%).

Grazie a un *marketing plan* estremamente competitivo, la Società ha consolidato la **crescita della base clienti attiva** nel semestre (+32%) capitalizzando allo stesso tempo gli investimenti in CRM e *loyalty* che hanno portato ad un notevole incremento della **spesa media per cliente** (+9%). Grazie ad un'esperienza d'acquisto impeccabile si mantiene stabile anche il **tasso di reso (11%)**.

Ruolo fondamentale ha giocato anche il *Community Store*, ossia la comunità di **oltre 180 boutique attive** che compone l'assortimento della Società, con l'ingresso di numerose nuove *boutique*, garantendo così una forte crescita dell'offerta di *brand* del lusso a disposizione del consumatore finale con un particolare *focus* sulla *Gen Z*. Il numero di *brand* acquistati nel semestre dai consumatori supera i 650. Il valore della stagione Primavera-Estate 2022 disponibile nello *store* è addirittura raddoppiato rispetto a quello della stagione Primavera-Estate 2021. In aggiunta alle *boutique* sopra menzionate, GIGLIO.COM ha inoltre consolidato un **modello di e-concession** che nel semestre, fra gli altri, ha visto l'ingresso di *brand* come Twinset e Duvetica.

Importanti investimenti nella tecnologia proprietaria hanno inoltre apportato notevoli ottimizzazioni alla UX dello *store online*, determinando così un **incremento del tasso di conversione** dell'11% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

² Gross Merchandise Value: indica il valore delle transazioni effettuate, non comprensive di IVA, al lordo dei resi.

GIGLIO.COM

Prosegue inoltre il percorso di crescita della marginalità della Società. Il **Primo Margine registra, in valore assoluto, un +63%** rispetto al primo semestre 2021 grazie a un incremento del primo margine percentuale di 3,1 punti.

Il **Trading Profit³** al 30 giugno 2022 è più che raddoppiato superando i 1,9 milioni di Euro rispetto agli 0,8 milioni di Euro del primo semestre del 2021 (+129%). In particolare, grazie all'apertura del nuovo polo logistico di Vimodrone (MI), la Società ha ottimizzato i costi di trasporto e logistica nonostante il forte processo inflattivo in corso.

L'**EBITDA** al 30 giugno 2022 è pari a -1 milione di Euro, con incidenza sui ricavi pari a -4,8% e in netto miglioramento rispetto al primo semestre del 2021, quando la Società aveva registrato un -8,9%. Ad incidere positivamente rispetto al 2021 sono l'ottimizzazione dei costi di trasporto e logistica e l'aumento della marginalità delle vendite, grazie a migliori condizioni di acquisto della merce e una quota di vendite extra UE in forte crescita.

L'**EBIT⁴** al 30 giugno 2022 è pari a -1,6 milioni di Euro rispetto a -1,7 milioni di Euro al 30 giugno 2021. Tale valore risente, oltre a quanto finora riportato, anche degli ammortamenti delle spese sostenute per la quotazione nel corso del secondo semestre 2021 e della capitalizzazione di ulteriori progetti di ricerca e sviluppo.

Il **Risultato Netto** al 30 giugno 2022 è pari a -1,6 milioni di Euro rispetto a -1,8 milioni di Euro del primo semestre del 2021.

Il **Patrimonio netto** al 30 giugno 2022 ammonta a 11,8 milioni di Euro.

La **Posizione Finanziaria Netta** al 30 giugno 2022 è pari complessivamente a +8,4 milioni di Euro rispetto a +12 milioni di Euro al 31 dicembre 2021. Tale risultato è ampiamente spiegato dall'ulteriore incremento dei crediti tributari/IVA (effetto diretto dell'aumento delle vendite verso clienti residenti nei paesi extracomunitari), nonché dalla diminuzione dei debiti verso fornitori rispetto al 31 dicembre 2021, particolarmente incidenti in quella data come diretta conseguenza delle vendite di novembre e dicembre, spinte dagli appuntamenti di *shopping* come il Black Friday e il Natale. Incide infine sulla PFN la perdita del periodo.

Anche al 30 giugno 2022 si evidenzia un **capitale circolante netto** negativo, pari a 3,3 milioni di Euro, derivante dal *business model* della piattaforma, che consente di generare cassa.

L'ottima evoluzione sopra descritta del business della Società si inserisce in un contesto macroeconomico difficile che non trova eccezione nel commercio online. Statista, infatti, stima che nel 2022 i ricavi del commercio digitale subiranno per la prima volta nella storia un declino rispetto all'anno precedente.

