

## Giglio Group: ricavi e utili in crescita anche nel primo semestre dell'anno; presentata la richiesta per passare al segmento STAR

Il gruppo multimediale guidato da Alessandro Giglio è già presente nel mercato AIM; i fatturati registrano un incremento pari al 76,3%, il risultato del periodo è quasi triplicato



Alessandro Giglio

## Bilanci Giglio Group: ricavi e utili in aumento nel primo semestre, presentata richiesta per passare al segmento STAR

Il gruppo multimediale guidato da Alessandro Giglio è già presente nel mercato AIM; i fatturati registrano un incremento pari al 76,3%, il risultato del periodo è quasi triplicato

**P**rimo semestre 2017 molto positivo per Giglio Group, cresciuto del 76,3% nei ricavi che si attestano a quota 27,5 milioni di euro, contro i 15,6 del primo semestre 2016. Il gruppo specializzato in attività multimediali digitali guidato da Alessandro Giglio sta anche lavorando al passaggio dal mercato AIM di Borsa Italiana, dove è già presente, al segmento principale STAR. La domanda di ammissione è stata presentata all'inizio di agosto. Crescono sensibilmente anche gli utili, attestatisi a quota 1,5 milioni di euro contro gli 0,6 milioni del primo semestre 2016. L'ebitda registra un incremento del 5,7% e si attesta a 4,2 milioni. I dati di ebitda e utili sono normalizzati degli oneri non ricorrenti, tra cui 800mila euro di costi di quotazione al mercato principale, per totali 1,3 milioni. Il presidente e a.d. del Gruppo Alessandro Giglio commenta: "I risultati di questo semestre confermano la forte accelerazione derivante dall'evoluzione del nostro Gruppo verso il nuovo modello di "e-commerce 4.0", che ci attendiamo consentirà, dal 2018, di iniziare ad esprimere le potenzialità delle nostre linee di business media ed e-commerce con importanti

risultati di crescita. La consapevolezza delle forti sinergie tra queste due divisioni, che stanno peraltro singolarmente dimostrando ottime performance, dà vita a un progetto di multicanalità basato sulla correlazione diretta fra vendite e comunicazione, con la possibilità concreta di trasformare i telespettatori in consumatori". Nel primo semestre, la divisione Media registra ricavi per 8,5 milioni di euro, in linea con lo stesso periodo dell'anno precedente, mentre nella divisione ecommerce i ricavi si attestano a 19 milioni di euro in crescita del 167,6% sui 7,1 mln di euro del primo semestre 2016. I fatturati del Gruppo si concentrano per l'86% nell'area euro e UK (87,7% nel primo semestre 2016), per il 9% in Asia (11,4% nel primo semestre 2016) e per il 5% in USA (0,8% nel primo semestre 2016). Il totale dei Costi Operativi, al netto dei costi non ricorrenti, si attesta a 22,1 mln di euro contro gli 11 del 2016 con conseguenza della crescita nel volume d'affari. I principali incrementi sono individuabili nei costi di acquisto di prodotti, costi per servizi e costi del personale, che si arricchisce delle professionalità in conformità con quanto previsto dalla normati-

va degli emittenti quotati sul segmento STAR. L'ebitda normalizzato si attesta a 4,2 milioni di euro evidenziando una crescita del 5,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e una marginalità che passa al 15,3% dal 25,6% nel primo semestre del 2016, per effetto del passaggio da un modello strettamente televisivo, basato su ricavi da vendita di spazi pubblicitari, a un modello misto, definito e-commerce 4.0, in cui prevale la componente di ricavo derivante dall'area ecommerce. Al netto di tali voci di costo non ricorrenti l'ebit normalizzato del primo semestre si attesta a 1,7 milioni di euro. Giglio Group ha predisposto i principali dati consolidati di conto economico al 30 giugno 2017 su base pro-forma per rappresentare il consolidamento del Gruppo Evolve acquisito nel mese di aprile 2017, a decorrere dal 1 gennaio 2017. Tenuendo conto di questo consolidamento, i ricavi pro-forma passano a 47,7 milioni di euro, +206% rispetto al primo semestre 2016. L'ebitda pro-forma normalizzato è pari a 4,8mln di euro, +21,7; l'utile netto pro-forma normalizzato è di 2 milioni di euro, in crescita del +279%. Per quanto riguarda la situazione patrimoniale e

finanziaria, il capitale circolante netto è negativo per 2,8 milioni di euro contro i 900mila euro al 21 dicembre 2016. Le immobilizzazioni materiali sono pari a 6,6 milioni di euro, le immobilizzazioni immateriali sono pari a 21,8 milioni di euro, di cui 11,7 milioni di euro riferibili all'avviamento relativo alle acquisizioni di Giglio Fashion e di Evolve. La posizione finanziaria netta è negativa per 14 milioni di euro, in crescita di 3,8 milioni sul 31 dicembre 2016 per l'acquisizione di Evolve.

