

COMUNICATO STAMPA**IL CDA APPROVA LA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE AL 30 GIUGNO 2023**

Palermo, 5 settembre 2023 - 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 2023, redatti secondo i principi contabili nazionali OIC.

Forte crescita del business nel primo semestre 2023: Ricavi che superano i 27 milioni di Euro (+23% rispetto al primo semestre 2022)

Profittabilità migliorata di 8 punti in soli due anni, con Adjusted EBITDA Margin pari al -0,9% contro il -4,8% registrato nel primo semestre del 2022 e il -8,9% del primo semestre 2021

Superati i 145.000 clienti attivi negli ultimi dodici mesi¹

Accelerazione dello sviluppo internazionale, con quota dei mercati esteri pari ai due terzi del Gross Merchandising Value totale, contro il 55% dell'H1 2019 pre-pandemia.

Principali risultati del primo semestre 2023 rispetto al primo semestre 2022:

- **Gross Merchandising Value²:** 31,6 milioni di Euro in crescita del +28% rispetto ai 24,6 milioni di Euro del primo semestre 2022 e del +84% rispetto ai 17,1 milioni di Euro del 2021;
- **Ricavi delle vendite e delle prestazioni:** 27,1 milioni di Euro in crescita del +23% rispetto ai 22 milioni di Euro del primo semestre 2022 e +78% rispetto ai 15,2 milioni di Euro del primo semestre 2021;
- **Customer base:** 145.000 il numero di clienti attivi negli ultimi 12 mesi (+23% rispetto allo stesso *kpi* del giugno 2022);
- **Adjusted³ EBITDA⁴ Margin:** -0,9% (-0,2 milioni di Euro), in netto miglioramento rispetto al -4,8% del primo semestre del 2022 (-1 milione di Euro) e rispetto al -8,9% del primo semestre 2021 (-1,3 milioni di Euro);
- **Risultato Netto:** pari a -0,9 milioni di Euro, in netto miglioramento rispetto a -1,6 milioni di Euro del primo semestre 2022 e -1,8 milioni di Euro del primo semestre 2021;

¹ Clienti attivi = clienti con almeno un ordine finalizzato negli ultimi 12 mesi.

² Gross Merchandising Value: valore delle vendite al lordo dei resi.

³ Adjusted EBITDA: EBITDA escluse le componenti straordinarie (non ricorrenti), queste ultime pari €0,04 mln e relative alla minusvalenza generata dall'alienazione di alcuni cespiti aziendali.

⁴ 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

- **Posizione Finanziaria Netta Adjusted⁵**: solidamente *cash positive* e pari a 8,5 milioni di Euro.

"Nonostante il contesto macroeconomico critico, questo semestre segna una nuova conferma delle nostre ambizioni, grazie a risultati tanto brillanti quanto controcorrente rispetto a quelli dei nostri competitor. Vicini al break-even e con un'ottima crescita dei ricavi, guardiamo al secondo semestre e al futuro con fiducia e determinazione" **ha commentato Giuseppe Giglio, Presidente e Amministratore Delegato di GIGLIO.COM.**

Nel primo semestre del 2023 GIGLIO.COM ha confermato il percorso di crescita e ritorno alla profittabilità già consolidato nel corso del 2022.

La Società ha realizzato **Ricavi delle vendite e delle prestazioni** pari a 27,1 milioni di Euro, in crescita del +23% rispetto al primo semestre del 2022, a conferma della validità del modello di business che consolida l'offerta di oltre 200 partner nel settore della moda di alta gamma.

Ad aver determinato questo risultato in controtendenza rispetto ai principali *competitor* è l'**assortimento dello Store**, in forte crescita grazie allo sviluppo del Community Store, ossia la comunità di boutique attive che compone l'assortimento della Società. I brand venduti nel semestre sono stati oltre 700 e 78.000 sono state le schede prodotto della stagione Primavera-Estate 2023 scattate presso gli studi fotografici di Palermo, capaci di raggiungere picchi di produzione pari 1.500 schede prodotto al giorno. La stagione ha dunque visto un incremento rispetto alla Primavera-Estate 2022 pari al 40% in termini di numero di schede prodotto e al 95% in termini di valore del catalogo. Oltre alla quantità, in termini qualitativi la Società continua a perseguire un posizionamento sempre più high-end, centrando un incremento del valore medio dei prodotti venduti nel semestre vicino al 10%.

Un marketing plan competitivo ha determinato una forte **crescita della customer base**. In particolare, il numero di nuovi clienti acquisiti nel semestre segna una crescita del 29% grazie ad un costo di acquisizione in diminuzione rispetto al primo semestre del 2022. La customer base supera, dunque, i 145.000 clienti attivi negli ultimi dodici mesi.