³ Ricavi di vendita meno costo del venduto, del marketing, dei trasporti ed imballaggi, dei dazi e oneri e delle commissioni pagamenti).

⁴ *Earnings Before Interest and Taxes*, indica il risultato prima degli oneri finanziari e delle imposte del periodo.

GIGLIO.COM

Fatti di rilievo al 30 giugno 2022

- inaugurazione del nuovo polo logistico di Vimodrone, al fine di rafforzare la propria presenza a livello internazionale, moltiplicando i processi di evasione per raggiungere ancora più velocemente i clienti internazionali;
- rimborso in favore della società Michele Giglio S.n.c., parte correlata della Società, di un finanziamento infruttifero di €100.000 concesso nel contesto del prestito denominato "GIGLIO.COM Bond 6,25% 2018-2024", erogato nei confronti della Società da Zenit SGR S.p.A. e già integralmente rimborsato dalla Società nel corso del 2021;
- richiesta di rimborso di parte del credito IVA per un importo pari a €1,5 milioni.

Fatti di rilievo successivi al 30 giugno 2022

A luglio 2022 la Società ha lanciato il proprio Token spendibile all'interno dell'eco-sistema GIGLIO.COM per rivolgersi a una nuova generazione di clienti, la cosiddetta *Gen Z*.

Evoluzione prevedibile della gestione

Coerentemente con il proprio piano industriale, la Società continuerà a perseguire lo sviluppo internazionale, la profondità e ampiezza di catalogo (grazie nuovi brand e categorie di prodotto garantiti dall'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 mantenere buoni tassi di crescita nonostante l'instabilità del contesto macroeconomico.

Facendo seguito al comunicato stampa del 21 aprile 2022 relativo alle dimissioni del Cav. Mario Boselli dalla carica di Consigliere non esecutivo indipendente di GIGLIO.COM per applicazione della normativa di legge in tema di cumulo degli incarichi, si comunica che il Consiglio di Amministrazione, riunitosi in data odierna e con deliberazione approvata dal Collegio Sindacale, ha cooptato, in sostituzione del Cav. Boselli, in qualità di Consigliere non esecutivo e non indipendente, l'Avv. Luca Cuomo.

Il nuovo amministratore, ai sensi dell'art. 2386 del codice civile e dello Statuto vigente, resterà in carica sino alla prossima Assemblea degli Azionisti.

Sulla base delle comunicazioni effettuate alla Società, l'Avv. Luca Cuomo non risulta detenere, alla data odierna, direttamente e/o indirettamente azioni della Società.

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

La Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2022 sarà messa a disposizione del pubblico, presso la sede della Società e presso Borsa Italiana, nonché sul sito giglio.com nei termini previsti.

GIGLIO.COM

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.

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

Twister communications group
Via Valparaiso, 3
20144 – Milano
Tel. +39 02 4381 14200
giglio@twistergroup.it

Euronext Growth Advisor

Alantra
Via Borgonuovo 16,
20121 – Milano
Tel. +39 02 6367 1601
stefano.bellavita@alantra.com

GIGLIO.COM

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

Dati in migliaia di €	30/06/2022	%	30/06/2021	%	Variazione	%
Ricavi netti di vendita	21.971		15.157		6.814	45%
Costo del venduto	(15.897)	(72,4)	(11.437)	(75,5)	(4.460)	39%
Primo margine	6.074	27,6	3.719	24,5	2.355	63%
Costi di marketing	(986)	(4,5)	(728)	(4,8)	(258)	35%
Costi di trasporto, imballaggi e logistica	(1.984)	(9,0)	(1.577)	(10,4)	(407)	26%
Dazi e oneri	(640)	(2,9)	(256)	(1,7)	(384)	150%
Commissioni pagamenti	(596)	(2,7)	(341)	(2,3)	(255)	75%
Trading Profit	1.869	8,5	817	5,4	1.052	129%
Costi del personale	(1.804)	(8,2)	(1.244)	(8,2)	(560)	45%
Costi di amministrazione e generali	(1.558)	(7,1)	(1.098)	(7,2)	(461)	42%
Altri ricavi e contributi	447	2,0	181	1,2	266	147%
EBITDA	(1.047)	(4,8)	(1.344)	(8,9)	297	-22%
Ammortamenti	(535)	(2,4)	(339)	(2,2)	(197)	58%
EBIT	(1.582)	(7,2)	(1.682)	(11,1)	100	-6%
Proventi e oneri finanziari	(28)	(0,1)	(120)	(0,8)	92	-77%
Risultato netto	(1.610)	(7,3)	(1.802)	(11,9)	192	-11%

