



GIGLIO GROUP: IL CDA APPROVA I RISULTATI AL 31.12.2019

Ricavi consolidati stabili e risultato netto in diminuzione a causa del processo di riorganizzazione del Gruppo e dei relativi costi di dismissione delle attività non-core; piano industriale 2020-2022

- **RICAVI consolidati pari 40,2 milioni di Euro, in sostanziale stabilità rispetto al 2018 quando ammontavano a 39,6 milioni di Euro; considerando il consolidamento di Terashop¹ per l'intero 2019, i ricavi ammontano a 44,6 milioni di Euro con un aumento del 12,6% rispetto al 2018.**
- **Il Gross Merchandise Value (GMV**) passa da 86,4 milioni di Euro a 82,3 milioni di Euro; considerando il consolidamento di Terashop per l'intero 2019, il GMV** ammonta a 106,3 milioni di Euro, a conferma della capacità del Gruppo di gestire con le proprie piattaforme volumi di valore dei beni transati ben oltre la soglia dei 100 milioni di Euro.**
- **L'EBITDA adjusted delle continuing operations, normalizzato dagli oneri non ricorrenti, dagli effetti degli IFRS 5 e IFRS 16, è pari a 1 milione di Euro con un obiettivo di Ebitda margin di circa il 10% a fine piano (2022).**
- **Il Risultato Netto del periodo, negativo per 15,8 milioni di Euro, in calo rispetto all'esercizio 2018, incorpora i costi relativi alle dismissioni dell'area media (che non saranno più replicati a partire dall'esercizio 2020) ed una minusvalenza derivante dal calo del valore delle azioni detenute a seguito del concambio per gli asset ceduti, a causa di una congiuntura di mercato sfavorevole al 31.12.2019.**
- **La PFN si attesta a 12,3 milioni di Euro, normalizzata dall'effetto degli IFRS 16, la PFN è pari a 10,4 milioni di Euro (in miglioramento di 8,8 milioni di Euro rispetto ai 19,2 milioni di Euro di dicembre 2018);**

¹ E-Commerce Outsourcing s.r.l. ("Terashop")

- GMV* (*Gross Merchandise Value*): definito come il valore di tutti i beni venduti ai clienti finali: comprende i ricavi B2B al netto di IVA e i ricavi B2C inclusi di IVA, oltre che il controvalore delle vendite al dettaglio per le quali il gruppo gestisce in outsourcing l'infrastruttura tecnologica, la logistica e distribuzione, attività iniziata nel corso del 2019 con l'acquisizione di Terashop. Il GMV dell'intero esercizio 2018 era pari ad Euro 86,7 milioni.

- Il piano industriale approvato in data 10 marzo 2020, prevede una crescita dei volumi gestiti con un CAGR superiore al 20% nel periodo 2020-2022.
- In data 31 ottobre 2019 è stata acquisita la società Terashop, uno dei maggiori fornitori di servizi di e-commerce in outsourcing in Italia. Al 31 dicembre 2019 Terashop ha registrato ricavi per 6,4 milioni di Euro. Al 31 dicembre 2019 la somma dei ricavi delle due società (Giglio Group e Terashop) è complessivamente superiore a 44 milioni di Euro, mentre il totale delle transazioni gestite sulle piattaforme e-commerce (GMV sopracitato) è pari a circa 106,3 milioni di Euro.
- Giglio Group conclude il processo di dismissione dell'area media del Gruppo, iniziato nell'esercizio 2018, attraverso una serie di operazioni di riorganizzazione sulle controllate asiatiche. Tra queste, l'acquisto del 100% del capitale sociale della controllata Giglio TV Hong Kong (da SIMEST)², in seguito venduta ad un gruppo industriale cinese, al valore di 3 milioni di euro. Inoltre, operazione fondamentale per il rafforzamento del business e-commerce in Asia, Giglio Group ha acquisito il 100% del capitale sociale di Giglio Shanghai (da Giglio TV Hong Kong). Giglio Shanghai è una società di e-commerce che possiede le ICP licence, le autorizzazioni per le Trade Free Zone e le piattaforme digitali cinesi. Il valore dell'operazione è stato pari a circa 6,4 milioni Euro.

