



GIGLIO GROUP: APPROVATI I RISULTATI del 1° TRIMESTRE 2019

- **Gross Merchandise Value (GMV*)** pari ad Euro 25,9 milioni, in aumento del 12% rispetto allo stesso periodo del 2018;
- **RICAVI IFRS 15 consolidati** pari ad Euro 11,5 milioni, in crescita del 7% rispetto ai ricavi dell'esercizio 2017, pari ad Euro 10,8 milioni;
- **L'EBITDA adjusted delle continuing operations** pari a 0,5 Milioni di Euro (Euro 0,9 Milioni dati consolidati 31 marzo 2018), normalizzato dagli oneri non ricorrenti (pari a 0,5 milioni di Euro) e dagli effetti IFRS 5 comprende: (i) i costi di sviluppo degli e-commerce store in Cina i cui ricavi inizieranno a manifestarsi nel secondo semestre dell'esercizio e (ii) i costi relativi alla dismissione delle attività dell'area media, che secondo l'accordo di marzo 2019, non sono comprese nel perimetro ceduto in conferimento a Vertice 360.
- **Il Risultato Netto del periodo**, negativo per 0,8 milioni di Euro, in decrescita rispetto all'esercizio 2018 (Euro 0,6 milioni), non tiene conto dei 2,8 Milioni di Euro di Plusvalenze che verranno registrate nel Bilancio 2019 all'atto del closing dell'operazione di conferimento delle attività dell'area media, contrariamente alle minusvalenze già conteggiate nell'esercizio 2018.
- **La Posizione Finanziaria Netta** pari ad Euro 18,7 milioni, normalizzata dall'effetto IFRS 16, evidenzia un miglioramento rispetto al 31 dicembre 2018 di Euro 0,5 milioni. La PFN si attesta a Euro 21,1 milioni. Questi dati non incorporano ancora quanto Giglio Group riceverà nel corso dell'esercizio in conseguenza dell'operazione di conferimento dell'area media, per un controvalore definito in Euro 12,5 milioni;
- **Il business oltre ad espandersi in maniera significativa**, con l'ingresso di nuovi brand del fashion, sta ampliandosi a nuovi settori del luxury/gioielli, design e food.
- **In Cina, avvio dell'attività B2C con l'apertura dei primi store nel corso dell'estate 2019** che si affiancherà all'attività B2B che, rispetto al primo Q 2018, ha registrato una crescita del 127%.
- **GMV (Gross Merchandise Value)**. Il GMV è definito come il valore di tutte le merci vendute ai clienti finali dopo cancellazioni e resi e IVA inclusa; comprende i ricavi B2B esclusa IVA. e include eventuali altri ricavi B2C (ad esempio, i costi di servizio per l'utilizzo del software) - questi sono inclusi solo nelle entrate. GMV viene registrato in base al momento della consegna e della fatturazione al cliente. A riferimento, il GMV secondo questa definizione dell'esercizio 2018 era pari ad Euro 86,7 milioni.

- **Avvio del processo di riorganizzazione ed ottimizzazione delle attività produttive finalizzato ad un efficientamento delle risorse e ad un notevole risparmio di costi operativi e corporate.**
- **Nomina di Carlo Maria Micchi, amministratore esecutivo, a Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili.**
- **Nell'ambito dell'operazione di conferimento delle attività media alla società Vertice 360 estensione del termine per la sottoscrizione dei documenti contrattuali dal 30 aprile 2019 al 30 giugno 2019.**

Milano, 15 maggio 2019 - Il Consiglio di Amministrazione di **Giglio Group S.p.A. (Ticker GGTV)** ("**Giglio Group**" o la "**Società**") – prima società di *e-commerce* 4.0 quotata sul mercato MTA-STAR di Borsa Italiana - riunitosi ieri, 14 maggio 2019, ha approvato il Resoconto Intermedio di Gestione al 31 marzo 2019 redatto secondo i principi contabili internazionali IFRS. Il trimestre registra un risultato negativo per Euro 0,8 milioni ed include gli oneri straordinari collegati all'uscita dall'area media, mentre nel corso dell'esercizio 2019, appena diverrà effettivo il trasferimento delle attività media, verrà registrata una plusvalenza di 2,8 milioni di Euro.

