

DOCUMENTO DI AMMISSIONE

ALLE NEGOZIAZIONI SU AIM ITALIA, SISTEMA MULTILATERALE DI
NEGOZIAZIONE ORGANIZZATO E GESTITO DA BORSA ITALIANA
S.P.A., DELLE AZIONI DI GIGLIO.COM S.P.A.

GIGLIO.COM

Nominated Adviser

Global Coordinator

ALANTRA

AIM Italia è un sistema multilaterale di negoziazione dedicato primariamente alle piccole e medie imprese e alle società ad alto potenziale di crescita alle quali è tipicamente collegato un livello di rischio superiore rispetto agli emittenti di maggiori dimensioni o con *business* consolidati. L'investitore deve essere consapevole dei rischi derivanti dall'investimento in questa tipologia di emittenti e deve decidere se investire soltanto dopo attenta valutazione.

Consob e Borsa Italiana non hanno esaminato né approvato il contenuto di questo documento.

L'emittente AIM Italia deve avere incaricato, come definito dal Regolamento AIM Italia, un Nominated Adviser. Il Nominated Adviser deve rilasciare una dichiarazione a Borsa Italiana all'atto dell'ammissione nella forma specificata nella Scheda Due del Regolamento Nominated Adviser.

Si precisa che per le finalità connesse all'ammissione alle negoziazioni delle azioni ("Azioni") di Giglio.com S.p.A. ("Giglio.com", "Società" o "Emittente") su AIM Italia, Alantra Capital Markets Sociedad de Valores S.A.U. – Succursale Italiana ("Alantra") ha agito unicamente nella propria veste di Nominated Adviser ai sensi del Regolamento AIM Italia e del Regolamento Nominated Adviser.

Ai sensi del Regolamento Emittenti AIM Italia e del Regolamento Nominated Adviser, Alantra è responsabile unicamente nei confronti di Borsa Italiana. Alantra, pertanto, non si assume alcuna responsabilità nei confronti di qualsiasi soggetto che, sulla base del presente Documento di Ammissione, decida, in qualsiasi momento di investire in azioni di Giglio.com S.p.A..

Si rammenta che responsabile nei confronti degli investitori in merito alla conformità dei fatti e circa l'assenza di omissioni tali da alterare il senso del presente Documento è unicamente il soggetto indicato nella Sezione I, Capitolo 1, e nella Sezione II, Capitolo 1.

Il presente documento è un documento di ammissione su AIM Italia ed è stato redatto in conformità al Regolamento Emittenti AIM Italia. Il presente documento non costituisce un'offerta al pubblico di strumenti finanziari così come definita dal Decreto Legislativo 24 febbraio 1998, n. 58 ("TUF") e pertanto non si rende necessaria la redazione di un prospetto secondo gli schemi previsti dal Regolamento Comunitario (UE) 2017/1129. La pubblicazione del presente documento non deve essere autorizzata dalla Consob ai sensi del Regolamento Comunitario (UE) 2017/1129 o di qualsiasi altra norma o regolamento disciplinante la redazione e la pubblicazione dei prospetti informativi ai sensi degli articoli 94 e 113 del TUF, ivi incluso il regolamento emittenti adottato dalla Consob con delibera n. 11971 del 14 maggio 1999 ("Regolamento 11971" o "Regolamento Emittenti").

L'offerta delle Azioni rinvenienti dall'Aumento di Capitale costituisce un collocamento riservato, rientrante nei casi di inapplicabilità delle disposizioni in materia di offerta al pubblico di strumenti finanziari e quindi senza offerta al pubblico delle Azioni.

Il presente Documento di Ammissione non potrà essere diffuso, né direttamente né indirettamente, in Australia, Canada, Giappone e Stati Uniti d'America o in qualsiasi altro Paese nel quale l'offerta dei titoli citati nel presente Documento di Ammissione non sia consentita in assenza di specifiche autorizzazioni da parte delle autorità competenti e/o comunicato ad investitori residenti in tali paesi, fatte salve eventuali esenzioni previste dalle leggi applicabili. La pubblicazione e la distribuzione del presente Documento di Ammissione in altre giurisdizioni potrebbero essere soggette a restrizioni di legge o regolamentari. Ogni soggetto che entri in possesso del presente Documento di Ammissione dovrà preventivamente verificare l'esistenza di tali normative e restrizioni ed osservare tali restrizioni.

Le Azioni non sono state non saranno registrate ai sensi dello United States Securities Act of 1933 e sue successive modifiche, o presso qualsiasi autorità di regolamentazione finanziaria di uno stato degli Stati Uniti d'America o in base alla normativa in materia di strumenti finanziari in vigore in Australia, Canada o Giappone. Le Azioni non potranno essere offerte, vendute o comunque trasferite, direttamente o indirettamente, in Australia, Canada, Giappone e Stati Uniti d'America né potranno essere offerte, vendute o comunque trasferite, direttamente o indirettamente, per conto o a beneficio di cittadini o soggetti residenti in Australia, Canada, Giappone o Stati Uniti d'America, fatto salvo il caso in cui la Società si avvalga, a sua discrezione, di eventuali esenzioni previste dalle normative ivi applicabili. La violazione di tali restrizioni potrebbe costituire una violazione della normativa applicabile in materia di strumenti finanziari nella giurisdizione di competenza.

Il presente Documento di Ammissione è disponibile sul sito *internet* dell'Emittente *www.giglio.com*. La Società dichiara che utilizzerà la lingua italiana per tutti i documenti messi a disposizione degli azionisti e per qualsiasi altra informazione prevista dal Regolamento Emittenti AIM.

