



**IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA
IL RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 30 SETTEMBRE 2022:**

TREND POSITIVO

- I RICAIVI consolidati, pari ad Euro 27,8 milioni sono in linea rispetto ai dati consolidati relativi allo stesso periodo precedente (Euro 27,8 milioni al 30 settembre 2021).
- L'EBITDA mostra un andamento positivo pari ad Euro 807 migliaia in netto miglioramento rispetto a Euro - 953 migliaia per i dati consolidati 30 settembre 2021).
- L'EBIT, pari a Euro -93 migliaia, mostra un netto miglioramento rispetto a Euro - 2.092 migliaia al 30 settembre 2021
- PFN pari a -17,5 milioni, evidenzia una leggera variazione rispetto al 31 dicembre 2021 quando ammontava a Euro - 17, 1 milioni
- RISULTATO NETTO, negativo per 849 migliaia di Euro in miglioramento rispetto al risultato negativo per Euro 2,9 milioni dati consolidati al 30 settembre 2021
- Il CDA approva la fusione per incorporazione della controllata Ecommerce Outsourcing srl in Giglio Group SpA.

Milano, 10 novembre 2022 – Giglio Group S.p.A. (Ticker GG), società quotata sul mercato MTA –segmento STAR gestito da Borsa Italiana comunica che il Consiglio di Amministrazione della Società, conclusosi ieri pomeriggio, ha approvato il Resoconto Intermedio di Gestione al 30 settembre 2022 ed ha altresì deliberato di procedere alla fusione per incorporazione nella capogruppo con la controllata al 100% Ecommerce Outsourcing srl. Tale fusione si rende opportuna nell'ambito di un processo di riorganizzazione societaria nel settore dell'industria dell'e-commerce di prodotti di moda, nel mondo dei prodotti di design e nel settore food, in cui opera il Gruppo e persegue la finalità di massimizzare e rendere più efficiente la gestione amministrativa, contabile e finanziaria delle società, in conseguenza e per effetto della concentrazione delle risorse umane e finanziarie in unico soggetto.

Alessandro Giglio, Presidente e Amministratore Delegato di Giglio Group, ha commentato: *“Siamo molto soddisfatti perché, pur perdurando le difficoltà generate dal conflitto bellico, abbiamo realizzato ricavi in linea con lo scorso anno grazie all'andamento positivo di tutte le unità business, al netto del ramo Loyalty ceduto a febbraio e raggiunto un ebitda positivo in fortissima crescita comparato al 30 settembre 2021. I nuovi progetti, tra cui quello appena comunicato con Donna Fugata e diversi contratti già siglati o alla firma, uniti ai benefici generati dalla razionalizzazione dei costi, tra cui la decisione di fondere Eco con Giglio Group, portano ad un rafforzamento della struttura creando un unico grande gruppo che elide l'inutile raddoppio dei costi corporate”*.

Analisi della Gestione Economica Finanziaria consolidata al 30 settembre 2022

I ricavi consolidati, pari ad Euro 27,8 milioni, sono in linea rispetto ai dati consolidati relativi allo stesso periodo dell'esercizio precedente (Euro 27,8 milioni dati consolidati al 30 settembre 2021).

I costi del personale si riducono di Euro 1,2 milioni, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, a testimonianza del lavoro di razionalizzazione dei costi di struttura in corso.

L'EBITDA mostra un andamento positivo e pari ad Euro 807 migliaia (negativo per Euro 953 migliaia per i dati consolidati 30 settembre 2021), ascrivibile anche alle vendite effettuate con migliore marginalità.

L'EBIT è negativo per Euro 93 migliaia, in miglioramento rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente (negativo per Euro 2 milioni).

Il Risultato netto è negativo per Euro 849 migliaia (negativo per Euro 2,9 milioni dati consolidati relativi allo stesso periodo dell'esercizio precedente).

Analisi della Gestione Patrimoniale e Finanziaria consolidata al 30 settembre 2022

Il Capitale Investito Netto del Gruppo al 30 settembre 2022, pari a Euro 14,6 milioni è costituito principalmente dall'Attivo Fisso Netto, pari a Euro 16,4 milioni e dal Capitale Circolante Netto pari a Euro -2,2 milioni.

Le Immobilizzazioni Immateriali pari a Euro 15,5 milioni, sono principalmente costituite per Euro 13,4 milioni dall'avviamento relativo alle acquisizioni di Giglio Fashion, del Gruppo IBOX, di E-Commerce Outsourcing e di Salotto di Brera. La movimentazione si riferisce (al netto degli ammortamenti del periodo) a incrementi per costi di sviluppo capitalizzati sostenuti internamente per l'implementazione e l'integrazione delle piattaforme informatiche sulla controllata ECommerce outsourcing Srl.

