



**Resoconto Intermedio di Gestione  
al 31 marzo 2023**

---

# SOMMARIO

## **1. Resoconto intermedio di Gestione 31 marzo 2023**

## **2. Bilancio consolidato abbreviato al 31 marzo 2023**

## **3. Prospetti Contabili Consolidati al 31 marzo 2023**

- a. Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidata
- b. Prospetto di conto economico e conto economico complessivo consolidati
- c. Prospetto di movimentazione del patrimonio netto consolidato
- d. Rendiconto finanziario consolidato

## **4. Attestazione ai sensi dell'art. 81-ter del Regolamento Consob n.11971 del 14**

**maggio 1999 e successive modifiche e integrazioni, nonché ai sensi dell'art.**

**154-bis del d.lgs. 24 febbraio n.58**

# **Resoconto Intermedio di Gestione**

**del Bilancio Consolidato abbreviato al 31 marzo 2023**

## **Dati Societari**

### **Sede Legale**

Giglio Group S.p.A.  
Piazza Diaz 6  
20123 Milano

### **Dati Legali**

Capitale Sociale sottoscritto e versato Euro 4.393.604,40  
REA n. 1028989 Codice Fiscale 07396371002  
Iscritta al Registro delle Imprese di Milano al n. 07396371002  
Sito Istituzionale [www.giglio.org](http://www.giglio.org)

### **Sede Legale e operativa**

Piazza Diaz 6, Milano

### **Sede operativa**

Le sedi della società sono:

Sede legale – Piazza Diaz 6, Milano

Unità locale operativa – Via dei Volsci, 163 Roma

Unità locale operativa – Piazza della Meridiana 1, Genova

## **Organi Sociali in carica**

### **Consiglio di Amministrazione**

Alessandro Giglio	Presidente e Amministratore Delegato
Anna Lezzi	Amministratore con deleghe
Sara Armella	Amministratore Indipendente
Francesco Gesualdi	Amministratore Indipendente
Carlo Micchi	Amministratore

### **Collegio Sindacale**

Giorgio Mosci	Presidente
Lucia Tacchino	Sindaco effettivo
Marco Centore	Sindaco effettivo
Chiara Cosatti	Sindaco supplente
Gianluca Fantini	Sindaco supplente

### **Comitato Controllo e Rischi e Parti Correlate**

Francesco Gesualdi	Presidente
Sara Armella	

### **Comitato per le Remunerazioni e Nomine**

Sara Armella	Presidente
Francesco Gesualdi	

### **Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari**

Carlo Micchi

**Società di Revisione**

BDO Italia S.p.A.

\* Il Consiglio d'Amministrazione e il Collegio Sindacale scadono con l'approvazione del bilancio d'esercizio 2023. L'assemblea degli azionisti, in data 9 dicembre 2021, ha conferito a BDO Italia S.p.A. l'incarico di revisione legale dei conti per il periodo 2021-2029.

## **1. Introduzione**

Giglio Group opera nell'industria dell'e-commerce di prodotti di moda di alta gamma, nel mondo dei prodotti di design e nel settore del food. La missione del gruppo è quella di supportare tecnologicamente la trasformazione commerciale verso l'omnicanalità digitale di tutto il mondo di un numero sempre maggiore di brand eccellenti, e di tutte le categorie servite.

Fondato nel 2003, il Gruppo offre servizi tailor-made B2B e B2C di varie industrie, con particolare focus sul "made in Italy", coprendo un'intera catena, dalla creazione di piattaforme e-commerce alla gestione del magazzino a livello globale, alla connessione con i più importanti marketplace digitali. Giglio Group, quindi, non è solo una piattaforma tecnologica B2C per l'industria del mondo fashion, ma propone un'estesa gamma di servizi che mirano a connettere su svariate piattaforme digitali i brand con i consumatori a livello globale, avendo nel frattempo esteso la propria attività verso l'industria alimentare, del design, dell'elettronica, del bricolage, dei prodotti del benessere fisico. Inoltre, tramite la divisione "engagement & marketing automation" offre soluzioni evolute e digitali che consentono alle aziende clienti sia di migliorare le performance dei propri siti e-commerce proprietari, sia di aprirsi a nuovi processi di vendita b2b e b2c o verso nuovi mercati nazionali ed internazionali, fidelizzando la propria clientela, motivando e digitalizzando la forza vendita diretta, incentivando e premiando il trade.

La proposta innovativa e commerciale di Giglio Group segue e cerca di anticipare il cambiamento del rapporto tra il brand ed il consumatore. Le innovazioni tecnologiche abilitano l'evoluzione dei canali di vendita, il ciclo di vita dei prodotti cambia e si evolve, l'offerta del brand si deve modellare intorno al cliente ed ai suoi percorsi. Nel mercato si aprono nuove opportunità di business che i brand devono presidiare, se non autonomamente, con il supporto di realtà competenti. È l'inevitabile evoluzione della relazione tra i brand e i loro consumatori, non più immutabile e nell'ambito del fashion, non solo legata al cambiamento della collezione ogni stagione, ma in continuo movimento sui diversi touchpoint digitali che, mutando velocemente ed offrendo gamme di offerta sempre più sofisticate, portano ad una continua interazione tra brand e consumatore a livello globale.

## **IL MODELLO DI BUSINESS E I PUNTI DI FORZA**

Giglio si costituisce come un player che agisce abilitando i brand ad essere presenti nel mondo digitale e della distribuzione selettiva interconnettendo attraverso le tecnologie omnicanale tutti i propri canali di vendita, puntando ad essere una Omnichannel Platform in full outsourcing per i brand del fashion, del design e del food.

Con l'avvio delle vendite in ambito design e l'entrata nel segmento del food, il gruppo Giglio detiene un portafoglio di brand primario standing e con una offerta servizi digitali e commerciali a favore dei brand e dei consumatori completa ed innovativa, un'infrastruttura proprietaria omnicanale "Terashop" al servizio delle eccellenze nazionali ed europee delle rispettive categorie verso le nuove frontiere delle vendite digitali ed in canali selettivi interconnessi a livello globale.

Giglio dispone di una propria piattaforma direttamente integrata ed integrabile con le più diffuse soluzioni e-commerce adottate dai brand, oltre a primarie partnership tecnologiche che, unitamente al know aziendale, permette al gruppo di essere un key-partner tecnologico e commerciale centrale per le strategie del brand.

Nel fashion in particolare, Giglio Group abbraccia le diverse esigenze dei brand in relazione alla loro presenza nello spazio digitale e propone servizi che possono incrementare il valore dell'attuale strategia distributiva:

- Retail fisico. Per Giglio Group il negozio fisico ha il compito di rappresentare il lifestyle fisico del brand al fine di potenziarne la conoscenza. La tecnologia omnicanale di Giglio Group può potenziarne notevolmente l'efficacia commerciale e di fidelizzazione attraverso i servizi di "click & collect", registrazione loyalty su punto vendita, cambio e reso in store, supporto in-store per prodotti disponibili on-line attraverso il "kiosk" riservato solo ai punti vendita e altre tecnologie di "drive-to-store" e di riconoscimento dell'utente identificato digitalmente in store con la tecnologia della marketing automation.
- E-commerce. È il primo pilastro di vendita all'interno del mondo online, un punto di forza consolidato per Giglio Group. Ormai rappresenta parte del DNA del brand, presentando un massimo assortimento di catalogo, un rapporto sempre più personalizzato con i clienti a cui può si possono fare comunicazioni e offerte sempre più mirate grazie alla tecnologia CRM amplificata dai software di marketing automation. È elemento imprescindibile in un piano industriale dei più importanti brand, fattore qualificante la sostenibilità economica dello stesso brand, ed il principale motore di

accelerazione della penetrazione in nuove aree o di mantenimento delle vendite nei mercati più maturi in cui il declino delle transazioni fisiche in negozio è più marcata.