INDICE

DOCUMENTO DI AMMISSIONE	1
INDICE	3
DEFINIZIONI	9
SEZIONE I	17
DOCUMENTO DI REGISTRAZIONE	17
1 PERSONE RESPONSABILI	18
1.1 RESPONSABILI DEL DOCUMENTO DI AMMISSIONE	18
1.2 DICHIARAZIONE DI RESPONSABILITÀ	18
1.3 RELAZIONI E PARERI DI ESPERTI	18
1.4 INFORMAZIONI PROVENIENTI DA TERZI	18
2 REVISORI LEGALI DEI CONTI	19
2.1 REVISORI LEGALI DELL'EMITTENTE	19
2.2 REVISORE CONTABILE PER LA QUOTAZIONE	19
2.3 INFORMAZIONI SUI RAPPORTI CON LA SOCIETÀ DI REVISIONE	19
3 INFORMAZIONI FINANZIARIE SELEZIONATE	20
3.1 PREMESSA	20
3.2 INFORMAZIONI FINANZIARIE SELEZIONATE RELATIVE AGLI ESERCIZI CHIUSI AL 31 DICEMBRE 2020, AL 31 DICEMBRE 2019 E AL 31 DICEMBRE 2018	20
3.2.1 Dati economici selezionati dell'Emittente per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018	20
3.2.2 Dati patrimoniali e finanziari selezionati dell'Emittente per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018	30
3.2.2.1 ATTIVO FISSO NETTO	31
3.2.2.2 CAPITALE CIRCOLANTE NETTO (CCN)	33
3.2.2.3 PATRIMONIO NETTO	39
3.2.2.4 POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	40
3.2.2.5 RENDICONTO FINANZIARIO	42
4 FATTORI DI RISCHIO	44
A.1. FATTORI DI RISCHIO RELATIVI ALL'EMITTENTE	44
A.1.1. RISCHI CONNESSI ALLA CONCORRENZA DEL MERCATO IN CUI OPERA L'EMITTENTE	44
A.1.2. RISCHI CONNESSI AI RAPPORTI CON I FORNITORI	45
A.1.3. RISCHI CONNESSI AGLI ATTACCHI E ALL'INTERRUZIONE DEI SISTEMI INFORMATICI	46
A.1.4. RISCHI CONNESSI ALL'OPERATIVITÀ DEI CENTRI LOGISTICI	47
A.1.5. RISCHI CONNESSI AI SERVIZI DI SPEDIZIONE	48
A.1.6. RISCHI CONNESSI ALLA GESTIONE DELLE ATTIVITÀ DI ASSISTENZA CLIENTI POST-VENDITA	49
A.1.7. RISCHI CONNESSI ALL'EVOLUZIONE E ALLA CRESCITA DELL'E-COMMERCE	50
A.1.8. RISCHI CONNESSI ALLA RICONOSCIBILITÀ DEL MARCHIO	50
A.1.9. RISCHI CONNESSI AI PAGAMENTI ONLINE	51
A.1.10. RISCHI CONNESSI AL REPERIMENTO DI PERSONALE QUALIFICATO	52
A.1.11. RISCHI CONNESSI ALLA DIPENDENZA DA FIGURE CHIAVE	53
A.1.12. RISCHI CONNESSI ALLE COMPLESSE CONDIZIONI DEI MERCATI FINANZIARI E ALL'ECONOMIA GLOBALE IN GENERALE IN CONSEGUENZA DEGLI EFFETTI DEL COVID-19	

	54	
A.1.13.	RISCHI CONNESSI ALL'ATTIVITÀ INTERNAZIONALE	55
A.1.14.	RISCHI CONNESSI ALLE STRATEGIE DI SVILUPPO E AI PROGRAMMI FUTURI DELL'EMITTENTE	55
A.1.15.	RISCHI CONNESSI ALL'INDEBITAMENTO DELL'EMITTENTE.....	56
A.1.16.	RISCHI CONNESSI AI RESI DA PARTE DEI CLIENTI.....	58
A.1.17.	RISCHI CONNESSI AL CAMBIAMENTO DELLE PREFERENZE DEI CLIENTI.....	58
A.1.18.	RISCHI CONNESSI ALLA TUTELA DEI DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE....	59
A.1.19.	RISCHI CONNESSI ALLA NORMATIVA GIUSLAVORISTICA	60
A.1.20.	RISCHI CONNESSI AI RAPPORTI CON PARTI CORRELATE	61
A.2.	FATTORI DI RISCHIO CONNESSI AL QUADRO LEGALE E NORMATIVO.....	62
A.2.1.	RISCHI CONNESSI ALLA RACCOLTA, CONSERVAZIONE E TRATTAMENTO DI DATI PERSONALI.....	62
A.2.2.	RISCHI LEGATI ALL'ADOZIONE DEL MODELLO DI ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DEL D. LGS. 231/2001	63
A.3.	FATTORI DI RISCHIO CONNESSI AL CONTROLLO INTERNO.....	64
A.3.1.	RISCHI CONNESSI AL SISTEMA DI CONTROLLO DI GESTIONE.....	64
A.4.	FATTORI DI RISCHIO CONNESSI A FATTORI AMBIENTALI, SOCIALI E DI <i>GOVERNANCE</i> 65	
A.4.1.	RISCHI CONNESSI AL SISTEMA DI GOVERNO SOCIETARIO E ALL'APPLICAZIONE DIFFERITA DI TALUNE DISPOSIZIONI STATUTARIE	65
A.4.2.	RISCHI CONNESSI A CONFLITTI DI INTERESSI DI ALCUNI AMMINISTRATORI.....	66
A.4.3.	RISCHI CONNESSI ALLA DISTRIBUZIONE DI DIVIDENDI	66
A.4.4.	RISCHI CONNESSI ALLE DICHIARAZIONI DI PREMINENZA, STIME E INFORMAZIONI SUI MERCATI.....	67
B.	FATTORI DI RISCHIO RELATIVI ALLA QUOTAZIONE DELLE AZIONI.....	68
B.1.	FATTORI DI RISCHIO CONNESSI ALLA NATURA DEI TITOLI	68
B.1.1.	RISCHI CONNESSI ALLA NEGOZIAZIONE SU AIM ITALIA, ALLA LIQUIDITÀ DEI MERCATI E ALLA POSSIBILE VOLATILITÀ DEL PREZZO DELLE AZIONI	68
B.1.2.	RISCHI CONNESSI ALLA CONCENTRAZIONE DELL'AZIONARIATO E ALLA NON CONTENDIBILITÀ DELL'EMITTENTE	69
B.1.3.	RISCHI LEGATI AI VINCOLI DI INDISPONIBILITÀ DELLE AZIONI ASSUNTI DAGLI AZIONISTI 69	
B.1.4.	RISCHI CONNESSI AL CONFLITTO DI INTERESSE DEI SOGGETTI PARTECIPANTI AL COLLOCAMENTO PRIVATO.....	70
B.1.5.	RISCHI CONNESSI ALLA POSSIBILITÀ DI REVOCA DALLA NEGOZIAZIONE DEGLI STRUMENTI FINANZIARI DELL'EMITTENTE	70
5	INFORMAZIONI RELATIVE ALL'EMITTENTE	72
5.1	DENOMINAZIONE LEGALE E COMMERCIALE DELL'EMITTENTE.....	72
5.2	LUOGO E NUMERO DI REGISTRAZIONE DELL'EMITTENTE E SUO CODICE IDENTIFICATIVO DEL SOGGETTO GIURIDICO.....	72
5.3	DATA DI COSTITUZIONE E DURATA DELL'EMITTENTE	72
5.4	RESIDENZA E FORMA GIURIDICA, LEGISLAZIONE IN BASE ALLA QUALE OPERA L'EMITTENTE, PAESE DI COSTITUZIONE E INDIRIZZO E NUMERO DI TELEFONO DELLA SEDE SOCIALE.....	72
6	PANORAMICA DELLE ATTIVITÀ AZIENDALI.....	73
6.1	PRINCIPALI ATTIVITÀ	73