Milano, 14 marzo 2020 – Il Consiglio di Amministrazione di **Giglio Group SpA (Ticket GG)** società di e-commerce 4.0 quotata sul mercato MTA-STAR gestito da Borsa Italiana, ha approvato in data odierna, il Progetto di Bilancio ed il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2019 redatto secondo i principi contabili *International Financial Reporting Standards* ("IFRS").

Nel dicembre 2018 il Gruppo ha iniziato un innovativo progetto industriale che vede l'e-commerce e la distribuzione digitale del *Made in Italy* nel mondo unica attività e principale obiettivo strategico. A tal fine Giglio Group ha avviato un piano industriale di dismissione di tutti gli assets afferenti l'Area Media del Gruppo.

In esecuzione del piano di dismissione: nel dicembre 2018 è stato venduto il Canale 65 del digitale terrestre a GM Comunicazione s.r.l.³ ed il 30 ottobre 2019 è stato perfezionato l'accordo con la società spagnola Vertice360⁴, conclusosi con il conferimento del Canale 68 del digitale terrestre, di MThree SatCom e di Nautical Channel.

Da ultimo, Giglio Group, nella prima metà di marzo 2020, ha razionalizzato la struttura societaria asiatica, che ha portato al raggiungimento di due importanti obiettivi. Da un lato Giglio Group è divenuta proprietaria del 100% di Giglio Shanghai, società di e-commerce che possiede le ICP licence, le autorizzazioni per le Trade Free Zone e le piattaforme digitali cinesi. Dall'altro lato, a completamento del conferimento delle attività media, Giglio Group ha venduto ad un gruppo industriale cinese, Giglio TV Hong Kong, al valore di 3 milioni euro. Il processo si è reso possibile attraverso l'acquisto del 49% del capitale sociale di Giglio TV Hong Kong da SIMEST, per poi

² SIMEST "Società Italiana per le Imprese all'Estero s.p.a.

³ Per maggiori dettagli sull'operazione si veda il comunicato stampa del 20 dicembre 2018

⁴ Vertice Trescientos Sesenta Grados SA – per maggiori dettagli circa l'operazione si veda il comunicato stampa del 30 ottobre 2019

procedere all'acquisto di Giglio Shangai (da Giglio TV Hong Kong) al prezzo di circa 6,4 milioni di euro.

Quest'ultima operazione ha posto definitivamente termine ad ogni attività del Gruppo nel settore media consentendo di concentrarsi solo sull'e-commerce, principale obiettivo strategico. Il riassetto societario consente di ottimizzare le risorse, anche alla luce della semplificazione della struttura ed alla concentrazione su un solo modello di business, abbattendo significativamente i costi corporate.

Alessandro Giglio, Presidente e Amministratore Delegato di Giglio Group: *"I dati presentati oggi sono il frutto di una precisa strategia di sviluppo che abbiamo portato avanti con determinazione nel corso del 2019. Il Gruppo si è riorganizzato, focalizzandosi esclusivamente sulle attività di e-commerce, e dismettendo tutte le attività legate all'area media e TV. Questo processo – pur consentendoci di mantenere costanti i ricavi - ha impattato sull'utile netto del Gruppo: in particolare la cessione dei rami d'azienda non-core ha avuto tempi più lunghi di quelli previsti, pesando negativamente sui costi. Vi è stata poi l'acquisizione strategica di Terashop e la successiva fusione di Giglio Group con Ibox S.r.L. (che si perfezionerà entro marzo 2020) nell'ottica di una semplificazione aziendale e di un'ottimizzazione delle risorse.*

Oggi, nonostante l'emergenza sanitaria in corso, siamo fiduciosi di poter contare su una solida crescita già dal 2020, con un Gruppo più snello ed efficiente, focalizzato esclusivamente sulle attività di e-commerce avendo finalmente ultimato, anche dolorosamente, la dismissione di tutta l'area media e Tv. Grazie alla nostra riconosciuta esperienza nelle vendite digitali e nell'Incentive collaboriamo con i più importanti brand italiani del fashion, food e design e puntiamo a diventare a tutti gli effetti i più grandi esportatori digitali di Made in Italy nel mondo".