Il semestre è stato inoltre caratterizzato da importanti eventi per la Società che hanno inciso sui volumi di vendita. Fra questi, l'ingresso nella moda circolare grazie ad una partnership strategica stretta con un player leader di mercato come **Vestiaire Collective**. Inoltre, il **lancio della mobile APP** ha portato con sé notevoli ottimizzazioni alla *UX* del canale *mobile*, determinando così un incremento del tasso di conversione del 6% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Infine, l'apertura parziale del **nuovo hub logistico** di Palermo ha consentito alla Società di incrementare notevolmente la capacità di evasione degli ordini.

- Alla forte crescita dei ricavi si unisce anche un **forte miglioramento della profittabilità** e in particolare dell'**Adjusted EBITDA** (-0,2 milioni di Euro), con incidenza sui ricavi pari a -0,9%, che rappresenta un radicale miglioramento rispetto al -4,8% del primo semestre 2022 e al -8,9% del primo semestre del 2021. Le principali motivazioni che spiegano questa progressione di **8 punti di profittabilità in due soli due anni** sono:

⁵ Posizione Finanziaria Netta Adjusted: calcolata includendo anche il credito IVA, pari a 6,3 milioni di euro al 30 giugno 2023 (PFN reported 2,2 milioni di Euro + 6,3 milioni di Euro di credito IVA).

GIGLIO.COM

- Il **Primo Margine**⁶ pari al 28,8% che registra una progressione di 1,1 punti rispetto al 2022 e 4,3 punti rispetto al 2021. In valore assoluto, questo ammonta a 7,8 milioni di Euro, in aumento del +29% rispetto al primo semestre 2022 e del +111% rispetto al primo semestre del 2021.

- Una **razionalizzazione dei costi** attraverso la quale la Società ha migliorato per tutte le voci di costo la loro incidenza di questi sui ricavi. In particolare, l'incidenza dei costi di logistica (trasporto, *handling* e *packaging*) sui ricavi è diminuita di 1,2 punti rispetto al primo semestre 2022.

L'**EBIT**⁷ è pari a -0,9 milioni di Euro rispetto a -1,6 milioni di Euro al 30 giugno 2022.

Il **Risultato Netto** è pari a -0,9 milioni di Euro rispetto a -1,6 milioni di Euro del primo semestre del 2022.

Il **Patrimonio netto** ammonta a 10,2 milioni di Euro.

La **Posizione Finanziaria Netta Adjusted** al 30 giugno 2023 è pari complessivamente a 8,5 milioni di Euro rispetto a 11,9 milioni di Euro al 31 dicembre 2022. Tale variazione è riconducibile a due fattori principali. Da un lato, alla gestione operativa che ancora soffre di una condizione in cui i costi sono superiori ai ricavi. Dall'altro, ad un peggioramento del capitale circolante netto adjusted⁸ dovuto principalmente all'incremento di altre attività e al decremento dei debiti verso fornitori, entrambi dovuti all'implementazione di mirate politiche commerciali più profittevoli per la Società.

Fatti di rilievo al 30 giugno 2023

Al fine di ampliare gli spazi e la capacità di evasione della logistica, a gennaio 2023 la Società ha chiuso la sede logistica in via Sammuzzo – Palermo e contemporaneamente fatto un parziale set-up del nuovo centro operativo e logistico più capiente di Palermo in via San Lorenzo, aprendo metà dei 7.000mq della struttura. Il centro, che ospita già parte della logistica dedicata all'evasione degli ordini, a partire dal secondo semestre del 2023 ospiterà anche tutta la produzione digitale del catalogo, ossia la fotografia di quest'ultimo.

Nel maggio 2023 la Società ha lanciato ufficialmente la propria APP mobile al fine di offrire ai propri clienti un'esperienza di acquisto impeccabile sui *device* mobili.

A fine maggio 2023 l'azionista Equilybra S.p.A. ha comunicato alla Società la riduzione della propria partecipazione al di sotto della soglia di rilevanza del 5% del capitale, a seguito di una distribuzione ai propri soci delle azioni della Giglio.com S.p.A.

Il 29 giugno 2023 la Società annuncia l'inizio della partnership con Vestiaire Collective, leader internazionale della moda second-hand, per un progetto di economia circolare. In particolare, gli utenti hanno la possibilità di vendere i propri capi usati a Vestiaire Collective e ricevono in

⁶ Primo margine: ricavi delle vendite sul costo del prodotto venduto.

⁷ Earnings Before Interest and Taxes, indica il risultato prima degli oneri finanziari e delle imposte del periodo.

⁸ Capitale circolante netto adjusted: calcolato al netto del credito IVA, pari a 6,3 milioni di Euro al 30 giugno 2023 (4,2 milioni di Euro al 31 dicembre 2022).