6.1.1	Premessa	73
6.1.2	Fattori chiave	78
6.1.3	I prodotti	79
6.1.4	Il modello di business	80
6.1.4.1	Fornitura.....	80
6.1.4.2	Marketing	82
6.1.4.3	Vendita.....	83
6.1.4.4	Logistica.....	85
6.1.4.5	Assistenza post vendita	86
6.1.5	Descrizione di nuovi prodotti o servizi introdotti	87
6.2	PRINCIPALI MERCATI.....	87
6.2.1	Posizionamento Competitivo.....	91
6.3	FATTI IMPORTANTI NELL'EVOLUZIONE DELL'ATTIVITÀ DELL'EMITTENTE.....	93
6.4	STRATEGIA E OBIETTIVI	96
6.5	DIPENDENZA DELL'EMITTENTE DA BREVETTI O LICENZE, DA CONTRATTI INDUSTRIALI, COMMERCIALI O FINANZIARI	97
6.6	INFORMAZIONI RELATIVE ALLA POSIZIONE CONCORRENZIALE DELL'EMITTENTE NEI MERCATI IN CUI OPERA.....	97
6.7	INVESTIMENTI	97
6.7.1	Investimenti effettuati dall'Emittente in ogni esercizio finanziario per il periodo cui si riferiscono le informazioni finanziarie	97
6.7.2	Investimenti in corso di realizzazione.....	99
6.7.3	Informazioni riguardanti le <i>joint venture</i> e le imprese in cui l'Emittente detiene una quota di capitale tale da avere un'incidenza notevole.....	99
6.7.4	Descrizione di eventuali problemi ambientali che possono influire sull'utilizzo delle immobilizzazioni materiali da parte dell'Emittente	99
7	STRUTTURA ORGANIZZATIVA	100
7.1	DESCRIZIONE DEL GRUPPO CUI APPARTIENE L'EMITTENTE.....	100
7.2	SOCIETÀ PARTECIPATE DALL'EMITTENTE	100
8	CONTESTO NORMATIVO	101
8.1	NORMATIVA IN MATERIA DI DATI PERSONALI.....	101
8.2	NORMATIVA A TUTELA DEL CONSUMATORE.....	102
9	INFORMAZIONI SULLE TENDENZE PREVISTE	104
9.1	TENDENZE RECENTI SULL'ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE, DELLE VENDITE E DELLE SCORTE E NELL'EVOLUZIONE DEI COSTI E DEI PREZZI DI VENDITA, CAMBIAMENTI SIGNIFICATIVI DEI RISULTATI FINANZIARI DELL'EMITTENTE.	104
9.2	TENDENZE, INCERTEZZE, RICHIESTE, IMPEGNI O FATTI NOTI CHE POTREBBERO RAGIONEVOLMENTE AVERE RIPERCUSSIONI SIGNIFICATIVE SULLE PROSPETTIVE DELL'EMITTENTE ALMENO PER L'ESERCIZIO IN CORSO.....	104
10	ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DI DIREZIONE O DI VIGILANZA E PRINCIPALI DIRIGENTI	105
10.1	ORGANI SOCIALI E PRINCIPALI DIRIGENTI.....	105
10.1.1	Consiglio di Amministrazione	105
10.1.2	Collegio Sindacale	112
10.1.3	Principali Dirigenti.....	115
10.1.4	Soci Fondatori.....	116
10.1.5	Rapporti di parentela esistenti tra i soggetti indicati nei precedenti paragrafi 10.1.1, 10.1.2 e 10.1.3.....	116
10.2	CONFLITTI DI INTERESSI DEI COMPONENTI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE,	

DEL COLLEGIO SINDACALE E DEI PRINCIPALI DIRIGENTI	117
10.3 ACCORDI O INTESI CON I PRINCIPALI AZIONISTI, CLIENTI, FORNITORI O ALTRI, A SEGUITO DEI QUALI SONO STATI SCELTI MEMBRI DEGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DI DIREZIONE O DI CONTROLLO O PRINCIPALI DIRIGENTI	117
10.4 EVENTUALI RESTRIZIONI CONCORDATE DAI MEMBRI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE O DEL COLLEGIO SINDACALE O DAI PRINCIPALI DIRIGENTI PER QUANTO RIGUARDA LA CESSIONE DEI TITOLI DELL'EMITTENTE	118
11 PRASSI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE.....	119
11.1 DATA DI SCADENZA DEL PERIODO DI PERMANENZA NELLA CARICA ATTUALE, SE DEL CASO, E PERIODO DURANTE IL QUALE LA PERSONA HA RIVESTITO TALE CARICA.....	119
11.2 INFORMAZIONI SUI CONTRATTI DI LAVORO STIPULATI DAI MEMBRI DEGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DI DIREZIONE O DI VIGILANZA CON L'EMITTENTE O CON LE SOCIETÀ CONTROLLATE CHE PREVEDONO INDENNITÀ DI FINE RAPPORTO	120
11.3 DICHIARAZIONE CHE ATTESTA L'OSSERVANZA DA PARTE DELL'EMITTENTE DELLE NORME IN MATERIA DI GOVERNO SOCIETARIO VIGENTI.....	120
11.4 POTENZIALI IMPATTI SIGNIFICATIVI SUL GOVERNO SOCIETARIO, COMPRESI I FUTURI CAMBIAMENTI NELLA COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO E DEI COMITATI (NELLA MISURA IN CUI CIÒ SIA GIÀ STATO DECISO DAL CONSIGLIO E/O DALL'ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI)	122
12 DIPENDENTI.....	123
12.1 DIPENDENTI.....	123
12.2 PARTECIPAZIONI AZIONARIE E <i>STOCK OPTION</i>	124
12.2.1 Consiglio di Amministrazione	124
12.2.2 Collegio Sindacale	124
12.2.3 Principali Dirigenti.....	124
12.3 ACCORDI DI PARTECIPAZIONE DEI DIPENDENTI AL CAPITALE DELL'EMITTENTE	125
13 PRINCIPALI AZIONISTI.....	126
13.1 INDICAZIONE DEL NOME DELLE PERSONE, DIVERSE DAI MEMBRI DEGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DI DIREZIONE O DI SORVEGLIANZA, CHE DETENGANO UNA QUOTA DEL CAPITALE O DEI DIRITTI DI VOTO DELL'EMITTENTE, NONCHÉ INDICAZIONE DELL'AMMONTARE DELLA QUOTA DETENUTA.....	126
13.2 DIRITTI DI VOTO DIVERSI IN CAPO AI PRINCIPALI AZIONISTI DELL'EMITTENTE...	127
13.3 INDICAZIONE DELL'EVENTUALE SOGGETTO CONTROLLANTE L'EMITTENTE AI SENSI DELL'ART. 93 DEL TESTO UNICO DELLA FINANZA.....	127
13.4 ACCORDI CHE POSSONO DETERMINARE UNA VARIAZIONE DELL'ASSETTO DI CONTROLLO DELL'EMITTENTE.....	127
14 OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE	129
14.1 PREMessa	129
14.2 OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE.....	129
15 INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI.....	133
15.1 CAPITALE AZIONARIO	133
15.1.1 Capitale emesso	133
15.1.2 Azioni non rappresentative del capitale	133
15.1.3 Azioni proprie	133
15.1.4 Importo delle obbligazioni convertibili, scambiabili o con Warrant, con indicazione delle condizioni e delle modalità di conversione, di scambio o di sottoscrizione	133
15.1.5 Indicazione di eventuali diritti e/o obblighi di acquisto sul capitale dell'Emittente	133