- E-Tailers (o Multi-Brand Stores) e Marketplace. Rappresentano la principale quota a livello mondiale di vendite on-line ed i principali department-stores fisici ormai generano più della metà delle vendite sui propri canali on line. Il canale del Marketplace amplifica la distribuzione online internazionale dei brand aumentando la brand awareness ed incrementando le vendite digitali. La sfida per cui Giglio è il partner tecnologico e commerciale è quella di mantenere il posizionamento desiderato dei brand e di gestire correttamente la distribuzione in-season, delle special sales e della merce off-season all'interno dell'elevata varietà di offerta digitale oggi presente sul mercato. In particolare, Giglio ha maturato anche una notevole esperienza nella gestione della merce off-season sui principali canali digitali globali.

- Distribuzione Internazionale e Travel Retail. Rappresenta un canale estremamente importante per la presenza internazionale dei brand, per aumentare le vendite ed ampliare la conoscenza dei consumatori internazionali. Giglio Group ha l'obiettivo di aumentare le vendite dei brand attraverso tutti i canali internazionali dove la tecnologia proprietaria omnicanale può permettere un'interazione tra fisico e digitale anche nel momento del "leisure travel".

Sostanzialmente la missione di Giglio Group è di guidare i brand attraverso la "Sales Transformation" attivando la migliore combinazione di più canali di vendita e modelli economici, accompagnando i Brand Partner al fine di rendere possibile un sell through del 100% di ogni singola stagione attraverso il corretto bilanciamento dei canali fisici nazionali ed internazionali ed i canali digitali proprietari o di terzi come i marketplaces.

Nel 2022 la Società ha operato con piena focalizzazione sul business dell'e-commerce e della distribuzione internazionale. E-commerce Outsourcing S.r.l. è un'azienda di e-commerce che ha investito in modo preponderante sull'omnicanalità nel panorama italiano e la sua piattaforma permette di offrire ai brand ed ai clienti finali un'esperienza d'acquisto completa, interconnettendo retail fisico e digitale in tutti i touch point di interazione con l'utente. Integrando le tecnologie ed il know how di Giglio Group con quelle di E-commerce Outsourcing S.r.l., è stato possibile allargare l'attività del Gruppo verso nuovi settori quali in particolare GDO, GDS e Food con la possibilità di applicare diversi modelli di business: vendite online con consegna a domicilio, ritiro nei punti vendita, chioschi digitali per la vendita in negozio, sistemi di CRM, siti B2B, B2E.



L'acquisizione di E-commerce Outsourcing S.r.l. ha consentito di rafforzare la propria organizzazione tecnica grazie all'inserimento nella propria forza lavoro di figure esperte, con elevata specializzazione nel settore dell'e-commerce.

Inoltre, a seguito della acquisizione di Salotto di Brera S.r.l. avvenuta il 12 gennaio 2021 il Gruppo è diventato un player di riferimento per la distribuzione internazionale verso il selettivo ed esclusivo canale del Travel Retail, dove Salotto Brera ha costruito negli anni relazioni commerciali consolidate con le principali compagnie di navi da crociera, aeroporti turistici e diplomatici, catene duty free shops, porti turistici e basi Nato.

A gennaio 2022 è stata aperta la nuova Business Unit Giglio Meta, dedicata allo sviluppo di progetti Metaverso e NFT, in grado di garantire la realizzazione dell'intero processo di sviluppo del progetto, dallo studio specifico del settore di business al lancio degli NFT sul mercato, oltre a produrre contenuti multimediali in 3d capaci di coinvolgere l'utente in un'esperienza virtuale unica nei diversi Metaverso.

## **IL MERCATO DI RIFERIMENTO**

Secondo uno studio condotto dalla Fondazione Altagamma del 2022, "Altagamma Consensus 2023", in collaborazione con diversi analisti, il 2022 è stato un anno record per il mercato del lusso che supera i livelli pre Covid-19.

Per il 2023 è prevista una crescita solida e potranno incidere sulle performance fattori quali l'aumento dei costi energetici, l'inflazione crescente, la carenza di materie prime, le tensioni geopolitiche e il calo del potere di acquisto di alcune fasce di consumatori. La ripartenza e l'incremento dei flussi turistici a livello mondiali e il rebound dei consumi compenseranno l'aumento dell'inflazione e la situazione di incertezza che si prospetta nel 2023.

Nel complesso è prevista una crescita dei consumi annui nei diversi mercati dal 5% (Europa e Nord America) al 9% (Asia).

L'ecosistema distributivo vedrà aumenti più elevati nel canale retail sia fisico che digitale, che consente ai brand di rafforzare una strategia omnichannel. È prevista una crescita del retail digitale dell'8% e di quello fisico del 7%. Il wholesale digitale crescerà del 5,5% mentre quello fisico del 3,5%.

Con riferimento al 2023 lo studio McKinsey & Company “The State of Fashion 2023” prevede per il mercato del fashion una crescita delle vendite relativamente lenta, compresa tra -2% e 3%, caratterizzata da una contrazione del mercato europeo (previsto un calo tra l’1% e il 4%) e una crescita di Cina (tra il 2% e il 7%) e Stati Uniti (tra l’1% e il 6%). Tali previsioni sono influenzate dall’inflazione.

Le recenti regole sui dati stanno aprendo un nuovo capitolo per il marketing digitale poiché il targeting per cliente diventa meno efficace e più costoso. I marchi dovranno abbracciare campagne creative e nuovi canali, come le reti di media al dettaglio e il metaverso, per ottenere un ritorno maggiore sulla spesa di marketing e raccogliere preziosi dati di prima parte che possono essere sfruttati per approfondire le relazioni con i clienti.

### **Prospettive della società relativamente al mercato dei beni di lusso**

Giglio Group vede importanti potenzialità nel mercato di riferimento e cerca di profittarne anche cogliendo immediatamente le dinamiche attuali caratterizzate da un sempre maggiore utilizzo dei canali digitali on line, dalla crescente importanza dei Millennials e dalla crescita dei consumi di lusso in Cina, nel Far East e in altri mercati emergenti. Il nostro obiettivo nel corso del 2023 è di connettere una base globale di consumatori direttamente ai brand di moda di alta gamma di medie dimensioni, prevalentemente eccellenze del Made in Italy che non hanno ancora assunto un livello globale e che, stante la media dimensione e la necessità di ridisegnare le proprie strategie, manifestano la necessità di accesso ai nuovi segmenti di mercato utilizzando un partner tecnologico e commercialmente internazionale come il Gruppo Giglio.

Giglio Group prevede di continuare a rafforzare il proprio posizionamento sul mercato di riferimento, ovvero di abilitatore della trasformazione commerciale delle aziende attraverso servizi digitali, logistici, di marketing e di relazioni internazionali per i brand del fashion, cercando di attirare un numero maggiore di brand, con l’obiettivo di aumentare i volumi gestiti in tutte le aree geografiche e l’aumento di marketplaces integrati con la propria piattaforma, contemperando il rischio di perdere fatturato per l’uscita dei marchi gestiti. La società si attende per il 2023 un aumento dei ricavi dato dalla crescita annuale dei brand attualmente in portafoglio, sia per effetto di una maggiore ripresa del mercato rispetto al 2023, sia per l’accrescimento di funzionalità che costantemente Terashop rilascia ai propri clienti al fine di migliorare i ricavi, sia per la ripresa del mercato duty free.