Eventi di rilievo nel corso dell'Esercizio 2019:

Il Gruppo nel corso del 2019 ha portato avanti il progetto di dismissione dell'Area Media e di focalizzazione sul business principale, quello dell'e-commerce, nello stesso tempo ha razionalizzato la struttura del Gruppo con un progressivo, significativo abbattimento dei costi. Di seguito, si riassumono le operazioni che hanno portato a questi obiettivi.

12 marzo 2019

Giglio Group e Vertice 360, società di diritto spagnolo quotata alla Borsa principale di Madrid, operante nel settore digitale, cinematografico, radiotelevisivo e Squirrel Capital S.L.U. società con base a Madrid attiva nella gestione di partecipazioni azionarie in ambito media e marketing digitale, hanno sottoscritto un accordo in base al quale, Giglio Group avrebbe conferito la propria Area Media in Vertice 360 a fronte di un aumento di capitale riservato del valore nominale di Euro 1.136.363,64 con emissione di n. 1.136.363.620 azioni Vertice 360 in favore di Giglio Group.

Il perimetro dell'operazione di conferimento comprendeva: le attività televisive in Italia (tra cui il canale televisivo LCN 68), il 100% dell'unità di business M3Satcom (attiva nelle trasmissioni , satellitari con la gestione di due teleporti in Italia), Nautical Channel LTD (titolare dell'omonimo canale televisivo) e parte dei contenuti e dei diritti televisivi destinati alla Cina.

In data **8 luglio 2019** sono stati sottoscritti i contratti tra le parti citate.

In data **13 settembre 2019** il perito indipendente nominato dal Registro Mercantile, ETL Global Auditores de Cuentas, S.L., ha emesso la propria perizia sul valore dell'Area Media oggetto del conferimento confermando il loro valore ad almeno 12.499.999,82 di euro.

Il data **30 ottobre 2019** è avvenuto il closing dell'operazione: Vertice 360 ha approvato la proposta di aumento riservato di capitale sociale a pagamento di euro 1.136.363,62, interamente versato da Giglio Group mediante conferimento in natura, con emissione di n. 1.136.363.620 azioni, rappresentative del 5,95% del capitale sociale di Vertice 360.

In esecuzione degli accordi Alessandro Giglio è stato nominato quale membro del Consiglio di Amministrazione di Vertice 360.

12 settembre 2019: Gruppo Giglio sigla un accordo di investimento con Terashop, per acquisire la società, tramite conferimento in natura. Terashop è uno dei più importanti player nella fornitura in outsourcing di servizi di e-commerce.

Terashop è proprietaria di una innovativa piattaforma di e-commerce che Giglio Group sta procedendo ad integrare nella propria infrastruttura.

L'operazione sta consentendo al Gruppo da un lato di realizzare volumi elevati di transazioni, migliorando l'infrastruttura informatica e i servizi offerti, nonché inglobando il portafoglio clienti di Terashop. Dall'altro di creare importanti economie di scala, anche grazie al rafforzamento della propria organizzazione tecnica e all'integrazione dell'esperienza dell'organico di Terashop.

In data 31 ottobre 2019, l'Assemblea degli azionisti ha approvato l'operazione, l'aumento di capitale liberato con il conferimento in natura di Terashop è stato di 2,6 milioni di euro, con emissione di 750.000 azioni.

In data 14 novembre 2019: Giglio Group realizza un aumento di capitale riservato ad investitori istituzionali, tramite ABB (Accelerated-bookbuilding) Il valore dell'aumento di capitale è stato di euro 4 milioni, di cui euro 301.887 a titolo di valore nominale ed euro 3.698.111 a titolo di sovrapprezzo.