15.1.6	Informazioni riguardanti il capitale di eventuali membri del gruppo offerto in opzione	133
15.1.7	Descrizione dell'evoluzione del capitale azionario per il periodo cui si riferiscono le informazioni finanziarie relative agli esercizi passati	133
15.2	ATTO COSTITUTIVO E STATUTO.....	135
15.2.1	Descrizione dell'oggetto sociale e degli scopi dell'Emittente	135
15.2.2	Descrizione dei diritti, dei privilegi e delle restrizioni connessi a ciascuna classe di Azioni	136
15.2.3	Descrizione delle disposizioni dello Statuto che potrebbero avere l'effetto di ritardare, rinviare o impedire una modifica dell'assetto di controllo dell'Emittente	136
16	CONTRATTI IMPORTANTI	137
16.1	FINANZIAMENTI	137
16.1.1	Unicredit	137
16.1.2	Banca del Fucino.....	137
16.1.3	SACE - Simest	138
	SEZIONE II	139
	NOTA INFORMATIVA	139
1	PERSONE RESPONSABILI.....	140
1.1	PERSONE RESPONSABILI DELLE INFORMAZIONI	140
1.2	DICHIARAZIONE DELLE PERSONE RESPONSABILI	140
1.3	DICHIARAZIONI O RELAZIONI DI ESPERTI	140
1.4	INFORMAZIONI PROVENIENTI DA TERZI	140
2	FATTORI DI RISCHIO	141
3	INFORMAZIONI ESSENZIALI.....	142
3.1	DICHIARAZIONE RELATIVA AL CAPITALE CIRCOLANTE	142
3.2	RAGIONI DELL'AUMENTO DI CAPITALE E IMPIEGO DEI PROVENTI	142
4	INFORMAZIONI RIGUARDANTI I TITOLI DA AMMETTERE ALLA NEGOZIAZIONE.....	143
4.1	DESCRIZIONE DEL TIPO E DELLA CLASSE DEI TITOLI AMMESSI ALLA NEGOZIAZIONE, COMPRESI I CODICI INTERNAZIONALI DI IDENTIFICAZIONE DEI TITOLI (ISIN)	143
4.2	LEGISLAZIONE IN BASE ALLA QUALE I TITOLI SONO STATI CREATI	143
4.3	CARATTERISTICHE DEI TITOLI.....	143
4.4	VALUTA DI EMISSIONE DEI TITOLI.....	143
4.5	DESCRIZIONE DEI DIRITTI CONNESSI AI TITOLI, COMPRESSE LE LORO LIMITAZIONI, E LA PROCEDURA PER IL LORO ESERCIZIO	143
4.6	IN CASO DI NUOVE EMISSIONI INDICAZIONE DELLE DELIBERE, AUTORIZZAZIONI E APPROVAZIONI IN VIRTÙ DELLE QUALI I TITOLI SONO STATI O SARANNO CREATI E/O EMESI	143
4.7	IN CASO DI NUOVE EMISSIONI INDICAZIONE DELLA DATA PREVISTA PER L'EMISSIONE DEGLI STRUMENTI FINANZIARI	144
4.8	DESCRIZIONE DI EVENTUALI RESTRIZIONI ALLA LIBERA TRASFERIBILITÀ DEGLI STRUMENTI FINANZIARI.....	144
4.9	DICHIARAZIONI SULL'ESISTENZA DI EVENTUALI NORME IN MATERIA DI OBBLIGO DI OFFERTA AL PUBBLICO DI ACQUISTO E/O DI OFFERTA DI ACQUISTO E DI VENDITA RESIDUALI IN RELAZIONE AI TITOLI.....	144
4.10	INDICAZIONE DELLE OFFERTE PUBBLICHE DI ACQUISTO EFFETTUATE DA TERZI SUI	

TITOLI NEL CORSO DELL'ULTIMO ESERCIZIO E DELL'ESERCIZIO IN CORSO.....	144
4.11 PROFILI FISCALI.....	145
4.12 SE DIVERSO DALL'EMITTENTE, L'IDENTITÀ E I DATI DI CONTATTO DELL'OFFERENTE DEI TITOLI E/O DEL SOGGETTO CHE CHIEDE L'AMMISSIONE ALLA NEGOZIAZIONE	145
5 POSSESSORI DI TITOLI CHE PROCEDONO ALLA VENDITA	146
5.1 AZIONISTA VENDITORE.....	146
5.2 AZIONI OFFERTE IN VENDITA	146
5.3 SE UN AZIONISTA PRINCIPALE VENDE I TITOLI, L'ENTITÀ DELLA SUA PARTECIPAZIONE SIA PRIMA SIA IMMEDIATAMENTE DOPO L'EMISSIONE.....	146
5.4 ACCORDI DI LOCK-UP	146
6 SPESE LEGATE ALL'AMMISSIONE DELLE AZIONI ALLA NEGOZIAZIONE SULL'AIM ITALIA	149
6.1 PROVENTI NETTI TOTALI E STIMA DELLE SPESE TOTALI LEGATE ALL'AMMISSIONE DELLE AZIONI ALLA NEGOZIAZIONE SULL'AIM ITALIA	149
7 DILUIZIONE.....	150
7.1 AMMONTARE E PERCENTUALE DELLA DILUIZIONE IMMEDIATA DERIVANTE DALL'OFFERTA. CONFRONTO TRA IL VALORE DEL PATRIMONIO NETTO E IL PREZZO DI OFFERTA A SEGUITO DELL'OFFERTA.....	150
7.2 INFORMAZIONI IN CASO DI OFFERTA DI SOTTOSCRIZIONE DESTINATA AGLI ATTUALI AZIONISTI.....	150
8 INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI.....	151
8.1 SOGGETTI CHE PARTECIPANO ALL'OPERAZIONE.....	151
8.2 INDICAZIONE DI ALTRE INFORMAZIONI CONTENUTE NELLA NOTA INFORMATIVA SUGLI STRUMENTI FINANZIARI SOTTOPOSTE A REVISIONE O A REVISIONE LIMITATA DA PARTE DI REVISORI LEGALI DEI CONTI.....	151
8.3 LUOGHI IN CUI È DISPONIBILE IL DOCUMENTO DI AMMISSIONE.....	151
8.4 APPENDICE	151

DEFINIZIONI

AIM Italia	Indica AIM Italia, sistema multilaterale di negoziazione organizzato e gestito da Borsa Italiana (come <i>infra</i> definita).
Assemblea	Indica l'assemblea dei soci della Società, di volta in volta ordinaria o straordinaria.
Aumento di Capitale	Indica l'aumento di capitale sociale a pagamento, in una o più volte e in via scindibile, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'art. 2441, comma 5, cod. civ., fino ad un ammontare massimo pari ad Euro 20.000.000, comprensivi di eventuale sovrapprezzo, mediante l'emissione di nuove azioni prive di indicazione del valore nominale espresso e a godimento regolare con imputazione a capitale di Euro 0,1 per ciascuna azione, a servizio dell'ammissione alle negoziazioni delle azioni della Società su AIM Italia.
Azioni	Indica, complessivamente, tutte le azioni dell'Emittente (come <i>infra</i> definito), prive di valore nominale, aventi godimento regolare, liberamente trasferibili.
Borsa Italiana	Indica Borsa Italiana S.p.A., con sede in Milano, Piazza degli Affari n. 6.
Codice Civile o cod. civ. o c.c.	Indica il Regio Decreto 16 marzo 1942, n. 262.
Collegio Sindacale	Indica il collegio sindacale dell'Emittente.
Collocamento Privato	Indica il collocamento privato finalizzato alla costituzione del flottante minimo ai fini dell'ammissione delle Azioni alle negoziazioni su AIM Italia, avente ad oggetto le Azioni rivenienti dall'Aumento di Capitale rivolto a (a) investitori qualificati italiani, così come definiti ed individuati dall'articolo 2 del Regolamento (UE) 2017/1129 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 14 giugno 2017, (b) investitori istituzionali esteri (appartenenti a qualsiasi Stato ad eccezione dell'Australia, del Canada, del Giappone e degli Stati