Alessandro Giglio, Presidente e Amministratore Delegato di Giglio Group, dichiara: *"Liberi dall'attività media siamo concentrati esclusivamente sulla nostra attività e-commerce, il business oltre ad espandersi continuamente, con l'ingresso di nuovi brand del fashion, sta ampliandosi a nuovi settori del luxury/gioielli, design e food. In questo primo semestre stiamo investendo il nostro tempo e le nostre risorse per l'apertura diretta dei nostri store digitali in Cina nel settore fashion, che inizieranno le prime vendite nell'estate 2019, e per avviare a livello globale la nostra nuova piattaforma di distribuzione delle eccellenze del food made in italy sui più importanti market place del globo. Nelle prossime settimane comunicheremo al mercato, attraverso una conferenza stampa, i nomi dei nostri top partner dell'industry italiano e i dettagli del progetto".*

Giglio Group espande a nuovi importanti settori merceologici la propria attività e-commerce

Giglio Group apre la propria attività di e-commerce, oltre al fashion, a nuovi settori merceologici:

Luxury/gioielli: è proprio del 13 maggio 2019 la notizia dell'accordo con un'importante azienda del comparto gioielli, Mabina Srl, che ha scelto di collaborare con iBox Digital per il proprio brand Kidult, in contemporanea con il lancio di una importante campagna televisiva, allo scopo di ampliare l'area e-commerce e sviluppare il business sui Marketplace; oltre a questo, sono in corso trattative avanzate per altri prodotti del settore.

Design: sono alla firma importanti contratti con alcuni dei più rilevanti brand del design made in Italy, i cui nomi verranno a giorni comunicati al mercato contestualmente alla sigla degli accordi.

Food: Giglio Group, forte dell'esperienza del mondo fashion, in cui vi è la necessità di adottare strategie commerciali fortemente basate sull'online, ha presentato la propria gamma di servizi e la propria piattaforma al mondo del food made in Italy, cercando di trasmettere l'opportunità di essere immediatamente presente su una moltitudine di marketplace a livello globale, affiancando la propria catena distributiva di grossisti o, addirittura, andando a coprire per la prima volta nuove geografie. La risposta è stata sorprendente e nell'arco di poco tempo, alcuni tra i più noti produttori alimentari di differenti referenze merceologiche, con grande potenziale all'estero o con già ben avviato export, con un fatturato aggregato di oltre 2 miliardi di euro, hanno risposto con grande entusiasmo. Nelle prossime settimane Giglio Group comunicherà al mercato, attraverso una conferenza stampa, i dettagli del progetto.

Si fa presente che il primo semestre 2019 recepisce integralmente i costi di creazione e sviluppo delle nuove attività digitali dei brand acquisiti tra i quali Trussardi, Bric's, Stefano Ricci, Kidult, Moreschi, e di altri i cui nomi verranno progressivamente comunicati, nonché lo sviluppo delle piattaforme per la vendita digitale e sui marketplace di nuovi settori merceologici quali il design ed eventualmente il food.

Avvio dell'attività B2C con l'apertura dei primi store in Cina nel corso dell'estate 2019

Entro l'estate 2019, Giglio Group avvierà l'attività B2C in Cina, partendo dalle partnership consolidate con i marchi Bric's, Trussardi e Stefano Ricci a cui a breve si uniranno altri brand.

La Cina è un mercato prioritario e Giglio Group, grazie all'ICP Licence e alla sua struttura in loco, può assicurare le vendite dirette al consumatore finale con costi di avviamento estremamente ottimizzati e con un veloce time to market. L'avviamento dell'area B2C (Business to Consumer) si affianca alla già consolidata area B2B (Business to Business), dedicata alla gestione della vendita online delle collezioni on season e off season, attraverso le vetrine dei digital retailers più importanti al mondo, che quest'anno ha registrato sul mercato cinese una crescita del 127% rispetto al Q1 2018.

Avvio del processo di riorganizzazione ed ottimizzazione delle attività produttive finalizzato ad un efficientamento delle risorse e ad un notevole risparmio di costi operativi e corporate

A seguito della dismissione dell'area media e nell'ambito del processo di focalizzazione e crescita strutturata del business, il Gruppo decide di concentrare le proprie attività nell'Headquarter di Milano. Questa scelta, volta al riordino e all'ottimizzazione di alcune attività, porterà, a partire dal 2020 ad una più fluida organizzazione sui processi legati al prodotto, ad un efficientamento delle risorse e ad un notevole risparmio di costi operativi e corporate.