Oltre alle attività di dismissione, il Gruppo, nel corso del 2019, ha chiuso accordi commerciali con aziende del fashion ed ha esteso la propria attività ai settori food e design, di seguito i dettagli:

In data 24 settembre 2019: Giglio Group espande la propria attività e-commerce al settore food. L'ingresso nel settore Food rappresenta l'avvio di una nuova linea di business in un settore strategico simbolo del Made in Italy, dando la possibilità ai Web Consumers di tutto il mondo di avere facile accesso ai migliori prodotti alimentari italiani, acquistandoli dalle principali vetrine dei Marketplace.

In data 5 novembre 2019: raggiunto un accordo di partnership con HSE24 S.p.A., società proprietaria dell'omonimo canale televisivo in onda sull'LCN 37 del digitale terrestre con una programmazione interamente dedicata allo shopping e del sito www.hse24.it, per la fornitura di prodotto e la gestione della piattaforma e-commerce.

In data 19 dicembre 2019: Giglio Group ha siglato un accordo di distribuzione con **GF Retail**, società coreana specializzata nell'import di prodotti Luxury.

La partnership, di durata triennale, è stata siglata attraverso I-Box Distribution – la divisione del Gruppo dedicata alla gestione delle vendite per le collezioni in season ed off season – e prevede la fornitura di beni di lusso Made in Italy per un valore di 3 milioni di euro per il 2020, in crescita negli anni successivi.

Nel corso del 2019 Giglio Group ha siglato accordi, per la gestione dell'e-commerce internazionali, con i brand fashion: **Stefano Ricci, Tonino Lamborghini, Harmont & Blaine, Moreschi e Kidult.**

Eventi di rilievo successivi al 31 dicembre 2019:

In data 20 gennaio 2020, l'Assemblea Straordinaria degli azionisti di Giglio Group ha approvato il progetto di fusione per incorporazione di Ibox S.r.l., società interamente controllata da Giglio Group. L'operazione ha l'obiettivo di semplificare la struttura societaria, riducendo i costi di gestione riguardanti le società controllate e di accentrare parte del business nella società capogruppo (gli atti di fusione dovrebbero essere siglati entro la fine di marzo 2020).

In data 10 marzo 2020 il Consiglio di Amministrazione ha approvato il piano industriale 2020-2022. Con il nuovo piano industriale la società integra totalmente la controllata Terashop, recentemente acquisita, e le nuove strategie commerciali annunciate nel comunicato stampa del 12 marzo 2020.

Highlight economico-finanziari 2020 - 2022

- Ricavi 2022: > 80 milioni di Euro
- EBITDA 2022: > 10 milioni di Euro, + 9 milioni di Euro rispetto al 2019
- Investimenti complessivi: 1,5 milioni di Euro
- Posizione finanziaria netta fine 2022: prevista compresa tra -5 e -3 milioni di Euro

Highlight industriali

- Crescita Gross Merchandise Value 2022: > 180 milioni di Euro.

Il piano assume la completa confluenza dei team di tecnologia di Terashop e Ibox SA in una unica struttura capace di offrire i servizi dalle proprie piattaforme a tutti i clienti indifferentemente.

Il Piano industriale considera un'accelerazione del GMV (Gross Merchandise Value) ad un tasso annuo superiore al 20%, sia per la crescita organica, in linea con le aspettative del mercato di riferimento (le vendite on line del fashion di lusso), sia per le nuove acquisizioni di brand.

Il Piano Industriale stima l'incidenza delle vendite in Cina sul totale transato in circa il 20% dei volumi del 2022.

Nell'arco del piano, l'obiettivo è il raddoppio dei ricavi, riguadagnando velocemente una significativa redditività (Ebitda/Ricavi) sostenibile nel lungo termine, con una incidenza superiore al 10%, lavorando in modo piuttosto bilanciato sia in modalità B2B (la distribuzione ai marketplace digitale) vista in forte sviluppo come canale di smobilizzo di stock (specialmente nel 2020 sulla base delle enormi giacenze che la crisi per il coronavirus sta costituendo) e sia in modalità B2C, con le avanzate soluzioni tecnologiche proposte dalla piattaforma di Terashop anche per categorie merceologiche diverse dal fashion, come l'elettronica e il food retail.