	Uniti d'America).
Consiglio di Amministrazione	Indica il consiglio di amministrazione dell'Emittente.
CONSOB o Consob	Indica la Commissione Nazionale per le Società e la Borsa con sede in Roma, Via G.B. Martini n. 3.
Data del Documento di Ammissione	Indica la data di invio a Borsa Italiana del Documento di Ammissione da parte dell'Emittente, almeno 3 (tre) giorni di mercato aperto prima della prevista Data di Ammissione.
Data di Ammissione	Indica la data di decorrenza dell'ammissione delle Azioni sull'AIM Italia, stabilita con apposito avviso pubblicato da Borsa Italiana.
Data di Inizio delle Negoziazioni	Indica la data di inizio delle negoziazioni delle Azioni su AIM Italia.
D. Lgs. 39/2010	Indica il Decreto Legislativo 27 gennaio 2010, n. 39 attuativo della Direttiva 2006/43/CE, relativa alle revisioni legali dei conti annuali e dei conti consolidati.
Documento di Ammissione	Indica il presente documento di ammissione.
Emittente o Società o Giglio.com	Indica Giglio.com S.p.A., con sede in Milano, Via Solferino 7, iscritta al Registro delle Imprese di Milano, REA MI-2089943, codice fiscale e partita IVA n. 05654840825.
MAR	Indica il Regolamento (UE) n. 596/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 16 aprile 2014, relativo agli abusi di mercato (<i>Market Abuse Regulation</i>)
Monte Titoli	Indica Monte Titoli S.p.A., con sede legale in Milano, Piazza degli Affari, n. 6.
Nomad, Global Coordinator o Alantra	Alantra Capital Markets Sociedad de Valores S.A.U. – Succursale Italiana, con sede legale in Via Borgonuovo, 16 Milano.
Parti Correlate	Indica i soggetti ricompresi nella definizione di “parti correlate” di cui al regolamento adottato dalla Consob

con delibera n. 17221 del 12 marzo 2010, recante disposizioni in materia di operazioni con parti correlate.

Principi Contabili Internazionali o IFRS o IAS/IFRS

Indica tutti gli “*International Financial Reporting Standards*” emanati dallo IASB (“*International Accounting Standards Board*”) e riconosciuti dalla Commissione Europea ai sensi del Regolamento (CE) n. 1606/2002, che comprendono tutti gli “*International Accounting Standards*” (IAS), tutti gli “*International Financial Reporting Standards*” (IFRS) e tutte le interpretazioni dell’“*International Financial Reporting Interpretations Committee*” (IFRIC), precedentemente denominate “*Standing Interpretations Committee*” (SIC).

Principi Contabili Italiani

Indica i principi e i criteri previsti dagli articoli 2423 ss. del codice civile per la redazione del bilancio di esercizio delle società per azioni, integrati dai principi contabili nazionali emanati dall’Organismo Italiano di Contabilità (OIC).

Regolamento Emittenti o Regolamento AIM Italia

Indica il regolamento emittenti AIM Italia in vigore alla Data del Documento di Ammissione.

Regolamento Intermediari

Indica il regolamento adottato con delibera Consob n. 20307 del 15 febbraio 2018.

Regolamento NOMAD o Regolamento Nominated Advisers

Indica il regolamento *Nominated Advisers AIM Italia* in vigore alla Data del Documento di Ammissione.

Regolamento Parti Correlate

Indica il regolamento adottato dalla Consob con delibera n. 17221 del 12 marzo 2010.

Regolamento 11971

Indica il regolamento di attuazione del TUF (come *infra* definito) concernente la disciplina degli emittenti adottato dalla Consob con delibera n.11971 del 14 maggio 1999, come successivamente modificato ed integrato.

Società di Revisione per l’ammissione alle negoziazioni o BDO

Indica BDO Italia S.p.A., con sede legale in Milano, Viale Abruzzi 91.

Statuto Sociale o Statuto	Indica lo statuto sociale dell'Emittente incluso mediante riferimento al presente Documento di Ammissione e disponibile sul sito <i>web www.giglio.com</i> .
Testo Unico della Finanza o TUF	Indica il Decreto Legislativo 24 febbraio 1998, n. 58.

GLOSSARIO

Si riporta di seguito un elenco dei principali termini tecnici utilizzati all'interno del Documento di Ammissione. Tali termini, salvo ove diversamente specificato, hanno il significato di seguito indicato. Si precisa che per i termini sotto riportati, ogni qualvolta il contesto lo richieda, la forma singolare include la forma plurale e viceversa.

Algoritmo	Indica un concetto cardine nella fase di programmazione dello sviluppo di un <i>software</i> che contiene un elenco finito di istruzioni, che specificano le operazioni da eseguire per risolvere una classe di problemi ottenendo un certo risultato. Gli algoritmi rappresentano la logica di calcolo seguita da un programma informatico per elaborare determinati dati.
Brand o marchio	Indica un nome, un simbolo, un disegno o una combinazione di tali elementi distintivi con cui si identificano prodotti o servizi di uno o più imprenditori al fine di differenziarli da altri prodotti dello stesso parere.
Boutique	Indica un punto vendita di articoli di abbigliamento e di accessori di fascia alta.
CAGR	Indica il tasso medio annuo di crescita composto (Compound Annual Growth Rate).
Capsule collection	Piccole collezioni in edizione limitata, nate da collaborazioni speciali da parte di un brand.
Comarketing	Iniziativa mirata a veicolare una o più marche da parte di due o più organizzazioni attraverso regole di cooperazione specifiche decise dalle organizzazioni stesse.
Customer relationship management	Indica l'attività di gestione delle relazioni con i clienti.
Digital Advertising	Indica il messaggio pubblicitario ovvero la forma di comunicazione, effettuata tramite canali digitali, destinata a far conoscere e/o acquistare un prodotto o un insieme di prodotti o servizi.