Il Gruppo Giglio ha esteso la fornitura dei propri servizi ad aree attigue a quella del fashion, in particolare al mondo del design, delle catene retail, dei prodotti alimentari, mettendo a disposizione la propria piattaforma omnicanale ai principali player delle relative industrie, per l'integrazione con i punti vendita fisici ed i principali marketplaces di riferimento di ciascun settore.

Giglio Group sta intensificando gli sforzi per poter aumentare la capacità produttiva per realizzare sempre più progetti di piattaforme di e-commerce, integrando anche l'esperienza a cui può accedere il consumatore attraverso il travel retail per far fronte dell'eccezionale aumento di domanda di questi beni tramite la vendita on-line.

## **2. Attività e struttura del gruppo**

Fondato nel 2003 da Alessandro Giglio, Giglio Group oggi è una e-commerce company 4.0 in grado di promuovere e distribuire il lusso Made in Italy in tutto il mondo. Quotato dapprima sul mercato AIM Italia di Borsa Italiana dall'agosto 2015, e sul segmento MTA Star di Borsa italiana da marzo 2018, il Gruppo opera in 5 continenti, in oltre 70 paesi, considerando tutte le nazioni servite dai servizi di e-commerce.

L'obiettivo di Giglio Group è quello di creare un modello pienamente integrato sia in termini di canali distributivi che in termini di modelli di business.

Il gruppo è impegnato sia in ambito B2C, sia nel B2B. L'integrazione tra i due principali modelli di business, Principal (B2B) ed Agent (B2C), consente di gestire in maniera ottimale lo stock di magazzino dei brand, sia on-season che off-season, puntando ad un sell-through del 100%.

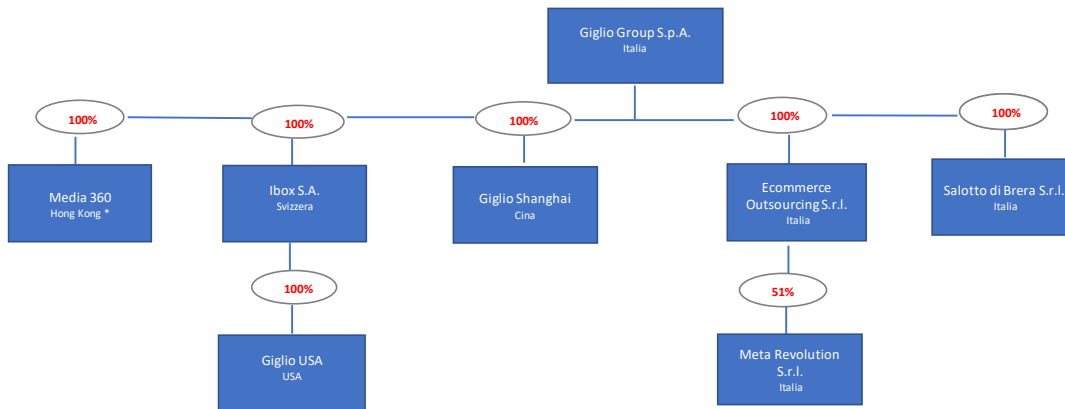
Il modello di business B2C, gestito dalle controllate I-box SA e E-Commerce Outsourcing, il nucleo digitale del gruppo, consiste nell'attività di provider di servizi digitali per la gestione non solo dei siti monobrand di marchi del Fashion, del Design e del Food, oltre ad offrire servizi digitali integrati al fine di migliorare le performances. Terashop è una piattaforma tecnologica unica, per gestire il sito monobrand, l'omnicanalità richiesta dai punti vendita, la connessione con i marketplace, l'integrazione con sistemi di pagamento e la logistica. La merce transata appartiene alla collezione On Season dei brand, i quali riconoscono una commissione sulle vendite e con i quali Giglio Group collabora nella loro strategia di marketing digitale. Non è richiesto alcun particolare investimento in circolante e non vi è nessun rischio di magazzino associato.

Il modello di business B2B, invece, ha lo scopo di agevolare le vendite indirette on line da parte dei brand sulle più importanti piattaforme e-commerce a livello globale, offrendo ai brand una distribuzione addizionale alle reti fisiche.

In data 15 gennaio 2021 è stata acquisita la società Salotto di Brera S.r.l., società attiva nelle forniture B2B di moda, food e gioielleria per i negozi a bordo di navi da crociera e nei negozi duty free in porti ed aeroporti e le basi NATO.

Nel B2B, Giglio Group gestisce la logistica direttamente tramite contratti con magazzini esterni, definisce il prezzo di rivendita, gestisce il magazzino con una comprovata capacità di ridurre le scorte in tempi brevi, con un alto indice di rotazione delle merci. Giglio Group lavora con le piattaforme e-commerce clienti sulla base di un piano di vendita definito che diminuisce ulteriormente il rischio di invenduto. La differenza tra i tempi di pagamento ai brand, di solito ad inizio della stagione per prenotare gli stock, e i tempi di incasso dai marketplace, normalmente 90 giorni dopo il fine stagione, genera un fabbisogno finanziario che viene ottimizzato da un attento uso di strumenti a supporto del circolante.

Si riporta di seguito la struttura societaria del Gruppo:



\* Società in corso di dismissione

In data 21 dicembre 2022 il Consiglio di Amministrazione ha deliberato la cessione delle partecipazioni delle società Media 360 Hong Kong e Cloudfood S.r.l., non attive e produttive. In data 14 febbraio 2023 si è conclusa la cessione della partecipazione del 51% in Cloud Food S.r.l.

### **3. Fatti di rilievo avvenuti nel corso dei primi tre mesi dell'esercizio**

- In data 14 febbraio 2023 si è conclusa la cessione della partecipazione del 51% in Cloud Food S.r.l., precedentemente deliberata dal Consiglio di Amministrazione il 21 dicembre 2022.
- In data 23 febbraio 2023 la capogruppo ha sottoscritto un aumento di capitale della controllata Salotto di Brera S.r.l. per Euro 975.000, portando il capitale sociale ad Euro 1 milione. Tale aumento è finalizzato al rafforzamento patrimoniale della controllata.
- In data 16 marzo 2023 vi è stata l'apertura al pubblico dello shopping center "Caput Mundi The Mall", presso Città del Vaticano, dove la controllata Salotto di Brera S.r.l. ha siglato un accordo per l'affitto del ramo di azienda con Gasak S.r.l. al termine del 2022. La società opera nel settore retail per la prima volta.
- In data 30 marzo 2023 il Consiglio di Amministrazione ha approvato un nuovo piano industriale 2023-2027, che sostituisce il piano industriale 2022-2026 e le assunzioni sottostanti. Al riguardo, la Società ha provveduto ad acquisire un'analisi indipendente da parte di un Advisor di standing internazionale, nella quale non sono state evidenziate criticità di livello alto (in una scala basso-medio-alto) in relazione alle assunzioni alla base del Business Plan, tali da compromettere l'attendibilità o implicare l'irragionevolezza delle suddette assunzioni

### **4. Fatti di rilievo successivi ai primi tre mesi dell'esercizio**

- In data 4 aprile 2023 il Consiglio di Amministrazione ha approvato l'impairment test sulla base delle risultanze del Piano Industriale, su cui una primaria società di consulenza ha redatto una approfondita relazione.
- In data 13 aprile 2023 il Consiglio di Amministrazione ha approvato il Progetto di Bilancio ed il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2022.
- In data 2 maggio 2023 la società di revisione BDO Italia S.p.A. ha rilasciato la propria relazione sulla revisione contabile del progetto di bilancio di esercizio e del progetto di bilancio consolidato, nelle quali ha dichiarato l'impossibilità di esprimere un giudizio. Il Consiglio di Amministrazione ha preso atto delle conclusioni raggiunte dalla Società di Revisione nella

consapevolezza di aver correttamente operato nell'interesse della Società e si è riservato ulteriori commenti a seguito di un esame più approfondito delle Relazioni.