Il piano industriale prevede un forte miglioramento del profilo finanziario e patrimoniale, contando su una generazione di cassa operativa positiva, un forte controllo del capitale circolante a supporto delle vendite B2B, fabbisogni per investimenti assai inferiori rispetto agli esercizi precedenti, dopo l'acquisizione delle competenze tecnologiche provenienti da Terashop.

In data 9 marzo 2020 Giglio Group ha finalizzato l'acquisizione del 100% di Giglio Tv Hong Kong attraverso l'acquisto del 49% delle quote da SIMEST ad un valore di 1.470.000 euro.

In data 13 marzo 2020 Giglio Group ha acquisito il 100% di Giglio Shanghai (da Giglio Tv Media Hong Kong a circa 6,4 milioni di Euro, inoltre ha ceduto Giglio Tv Hong Kong ad un gruppo industriale cinese per un valore di 3 milioni di Euro

In data 12 marzo 2020, a seguito del blocco di tutti gli esercizi commerciali non essenziali, previsto dal DPCM dell'11 marzo 2020 nell'**emergenza COVID-19**, Giglio Group ha sviluppato una strategia di vendita online con l'obiettivo di supportare i brand nel recupero delle forti perdite di fatturato che stanno registrando a causa dell'attuale emergenza sanitaria.

La strategia sviluppata da Giglio Group prevede l'aggancio istantaneo di una piattaforma al sito e-commerce del brand con un approccio di private sales che incentivi all'acquisto attraverso particolari scontistiche. La strategia prevede inoltre lo sviluppo di un'area ghost nella quale il prodotto venga venduto in logica "family&friends" attraverso sconti, prodotti outlet, sconti mid season e private sales, con l'obiettivo di attrarre nuovo traffico

La nuova tecnologia e-commerce studiata dal Gruppo è già disponibile per i clienti in portfolio ma è anche a disposizione di tutti i brand che dispongono di una propria piattaforma e-commerce.

Analisi della gestione economico finanziaria consolidata di Giglio Group

Di seguito si riportano i principali dati economici consolidati.

Si rileva che, in conformità al 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 dai relativi emendamenti ed interpretazioni disposte dall'Unione Europa, 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 all'esercizio precedente non sono stati riesposti.

<i>(valori in euro migliaia)</i>	31.12.2019	31.12.2018	Variazione
Ricavi	40.208	38.952	1.256
Ripristino delle elisioni originate da transazioni intercompany verso discontinued operations	0	663	(663)
Ricavi	40.208	39.615	593
Costi Operativi	(34.955)	(34.728)	(227)
VALORE AGGIUNTO	5.253	4.887	366
VALORE AGGIUNTO%	13,1%	12,5%	0,5%
Costi del personale	(4.216)	(3.653)	(563)
EBITDA adjusted	1.037	1.234	(197)
EBITDA%	2,6%	3,1%	(0,5)%
Oneri non recurring	(1.755)	(892)	(863)
Ammortamenti e Svalutazioni	(1.749)	(340)	(1.409)
EBIT	(2.467)	2	(2.469)
Oneri finanziari netti	(1.590)	(1.085)	(505)
RISULTATO PRE-TAX	(4.057)	(1.084)	(2.973)
Imposte	(711)	(116)	(595)
RISULTATO DI PERIODO DERIVANTE DA ATTIVITA' DESTINATE A CONTINUARE	(4.768)	(1.200)	(3.568)
RISULTATO DI PERIODO DERIVANTE DA ATTIVITA' DESTINATE ALLA DISMISSIONE adjusted	(11.028)	(7.064)	(3.964)
RISULTATO DI PERIODO	(15.796)	(8.264)	(7.532)
EBIT adjusted oneri non recurring	(712)	894	(1.606)
EBIT adjusted oneri non recurring %	(1,8)%	2,3%	(4,0)%
RISULTATO DI PERIODO DERIVANTE DA ATTIVITA' DESTINATE A CONTINUARE adjusted oneri non recurring	(3.013)	(308)	(2.705)
RISULTATO DI PERIODO DERIVANTE DA ATTIVITA' DESTINATE A CONTINUARE adjusted oneri non recurring %	(7,5)%	(0,8)%	(6,7)%
RISULTATO DI PERIODO adjusted oneri non recurring	(14.041)	(7.372)	(6.669)
RISULTATO DI PERIODO adjusted oneri non recurring %	(34,9)%	(18,6)%	(16,3)%