<i>E-commerce</i>	Indica un insieme di transazioni commerciali (acquisto, vendita, ordine e pagamento) in essere tra produttore e consumatore, realizzate con l'utilizzo di <i>computer</i> e reti telematiche.
<i>Fashion</i>	Indica il settore del commercio al dettaglio comprendente gli operatori nel mercato della moda.
<i>Gross Merchandise Value (GMV)</i>	Indica il valore delle transazioni effettuate, non comprensive di IVA, al lordo dei resi.
<i>Marketplace</i>	Indica i siti <i>web</i> specializzati e finalizzati alla compravendita di beni e/o servizi.
Negozio Multimarca	Negozio che vende capi, accessori e prodotti di marche diverse.
Piattaforma	Indica una base <i>hardware</i> o <i>software</i> su cui sono sviluppati ed eseguiti programmi o applicazioni.
<i>Outsourcing</i>	Indica l'affidamento ad un soggetto esterno, dotato dei necessari requisiti, della gestione (in tutto o in parte) di determinate attività o processi svolti normalmente internamente all'azienda, al fine di concentrare le proprie risorse sulle attività a maggior valore aggiunto.
<i>Packaging</i>	Progettazione e realizzazione del confezionamento dei prodotti.
<i>Pricing</i>	Indica l'attività di individuazione del prezzo di vendita di un determinato prodotto.
<i>Player</i>	Indica qualunque <i>competitor</i> che opera all'interno del mercato di riferimento della Società.
<i>Software</i>	Indica un insieme delle componenti immateriali (strato logico/intangibile) nella singola macchina o nella linea completa.
<i>Value Chain</i>	Processo di distribuzione che inizia con il fornitore dei prodotti e degli accessori e si conclude con il consumatore.

Wholesale

Indica il canale di distribuzione di prodotti e accessori che può essere costituito da negozi multimarca o multimarca.

DOCUMENTI ACCESSIBILI AL PUBBLICO

I seguenti documenti sono a disposizione del pubblico presso la sede legale dell'Emittente in Milano, Via Solferino 7, nonché sul sito internet www.giglio.com:

- il Documento di Ammissione;
- lo Statuto dell'Emittente;
- il Bilancio d'Esercizio 2018, unitamente alla relazione della Società di Revisione emessa in data 28 giugno 2019;
- il Bilancio d'Esercizio 2019, unitamente alla relazione della Società di Revisione emessa in data 28 aprile 2020;
- il Bilancio d'Esercizio 2020, unitamente alla relazione della Società di Revisione emessa in data 26 aprile 2021;
- le procedure di *corporate governance*.

SEZIONE I
DOCUMENTO DI REGISTRAZIONE

1 PERSONE RESPONSABILI

1.1 Responsabili del Documento di Ammissione

Il soggetto di seguito indicato si assume la responsabilità della completezza e veridicità dei dati e delle informazioni contenuti nel Documento di Ammissione:

Soggetto Responsabile	Qualifica	Sede legale	Parti del Documento di Ammissione di competenza
Giglio.com S.p.A.	Emittente	Milano, Via Solferino 7	Intero Documento di Ammissione

1.2 Dichiarazione di responsabilità

Il soggetto di cui al Paragrafo 1.1. che precede dichiara che le informazioni contenute nel Documento di Ammissione sono, per quanto di propria conoscenza, conformi ai fatti e non presentano omissioni tali da alterarne il senso.

1.3 Relazioni e pareri di esperti

Ai fini del Documento di Ammissione non sono stati rilasciati pareri o relazioni da alcun esperto.

1.4 Informazioni provenienti da terzi

Ove indicato, le informazioni contenute nel Documento di Ammissione provengono da terzi. L'Emittente conferma che tali informazioni sono state riprodotte fedelmente e che, per quanto a propria conoscenza o per quanto sia stato in grado di accertare sulla base di informazioni pubblicate dai terzi in questione, non sono stati omessi fatti che potrebbero rendere le informazioni riprodotte inesatte o ingannevoli. Le fonti delle predette informazioni sono specificate nei medesimi paragrafi del Documento di Ammissione in cui le stesse sono riportate.

2 REVISORI LEGALI DEI CONTI

2.1 Revisori legali dell'Emittente

Alla Data del Documento di Ammissione la società incaricata della revisione legale dei conti dell'Emittente è KPMG S.p.A. con sede legale in Milano, Via Vittor Pisani n. 25, iscritta al Registro delle Imprese di Milano, C.F. e P.IVA 00709600159, ed iscritta al Registro dei Revisori legali tenuto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze ed istituito ai sensi dell'art. 2 del Decreto Legislativo n. 39/2010 (“**Società di Revisione**”).

In data 30 aprile 2021, l'Assemblea ordinaria dell'Emittente ha conferito alla società di revisione l'incarico di revisione legale per i bilanci in chiusura al 31 dicembre 2021, 31 dicembre 2022 e 31 dicembre 2023 redatti in conformità con i Principi Contabili Italiani. L'Emittente ha affidato alla Società di Revisione l'incarico per la revisione contabile limitata del bilancio intermedio per i periodi al 30 giugno 2021 e 30 giugno 2022.

In data 14 luglio 2021, il Collegio Sindacale ha verificato che l'incarico conferito dall'assemblea in data 30 aprile 2021 è coerente con la normativa che la Società sarà tenuta ad osservare una volta ammessa in un sistema multilaterale di negoziazione aperto al pubblico ai sensi dell'art.6-bis del Regolamento Emittenti AIM Italia.

2.2 Revisore contabile per la quotazione

L'Emittente ha conferito alla società di revisione BDO Italia S.p.A., – con sede legale in Milano, Viale Abruzzi 94, con sede legale in Milano, Viale Abruzzi n. 94, iscritta al Registro delle Imprese di Milano, C.F. e P.IVA 07722780967 ed iscritta al numero 167911 del Registro dei Revisori legali tenuto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze ed istituito ai sensi dell'art. 2 del Decreto Legislativo n. 39/2010 – l'incarico, *inter alia*, di esaminare il Documento di Ammissione ed emettere *comfort letter* limitatamente alle informazioni finanziarie ivi presenti.

2.3 Informazioni sui rapporti con la Società di Revisione

Fino alla Data del Documento di Ammissione non è intervenuta alcuna revoca dell'incarico conferito dall'Emittente alla Società di Revisione né la Società di Revisione ha rinunciato all'incarico conferitole, si è rifiutata di emettere un giudizio o ha espresso un giudizio con rilievi sul bilancio dell'Emittente.

3 INFORMAZIONI FINANZIARIE SELEZIONATE

3.1 Premessa

Nel presente Capitolo, vengono fornite talune informazioni finanziarie selezionate per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2018, 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2020. Tali informazioni sono state estratte dai bilanci di esercizio dell'Emittente.

Il Bilancio di esercizio dell'Emittente chiuso al 31 dicembre 2018, redatto in conformità ai Principi Contabili Italiani è stato approvato in data 24 giugno 2019 dal Consiglio di Amministrazione e sottoposto a revisione legale da parte della Società di Revisione, che ha emesso la propria relazione senza rilievi in data 28 giugno 2019. In data 30 giugno 2019 è stato approvato dall'Assemblea dei soci.

Il Bilancio di esercizio dell'Emittente chiuso al 31 dicembre 2019, redatto in conformità ai Principi Contabili Italiani è stato approvato in data 24 aprile 2020 dal Consiglio di Amministrazione e sottoposto a revisione legale da parte della Società di Revisione, che ha emesso la propria relazione senza rilievi in data 28 aprile 2020. In data 29 aprile 2020 è stato approvato dall'Assemblea dei soci.