## **5. Evoluzione prevedibile della gestione**

Negli ultimi tre anni il contesto mondiale è stato caratterizzato dal susseguirsi di tre eventi straordinari: i) l'emergenza pandemica, ii) il conflitto tra Russia e Ucraina con la conseguente crisi energetica e alimentare, iii) il ritorno dell'inflazione sostenuta e la fine delle politiche monetarie ultra-espansive.

I rischi all'outlook macroeconomico globale restano significativi e orientati al ribasso. L'evoluzione del conflitto tra Russia e Ucraina continua a rappresentare uno dei fattori negativi che potrebbe accentuare il rallentamento dell'attività economica mondiale. L'inflazione rappresenta uno spartiacque nei diversi scenari alternativi ipotizzati, che vanno da quello peggiorativo che prevede una crescita economica globale di 0,7 punti percentuali con un'inflazione del 6,1% a quello migliorativo con una crescita del pil mondiale di 2,2 punti percentuali e un'inflazione del 4,6% (fonte Oxford Economics, World Economics Prospects Monthly, gennaio 2023).

A tutto ciò si aggiunge la decisione della Cina di eliminare la c.d. politica del *zero-Covid* a dicembre 2022 che, dopo un iniziale rallentamento delle produzioni industriali e dei servizi di logistica e dei consumi nello steso mese, hanno registrato un incremento significativo in quelli successivi. C'è un ottimismo per la ripresa dei consumi, che dovrebbero beneficiare del forte aumento del tasso di risparmio della popolazione durante gli anni della pandemia, con impatti positivi sulle industrie domestiche come *hospitality*, turismo, tessile e abbigliamento.

In questo contesto l'e-commerce ha beneficiato di un cambio culturale caratterizzato da una crescita costante degli stores digitali, agevolato dal rallentamento del retail fisico.

La nostra divisione B2C – E-commerce Service Provider si trova sotto pressione per le numerose richieste di aggiornamenti tecnologici richiesti dai nostri clienti, finalizzati ad incrementare le vendite ed il servizio ai consumatori finali.

Questa situazione obbliga ad un costante investimento in nuovi sviluppi delle piattaforme ed una costante manutenzione delle stesse per sostenere la crescita ed implica una continua analisi sulla

strategicità del proprio ruolo nei confronti dei brand partner (clienti) diventando sempre più un partner tecnico e di processo, oltre che un erogatore di servizio in outsourcing.

Oltre al mantenimento di solidi rapporti con i clienti storici del Gruppo Giglio, prosegue il potenziamento dell'attività di marketing già cominciato alla fine del 2022, anche tramite il reclutamento di personale qualificato, che ha consentito nei primi tre mesi dell'anno di raggiungere nuovi contratti significativi sia sotto l'aspetto economico che per la qualità dei contraenti.

Prosegue l'espansione dell'attività di Travel Retail di Salotto di Brera grazie alla crescita organica data dall'aumento del turismo sulle navi da crociera (leisure Travel) e a quella non organica derivante dal crescente numero di navi raggiunte a conclusione di accordi quadro con i gruppi Starboard e Harding che si stima possano raddoppiare il numero di navi servite da Salotto di Brera nel corso del 2023. Lo sviluppo del Travel Retail continua anche nell'ambito degli Aeroporti, Vienna e Shenzhen saranno le prossime aperture, e si prevede di concludere accordi con altri otto aeroporti entro la fine dell'anno. A questo si uniscono due nuovi accordi che incideranno sull'andamento del business 2023.

- ✓ L'apertura all'interno del Mall Caput Mundi in Città del Vaticano, meta di turisti e di pellegrini, soprattutto in prossimità del prossimo Giubileo, di uno spazio di vendita Salotto di Brera che già dai primi giorni di inaugurazione, a metà marzo, ha ottenuto un riscontro positivo in termini di vendite che si ritiene si incrementeranno con l'avvicinarsi del periodo di picco turistico a Roma. Si stima un passaggio di circa 10.000 persone al giorno.
- ✓ La sottoscrizione di un accordo che vede coinvolte tutte le business unit del Gruppo per la realizzazione di un servizio completo ad una tra le principali società che opera nell'ambito dei trasporti a livello europeo, nel dettaglio:
  - Realizzazione sito e-commerce;
  - Produzione e vendita digitale di tutto il merchandising;
  - Realizzazione, produzione e vendita di prodotti in co-branding con grandi firme;
  - Accordi con importanti aziende di altri settori per la vendita a bordo dei loro vettori dei prodotti dei più importanti brand distribuiti da Salotto Brera.

In ambito B2B si ritiene che possano essere portati a compimento contratti con nuovi clienti della distribuzione, oltre alla sottoscrizione di contratti con quattro nuovi primari brand della moda nel mondo.

Si attende la crescita della nuova business unit, avviata nella seconda parte del 2022, relativa alla produzione di merchandising per artisti e grandi aziende, impegnata per tutto il 2023 alla produzione e distribuzione online e on tour del merchandising della band “Maneskin”. La società è impegnata in trattative avanzate con altri artisti e aziende di pari livello.



## Bilancio consolidato abbreviato al 31 marzo 2023

## 1. Principi contabili

La presente Relazione Finanziaria Intermedia Trimestrale è stata redatta utilizzando i medesimi principi contabili applicati dal Gruppo Giglio ai fini della redazione del Bilancio Consolidato per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

## 2. Dati di sintesi al 31 marzo 2023

### **Indicatori alternativi di Performance**

Il Gruppo utilizza alcuni indicatori alternativi di performance, che non sono identificati come misure contabili nell'ambito degli IFRS, per consentire una migliore valutazione dell'andamento del Gruppo. Pertanto, il criterio di determinazione applicato dal Gruppo potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e il saldo ottenuto potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

Tali indicatori alternativi di performance, sono costruiti esclusivamente a partire da dati storici del Gruppo e determinati in conformità a quanto stabilito dagli Orientamenti sugli Indicatori Alternativi di Performance emessi dall'ESMA/2015/1415 ed adottati dalla CONSOB con comunicazione n.92543 del 3 dicembre 2015. Si riferiscono solo alla performance del periodo contabile oggetto della presente Relazione Finanziaria Intermedia e dei periodi posti a confronto e non alla performance attesa del Gruppo e non devono essere considerati sostitutivi degli indicatori previsti dai principi contabili di riferimento (IFRS).

Di seguito la definizione degli indicatori alternativi di performance utilizzati nella Relazione Finanziaria:

**Capitale circolante operativo/commerciale:** è calcolato come somma delle Rimanenze e Crediti commerciali al netto dei Debiti commerciali.

**Capitale circolante netto:** è il capitale circolante operativo al netto degli altri crediti/debiti, crediti/debiti tributari.

**Capitale investito netto:** è calcolato come somma dell'attivo fisso immobilizzato e del capitale circolante netto.

**Totale indebitamento finanziario (anche indebitamento finanziario netto):** è determinato conformemente a quanto previsto dalla Comunicazione Consob n. 6064293 del 28 luglio 2006 e in conformità al Richiamo di attenzione n. 5/21 emesso da Consob in data 29 aprile 2021 con riferimento all'Orientamento ESMA32-382-1138 del 4 marzo 2021, sottraendo dalle disponibilità

liquide, dai mezzi equivalenti e dalle altre attività finanziarie correnti i debiti finanziari a breve e a medio e lungo termine, i debiti commerciali e gli altri debiti a medio e lungo termine.