I ricavi consolidati delle continuing operations, pari a 40,2 milioni di Euro, sono in crescita per 1,3 milioni di Euro (+3%) rispetto ai dati consolidati relativi allo stesso periodo dell'esercizio precedente (38,9 milioni di Euro).

L'EBITDA delle continuing operations, pari a 1 milione di Euro (1,2 milioni di Euro dati consolidati al 31 dicembre 2018), normalizzato dagli oneri non ricorrenti (pari a 1,8 milioni di Euro) è stabile per via dei maggiori investimenti in risorse umane e spese per lo sviluppo della piattaforma di e-commerce, totalmente nuova, a supporto dei maggiori volumi di transazioni attesi e dell'integrazione con i marketplace a livello globale che compensano maggiori costi sostenuti nell'esercizio;

L'EBIT delle continuing operations normalizzato dagli oneri non ricorrenti e dagli effetti IFRS 5 si attesta a -0,7 milioni di Euro (Euro 0,9 milioni dati consolidati al 31 dicembre 2018).

Il risultato netto delle continuing operations, normalizzato dagli oneri non ricorrenti, è pari a -3 milioni di Euro (-0,3 milioni di Euro dati consolidati relativi all'esercizio precedente).

Analisi della Gestione Patrimoniale e Finanziaria al 31 dicembre 2019

A partire dal 1° gennaio 2019, il Gruppo, conformemente a quanto richiesto dai principi contabili e dai relativi emendamenti ed interpretazioni disposte dall'Unione Europea, 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 dicembre 2019, sono di seguito riportati:

(valori in migliaia di euro)	31.12.2019	31.12.2018	Variazione
Immobilizzazioni immateriali	17.322	12.297	5.025
Immobilizzazioni materiali	3.040	1.492	1.548
Immobilizzazioni finanziarie	842	1.595	(753)
Totale attivo immobilizzato	21.204	15.384	5.820
Rimanenze	1.861	5.273	(3.412)
Crediti commerciali ed altri	12.571	12.519	52
Debiti commerciali ed altri	(21.015)	(24.070)	3.055
Capitale circolante operativo/commerciale	(6.583)	(6.278)	(305)
Altre attività e passività correnti	(3.293)	8.177	(11.470)
Capitale circolante netto	(9.876)	1.899	(11.775)
Fondi rischi ed oneri	(924)	(804)	(120)
Attività/passività fiscali differite	780	1.171	(391)
Capitale investito netto delle attività destinate a continuare	11.184	17.650	(6.466)
Capitale investito netto delle attività destinate alla vendita	-	9.923	(9.923)
Totale Capitale investito netto	11.184	27.573	(16.389)
Patrimonio netto	1.605	(8.409)	10.014
Indebitamento finanziario netto *	(12.789)	(19.164)	6.375
Totali Fonti	(11.184)	(27.573)	16.389

Il Capitale Investito Netto del Gruppo al 31 dicembre 2019, pari a 11,2 milioni di Euro è costituito principalmente dall'Attivo Fisso Netto, pari a 21,2 milioni di Euro, dal Capitale Circolante Netto, pari a -9,9 milioni di Euro.