Il Bilancio di esercizio dell'Emittente chiuso al 31 dicembre 2020, redatto in conformità ai Principi Contabili Italiani è stato approvato in data 13 aprile 2021 dal Consiglio di Amministrazione e sottoposto a revisione legale da parte della Società di Revisione, che ha emesso la propria relazione senza rilievi in data 26 aprile 2021. In data 30 aprile 2021 è stato approvato dall'Assemblea dei soci.

Tutti i suddetti bilanci sono a disposizione del pubblico per la consultazione, presso la sede legale dell'Emittente e sul sito *internet* dell'Emittente www.giglio.com, nella sezione "Investor relations".

3.2 Informazioni finanziarie selezionate relative agli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018

3.2.1 Dati economici selezionati dell'Emittente per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018

Di seguito sono forniti i principali dati economici riclassificati dell'Emittente per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Conto Economico (Dati in Euro/000)	31.12.2020	%*	31.12.2019	%*	31.12.2018	%*	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	24.540	100%	17.804	100%	13.149	100%	38%	35%
Costo del venduto	(18.579)	-76%	(13.647)	-77%	(10.477)	-80%	36%	30%
Primo Margine (**)	5.960	24%	4.156	23%	2.672	20%	43%	56%

Altri ricavi e proventi	251	1%	266	1%	63	0%	-6%	320%
Incrementi di Immobilizzazioni per lavori int.	565	2%	495	3%	387	3%	14%	28%
Costi per servizi	(5.080)	-21%	(3.461)	-19%	(2.275)	-17%	47%	52%
Costi per Godimento di beni di terzi	(6)	0%	(10)	0%	–	0%	-39%	n/a
Costi per il Personale	(1.568)	-6%	(1.246)	-7%	(761)	-6%	26%	64%
Oneri diversi di Gestione	(110)	0%	(128)	-1%	(60)	0%	-14%	113%
EBITDA (***)	12	0%	72	0%	26	0%	-83%	177%
Ammortamenti	(417)	-2%	(318)	-2%	(176)	-1%	31%	81%
EBIT (****)	(405)	-2%	(247)	-1%	(150)	-1%	64%	64%
Risultato finanziario	(208)	-1%	(139)	-1%	(60)	0%	49%	134%
EBT	(613)	-2%	(386)	-2%	(210)	-2%	59%	84%
Imposte	–	0%	–	0%	–	0%	n/a	n/a
Risultato d'esercizio	(613)	-2%	(386)	-2%	(210)	-2%	59%	84%

(*) Incidenza percentuale sulla voce “Ricavi delle vendite e delle prestazioni”.

(**) Primo Margine indica il risultato dell'attività di Ricavi delle vendite dedotti i costi direttamente legati alla vendita tra cui, ad esempio: acquisto di materie prime e variazione delle rimanenze, imballaggi, dazi e spese doganali, costi accessori ai precedenti.

(***) EBITDA indica il risultato della gestione operativa prima delle imposte sul reddito, dei proventi e oneri finanziari, degli ammortamenti delle immobilizzazioni, della svalutazione dei crediti e degli accantonamenti a fondi rischi e oneri. L'EBITDA non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili nazionali e pertanto non deve essere considerato come una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi dell'Emittente. Poiché la composizione dell'EBITDA non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dall'Emittente potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre società e quindi non risultare con essi comparabili.

(****) EBIT indica il risultato prima delle imposte sul reddito e dei proventi e oneri finanziari. L'EBIT pertanto rappresenta il risultato della gestione operativa prima della remunerazione del capitale sia di terzi sia proprio. L'EBIT non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili nazionali e pertanto non deve essere considerato come una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi dell'Emittente. Poiché la composizione dell'EBIT non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dall'Emittente potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre società e quindi non risultare con essi comparabili.

Ricavi delle vendite e delle prestazioni

Si riporta di seguito il dettaglio della voce “Ricavi delle vendite e delle prestazioni” per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Ricavi delle vendite e delle prestazioni	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. %	Var. %
(Dati in Euro/000)				20 vs. 19	19 vs. 18
Vendita merce	23.967	17.497	12.942	37%	35%
Ricavi per spese di spedizione	573	306	208	87%	47%
Totale	24.540	17.804	13.149	38%	35%

I ricavi e i proventi, i costi e gli oneri sono iscritti al netto di resi, sconti, abbuoni e premi, nonché delle imposte direttamente connesse con la vendita dei prodotti e la

prestazione dei servizi, nel rispetto dei principi di competenza e di prudenza.

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 i “Ricavi delle vendite e delle prestazioni” risultano pari ad Euro 24.540 migliaia contro gli Euro 17.804 migliaia registrati al 31 dicembre 2019. Tra il 2019 e il 2020 si registra un incremento nei ricavi pari al 38% del totale della voce “Ricavi delle vendite e delle prestazioni”. Questi sono composti principalmente dalla voce *Vendite merci online* (Euro 23.967 migliaia nel 2020 vs. Euro 17.497 migliaia nel 2019). Si segnala che al 31 dicembre 2020 i “Ricavi delle vendite e delle prestazioni” per area geografica si suddividono in zona Italia (31.07%, pari ad Euro 7.624 migliaia), zona UE (25,93%, pari ad Euro 6.364 migliaia) e zona extra-UE (43%, pari ad Euro 10.552 migliaia).

Al 31 dicembre 2019 i “Ricavi delle vendite e delle prestazioni” per area geografica si suddividono in zona UE (62,90%, pari ad Euro 11.199 migliaia) e zona extra-UE (43%, pari ad Euro 6.605 migliaia).

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 i ricavi sono pari ad Euro 13.149 migliaia e sono afferenti principalmente alla voce *Vendite merci online*, pari ad Euro 12.942 migliaia. L’incremento percentuale dei ricavi tra il 31 dicembre 2018 e il 31 dicembre 2019 è pari al 35%.

Al 31 dicembre 2018 i “Ricavi delle vendite e delle prestazioni” per area geografica si suddividono in zona UE (42,3%, pari ad Euro 5.474 migliaia) e zona extra-UE (57,7%, pari ad Euro 7.675 migliaia).

Altri ricavi e proventi

Si riporta di seguito il dettaglio della voce “Altri ricavi e proventi” per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Altri Ricavi e proventi (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Credito di imposta Ricerca e Sviluppo	93	120	–	-23%	n/a
Sopravvenienze attive	43	45	40	-5%	11%
Altri contributi	54	21	–	162%	n/a
Ricavi diversi	61	80	23	-24%	245%
Totale	251	266	63	-6%	320%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 gli “Altri ricavi e proventi” risultano essere pari ad Euro 251 migliaia. Gli stessi, al 31 dicembre 2019, erano pari ad Euro 266 migliaia. Tra il 2019 e il 2020 si registra un lieve decremento della suddetta voce pari al 6%.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2019 gli “Altri Ricavi e Proventi” sono pari ad Euro 266 migliaia. La variazione percentuale tra il 31 dicembre 2018 e il 31 dicembre 2019 risulta essere positiva e pari al 320%. Si evidenzia l’incremento della voce relativa al credito di imposta “Ricerca e Sviluppo”.

Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 sono presenti *Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni*, pari ad Euro 565 migliaia (Euro 495 migliaia al 31 dicembre 2019).