**EBITDA adjusted:** determinato sommando all'EBITDA gli oneri non recurring dettagliati nella Relazione sulla Gestione.

**EBITDA:** è rappresentato dal Risultato Operativo al lordo degli Ammortamenti e delle Svalutazioni di attività materiali ed immateriali.

**EBIT:** EBIT è equivalente al risultato operativo presente nello schema di conto economico riportato nelle Note Illustrative.

**VALORE AGGIUNTO:** è rappresentato dalla differenza tra il totale dei ricavi ed i costi operativi rappresentati dai costi per materie prime, sussidiarie e di consumo, dalla variazione delle rimanenze, dai costi per servizi e godimento beni di terzi normalizzati dagli oneri non recurring.

**Oneri non recurring:** sono rappresentati da componenti reddituali che: (i) derivano da eventi o da operazioni il cui accadimento risulta non ricorrente ovvero da quelle operazioni o fatti che non si ripetono frequentemente nel consueto svolgimento delle attività; (ii) derivano da eventi o da operazioni non rappresentativi della normale attività del business.

### **Analisi della Gestione Patrimoniale e Finanziaria consolidata al 31 marzo 2023**

I principali valori patrimoniali e finanziari del Gruppo al 31 marzo 2023, sono di seguito riportati:

<b>(valori in migliaia di euro)</b>	<b>31.03.2023</b>	<b>31.12.2022</b>	<b>Variazione</b>
Immobilizzazioni immateriali	15.263	15.436	(173)
Immobilizzazioni materiali	778	456	322
Immobilizzazioni finanziarie	242	247	(5)
<b>Totale attivo immobilizzato</b>	<b>16.283</b>	<b>16.139</b>	<b>144</b>
Rimanenze	2.270	1.559	712
Crediti commerciali	10.384	10.134	249
Debiti commerciali	(13.716)	(11.957)	(1.759)
<b>Capitale circolante operativo/commerciale</b>	<b>(1.062)</b>	<b>(264)</b>	<b>(798)</b>
Altre attività e passività correnti	(3.456)	(3.328)	(128)
<b>Capitale circolante netto</b>	<b>(4.518)</b>	<b>(3.592)</b>	<b>(926)</b>
Fondi rischi ed oneri	(361)	(365)	4
Attività/passività fiscali differite	877	875	2
Altre passività non correnti	-	-	-
<b>Capitale investito netto</b>	<b>12.281</b>	<b>13.057</b>	<b>(776)</b>
<b>Totale Capitale investito netto</b>	<b>12.281</b>	<b>13.057</b>	<b>(776)</b>
<b>Patrimonio netto</b>	<b>5.286</b>	<b>4.317</b>	<b>969</b>
<b>Patrimonio netto di terzi</b>	<b>(41)</b>	<b>(43)</b>	<b>-</b>
<b>Indebitamento finanziario netto *</b>	<b>(17.525)</b>	<b>(17.331)</b>	<b>(194)</b>
<b>Totali Fonti</b>	<b>(12.281)</b>	<b>(13.057)</b>	<b>776</b>

Il Capitale Investito Netto del Gruppo al 31 marzo 2023, pari a Euro 12,2 milioni è costituito principalmente dall'Attivo Fisso Netto, pari a Euro 16,3 milioni e dal Capitale Circolante Netto pari a Euro -4,5 milioni.

Le Immobilizzazioni Immateriali pari a Euro 15,3 milioni, sono principalmente costituite per Euro 13,4 milioni dall'avviamento relativo alle acquisizioni di Giglio Fashion, del Gruppo IBOX, di E-Commerce Outsourcing e di Salotto di Brera. La movimentazione si riferisce agli ammortamenti del periodo, al netto degli incrementi per costi di sviluppo capitalizzati sostenuti internamente per l'implementazione e l'integrazione delle piattaforme informatiche sulla controllata ECommerce outsourcing Srl.

Le Immobilizzazioni materiali, che includono anche il RoU sui contratti di leasing in essere, pari a 0,8 milioni, hanno registrato un incremento (al netto degli ammortamenti del periodo) per effetto del contratto di affitto di ramo di azienda "Caput Mundi The Mall" siglato da Salotto di Brera S.r.l, il cui diritto è valorizzato in base all'IFRS 16.

Le immobilizzazioni finanziarie pari a Euro 0,3 milioni sono riferibili ai depositi cauzionali versati relativamente ai contratti di affitto per gli immobili di Milano e Roma.

L'indebitamento finanziario netto (determinato coerentemente con la comunicazione Consob n. DEM/6064293 e qui esposto) alla data del 31 marzo 2022, confrontato con il 31 dicembre 2022, è il seguente:

	(in migliaia di Euro)	31.03.2023	31.12.2022	Variazione
A	Disponibilità Liquide	2.521	1.794	727
B	Mezzi equivalenti e disponibilità liquide			-
C	Altre attività finanziarie correnti	2	2	0
<b>D</b>	<b>Liquidità (A + B + C)</b>	<b>2.523</b>	<b>1.796</b>	<b>727</b>
E	Debito finanziario corrente	(1.700)	(2.881)	1.181
	<i>di cui con Parti Correlate</i>	<i>(472)</i>	<i>(732)</i>	<i>260</i>
F	Parte corrente del debito finanziario non corrente	(5.744)	(5.268)	(476)
<b>G</b>	<b>Indebitamento finanziario corrente (E + F)</b>	<b>(7.444)</b>	<b>(8.149)</b>	<b>705</b>
<b>H</b>	<b>Indebitamento finanziario corrente netto (G - D)</b>	<b>(4.921)</b>	<b>(6.353)</b>	<b>1.432</b>
I	Debito finanziario non corrente	(9.521)	(7.896)	(1.625)
	<i>di cui con Parti Correlate</i>			-
J	Strumenti di debito	(3.005)	(3.005)	(0)
K	Debiti commerciali e altri debiti non correnti	(76)	(76)	(1)
<b>L</b>	<b>Indebitamento finanziario non corrente (I + J + K)</b>	<b>(12.603)</b>	<b>(10.977)</b>	<b>(1.626)</b>
<b>M</b>	<b>Totale indebitamento finanziario (H + L)</b>	<b>(17.525)</b>	<b>(17.331)</b>	<b>(194)</b>

L'indebitamento finanziario netto del gruppo si attesta a Euro -17,5 milioni, in linea con i dati al 31 dicembre 2022.

Nel dettaglio, la variazione dell'indebitamento è inoltre attribuibile ai seguenti fattori:

E. Debito finanziario corrente: la riduzione è riconducibile a minori debiti finanziari per utilizzo di linee anticipo e per conti correnti passivi, al rimborso parziale del debito verso Meridiana Holding S.r.l., al netto dell'incremento per passività per contratti di locazione contabilizzati in accordo con il principio contabile IFRS 16.

F. Parte corrente dell'indebitamento non corrente: l'incremento si riferisce all'accensione di nuovi finanziamenti nel primo trimestre, al netto dei rimborsi delle quote capitali sui mutui precedentemente accesi.

I. Debito finanziario non corrente: l'indebitamento finanziario non corrente ha registrato un incremento rispetto al 31 dicembre 2022. Ciò è dovuto sostanzialmente all'accensione di nuovi finanziamenti da parte di Salotto di Brera S.r.l.

J. Strumenti di debito: L'indebitamento finanziario non corrente rileva, al 31 marzo 2023, il prestito obbligazionario a lungo verso EBB S.r.l.