Le Immobilizzazioni Materiali pari a Euro 3,0 milioni (1,5 milioni di Euro al 31 dicembre 2018) si incrementano soprattutto grazie all'effetto dell'adozione, a partire dal 1° gennaio 2019 del principio contabile IFRS 16 (1,9 milioni di Euro al netto degli ammortamenti del periodo). Al netto di tale incremento, la voce si riferisce principalmente all'investimento in beni strumentali.

Le Immobilizzazioni Immateriali sono pari a 17,3 milioni di Euro, di cui 14,7 milioni di Euro sono principalmente riconducibili all'avviamento relativo alle acquisizioni di MF Fashion e di Ibox SA, Ibox s.r.l. e di Terashop.

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

(in migliaia di Euro)	A		B	C=A-B
	31.12.2019	31.12.2019	31.12.2018	Variazione
	post IFRS 16	ante IFRS 16		
A. Cassa	2.991	2.991	2.889	102
B. Assegni e depositi bancari e postali	-	-	-	-
C. Titoli detenuti per la negoziazione	3.523	3.523	-	3.523
D. Liquidità (A) + (B) + (C)	6.514	6.514	2.889	3.625
E. Crediti finanziari correnti	3.980	3.980	620	3.360
F. Debiti bancari correnti	(6.812)	(6.812)	(8.307)	1.495
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	(2.456)	(2.456)	(6.804)	4.347
H. Altri debiti finanziari correnti	(4.990)	(4.249)	(899)	(4.091)
<i>di cui con Parti Correlate</i>	<i>(400)</i>	<i>(400)</i>		<i>(400)</i>
I. Indebitamento finanziario corrente (F) + (G) + (H)	(14.258)	(13.517)	(16.009)	1.751
J. Indebitamento finanziario corrente netto (I) + (E) + (D)	(3.765)	(3.023)	(12.501)	8.736
K. Debiti bancari non correnti	(607)	(607)	(2.119)	1.512
L. Obbligazioni emesse	(4.759)	(4.759)	(2.219)	(2.540)
M. Altri debiti non correnti	(3.179)	(2.026)	(2.325)	(854)
<i>di cui con Parti Correlate</i>	<i>(1.698)</i>	<i>(1.698)</i>		<i>(1.698)</i>
N. Indebitamento finanziario non corrente (K) + (L) + (M)	(8.545)	(7.392)	(6.663)	(1.882)
O. Indebitamento finanziario netto (J) + (N)	(12.309)	(10.416)	(19.164)	6.855

L'Indebitamento finanziario netto al 31 dicembre 2019 normalizzato dall'effetto IFRS 16 si attesta a euro -10,4 milioni, evidenziando un miglioramento rispetto al 31 dicembre 2018 (-19,2 milioni di Euro) pari a 8,8 milioni di Euro.

Con l'applicazione dell'IFRS 16, l'Indebitamento finanziario netto del Gruppo si attesta a -12,3 milioni di Euro, evidenziando un miglioramento rispetto al 31 dicembre 2018 (-19,2 milioni di Euro) pari a 6,9 milioni di Euro.

Carlo Micchi, dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, 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.

Informazioni su Giglio Group

Fondata da Alessandro Giglio nel 2003 e quotata sul segmento MTA-STAR gestito da Borsa Italiana 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. Ha sede a Milano e filiali a New York, Shanghai, Hong Kong, Roma, Lugano e Genova. Grazie alla sua notevole esperienza specifica, Giglio Group accompagna le aziende clienti nella distribuzione dei propri prodotti online attraverso una piattaforma unica nel suo genere, partendo dall'implementazione di e-store monomarca realizzati e gestiti a 360°. Inoltre integra l'attività con il placement dedicato sui principali marketplace del mondo garantendo la gestione online delle collezioni on ed off season. L'unicità di un servizio online "a filiera completa" assicura così un sell through pari al 100%.

Per ulteriori informazioni:

Investor Relations:

ir@giglio.org

(+39)0283974207

Ufficio Stampa Giglio Group:

Close to Media

Tel.+39 02 7000 6237

Nicola Guglielmi – nicola.guglielmi@closetomedia.it

Cecilia Isella – cecilia.isella@closetomedia.it
