

GIGLIO.COM

COMUNICATO STAMPA

GIGLIO.COM CHIUDE IL TERZO TRIMESTRE CON RICAVI DI VENDITA DEI PRIMI NOVE MESI IN CRESCITA DEL 17% RISPETTO AL 2022 E DEL 63% RISPETTO AL 2021

- **Ricavi delle vendite** dei primi 9 mesi del 2023 pari a 39,1 milioni di euro e **GMV¹** pari a 45,6 milioni di euro, in forte crescita rispettivamente del 17% e 22% rispetto allo stesso periodo del 2022, nonché del 63% e 71% rispetto allo stesso periodo del 2021.
- Due terzi del GMV realizzati all'estero, con strategia di **rifocalizzazione sull'Europa** in un contesto di forte incertezza della domanda di beni di lusso in Nord America e Asia. GMV in forte crescita proprio nel vecchio continente: Germania (135%), Austria (114%), Svizzera (66%), Francia (67%), Paesi Bassi (115%).
- La crescente incidenza delle **selezioni di prodotto più high-end** determina un +10% sul valore medio dei prodotti venduti rispetto allo stesso periodo del 2022.
- Brillante **inizio di stagione Autunno-Inverno 2023** con un GMV in crescita del 30% a settembre e del 28% a ottobre rispetto agli stessi mesi del 2022.

Palermo, 7 novembre 2023 – 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, ha approvato i dati relativi ai Ricavi realizzati nel terzo trimestre 2023, non sottoposti a revisione legale, e i principali KPI, con una crescita che conferma il trend positivo dei risultati della Società.

I primi nove mesi del 2023 di GIGLIO.COM chiudono con Ricavi delle Vendite pari a 39,1 milioni di euro e con GMV pari a 45,6 milioni di euro, in crescita rispettivamente del 17% e del 22% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, nonché del 63% e 71% rispetto allo stesso periodo del 2021.

La Società ha registrato due terzi del GMV all'estero e continua dunque a far leva sul processo di internazionalizzazione del business. La forte incertezza che la flessione della domanda in Nord America e Asia ha comportato per l'intera *industry*, ha spinto

¹ **Gross Merchandise Value:** indica il valore delle transazioni effettuate, non comprensive di IVA, al lordo dei resi.

GIGLIO.COM

la Società a concentrare gli sforzi di crescita sull'Europa. Ottimi risultati sono stati registrati infatti proprio nel vecchio continente, con GMV in forte crescita in Germania (135%), Austria (114%), Svizzera (66%), Francia (67%), Paesi Bassi (115%).

Motore della crescita è un modello di business che, grazie al contributo di circa 200 partners attivi, permette alla Società di raddoppiare il valore del catalogo a disposizione dei propri clienti rispetto all'anno precedente. Nel corso del semestre i 20 milioni di visitatori hanno dunque potuto scegliere e acquistare oltre 750 brand diversi. Da un punto di vista qualitativo invece, prosegue il percorso di posizionamento del catalogo verso una selezione sempre più high-end; il valore medio dei prodotti venduti è cresciuto del 10% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Nel terzo trimestre 2023 la Società ha registrato ricavi delle vendite pari a 11,9 milioni di euro e GMV pari a 14 milioni di euro, in crescita rispettivamente del 4% e 9% rispetto allo stesso periodo del 2022. A trainare la domanda un brillante inizio di stagione Autunno-Inverno 2023, a settembre infatti il GMV ha registrato una crescita del 30% rispetto all'anno precedente. Il trend positivo è stato confermato anche all'inizio del quarto trimestre, ottobre ha infatti registrato una crescita di GMV pari al 28% rispetto all'anno precedente.

La Società conferma il focus sulla profittabilità che già nel corso del primo semestre gli aveva permesso il recupero di 3,9 punti percentuali di EBITDA Margin. Nel corso del terzo trimestre, infatti, il Gross Profit Margin² ha registrato un incremento di 1,2 punti percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In valore assoluto il Gross Profit del trimestre è dunque stato pari a 3,2 milioni di euro, +9% rispetto al terzo trimestre del 2022.

I risultati di cui sopra sono stati ottenuti grazie all'eccellente efficientamento delle spese di marketing, la cui incidenza sul totale ricavi è infatti diminuita di un punto percentuale rispetto allo stesso periodo del 2022. Al loro interno, anche investimenti volti all'incremento della brand awareness, con una campagna di affissioni nelle principali località turistiche della Sicilia nel corso dei mesi di luglio e agosto, aventi come target i turisti più abbienti provenienti da tutta Europa.

“Ci muoviamo in un contesto di mercato in cui lo shopping euforico post-pandemico ha ceduto il passo ad un processo di normalizzazione della domanda. Proprio alla luce di ciò, i risultati che presentiamo oggi rappresentano una vera e propria conferma della nostra capacità non solo di acquisire quote di mercato, ma di puntare strategicamente ed energicamente all'obiettivo primario della redditività, grazie al nostro modello di business, resiliente alle intemperie” – ha commentato **Giuseppe Giglio, Chairman & CEO di GIGLIO.COM.**

² **Gross Profit Margin:** Ricavi delle vendite meno costo del venduto, diviso ricavi delle vendite

GIGLIO.COM

Il comunicato è disponibile nella sezione Investors/comunicatistampa 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. 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