L'indebitamento finanziario netto rileva, al 31 marzo 2023, tra le passività correnti e le passività non correnti, il debito finanziario relativo al prestito obbligazionario EBB S.r.l.. Il regolamento disciplinante i termini e le condizioni del Prestito Obbligazionario contiene anche taluni impegni e limitazioni a carico della Società, ivi inclusi impegni finanziari (c.d. financial covenants), il cui verificarsi potrebbe comportare la decadenza dal beneficio del termine e l'obbligo per la Società di rimborsare integralmente in via anticipata il Prestito Obbligazionario (c.d. eventi rilevanti).

In data 29 dicembre 2022 SACE, in qualità di garante del prestito obbligazionario, ha fornito consenso al bond holder EBB S.r.l. al rilascio del waiver relativamente al mancato rispetto dei Parametri Finanziari "Leverage Ratio" e "Gearing Ratio" in relazione alla data di verifica del 31 dicembre 2022. In data 7 aprile 2023 la società EBB ha ratificato il waiver concesso da SACE in data 29 dicembre 2022.

### **Analisi della Gestione Economica Finanziaria consolidata al 31 marzo 2023**

Di seguito riportiamo i principali dati economici consolidati, confrontati con lo stesso periodo dell'esercizio precedente:

<i>(valori in euro migliaia)</i>	<b>31.03.2023</b>	<b>31.03.2022</b>	<b>Variazione</b>
Ricavi	7.780	11.595	(3.815)
Costi Operativi	(7.217)	(9.372)	2.155
<b>VALORE AGGIUNTO</b>	<b>562</b>	<b>2.223</b>	<b>(1.661)</b>
<b>VALORE AGGIUNTO%</b>	<b>7,2%</b>	<b>19,2%</b>	<b>(11,9)%</b>

Costi del personale	(926)	(1.008)	82
<b>EBITDA</b>	<b>(364)</b>	<b>1.215</b>	<b>(1.579)</b>
<b>EBITDA%</b>	<b>(4,7)%</b>	<b>10,5%</b>	<b>(15,2)%</b>
Proventi (oneri) non recurring	24	0	24
Ammortamenti e Svalutazioni	(288)	(459)	170
<b>EBIT</b>	<b>(628)</b>	<b>757</b>	<b>(1.385)</b>
Oneri finanziari netti	(346)	(242)	(104)
<b>RISULTATO PRE-TAX</b>	<b>(974)</b>	<b>513</b>	<b>(1.487)</b>
Imposte	(1)	(52)	51
<b>RISULTATO DI PERIODO</b>	<b>(974)</b>	<b>463</b>	<b>(1.438)</b>
<b>RISULTATO DI PERTINENZA DI TERZI</b>	<b>(2)</b>	<b>(1)</b>	<b>(1)</b>
<b>RISULTATO DI PERIODO DI GRUPPO</b>	<b>(973)</b>	<b>464</b>	<b>(1.437)</b>

I ricavi consolidati pari a Euro 7,8 milioni registrano una riduzione di Euro 3,8 milioni rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. Una parte di questa riduzione (pari ad Euro 1,7 milioni) è imputabile al fatto che lo scorso esercizio erano inclusi anche i proventi derivanti dalla cessione del ramo Loyalty (Euro 1,3 milioni), portata a termine in data 6 marzo 2022, oltre che al fatturato realizzato nei primi due mesi del 2022 (Euro 0,4 milioni).

L'andamento dei ricavi è dovuto ad una focalizzazione del management su contratti di vendita a maggiore marginalità.

I costi del personale sono in linea con lo stesso periodo dell'anno precedente.

I costi corporate risultano diminuiti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente per circa Euro 0,2 milioni, generati dalle attività di saving strutturali, poste in essere dal management.

L'EBITDA risulta allineato alle previsioni espresse per il primo trimestre nel budget approvato dagli Amministratori. L'EBITDA al 31 marzo 2022, al netto della cessione del ramo Loyalty, sarebbe stato negativo per Euro 0,1 milione.

Il Risultato netto rileva il costo finanziario dei finanziamenti sottoscritti negli esercizi precedenti e nel corrente esercizio, i cui tassi di interesse sono aumentati in ragione del tasso variabile degli stessi in aumento.

### 3. Informativa di settore

Il principio contabile IFRS 8 - Segmenti operativi richiede che siano fornite informazioni dettagliate per ogni segmento operativo, inteso come una componente di un'entità (i) che è in grado di intraprendere un'attività generatrice di ricavi e costi, (ii) i cui risultati operativi sono periodicamente

rivisti dal top management ai fini dell'adozione di decisioni in merito alle risorse da allocare e della valutazione della performance e (iii) per la quale sono disponibili informazioni di bilancio distinte.

Il Gruppo, segmentando le proprie attività con riferimento alla tipologia dei prodotti, dei processi produttivi e dei mercati di sbocco, ha identificato tre aree di affari (Business Unit):

1. E-commerce B2B
2. E-commerce B2C
3. Corporate.

Le unità operative che rientrano nell'ambito delle suddette aree di affari sono le seguenti:

1. E-commerce B2B: Giglio Group Spa, Giglio USA, Salotto di Brera S.r.l. e Giglio Shanghai;
2. E-commerce B2C: IBOX, E-Commerce Outsourcing, Giglio Shanghai e Meta Revolution;
3. Corporate: comprende le attività centralizzate funzionali al Gruppo non allocabili alle unità di business e principalmente svolte dalla Giglio Group S.p.A.

I risultati dei settori individuati (già al netto delle elisioni intercompany) sono rappresentati nel seguito:

<b>31 Marzo 2023</b>				
<b>(in Euro migliaia)</b>	<b>E-commerce B2B</b>	<b>E-commerce B2C</b>	<b>Corporate</b>	<b>Totale</b>
Ricavi	4.655	2.716	0	7.371
Altri proventi	184	36	164	384
Costi capitalizzati		25		25
<b>Totale ricavi</b>	<b>4.839</b>	<b>2.777</b>	<b>164</b>	<b>7.780</b>
<b>EBITDA</b>	<b>435</b>	<b>(136)</b>	<b>(663)</b>	<b>(364)</b>
<b>EBIT</b>	<b>408</b>	<b>(320)</b>	<b>(717)</b>	<b>(628)</b>
<b>EBT</b>	<b>353</b>	<b>(437)</b>	<b>(891)</b>	<b>(974)</b>
<b>Risultato netto di esercizio</b>	<b>353</b>	<b>(419)</b>	<b>(907)</b>	<b>(973)</b>

Si forniscono i risultati dei settori al 31 marzo 2022

<b>31 marzo 2022</b>				
<b>(in Euro migliaia)</b>	<b>E-commerce B2B</b>	<b>E-commerce B2C</b>	<b>Corporate</b>	<b>Totale</b>
Ricavi	7.271	2.930	0	10.201
Altri proventi	0	1.344	0	1.344
Costi capitalizzati		50		50
<b>Totale ricavi</b>	<b>7.271</b>	<b>4.324</b>	<b>0</b>	<b>11.595</b>
<b>EBITDA</b>	<b>836</b>	<b>1.112</b>	<b>(733)</b>	<b>1.215</b>
<b>EBIT</b>	<b>828</b>	<b>740</b>	<b>(811)</b>	<b>757</b>
<b>EBT</b>	<b>883</b>	<b>679</b>	<b>(1.049)</b>	<b>514</b>
<b>Risultato netto di esercizio</b>	<b>886</b>	<b>679</b>	<b>(1.101)</b>	<b>465</b>

La voce altri proventi al 31 marzo 2022 è relativa al corrispettivo della cessione del ramo d'azienda Loyalty; conseguentemente l'EBITDA del B2C, al netto di questa voce, sarebbe stato negativo di Euro 0,2 milioni.

#### **4. Stagionalità del settore di attività**

I livelli di attività del Gruppo sono correlati alla stagionalità del business e si riflettono sui dati consolidati.