Analisi della gestione economico finanziaria consolidata di Giglio Group

Di seguito riportiamo i principali dati economici consolidati.

Rileviamo che in conformità alle disposizioni del principio contabile IFRS 5 "Attività non correnti possedute per la vendita e attività operative cessate", i risultati economici del settore media sono stati rappresentati come "Discontinued operations".

Inoltre si evidenzia che a partire dal 1 gennaio 2019, il Gruppo, conformemente a quanto richiesto dai principi contabili e relativi emendamenti ed interpretazioni omologati dall'UE, ha adottato il principio contabile IFRS 16 - Leases.

Il metodo di transizione adottato dal Gruppo consiste nel modified retrospective; pertanto, si segnala che i dati economici relativi al primo trimestre 2018 non sono stati riesposti.

Conto Economico Consolidato Riclassificato

<i>(valori in euro migliaia)</i>	31.03.2019	31.03.2018	Variazione
Ricavi	11.506	10.754	752
Costi Operativi	(9.985)	(9.079)	(906)
VALORE AGGIUNTO	1.521	1.675	(154)
VALORE AGGIUNTO%	13,2%	15,6%	(2,4)%
Costi del personale	(1.041)	(777)	(264)
EBITDA adjusted	480	898	(418)
EBITDA%	4,2%	8,4%	(4,2)%
Oneri non recurring	(442)	(459)	17
Ammortamenti e Svalutazioni	(384)	(63)	(321)
EBIT	(346)	377	(723)
Oneri finanziari netti	(396)	(220)	(176)
RISULTATO PRE-TAX	(742)	157	(899)
Imposte	(40)	(96)	56
RISULTATO DI PERIODO DERIVANTE DA ATTIVITA' DESTINATE A CONTINUARE	(782)	61	(843)
RISULTATO DI PERIODO DERIVANTE DA ATTIVITA' DESTINATE ALLA DISMISSIONE	(39)	545	(584)
RISULTATO DI PERIODO	(821)	606	(1.427)
EBIT adjusted oneri non recurring	96	836	(740)
EBIT adjusted oneri non recurring %	0,8%	7,8%	(6,9)%
RISULTATO DI PERIODO DERIVANTE DA ATTIVITA' DESTINATE A CONTINUARE adjusted oneri non recurring	(340)	520	(860)
RISULTATO DI PERIODO DERIVANTE DA ATTIVITA' DESTINATE A CONTINUARE adjusted oneri non recurring %	(3,0)%	4,8%	(7,8)%
RISULTATO DI PERIODO adjusted oneri non recurring	(379)	1.065	(1.444)
RISULTATO DI PERIODO adjusted oneri non recurring %	(3,3)%	9,9%	(13,2)%

I ricavi consolidati delle continuing operations, pari a 11,5 milioni di Euro, sono in crescita per Euro 0,7 milioni (+7%) rispetto ai dati consolidati relativi allo stesso periodo dell'esercizio precedente (Euro 10,7 milioni).

Tale incremento è ascrivibile:

- al settore e-commerce B2B per Euro 0,4 milioni (+6,2% rispetto ai consolidati relativi al primo trimestre 2018) per via dei maggiori volumi di vendita che hanno interessato il mercato cinese;
- al settore e-commerce B2C per Euro 0,3 milioni (+8,2% rispetto ai consolidati del primo trimestre 2018) per via dei maggior volumi di transato relativamente ai brand già gestiti sia all'ingresso nel portafoglio clienti di nuovi brand.

Il totale dei costi operativi delle continuing operations, al netto dei costi non ricorrenti, si attesta a 10 mln di Euro (9,1 mln di Euro dati consolidati relativi al primo trimestre 2018), come conseguenza

dell'incremento del volume di affari che ha determinato aumenti nei costi di acquisto di prodotti, costi per servizi e costi per godimento beni di terzi.

I costi del personale aumentano di 0,3 milioni di Euro, rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, principalmente per via dell'incremento dell'organico con riferimento alle funzioni di business development, di vendita e staff dell'area digital.