Le Immobilizzazioni materiali (che includono anche il RoU sui contratti di leasing in essere) pari a Euro 0,5 milioni decrementano prevalentemente (al netto degli ammortamenti del periodo) per effetto della risoluzione del contratto di affitto dell'immobile in uso ad E-Commerce Outsourcing S.r.l. il cui diritto era valorizzato in base all'IFRS 16.

Le immobilizzazioni finanziarie pari a Euro 0,3 milioni sono riferibili ai depositi cauzionali versati relativamente ai contratti di affitto per gli immobili di Milano e Roma.

L'indebitamento finanziario netto del gruppo si attesta a Euro -17,5 milioni, evidenziando un peggioramento rispetto al 31 dicembre 2021 (Euro 17,1 milioni) pari a Euro 385 migliaia.

Fatti di rilievo avvenuti nel corso dei primi nove mesi dell'esercizio

- In data 12 gennaio 2022, Giglio Group SpA (Ticket GG) società quotata sul mercato MTA-STAR di Borsa Italiana, dopo un anno di intenso lavoro e di importanti investimenti, ha aperto la nuova Business Unit "Giglio Meta" dedicata allo sviluppo di progetti Metaverso ed NFT. Nel 2021, secondo Chainalysis, il mercato mondiale degli NFT ha generato transazioni per 26,9 miliardi di dollari in criptovalute; con questa specializzazione il gruppo Giglio rappresenta oggi la prima realtà italiana completamente strutturata sul mercato per questo segmento digitale futuristico forte dell'esperienza fatta in questi mesi di studio applicato già ai primi progetti in cantiere che a breve verranno annunciati.
- In data 26 gennaio 2022 il Consiglio di Amministrazione prende atto delle dimissioni ricevute in data 14 gennaio 2022 dal dottor Marco Riccardo Belloni e nomina per cooptazione Carlo Micchi quale nuovo amministratore della Società.
- In data 6 marzo 2022 la Società ha portato a termine un accordo relativo alla cessione del ramo d'azienda Incentive & Loyalty a Promotica S.p.A.. Il closing dell'operazione è avvenuto con il pagamento di un acconto di Euro 853 migliaia il 4 marzo 2022 da parte di Promotica S.p.A. sull'intero corrispettivo della cessione, pari a Euro 1.200 migliaia rettificato del Capitale Circolante Netto alla Con riferimento ai nuovi servizi NFT e Metaverso, si riporta inoltre che il 7 Marzo 2022 è stata costituita la società "Meta Revolution S.r.l.", avente sede legale in Milano, in Piazza Generale Armando Diaz, 6.

- In data 7 marzo 2022 la Società davanti al Tribunale di Milano ha stipulato un verbale di conciliazione con Vertice Trescientos Sesenta Grados S.A. e Squirrel Capital S.L.U.
- In data 28 marzo 2022 la società ha approvato un nuovo piano industriale 2022-2026, che sostituisce il piano industriale 2021-2025 e le assunzioni sottostanti.
- In data 2 aprile 2022 il Dr. Carlo Micchi è stato nominato CFO e Dirigente Preposto in sostituzione del Dr. Francesco Barreca dimissionario.
- In data 14 aprile 2022 il contratto di affitto di azienda 7Hype è stato risolto in quanto non produttivo. La transazione ha comportato l'erogazione di un corrispettivo per la chiusura anticipata del contratto di Euro 68.500.
- In data 30 aprile 2022 l'Assemblea Ordinaria degli azionisti di Giglio Group S.p.A. ha deliberato di approvare il bilancio di esercizio al 31 dicembre 2021, (per tutti i dettagli si rimanda al comunicato stampa diffuso in data 30 aprile 2022)
- In data 8 luglio 2022 la capogruppo ha sottoscritto un aumento di capitale della controllata ECommerce Outsourcing Srl per Euro 436.644, portando il capitale sociale ad Euro 700 migliaia. Tale aumento è finalizzato al rafforzamento patrimoniale della controllata.

Fatti di rilievo successivi ai primi nove mesi dell'esercizio

- In data 10 novembre 2022 ha sottoscritto un importante contratto di e-commerce management services con Donnafugata, azienda vitivinicola siciliana nota a livello mondiale, a seguito di un importante bando di gara indetto da Donnafugata e vinto da Giglio Group SpA.