Nello specifico, nel settore dell'e-commerce i volumi di vendita sono maggiormente concentrati rispettivamente nel primo, terzo e quarto trimestre in occasione dei saldi invernali ed estivi, del black Friday e delle festività natalizie.

#### **5. Numero e valore azioni proprie e delle azioni o quote di società controllanti possedute dalla società**

La società non possiede azioni proprie né azioni della società controllante.

#### **6. Numero e valore nominale delle azioni proprie e delle azioni o quote di società controllanti acquistate o alienate dalla società nel periodo**

La società non ha acquistato o ceduto nel corso dell'esercizio azioni proprie né azioni della società controllante.

#### **7. Azionisti rilevanti e principali dati relativi alle azioni dell'Emittente**

Alla data della presente relazione finanziaria intermedia (31 marzo 2023) i dati ufficiali indicano i seguenti azionisti rilevanti:

- 55,66 % delle azioni detenute da Meridiana Holding SpA.



## **PROSPETTI CONTABILI**

- Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidata
- Prospetto di conto economico e conto economico complessivo consolidati
- Prospetto dei movimenti di patrimonio netto consolidato
- Rendiconto finanziario consolidato
- Area di consolidamento

## Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

Situazione patrimoniale - finanziaria consolidata (valori in migliaia di euro)	31.03.2023	31.12.2022
<b>Attività non correnti</b>		
Attività materiali	239	205
Attività per diritto d'uso	539	251
Attività immateriali	1.910	2.083
Avviamento	13.353	13.353
Partecipazioni	-	5
Crediti	242	242
Attività fiscali differite	1.003	1.016
<b>Totale attività non correnti</b>	<b>17.286</b>	<b>17.155</b>
<b>Attività correnti</b>		
Rimanenze di magazzino	2.270	1.559
Crediti commerciali	10.384	10.134
Crediti finanziari	2	2
Crediti d'imposta	2.671	2.107
Altre attività	1.647	1.635
Disponibilità liquide	2.521	1.794
<b>Totale attività correnti</b>	<b>19.494</b>	<b>17.232</b>
<b>Totale Attivo</b>	<b>36.780</b>	<b>34.387</b>
<b>Patrimonio Netto</b>		
Capitale sociale	4.394	4.394
Riserve	22.190	22.190
Riserva FTA	4	4
Risultati portati a nuovo	(30.912)	(28.833)
Riserva cambio	12	7
Utile (perdita) del periodo	(973)	(2.078)
<b>Totale Patrimonio Netto di Gruppo</b>	<b>(5.286)</b>	<b>(4.317)</b>
Patrimonio netto di terzi	41	43
<b>Totale Patrimonio Netto</b>	<b>(5.244)</b>	<b>(4.274)</b>
<b>Passività non correnti</b>		
Fondi per rischi e oneri	-	-
Fondi per benefici ai dipendenti (TFR)	361	365
Passività fiscali differite	125	141
Debiti finanziari (quota non corrente)	12.527	10.901
Altre passività non correnti	76	76
<b>Totale passività non correnti</b>	<b>13.090</b>	<b>11.484</b>
<b>Passività correnti</b>		
Debiti commerciali	13.716	11.957
Debiti finanziari (quota corrente)	7.444	8.150
Debiti per imposte	6.663	5.420
Altre passività	1.110	1.651
<b>Totale passività correnti</b>	<b>28.934</b>	<b>27.177</b>
<b>Totale Passività e Patrimonio Netto</b>	<b>36.780</b>	<b>34.387</b>

## Prospetto di Conto economico consolidato

Conto economico consolidato (valori in migliaia di euro)	31.03.2023	31.03.2022
<b>Ricavi totali</b>	<b>7.371</b>	<b>11.325</b>
Altri ricavi	384	220
Costi capitalizzati	25	50
Variazione delle rimanenze	712	(247)
<i>Costi di acquisto per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci</i>	(5.335)	(5.959)
<i>Costi per servizi</i>	(2.524)	(3.052)
<i>Costi per godimento beni terzi</i>	(11)	(65)
<b>Costi operativi</b>	<b>(7.870)</b>	<b>(9.076)</b>
<i>Salari e stipendi</i>	(690)	(835)
<i>Oneri sociali</i>	(196)	(240)
<i>TFR</i>	(40)	66
<b>Costo del personale</b>	<b>(926)</b>	<b>(1.009)</b>
<i>Ammortamenti attività immateriali</i>	(212)	(357)
<i>Ammortamenti attività materiali</i>	(76)	(101)
<i>Svalutazioni</i>	(0)	0
<b>Ammortamenti e svalutazioni</b>	<b>(288)</b>	<b>(458)</b>
Altri costi operativi	(35)	(50)
<b>Risultato operativo</b>	<b>(628)</b>	<b>756</b>
Proventi finanziari	5	6
Oneri finanziari netti	(350)	(247)
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>(974)</b>	<b>514</b>
Imposte sul reddito	(1)	(52)
<b>Risultato netto di esercizio</b>	<b>(974)</b>	<b>462</b>
<b>Di cui di terzi</b>	<b>(2)</b>	<b>(1)</b>
<b>Risultato delle attività dest. a continuare per azione base e diluito</b>	<b>(0,0444)</b>	<b>(0,2104)</b>
<b>Risultato netto per azione base e diluito</b>	<b>(0,0441)</b>	<b>(0,2098)</b>

## Prospetto di conto economico complessivo

Conto economico complessivo consolidato (valori in migliaia di euro)	31.03.2023	31.03.2022
<b>Risultato netto di esercizio</b>	<b>(974)</b>	<b>462</b>
<b>Altre componenti di conto economico complessivo</b>		
<i>Altre componenti di conto economico complessivo che saranno successivamente riclassificate nell'utile/(perdita) d'esercizio al netto delle imposte</i>		
Riserva Cambi	5	(5)
<b>Totale altre componenti di conto economico complessivo che saranno successivamente riclassificate nell'utile/(perdita) d'esercizio al netto delle imposte</b>	<b>5</b>	<b>(5)</b>
<i>Altre componenti di conto economico complessivo che non saranno successivamente riclassificate nell'utile/(perdita) d'esercizio al netto delle imposte</i>		
Perdita Attuariale dei benefici a dipendenti	0	0
<b>Totale altre componenti di conto economico complessivo che non saranno successivamente riclassificate nell'utile/(perdita) d'esercizio al netto delle imposte</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Risultato complessivo consolidato dell'esercizio</b>	<b>(969)</b>	<b>457</b>

## Prospetto di Patrimonio Netto Consolidato

Descrizione (Valori in migliaia di euro)	Capitale sociale	Riserve	Riserva FTA	Riserve cambio	Risultati portati a nuovo	Utile (perdita) del periodo	Totale Gruppo	Terzi	Totale Consolidato
<b>SALDO AL 31 DICEMBRE 2022</b>	<b>4.394</b>	<b>22.190</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>(28.833)</b>	<b>(2.078)</b>	<b>(4.317)</b>	<b>43</b>	<b>(4.274)</b>
Aumento capitale sociale							-		-
Riserva sovrapprezzo versamento soci in c/capitale							-		-
Risultato a nuovo					(2.078)	2.078	-		-
Riserva IAS 19							-		-
Effetti cambi				5			5		5
Altri movimenti					(1)		(1)	-	(1)
Risultato di periodo						(973)	(973)	(2)	(974)
<b>SALDO AL 31 MARZO 2023</b>	<b>4.394</b>	<b>22.190</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>(30.912)</b>	<b>(973)</b>	<b>(5.286)</b>	<b>41</b>	<b>(5.244)</b>