### Principali eventi del primo semestre e previsioni per i prossimi mesi

Nel periodo preso in considerazione, la Giglio Group ha siglato accordi con T-Mobile Netherlands e con Discover Digital per la trasmissione del canale Nautical Channel sulle piattaforme di questi operatori. A livello nazionale ha chiuso accordi del valore complessivo di 2,5 milioni per la trasmissione via satellite di RTL 102.5 TV, Radiofreccia HD, 6MiaTV e Winga TV. Altri accordi coinvolgono Century 21 e Persidera. Con Class Horse TV è stata definita l'acquisizione

da parte di Giglio Group di una partecipazione pari al 3% della società Pegaso Srl, cui fa capo il canale televisivo. Giglio Group ha anche definito una joint venture paritetica con Class Editori attraverso l'acquisizione del 50% di Class TV Moda Holding Srl da parte di Giglio Group, finalizzata alla crescita del network televisivo su scala globale. In aprile, Giglio Group ha acquisito il 100% di Evolve Service SA (Gruppo Evolve), società di diritto svizzero da Tessilform SpA a cui fa capo il marchio Patrizia Pepe. Da maggio Nautical Channel ha debuttato alle Bermuda entrando nella piattaforma World On Wireless Limited Bermuda (WOW), ed è anche l'unico canale controllato da un gruppo italiano a essere trasmesso sulla piattaforma Amazon Channel. Sempre a maggio, Giglio Group e Gambero Rosso hanno definito una partnership per la realizzazione e distribuzione del canale tv internazionale di Gambero Rosso. Infine, Giglio Group è approdato in Israele sempre con Nautical Channel attraverso un accordo con la piattaforma OTT Vonetize. L'azienda cresce ulteriormente in Cina attraverso ac-

cordi con due market place: Secoo e Mei.com, del gruppo Alibaba. Infine, ad agosto il Gruppo è entrato in Indonesia con l'accordo con il gruppo di pay tv PT Media Nusantara Citra Tbk. Nei prossimi mesi la società ha in programma un piano di investimenti e costi operativi che consentono un rapido sviluppo della propria proposizione di T-commerce, con una unica offerta commerciale per i brand, un sistema integrato con i principali market place nel mondo e una capillare forza distributiva nelle regioni con le maggiori opportunità di diffusione del prodotto "Made in Italy", quali Asia e America. Dopo Giglio Fashion, società 100% Giglio Group che con la sua piattaforma B2B2C approvvigiona i principali digital retailer del mondo nel fashion - anche in nuove aree geografiche come gli Stati Uniti, il Canada e, la Cina - con l'acquisizione di Evolve, l'e-commerce 4.0 di Giglio Group metterà progressivamente a disposizione degli utenti un ventaglio di brand prestigiosi, ponendosi come operatore di riferimento, unico nel proprio settore e nel proprio genere.

**DailyMedia**  
gruppo

**trilud**  
group

**The Big Now si aggiudica la gara per la nuova comunicazione integrata di Engie: all e digital, ma anche eventi**

**Giglio Group: ricavi e utili in crescita anche nel primo semestre dell'anno: prescelta a richiesta per passare al segmento STAR**

**Programmi contenuti:**

- 1° Volume Brando
- 2° Volume Brando
- 3° Volume Brando
- 4° Volume Brando
- 5° Volume Brando
- 6° Volume Brando
- 7° Volume Brando
- 8° Volume Brando
- 9° Volume Brando
- 10° Volume Brando
- 11° Volume Brando
- 12° Volume Brando
- 13° Volume Brando
- 14° Volume Brando
- 15° Volume Brando
- 16° Volume Brando
- 17° Volume Brando
- 18° Volume Brando
- 19° Volume Brando
- 20° Volume Brando
- 21° Volume Brando
- 22° Volume Brando
- 23° Volume Brando
- 24° Volume Brando
- 25° Volume Brando
- 26° Volume Brando
- 27° Volume Brando
- 28° Volume Brando
- 29° Volume Brando
- 30° Volume Brando
- 31° Volume Brando
- 32° Volume Brando
- 33° Volume Brando
- 34° Volume Brando
- 35° Volume Brando
- 36° Volume Brando
- 37° Volume Brando
- 38° Volume Brando
- 39° Volume Brando
- 40° Volume Brando
- 41° Volume Brando
- 42° Volume Brando
- 43° Volume Brando
- 44° Volume Brando
- 45° Volume Brando
- 46° Volume Brando
- 47° Volume Brando
- 48° Volume Brando
- 49° Volume Brando
- 50° Volume Brando

**THE ARABE, L'UNICA GRANDE PASSIONE DIGITALE**