L'EBITDA delle continuing operations, pari a Euro 0,5 milioni (Euro 0,9 milioni dati consolidati primo trimestre 2018), normalizzato dagli oneri non ricorrenti (pari a 0,4 milioni di Euro) è in decrescita per via: dei maggiori costi del personale legati agli investimenti in risorse umane; oneri legati allo sviluppo del business (pubblicità ed espansione della rete commerciale); costi inerenti sia alla piattaforma di e-commerce che al nuovo gestionale contabile (training, canoni etc.), a supporto dei maggiori volumi di transazioni attesi e dell'integrazione con i marketplace a livello globale ed in Cina in particolare; per maggiori costi centrali per adeguarsi allo stato di una società internazionale quotata nel qualificato segmento Star di Borsa Italiana.

In particolare, gli oneri non ricorrenti si riferiscono per:

- Euro 0,4 milioni relativi agli oneri legati all'operazione di conferimento nella società Vértice Trescientos Sesenta Grados (Vertice 360) degli asset afferenti al business dell'area media del Gruppo ;

L'EBIT delle continuing operations normalizzato dagli oneri non ricorrenti si attesta a 0,1 mln di Euro (Euro 0,8 milioni dati consolidati relativi al primo trimestre 2018).

Il risultato netto delle continuing operations normalizzato dagli oneri non ricorrenti è pari a -0,3 mln di Euro (Euro 0,5 milioni dati consolidati relativi allo stesso periodo dell'esercizio precedente) in decrescita per via di maggiori oneri finanziari legati ai nuovi finanziamenti accesi nel corso del 2018. Tale risultato, in particolare, sconta:

- una maggiore incidenza degli oneri finanziari, pari a Euro 0,4 milioni (Euro 0,2 milioni dati consolidati primo trimestre 2018), principalmente per i maggiori costi del servizio di factoring e interessi sui finanziamenti accesi successivamente al primo trimestre 2018.

Analisi della Gestione Patrimoniale e Finanziaria al 31 marzo 2019

In data 11 marzo 2019 ha avuto luogo la sottoscrizione di un accordo di conferimento nella società Vértice Trescientos Sesenta Grados (Vertice 360) degli asset afferenti il business dell'area media del gruppo a fronte di un aumento di capitale riservato del valore nominale di Euro 1.136.363,64 con emissione di n. 1.136.363.636 azioni Vertice 360 a favore della Società. Il closing dell'operazione è previsto per il mese di novembre 2019.

Conseguentemente in applicazione del principio contabile IFRS 5 le attività destinate alla dismissione e le relative passività ad esse associate ed attinenti l'area media, sono state classificate nelle "Attività/Passività destinate alla dismissione".

Si rileva che, come descritto nel precedente paragrafo "Cambiamenti dei principi contabili", a partire dal 1 gennaio 2019 il Gruppo, conformemente a quanto richiesto dai principi contabili e relativi emendamenti ed interpretazioni omologati dall'UE, ha adottato il principio contabile IFRS 16 - Leases.

Il metodo di transizione adottato dal Gruppo consiste nel modified retrospective; pertanto, si segnala che i dati patrimoniali al 31 dicembre 2018 non sono stati riesposti.

I principali valori patrimoniali e finanziari del Gruppo al 31 marzo 2019, sono di seguito riportati:

(valori in migliaia di euro)	31.03.2019	31.12.2018	Variazione
Immobilizzazioni immateriali	12.380	12.297	83
Immobilizzazioni materiali	3.716	1.492	2.224
Immobilizzazioni finanziarie	1.504	1.595	(91)
Totale attivo immobilizzato	17.600	15.384	2.216
Rimanenze	3.430	5.273	(1.843)
Crediti commerciali ed altri	10.136	12.519	(2.383)
Debiti commerciali ed altri	(20.805)	(24.070)	3.265
Capitale circolante operativo/commerciale	(7.239)	(6.278)	(961)
Altre attività e passività correnti	8.484	8.177	307
Capitale circolante netto	1.245	1.899	(654)
Fondi rischi ed oneri	(609)	(804)	195
Attività/passività fiscali differite	1.157	1.171	(14)
Capitale investito netto delle attività destinate a continuare	19.393	17.650	1.743
Capitale investito netto delle attività destinate alla vendita	9.138	9.923	(785)
Totale Capitale investito netto	28.531	27.573	958
Patrimonio netto	(7.468)	(8.409)	941
Indebitamento finanziario netto	(21.063)	(19.164)	(1.899)
Totali Fonti	(28.531)	(27.573)	(958)

Il Capitale Investito Netto del Gruppo al 31 marzo 2019, pari a Euro 28,5 milioni è costituito principalmente dall'Attivo Fisso Netto, pari a Euro 17,6 milioni, dal Capitale Circolante Netto, pari a Euro 1,2 milioni oltre che dal capitale investito netto delle attività destinate alla vendita, pari a Euro 9 milioni.