Evoluzione prevedibile della gestione

La permanenza dei rischi e dell'incertezza legati alla pandemia Covid-19 ed al conflitto in Ucraina richiede necessariamente ulteriore prudenza nell'affrontare il prossimo futuro. In tale contesto, l'e-commerce potrebbe risultare agevolato dal rallentamento forzato del retail fisico e dal cambio culturale in atto, si può quindi ragionevolmente ipotizzare una crescita costante degli stores digitali, visibile anche nei primi mesi dell'anno in corso, oltre a non poter sottovalutare il fatto che il sistema economico si trovi ad affrontare un'incessante crisi dei consumi abbinato ad una riduzione degli indici di fiducia delle imprese e dei consumatori. È quindi evidente che il beneficio dell'aumento delle vendite nei canali digitali non è sufficiente a supportare la decrescita degli altri canali e che quindi le aziende di prodotto si troveranno costrette ad accelerare processi di cambiamento, di semplificazione operativa e di forte digitalizzazione. In questo scenario la nostra divisione B2C – E-commerce Service Provider si trova inevitabilmente sotto pressione per le numerose richieste di aggiornamenti tecnologici richiesti dai nostri clienti al fine di incrementare le vendite ed il servizio ai clienti in modo più che proporzionale rispetto ad un'organica evoluzione di canale che si avrebbe avuta in un contesto normale. Questa situazione, che evidentemente mira a saturare la capacità produttiva del Gruppo ed obbliga ad un costante investimento per sostenere la crescita, implica anche una costante analisi sulla strategicità del proprio ruolo nei confronti dei brand partner (clienti) diventando sempre più un partner tecnico e di processo, oltre che un erogatore di servizio in outsourcing. La sfida dei prossimi mesi sarà quindi quella di rimanere sempre allineati con le richieste dei propri clienti dando ad essi sempre maggiore attenzione e di concentrarsi su nuovi progetti solo per costruire relazioni di lungo periodo ad elevato valore aggiunto sia per il cliente che per il Gruppo. In questo contesto si procederà a differenziare i settori per ridurre la propria dipendenza dal settore moda, concentrandosi dove l'azienda sta già operando, ovvero l'e-commerce per il retail, il design e home decor, l'healthcare ed il food. La divisione B2B, abilitatore per la commercializzazione di prodotti verso i marketplace e distribuzione internazionale, da una parte beneficia della crescita dei propri clienti marketplace che incrementano i propri volumi e la propria quota di mercato in modo rapido e costante, ma dall'altra parte è soggetta da una costante pressione sui prezzi che l'impoverimento dei consumatori porta a richiedere ai marketplace acquisti costanti solo in presenza di forti promozioni. Unitamente a tale contesto, i dazi applicati negli USA e in Cina per la merce di importazione

comprimono ulteriormente la possibilità di crescita della divisione che dovrà operare in modo sempre più selettivo e sempre più strategico con i brand partner aumentando il numero di marketplace e di countries con cui operare ed integrando i processi al fine di incrementare le efficienze. Le aspettative per questa divisione sono quindi di essere trainati dalla crescita dei propri clienti, seppur sempre più esigenti, investendo in sviluppo commerciale per considerare costantemente nuovi operatori e nuovi canali, oltre ad incrementare le categorie merceologiche in cui si opera oltre al settore fashion.

Dalle analisi di vendite dei primi nove mesi del 2022 emerge una sostanziale tenuta della divisione B2B rispetto ai dati consuntivi dello stesso periodo del 2021 ed in linea rispetto ai dati di budget 2022. Da segnalare le aspettative per l'ultimo trimestre generate dal settore food con la sigla di un nuovo contratto per le forniture di generi alimentari.

Con riferimento alla divisione B2C i primi nove mesi del 2022 registrano un incremento dei ricavi rispetto ai dati consuntivi dell'anno precedente ed in linea con i dati previsionali di budget.

Le aspettative della Società per l'ultimo trimestre 2022 non includono eventuali significativi impatti negativi derivanti dal conflitto militare in Ucraina né cambiamenti rilevanti nell'evoluzione dell'emergenza sanitaria e quindi ulteriori discontinuità e rallentamenti nelle attività economiche globali.

Deposito Documentazione

La Relazione semestrale al 30 settembre 2022 sarà messa a disposizione del pubblico, entro i termini e nei modi previsti dalla normativa di legge e regolamentare vigente e applicabile, sul sito internet della Società www.giglio.org e presso il meccanismo di stoccaggio autorizzato all'indirizzo www.emarketstorage.com.

Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari Carlo Micchi dichiara ai sensi dell'art. 154-bis, comma 2, del TUF che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

APPENDICE

STATO PATRIMONIALE:

(valori in migliaia di euro)	30.09.2022	31.12.2021	Variazione
Immobilizzazioni immateriali	15.579	16.230	(651)
Immobilizzazioni materiali	529	1.070	(541)
Immobilizzazioni finanziarie	319	238	81
Totale attivo immobilizzato	16.427	17.538	(1.111)
Rimanenze	1.882	2.238	(356)
Crediti commerciali	11.678	9.928	1.750
Debiti commerciali	(10.823)	(10.931)	108
Capitale circolante operativo/commerciale	2.737	1.235	1.502
Altre attività e passività correnti	(4.993)	(3.939)	(1.054)
Capitale circolante netto	(2.256)	(2.704)	448
Fondi rischi ed oneri	(420)	(746)	326
Attività/passività fiscali differite	816	757	59
Altre passività non correnti	-	-	-
Capitale investito netto	14.568	14.846	(278)
Totale Capitale investito netto	14.568	14.846	(278)
Patrimonio netto	3.016	2.296	720
Patrimonio netto di terzi	(57)	-	-
Indebitamento finanziario netto *	(17.528)	(17.142)	(386)
Totali Fonti	(14.568)	(14.846)	278

INDEBITAMENTO FINANZIARIO:

(in migliaia di Euro)	30.09.2022	31.12.2021	Variazione
A Disponibilità Liquide	2.510	2.474	36
B Mezzi equivalenti e disponibilità liquide			-
C Altre attività finanziarie correnti	2	2	-
D Liquidità (A + B + C)	2.512	2.476	36
E Debito finanziario corrente	(2.802)	(2.132)	(670)
<i>di cui con Parti Correlate</i>	723	(16)	739
F Parte corrente del debito finanziario non corrente	(4.940)	(3.784)	(1.156)
G Indebitamento finanziario corrente (E + F)	(7.742)	(5.916)	(1.826)
H Indebitamento finanziario corrente netto (G - D)	(5.230)	(3.439)	(1.790)
I Debito finanziario non corrente	(8.851)	(8.933)	81
<i>di cui con Parti Correlate</i>		(626)	626
J Strumenti di debito	(3.371)	(3.695)	324
K Debiti commerciali e altri debiti non correnti	(76)	(1.076)	1.000
L Indebitamento finanziario non corrente (I + J + K)	(12.298)	(13.703)	1.405
M Totale indebitamento finanziario (H + L)	(17.528)	(17.142)	(386)

CONTO ECONOMICO:

<i>(valori in euro migliaia)</i>	30.09.2022	30.09.2021	Variazione
Ricavi	27.849	27.822	27
Costi Operativi	(24.162)	(24.627)	465
VALORE AGGIUNTO	3.687	3.195	492
VALORE AGGIUNTO%	13,2%	11,5%	1,8%
Costi del personale	(2.880)	(4.148)	1.268
EBITDA	807	(953)	1.760
EBITDA%	2,9%	(3,4)%	6,3%
Ammortamenti e Svalutazioni	(900)	(1.139)	239
EBIT	(93)	(2.092)	1.999
Oneri finanziari netti	(835)	(881)	46
RISULTATO PRE-TAX	(928)	(2.973)	2.045
Imposte	78	105	(27)
RISULTATO DI PERIODO	(849)	(2.868)	2.019
RISULTATO DI PERTINENZA DI TERZI	(2)	0	(2)
RISULTATO DI PERIODO DI GRUPPO	(847)	(2.868)	2.021

Informazioni su Giglio Group:

Fondata da Alessandro Giglio nel 2003 e quotata in Borsa sul segmento STAR dal 2018, Giglio Group è leader in Italia nella progettazione, realizzazione e gestione di piattaforme di e-commerce ad alto valore aggiunto per i mondi Fashion, Design, Lifestyle e, più recentemente, Food ed Healthcare. Ha sede a Milano e filiali a New York, Roma, Lugano e Genova. Grazie alla sua notevole esperienza specifica, Giglio Group accompagna le aziende clienti nella distribuzione dei propri prodotti online attraverso una piattaforma unica nel suo genere, partendo dall'implementazione di e-store monomarca realizzati e gestiti a 360°. Inoltre integra l'attività con il placement dedicato sui principali marketplace del mondo garantendo la gestione online sia delle nuove collezioni che dello stock di rimanenze. L'unicità di un servizio online "a filiera completa" assicura così un sell through pari al 100%.

Per ulteriori informazioni:

Investor Relations, Elena Gallo: ir@giglio.org; elena.gallo@giglio.org (+39)0283974207