**RENDICONTO FINANZIARIO**

<i>Importi in migliaia di euro</i>	<b>31.03.2023</b>	<b>31.03.2022</b>
<b>Flussi finanziari derivanti dall'attività operativa</b>		
Utile (Perdita) del periodo delle attività destinate a continuare	(974)	(932)
Utile (Perdita) del periodo delle attività destinate alla dismissione / dismesse	-	1.394
Rettifiche per:		
Ammortamenti di immobilizzazioni materiali	24	(66)
Ammortamenti attività per diritto d'uso	52	167
Ammortamenti di attività immateriali	212	357
Variazione non monetaria dei fondi	(4)	(166)
Svalutazioni/(Rivalutazioni)	0	-
Oneri/(Proventi) finanziari netti	346	242
Imposte sul reddito	1	52
Variazioni di:		
Rimanenze	(712)	79
Crediti commerciali	(249)	4.107
Crediti imposta	(564)	645
Crediti finanziari correnti	-	(34)
Altre attività	(11)	655
Passività fiscali differite	(16)	(84)
Debiti commerciali	1.759	(3.932)
Debiti d'imposta	1.243	440
Variazione Attività per diritto d'uso	(340)	34
Variazione debiti finanziari IFRS 16	258	(71)
Altre passività correnti/non correnti	(540)	(273)
<b>Variazione del capitale circolante netto</b>	<b>828</b>	<b>1.564</b>
Variazione dei fondi	-	-
Variazioni attività/passività destinate alla dismissione / dismesse	-	-
<b>Disponibilità liquide generate dall'attività operativa</b>	<b>484</b>	<b>2.611</b>
Interessi pagati	(277)	-
Imposte sul reddito pagate	-	-
<b>Disponibilità liquide nette generate dall'attività operativa</b>	<b>207</b>	<b>2.611</b>
<b>Flussi finanziari derivanti dall'attività di investimento</b>		
Investimenti in immobilizzazioni materiali	(58)	198
Investimenti in immobilizzazioni immateriali	(39)	(144)
Acquisizione Salotto di Brera al netto della liquidità acquisita	-	(722)
Variazione Altre immobilizzazioni	13	(91)
Incremento partecipazioni	5	0
Variazioni perimetro consolidamento	-	-
<b>Disponibilità liquide nette assorbite dall'attività di investimento</b>	<b>(79)</b>	<b>(759)</b>
<b>Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento</b>		
Aumento di capitale	-	-
Variazioni di PN	4	(2.149)
Accensione nuovi finanziamenti	3.466	-
Rimborsi finanziamenti	(1.412)	-
Variazione indebitamento finanziario	(1.460)	364
<b>Disponibilità liquide nette assorbite dall'attività di finanziamento</b>	<b>598</b>	<b>(1.784)</b>
<b>Incremento (decremento) netto delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti</b>	<b>727</b>	<b>67</b>
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti al 1° gennaio	1.794	1.437
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti al 31 marzo	2.521	1.504

## **Area di consolidamento**

### **Informazioni sulle controllate:**

Il bilancio consolidato del Gruppo include:

#### **Perimetro di Consolidamento**

Giglio Group S.p.A.	Italia	<b>Controllante</b>	
E-Commerce Outsourcing	Italia	<b>Controllata</b>	100%
Salotto di Brera	Italia	<b>Controllata</b>	100%
Giglio USA	USA	<b>Controllata</b>	100%
IBOX SA	Svizzera	<b>Controllata</b>	100%
Giglio (Shanghai) Technology Company Limited	Cina	<b>Controllata</b>	100%
Media 360 HK Limited	HK	<b>Controllata</b>	100%
Meta Revolution S.r.l.	Italia	<b>Controllata</b>	51%

### **Società consolidate col metodo integrale:**

#### ***Giglio Group S.p.A. (capogruppo)***

Sede legale in Milano, Piazza Diaz, 6 e sede operativa ed Amministrativa in Roma, Via dei Volsci, 163  
Capitale sociale sottoscritto e versato Euro 4.393.604,40.

In particolare, la società opera nel campo del commercio elettronico.

Dal 20 marzo 2018 la Società è quotata sul mercato MTA segmento STAR, con un flottante pari a circa il 31% e la compagine societaria è presente sul sito: [www.giglio.org](http://www.giglio.org).

#### ***E-Commerce Outsourcing S.r.l.***

Sede legale: Piazza Diaz 6, 20123 Milano.

Capitale sociale: Euro 700.000

La società è uno dei più importanti player nella fornitura in outsourcing di servizi di e-commerce.

#### ***Salotto di Brera S.r.l.***

Sede legale: Piazza Diaz, 6 20123 Milano

Capitale sociale: Euro 1.000.000

La società è attiva nelle forniture B2B di moda, food e gioielleria per i negozi a bordo di navi da crociera e nei negozi duty free in porti ed aeroporti e le basi Nato.

***GIGLIO USA LLC***

Sede legale: One Wall Street, 6th Floor

BURLINGTON, MA 01803

REPRESENTATIVE OFFICE

111 West 19th Street (6th Floor)

10011 New York, NY USA

Capitale sociale Euro 18 migliaia, posseduto per il 100% da Ibox SA.

La Società ha lo scopo di sviluppare il modello di business della divisione Fashion sul mercato statunitense.

***IBOX SA***

Sede legale: Galleria 1 Via Cantonale, 6928 Manno, Svizzera

Capitale sociale: CHF 4.882.000

La società è un e-commerce service provider impegnata nella gestione dei siti on line di grandi marchi della moda made in Italy.

***GIGLIO (Shanghai) TECHNOLOGY LIMITED COMPANY***

Sede legale: Shanghai International Finance Center

Century Avenue 8

Room 874, Level 8, Tower II

Shanghai, 200120

Capitale Sociale Euro 40 migliaia.

La società detiene le piattaforme digitali cinesi, le licenze ICP che consentono di poter operare sul web in Cina e le autorizzazioni per le Trade Free Zone di Shenzhen ed è la società del gruppo deputata ad effettuare le vendite per il mercato cinese e coreano e per altri mercati Far East che sono in corso di sviluppo.

***Media 360 HK Limited***

Sede legale: 603 Shung Kwong Comm. Bldg

8 Des Vouex Road West'

Hong Kong

Capitale sociale: HKD 100

***Meta Revolution S.r.l.***

Sede legale: Piazza Diaz, 6

Milano, Italia

Capitale sociale Euro 120.000 sottoscritto di cui versato il 25%.

La società ha per oggetto lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico nel settore NFT.



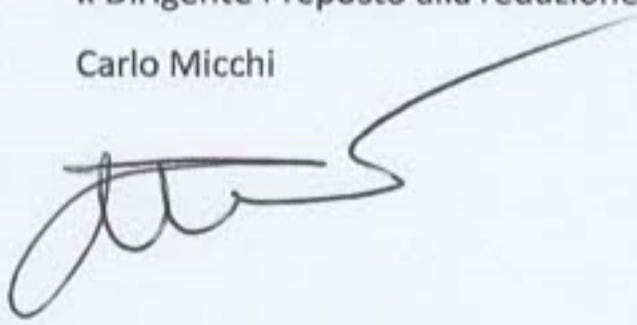
**Dichiarazione del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari ai sensi delle disposizioni del comma 2 art. 154 – bis del D.Lgs. n. 58/1998 (Testo Unico della Finanza)**

Il sottoscritto dottor Carlo Micchi, quale Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari di Giglio Group S.p.A. attesta che, in conformità a quanto previsto dal secondo comma dell'art. 154 bis del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58, il Resoconto Intermedio di Gestione al 31 marzo 2023 corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Milano, 12 maggio 2023

Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari

Carlo Micchi

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Carlo Micchi', with a long, sweeping flourish extending to the right.