Le Immobilizzazioni Materiali pari a Euro 3,7 milioni includono l'incremento per Euro 2,3 milioni legato all'effetto dell'adozione, a partire dal 1 gennaio 2019 del principio contabile IFRS 16, come sopra descritto. Al netto di tale incremento la voce si riferisce principalmente ad impianti specifici relativi alla precedente divisione Media e ancora strumentali allo sviluppo del T-commerce in Cina. Le Immobilizzazioni Immateriali sono pari a Euro 12,4 milioni, di cui Euro 11,7 milioni sono principalmente riconducibili all'avviamento relativo alle acquisizioni di Giglio Fashion e del Gruppo IBOX.

Le immobilizzazioni finanziarie pari a Euro 1,5 milioni sono riferibili principalmente:

- per Euro 1 milione alla quota a lungo del credito derivante dalla cessione a GM Comunicazione S.r.l., avvenuta in data 20 dicembre 2018, della autorizzazione di fornitore di servizi media audiovisivi associata alla numerazione 65 del digitale terrestre;
- per Euro 0,3 milioni derivanti dalla cessione pro-soluto del credito IVA avvenuta in data 27 giugno 2018 e che verranno corrisposti dall'istituto bancario a seguito della definizione dei contenziosi in essere con l'Amministrazione Finanziaria.

L'indebitamento finanziario netto (determinato coerentemente con la comunicazione Consob n. DEM/6064293 e qui esposto) alla data del 31 marzo 2019 e 31 dicembre 2018 è il seguente:

	A		B	C=A-B
	31.03.2019 IFRS 16	31.03.2019 adjusted IFRS 16	31.12.2018	Variazione
(in migliaia di Euro)				
A. Cassa	2.392	2.392	2.889	(497)
B. Assegni e depositi bancari e postali	-	-	-	-
C. Titoli detenuti per la negoziazione	-	-	-	-
D. Liquidità (A) + (B) + (C)	2.392	2.392	2.889	(497)
E. Crediti finanziari correnti	630	630	620	10
F. Debiti bancari correnti	(8.037)	(7.188)	(8.307)	270
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	(6.384)	(6.384)	(6.804)	420
H. Altri debiti finanziari correnti	(2.710)	(2.710)	(899)	(1.812)
<i>di cui con Parti Correlate</i>				-
I. Indebitamento finanziario corrente (F) + (G) + (H)	(17.131)	(16.282)	(16.009)	(1.122)
J. Indebitamento finanziario corrente netto (I) + (E) + (D)	(14.110)	(13.261)	(12.501)	(1.609)
K. Debiti bancari non correnti	(2.463)	(2.463)	(2.119)	(344)
L. Obbligazioni emesse	(950)	(950)	(2.219)	1.269
<i>di cui con Parti Correlate</i>				-
M. Altri debiti non correnti	(3.540)	(1.992)	(2.325)	(1.214)
N. Indebitamento finanziario non corrente (K) + (L) + (M)	(6.953)	(5.406)	(6.663)	(290)
O. Indebitamento finanziario netto (J) + (N)	(21.063)	(18.667)	(19.164)	(1.899)

L'Indebitamento finanziario netto al 31 marzo 2019 normalizzato dall'effetto IFRS 16 evidenzia un miglioramento rispetto al 31 dicembre 2018 di Euro 0,5 milioni.