GIGLIO.COM

cambio una gift card da spendere sul sito GIGLIO.COM, per acquistare articoli nuovi, del valore pari al valore dell'articolo venduto, maggiorato di un ulteriore 10% offerto da GIGLIO.COM.

Fatti di rilievo successivi al 30 giugno 2023

La Società, a seguito della delibera assembleare del 26 luglio 2023, ha avviato nel mese di agosto 2023, un piano di riacquisto di azioni proprie, c.d. Buy-Back, ai sensi degli articoli 2357 e seguenti del Codice civile.

Evoluzione prevedibile della gestione

Alla luce dell'incerto scenario macroeconomico e coerentemente con le priorità già perseguite nel primo semestre, la Società continuerà a porsi come obiettivo un ritorno alla profittabilità tramite un approccio prudente ai costi. La crescita sarà dunque ricercata tramite strategie cost-effective come lo sviluppo dei mercati internazionali nonché la profondità e l'ampiezza di catalogo, grazie a nuovi brand e categorie di prodotto garantiti dall'evoluzione del community store.

Il presente comunicato modifica, inoltre, il calendario finanziario degli eventi societari relativi all'esercizio 2023, così come riportato:

| Evento | Data |
|---|------------------------|
| Consiglio di Amministrazione per l'approvazione dei dati gestionali non auditati relativi al terzo trimestre 2023 | 7 novembre 2023 |

Il comunicato è disponibile nella sezione *Investors/comunicati stampa* del sito 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 Teleborsa S.r.l. - con sede in Piazza Priscilla, 4 - Roma.

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.

GIGLIO.COM

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 438114200
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 € | 30/06/2023 | % | 30/06/2022 | % | Variazione | % |
|--|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|-------------|
| Ricavi netti di vendita | 27.130 | | 21.971 | | 5.159 | 23% |
| Costo del venduto | (19.322) | (71,2) | (15.897) | (72,4) | (3.425) | 22% |
| Primo margine | 7.807 | 28,8 | 6.074 | 27,6 | 1.733 | 29% |
| Costi di marketing | (1.175) | (4,3) | (986) | (4,5) | (189) | 19% |
| Costi di trasporto, imballaggi e logistica | (2.119) | (7,8) | (1.984) | (9,0) | (135) | 7% |
| Dazi e oneri | (680) | (2,5) | (640) | (2,9) | (40) | 6% |
| Commissioni pagamenti | (677) | (2,5) | (596) | (2,7) | (81) | 14% |
| Trading Profit | 3.157 | 11,6 | 1.869 | 8,5 | 1.287 | 69% |
| Costi del personale | (2.178) | (8,0) | (1.804) | (8,2) | (374) | 21% |
| Costi di amministrazione e generali | (1.778) | (6,6) | (1.558) | (7,1) | (219) | 14% |
| Altri ricavi e contributi | 516 | 1,9 | 447 | 2,0 | 69 | 15% |
| EBITDA | (284) | (1,0) | (1.047) | (4,8) | 763 | -73% |
| Proventi e oneri non ricorrenti | 36 | 0,1 | 0 | 0,0 | 36 | - |
| EBITDA Adjusted | (247) | (0,9) | (1.047) | (4,8) | 799 | -76% |
| Ammortamenti | (592) | (2,2) | (535) | (2,4) | (57) | 11% |
| EBIT | (876) | (3,2) | (1.582) | (7,2) | 706 | -45% |
| Proventi e oneri finanziari | (33) | (0,1) | (28) | (0,1) | (5) | 20% |
| Risultato netto | (909) | (3,4) | (1.610) | (7,3) | 701 | -44% |

GIGLIO.COM

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO

| Dati in migliaia di € | 30/06/2023 | 31/12/2022 | Variazione | % |
|--|----------------|----------------|----------------|--------------|
| Immobilizzazioni immateriali | 6.328 | 6.330 | (2) | 0% |
| Immobilizzazioni materiali | 1.304 | 812 | 492 | 61% |
| Attivo fisso netto | 7.632 | 7.142 | 490 | 7% |
| Rimanenze | 89 | 78 | 10 | 13% |
| Crediti commerciali | 563 | 814 | (252) | -31% |
| Debiti commerciali | (6.576) | (7.622) | 1.047 | -14% |
| Capitale circolante operativo (CCO) | (5.924) | (6.730) | 805 | -12% |
| Altre attività | 9.065 | 5.775 | 3.290 | 57% |
| Altre passività | (2.310) | (2.450) | 140 | -6% |
| Capitale circolante netto (CCN) | 831 | (3.405) | 4.236 | -124% |
| Capitale circolante netto Adjusted* | (5.510) | (7.651) | 2.141 | -28% |
| Fondo rischi e oneri | (11) | (30) | 19 | -63% |
| Trattamento di fine rapporto | (428) | (365) | (63) | 17% |
| Capitale investito netto (CIN) | 8.025 | 3.343 | 4.682 | 140% |
| Attività finanziarie a breve | 4.365 | 9.847 | (5.481) | -56% |
| Passività finanziarie a breve | (389) | (386) | (3) | 1% |
| Passività finanziarie a medio/lungo | (1.821) | (1.714) | (106) | 6% |
| Posizione finanziaria netta (PFN) | 2.156 | 7.747 | (5.591) | -72% |
| Posizione finanziaria netta Adjusted* | 8.497 | 11.993 | (3.496) | -29% |
| Patrimonio netto | 10.181 | 11.090 | (909) | -8% |

