



Giglio Group SPA

Nel primo trimestre 2021 il Gruppo conferma il contesto globale del mercato E-commerce al tempo del Covid, infatti la GMV degli stores attivi e gestiti dal Gruppo nella divisione B2C cresce mediamente del 40% rispetto al 1° trimestre del 2020

Si normalizza il percorso della divisione B2B rispetto allo stesso periodo del 2020 che in piena pandemia era stato positivamente caratterizzato dalla temporanea commercializzazione dei Dispositivi Healthcare.

Il Gruppo conferma i target 2022 a 70Mio di Ricavi e 4,55 Mio di EBITDA ed il target 2023 a 82 Mio di fatturato e 6,57 di EBITDA

GIGLIO GROUP: IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA IL RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 31 MARZO 2021

- **RICAVI** pari a 10,1 Mio in diminuzione rispetto al primo trimestre 2020 del 28,9% in cui i ricavi erano pari a 14,18 Mio
- **EBITDA** pari a 0,1 Mio in diminuzione rispetto al primo trimestre 2020 in cui l'EBITDA era pari a 0,6 Mio
- **EBIT** pari a -0,35 Mio in diminuzione rispetto al primo trimestre 2020 in cui l'EBIT era positivo di 0,19 Mio
- **PFN** pari a 14,8 Milioni in diminuzione rispetto al primo trimestre 2020 del 15% in cui la PFN era pari a 17,44 Milioni.
- **RISULTATO NETTO** pari a -0,5 Mio in diminuzione rispetto al primo trimestre 2020 in cui il risultato netto era negativo per -0,13 Mio.
- **La Società conferma i target 2022 a 70Mio di Ricavi e 4,55 Mio di EBITDA ed il target 2023 a 82 Mio di fatturato e 6,57 di EBITDA.**

Milano, 16 maggio 2021 –Giglio Group S.p.A. (Ticker GG), società quotata sul mercato MTA –segmento STAR gestito d Borsa Italian s.p.a.: comunica che, nella giornata di ieri, il Consiglio di Amministrazione della Società ha approvato il Resoconto Intermedio di Gestione al 31 marzo 2021.

- *Il fatturato del Gruppo al 31.03.2021 registra una riduzione del 28,9% in particolare nella divisione B2B per effetto della cessazione della commercializzazione di dispositivi Healthcare che hanno caratterizzato i primi due trimestri del 2020. La divisione B2C rallenta del 7% per effetto dell'uscita di alcuni clienti durante il periodo Aprile 2020-Agosto 2020 che hanno cambiato la propria strategia digitale a seguito della Pandemia Covid. In media al 31.03 gli stores B2C gestiti dal Gruppo crescono del 40% rispetto al 1° trimestre del 2020.*
- *Parallelamente, l'EBITDA della divisione B2C **augmenta del 840%** (0,37Mio vs 0,004Mio) a fronte della migliorata gestione della divisione e delle sinergie ottenute dall'integrazione di E-Commerce Outsourcing Srl e della piattaforma proprietaria omnicanale Terashop. Si reduce fortemente l'EBITDA*

della divisione B2B dai 1,66 Mio del 2020 ai 0,63 Mio del 2021 per effetto della riduzione dei ricavi e della marginalità apportata nel 2020 dalla divisione Healthcare.

- Si registra una significativa riduzione pari al -22% dei costi corporate sul risultato del trimestre rispetto allo stesso periodo del 2020.
- La posizione finanziaria netta si riduce del 15% rispetto allo stesso periodo del 2020 ed è pari a 14,8 Mio. E' in aumento rispetto al 31.12.2020 per effetto della stagionalità del business che prevede il picco delle disponibilità liquide sulla fine dell'anno. L'indebitamento è confermato per oltre il 70% a medio lungo termine.
- La variazione dell'indebitamento netto avvenuto tra il 31.12.19 ed il 31.03.2020 è stata negativa di 5,2 Mio, mentre la variazione di indebitamento avvenuta tra il 31.12.20 ed il 31.03.2021 è stata negativa di 4,11 Mio, ovvero 1,1Mio in miglioramento rispetto lo scorso anno a parità di stagionalità.
- Il risultato netto di periodo di -0,5 Mio risente di 0,455 Mio di ammortamenti e rispetto al risultato di -0,1 Mio del 31.03.2020 non ha beneficiato di proventi finanziari di circa 0,2 Mio maturati nel primo trimestre del 2020.
- La società conferma che il percorso avviato nel 2020 di concentrazione solo sul business dell'e-commerce e sulla distribuzione internazionale tramite marketplace e canali selettivi sta procedendo secondo le aspettative ed in linea con il Piano Industriale. Il 2020 è stato caratterizzato da notevole incertezza ed estemporaneità con la quale la Società ha reagito avviando il business dell'Healthcare che attualmente si è fortemente ridotto. Dalla seconda metà del 2020 è stato avviato un cambio di management che sta portando ad una sensibile riduzione dei costi di struttura, ad una migliore gestione dell'indebitamento ed ad uno sviluppo trainato dalla gestione più efficiente della divisione B2C. Tale Divisione si sta concentrando su nuovi servizi digitali e sui settori dove il Gruppo ha sviluppato maggiore know how, ovvero il fashion, il design, il food e le aziende retail. Parallelamente lo sviluppo della divisione B2B, oltre che attraverso la focalizzazione verso i principali marketplace a livello globale, avverrà anche per la crescita della distribuzione internazionale e dei mercati asiatici dove già il secondo semestre dell'anno e la ripresa imminente post Pandemia potrà portare una forte accelerazione alla crescita.