Con l'applicazione dell'IFRS 16, l'Indebitamento finanziario netto del gruppo si attesta a Euro -21,1 milioni, rispetto al 31 dicembre 2018 (Euro -19,2 milioni) pari a 1,9 mln di Euro. Tale variazione è attribuibile principalmente ai seguenti fattori:

in aumento per:

- minori disponibilità liquide per Euro 0,5 milioni;
- maggiori debiti finanziari legati all'effetto IFRS 16 per Euro 2,4 milioni;

in diminuzione per:

- rimborso delle rate di febbraio e marzo, per euro 0,3 milioni, del minibond emesso nel 2016, a seguito della modifica del Regolamento del prestito avvenuta in data 12 febbraio 2019 con delibera del Consiglio di Amministrazione e dall'Assemblea degli obbligazionisti del titolo;
- minori debiti bancari per Euro 0,3 milioni dovuti al rientro dei prestiti a breve medio termine accesi per far fronte ai maggiori volumi stagionali di ordinativi delle unità di business "distribuzione";

Eventi di rilievo nel corso del Trimestre

In data 5 febbraio 2019, Giglio Group S.p.A. ha presentato le nuove linee guida strategiche del piano industriale, comunicando che il Gruppo si focalizzerà sull'e-commerce 4.0 puntando sulla Cina.

In data 12 febbraio 2019, è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione e dall'Assemblea degli obbligazionisti, tenutasi in forma totalitaria, la modifica del Regolamento del prestito obbligazionario codice ISIN IT0005172157.

In data 12 marzo 2019 la Società ha annunciato la sottoscrizione di un accordo finalizzato al conferimento in Vertice 360 (società quotata spagnola) degli assets afferenti il business dell'area media di Giglio Group, una operazione che si inserisce all'interno delle nuove linee strategiche rese note al pubblico in data 5 febbraio 2019.

In data 15 marzo 2019 il Consiglio di Amministrazione ha approvato il piano industriale 2019-2023 che considera gli effetti dell'operazione di dismissione dell'area media, non comprendendola nel perimetro delle attività operative del Gruppo già dal 2019. Con il Piano Industriale 2019 – 2023, la Società si dota di uno strumento che fissa i propri obiettivi strategici nell'ambito del processo di trasformazione in corso, riconoscendo i principali indicatori di performance propri del settore dell'e-commerce.

Nomina Dirigente Preposto

Il Consiglio di Amministrazione, nella medesima riunione, previo parere favorevole del Collegio Sindacale, ha nominato quale nuovo Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili il dottor Carlo Maria Micchi, già consulente e amministratore esecutivo della società ai sensi dell'art. 154-bis del TUF.

Si dà atto che nei nuovi incarichi assegnati, il dottor Carlo Micchi sostituirà il dottor Massimo Mancini; la volontà di sostituire la figura nasce dall'opportunità di redistribuire gli incarichi corporate considerata la mole di adempimenti ed operazioni che caratterizzano questo periodo societario.

Il dottor Mancini continuerà ad essere Direttore Generale e Chief Financial Officer della Società.

Il curriculum vitae di Carlo Maria Micchi, che sulla base delle informazioni disponibili alla società non detiene azioni di Giglio Group S.p.A, è disponibile nella sezione Corporate Governance del sito internet www.giglio.org.

Aggiornamenti sull'operazione di conferimento dell'area Nomina Dirigente Preposto

media

Infine, con riferimento al comunicato del 12 marzo 2019, il Consiglio di Amministrazione ha preso atto che in relazione all'accordo siglato con la società quotata spagnola Vertice 360 per il conferimento dell'area media, il termine per la sottoscrizione dei documenti contrattuali è stato esteso dal 30 aprile 2019 al 30 giugno 2019.

Informazioni su Giglio Group:

Fondata da Alessandro Giglio nel 2003 e quotata in Borsa sul segmento STAR, Giglio Group è "The e-commerce gateway for fashion" che, attraverso le linee di business Ibox Digital e Ibox Distribution, fornisce servizi tailor made B2B e B2C per oltre 70 brand lifestyle. Con head quarter a Milano e sedi a New York, Shanghai, Hong Kong, Roma, Lugano e Genova, grazie alla sua notevole expertise, Giglio Group accompagna le aziende clienti nella distribuzione dei propri prodotti online attraverso una piattaforma che, partendo dall'implementazione di e-store monomarca realizzati e gestiti a 360°, integra l'attività con il placement dedicato sui principali marketplace lifestyle del mondo garantendo la gestione online

sia del full price che dello stock. L'unicità di un servizio online "a filiera completa" assicura un sell through pari al 100%.

CONTATTI

Investor Relations:

ir@giglio.org

(+39)0283974207

Ufficio stampa Corporate&Finance:

Spriano Communication&Partners

Matteo Russo e Cristina Tronconi

Tel. 02 83635708 mob. 347/9834881

mrusso@sprianocommunication.com

ctronconi@sprianocommunication.com