GIGLIO.COM

| RENDICONTO FINANZIARIO, METODO INDIRETTO | 30/06/2023 | 30/06/2022 |
|--|--------------------|--------------------|
| A. Flussi finanziari derivanti dell'attività operativa (metodo indiretto) | | |
| Utile (perdita) dell'esercizio | (908.950) | (1.609.908) |
| Interessi passivi/(attivi) | 27.874 | 21.193 |
| (Plusvalenze)/minusvalenze derivanti dalla cessione di attività | 36.223 | - |
| 1. Utile (perdita) dell'esercizio prima d'imposte sul reddito, interessi, dividendi e plus/minusvalenze da cessione | (844.853) | (1.588.716) |
| <i>Rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto</i> | | |
| Accantonamenti ai fondi | - | 9.894 |
| Ammortamenti delle immobilizzazioni | 591.937 | 535.409 |
| Altre rettifiche in aumento/(in diminuzione) per elementi non monetari | 99.479 | 83.268 |
| Totale rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto | 691.416 | 628.570 |
| 2. Flusso finanziario prima delle variazioni del capitale circolante netto | (153.437) | (960.145) |
| <i>Variazioni del capitale circolante netto</i> | | |
| Decremento/(incremento) delle rimanenze | (10.170) | (58.949) |
| Decremento/(incremento) dei crediti verso clienti | 251.710 | (268.096) |
| Incremento/(decremento) dei debiti verso fornitori | (1.049.910) | (488.289) |
| Decremento/(incremento) ratei e risconti attivi | 15.046 | 2.530 |
| Incremento/(decremento) ratei e risconti passivi | 13.739 | 429.429 |
| Altri decrementi/(altri incrementi) del capitale circolante netto | (3.455.915) | (1.816.762) |
| Totale variazioni del capitale circolante netto | (4.235.500) | (2.200.137) |
| 3. Flusso finanziario dopo le variazioni del capitale circolante netto | (4.388.500) | (3.160.282) |
| <i>Altre rettifiche</i> | | |
| Interessi incassati/(pagati) | (27.874) | (21.193) |
| (Utilizzo dei fondi) | (18.786) | (44.369) |
| Altri incassi/(pagamenti) | (36.775) | (22.380) |
| Totale altre rettifiche | (83.435) | (87.942) |
| Flusso finanziario dell'attività operativa (A) | (4.472.372) | (3.248.225) |
| B. Flussi finanziari derivanti dall'attività d'investimento | | |
| <i>Immobilizzazioni materiali</i> | | |
| (Investimenti) | (596.858) | (102.670) |
| Disinvestimenti | 28.000 | - |
| <i>Immobilizzazioni immateriali</i> | | |
| (Investimenti) | (561.402) | (331.136) |
| Disinvestimenti | 12.000 | - |
| Flusso finanziario dell'attività di investimento (B) | (1.118.260) | (433.806) |
| C. Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento | | |
| <i>Mezzi di terzi</i> | | |

GIGLIO.COM

| | | |
|--|--------------------|--------------------|
| Incremento/(decremento) debiti a breve verso banche | (190.586) | (174.940) |
| Accensione finanziamenti | 299.841 | - |
| (Rimborso finanziamenti) | - | (100.000) |
| Flusso finanziario dell'attività di finanziamento (C) | (109.255) | (274.940) |
| Incremento (decremento) delle disponibilità liquide (A ± B ± C) | (5.481.377) | (3.956.971) |
| Disponibilità liquide all'inizio dell'esercizio | 9.846.536 | 14.650.035 |
| <i>di cui:</i> | | |
| depositi bancari e postali | 9.844.996 | 14.648.149 |
| denaro e valori in cassa | 1.540 | 1.886 |
| Disponibilità liquide alla fine dell'esercizio | 4.365.158 | 10.693.064 |
| <i>di cui:</i> | | |
| depositi bancari e postali | 4.362.156 | 10.691.562 |
| denaro e valori in cassa | 3.002 | 1.502 |