Per questi motivi la Società ritiene che il piano industriale 2021-2024 potrà essere raggiunto e che ogni trimestre successivo a quello attuale dimostrerà il miglioramento pianificato ed il raggiungimento dei target 2022 a 70Mio di Ricavi e 4,55 Mio di EBITDA ed il target 2023 a 82 Mio di fatturato e 6,57 di EBITDA.

Non si segnalano ulteriori fatti di rilievo intervenuti nel trimestre in aggiunta da quanto comunicato dalla società in data 11 Maggio 2021.

Di seguito si riportano I principali dati economici e finanziari consolidati del Gruppo al 31.03.2021:

<i>(valori in euro migliaia)</i>	31.03.2021	31.03.2020	Variazione
Ricavi	10.089	14.182	(4.093)
Costi Operativi	(8.708)	(12.113)	3.405
VALORE AGGIUNTO	1.381	2.069	(688)
VALORE AGGIUNTO%	13,7%	14,6%	(0,9)%
Costi del personale	(1.280)	(1.422)	142
EBITDA	101	647	(546)
EBITDA%	1,0%	4,6%	(3,6)%
Ammortamenti e Svalutazioni	(455)	(456)	1
EBIT	(354)	191	(545)
Oneri finanziari netti	(238)	(206)	(32)
RISULTATO PRE-TAX	(592)	(15)	(577)
Imposte	87	(112)	199

RISULTATO DI PERIODO	(505)	(127)	(378)
EBIT %	(3,5)%	1,3%	(4,9)%
RISULTATO DI PERIODO %	(5,0)%	(0,9)%	(4,1)%

(in migliaia di Euro)	31.03.2021	31.12.2020	Variazione
A. Cassa	1.437	5.085	(3.648)
B. Assegni e depositi bancari e postali	-	-	-
C. Titoli detenuti per la negoziazione	2	2	-
D. Liquidità (A) + (B) + (C)	1.439	5.087	(3.648)
E. Crediti finanziari correnti	480	480	-
F. Debiti bancari correnti	(1.117)	(826)	(291)
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	(2.225)	(1.851)	(374)
H. Prestito obbligazionario corrente	(500)	(500)	-
I. Altri debiti finanziari correnti	(1.076)	(919)	(157)
<i>di cui con Parti Correlate</i>	<i>(633)</i>	<i>(493)</i>	<i>(140)</i>
J. Indebitamento finanziario corrente (F) + (G) + (H)	(4.918)	(4.096)	(822)
K. Indebitamento finanziario corrente netto (I) + (E) + (D)	(2.999)	1.471	(4.470)
L. Debiti bancari non correnti	(6.046)	(6.412)	366
M. Obbligazioni emesse	(4.325)	(4.304)	(21)
N. Altri debiti non correnti	(1.455)	(1.467)	12
<i>di cui con Parti Correlate</i>	<i>(277)</i>	<i>(417)</i>	<i>140</i>
O. Indebitamento finanziario non corrente (K) + (L) + (M)	(11.825)	(12.183)	358
P. Indebitamento finanziario netto (J) + (N)	(14.825)	(10.712)	(4.113)

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Carlo Micchi, dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

Nomina di un nuovo Investor Relator

Si segnala inoltre che la Società ha assegnato l'incarico di Investor Relator *ad interim* al dottor Marco Riccardo Belloni, la società ringrazia il dott. Massimo Mancini per il lavoro svolto.

Deposito Documentazione

Si comunica che sarà messa a disposizione del pubblico - tramite diffusione attraverso il meccanismo di stoccaggio autorizzato www.marketstorage.it, nonché tramite pubblicazione sul sito internet della Società www.giglio.org - sezione Investor Relations - Bilanci e Relazioni: il Resoconto Intermedio di Gestione al 31 marzo 2021.

Informazioni su Giglio Group

Fondata 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, Shanghai, Roma, Lugano e Genova. Grazie alla sua notevole esperienza specifica, Giglio Group accompagna le aziende clienti nella distribuzione dei propri prodotti sia attraverso la distribuzione internazionale sia verso i canali online implementando e-store monomarca omnicanale realizzati e gestiti a 360° e integra l'attività con il placement dedicato sui principali marketplace del mondo garantendo la gestione online delle nuove collezioni, delle flash sales e dello collezioni delle stagioni precedenti.

Per ulteriori informazioni:

Investor Relations: ir@giglio.org (+39)0283974207

Relazioni Esterne: elena.gallo@giglio.org (+39)0283974207

Ufficio Stampa: Antonio.bellantoni@giglio.org