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO

Dati in migliaia di €	30/06/2022	31/12/2021	Variazione	%
Immobilizzazioni immateriali	6.643	6.814	(170)	-2%
Immobilizzazioni materiali	372	304	69	23%
Attivo fisso netto	7.016	7.117	(102)	-1%
Rimanenze	95	36	59	165%
Crediti commerciali	698	430	268	62%
Debiti commerciali	(7.226)	(7.707)	481	-6%
Capitale circolante operativo (CCO)	(6.433)	(7.242)	809	-11%
Altre attività	4.931	3.142	1.789	57%
Altre passività	(1.785)	(1.366)	(418)	31%
Capitale circolante netto (CCN)	(3.287)	(5.466)	2.179	-40%
Fondo rischi e oneri	(38)	(73)	34	-48%
Trattamento di fine rapporto	(316)	(255)	(61)	24%
Capitale investito netto (CIN)	3.374	1.323	2.051	155%
Attività finanziarie a breve	10.693	14.650	(3.957)	-27%
Passività finanziarie a breve	(388)	(389)	1	0%
Passività finanziarie a medio/lungo	(1.904)	(2.199)	295	-13%
Posizione finanziaria netta (PFN)	8.402	12.062	(3.661)	-30%
Patrimonio netto	11.776	13.386	(1.610)	-12%

GIGLIO.COM

RENDICONTO FINANZIARIO, METODO INDIRETTO	30/06/2022	30/06/2021
A. Flussi finanziari derivanti dell'attività operativa (metodo indiretto)		
Utile (perdita) dell'esercizio	(1.609.908)	(1.801.972)
Interessi passivi/(attivi)	21.193	117.059
1. Utile (perdita) dell'esercizio prima d'imposte sul reddito, interessi, dividendi e plus/minusvalenze da cessione	(1.588.716)	(1.684.913)
<i>Rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto</i>		
Accantonamenti ai fondi	9.894	-
Ammortamenti delle immobilizzazioni	535.409	338.761
Altre rettifiche in aumento/(in diminuzione) per elementi non monetari	83.268	138.491
Totale rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto	628.570	477.253
2. Flusso finanziario prima delle variazioni del capitale circolante netto	(960.145)	(1.207.660)
<i>Variazioni del capitale circolante netto</i>		
Decremento/(incremento) delle rimanenze	(58.949)	29.267
Decremento/(incremento) dei crediti verso clienti	(268.096)	752.824
Incremento/(decremento) dei debiti verso fornitori	(488.289)	(2.296)
Decremento/(incremento) ratei e risconti attivi	2.530	8.051
Incremento/(decremento) ratei e risconti passivi	429.429	(122.342)
Altri decrementi/(altri incrementi) del capitale circolante netto	(1.816.762)	3.027
3. Flusso finanziario dopo le variazioni del capitale circolante netto	(3.160.282)	(539.130)
<i>Altre rettifiche</i>		
Interessi incassati/(pagati)	(21.193)	(117.059)
(Utilizzo dei fondi)	(44.369)	-
Altri incassi/(pagamenti)	(22.380)	(18.185)
Totale altre rettifiche	(87.942)	(135.244)
Flusso finanziario dell'attività operativa (A)	(3.248.225)	(674.375)
B. Flussi finanziari derivanti dall'attività d'investimento		
<i>Immobilizzazioni materiali</i>		
(Investimenti)	(102.670)	(50.025)
<i>Immobilizzazioni immateriali</i>		
(Investimenti)	(331.136)	(1.949)
Flusso finanziario dell'attività di investimento (B)	(433.806)	(51.974)
C. Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento		
<i>Mezzi di terzi</i>		
Incremento/(decremento) debiti a breve verso banche	(174.940)	-
Accensione finanziamenti	-	1.482.161
(Rimborso finanziamenti)	(100.000)	(2.000.000)
<i>Mezzi propri</i>		
Aumento di capitale a pagamento	0	0
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento (C)	(274.940)	(517.839)
Incremento (decremento) delle disponibilità liquide (A ± B ± C)	(3.956.971)	(1.244.187)
Disponibilità liquide all'inizio dell'esercizio	14.650.035	4.604.773
<i>di cui:</i>		
depositi bancari e postali	14.648.149	4.601.922
denaro e valori in cassa	1.886	2.851
Disponibilità liquide alla fine dell'esercizio	10.693.064	3.360.586
<i>di cui:</i>		
depositi bancari e postali	10.691.562	3.357.509
denaro e valori in cassa	1.502	3.076

Fine Comunicato n.2116-16

Numero di Pagine: 9