Tali importi si riferiscono al costo del personale interno e consulenti esterni e si riferiscono, al 31 dicembre 2020, a tre progetti di ricerca e sviluppo:

- 1) Progetto White-Label: sviluppo della piattaforma “White-Label” (software e sistema gestionale ordini) dedicata ai singoli fornitori che finalizza l’ordine all’interno della piattaforma giglio.com tramite un’interfaccia personalizzata dal fornitore stesso;
- 2) Progetto Fulfillment 2.0: sviluppo dell’algoritmo che permette di affinare e sviluppare la via più breve ed economica inerente i processi di associazione logistica dei prodotti per fornitori, hub e destinazione cliente;
- 3) Progetto Digital Inbound: sviluppo del processo di accelerazione e gestione delle priorità inerenti alle operazioni di digitalizzazione dei prodotti.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 gli *Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni* risultano essere pari ad Euro 387 migliaia e sono riferibili principalmente alla realizzazione di una nuova versione del sito web *www.giglio.com*.

Costo del venduto

Si riporta di seguito il dettaglio della voce “Costo del venduto” per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Costo del venduto	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. %	Var. %
(Dati in Euro/000)				20 vs. 19	19 vs. 18

Acquisto merci	18.292	13.444	10.326	36%	30%
Imballaggi	123	90	71	36%	28%
Dazi e spese doganali	86	26	26	234%	0%
Beni ammortizzabili in esercizio	41	27	45	53%	-41%
Altri costi per materie prime	34	73	32	-53%	127%
Variazione delle rimanenze	4	(13)	(22)	-129%	-44%
Totale	18.579	13.647	10.477	36%	30%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 il “Costo del venduto” si riferisce principalmente a costi sostenuti per *Acquisto merci* al netto dei resi. Questi risultano essere in incremento rispetto ai valori registrati al 31 dicembre 2019, in linea con l’andamento dei ricavi, e risultavano essere pari ad Euro 13.647 migliaia. La voce *Acquisto Merci* al 31 dicembre 2020 risulta essere pari ad Euro 18.292 migliaia ed in incremento del 36% rispetto al valore registrato al 31 dicembre 2019, pari ad Euro 13.444 migliaia. Influisce negativamente sui costi per “Materie prime, sussidiarie, di consumo e merci” la *Variazione delle rimanenze* nell’esercizio 2019.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 gli stessi sono pari ad Euro 10.477 migliaia. Si registra un incremento percentuale tra il 2018 e il 2019 del 30%. In particolare, la voce *Acquisto Merci* al 31 dicembre 2018 risulta essere pari ad Euro 10.326 migliaia (+ 30% tra il 2018 e il 2019) mentre influiscono negativamente le *Variazione delle rimanenze* pari ad Euro 22 migliaia al 31 dicembre 2018 (-44% tra il 2018 e il 2019).

Costi per servizi

Si riporta di seguito il dettaglio della voce “Costi per servizi” per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Costi per servizi	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. %	Var. %
(Dati in Euro/000)				20 vs. 19	19 vs. 18
Costi di spedizione e logistica	1.946	1.287	860	51%	50%
Performance Marketing	1.060	839	376	26%	123%
Consulenze e prestazioni occasionali	808	508	308	59%	65%
Spese per l’incasso e Commissioni Bancarie	355	249	111	43%	125%
Tech Marketing	252	141	417	78%	-66%
Commissioni Carte di Credito clienti	207	159	99	30%	61%
Costi IT	140	111	3	26%	>1.000%
Brand Marketing	137	1	15	>1.000%	-93%
Emolumenti amministratori	95	95	–	0%	n/a

Spese di trasferta	19	22	10	-11%	111%
Assicurazioni	15	10	3	44%	245%
Spese di rappresentanza	13	13	17	-1%	-20%
Altri costi per servizi	33	25	57	30%	-56%
Totale	5.080	3.461	2.275	47%	52%

La voce dei costi di marketing è classificata in tre voci distinte in relazione alla tipologia di costo di seguito descritte:

- Performance marketing: si tratta dei costi spesi per l'acquisizione del cliente o della vendita (ad esempio Google Ads o Facebook);
- Marketing tech: costi relativi ai software per la gestione del marketing (ad esempio e-mail marketing o CRM);
- Costi di Branding: costi relativi alla diffusione della riconoscibilità del marchio (ad esempio pubblicità su tv).

31.12.20 vs. 31.12.19

La voce consulenze e prestazioni occasionali comprende principalmente:

- Consulenze finanziarie, strategiche e fiscali per Euro 473 migliaia;
- Servizi amministrativi, logistica e facchinaggio per Euro 150 migliaia (forniti da Michele Giglio S.n.c.);
- Compensi a modelli/e per Euro 70 migliaia;
- Compensi a fotografi per Euro 36 migliaia;
- Spese ODV per 28 migliaia;
- Consulenze tecnologiche per Euro 27 migliaia;
- Compensi a sindaci per Euro 24 migliaia;

Al 31 dicembre 2020 i "Costi per servizi" sono pari ad Euro 5.080 migliaia ed afferenti principalmente alla voce *Costi di spedizione e logistica, Performance Marketing e Consulenze e prestazioni occasionali*. I "Costi per servizi" al 31 dicembre 2019 risultano essere pari ad Euro 3.461 migliaia, mostrando un incremento tra il 2019 e il 2020 del 47%. I maggiori incrementi si registrano nelle 3 voci principali sopra riportate: *Costi di spedizione e logistica* presenta un incremento di Euro 659 migliaia (+51%), *Performance Marketing* un incremento pari ad Euro 221 migliaia (+26%) e *Consulenze e prestazioni occasionali* un incremento pari ad Euro 299 migliaia (+65%).

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 i "Costi per servizi" sono pari ad Euro 2.275 migliaia ed afferiscono principalmente alle voci *Costi di spedizione e logistica, Performance Marketing e Consulenze e prestazioni occasionali*. I maggiori incrementi tra il 2018 e il 2019 si registrano nelle voci *Costi di spedizione e logistica*, con un incremento pari

ad Euro 427 migliaia (50%), *Performance Marketing*, con un incremento pari ad Euro 463 migliaia (123%) e *Consulenze e prestazioni occasionali*, incremento pari ad Euro 200 migliaia (68%). La voce *Tech Marketing* presenta un decremento tra il 2018 e il 2019 pari ad Euro 275 migliaia (-66%).

Costi per il personale

Si riporta di seguito il dettaglio della voce “Costi per il personale” per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Costi per il Personale (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Salari e Stipendi	1.084	850	524	28%	62%
Oneri Sociali	412	336	197	23%	71%
Trattamento di Fine Rapporto	72	57	34	26%	65%
Altri costi per il personale	0	3	6	-90%	-44%
Totale	1.568	1.246	761	26%	64%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 i “Costi per il Personale” sono pari ad Euro 1.568 migliaia. Al 31 dicembre 2019 gli stessi sono pari ad Euro 1.246 migliaia. Si registra un incremento tra il 2019 e il 2020 del 26%.

Nel 2020 l’organico medio aziendale si attesta a 53 dipendenti di cui 40 impiegati, 10 operai e 3 quadri e nel 2019 era pari a 45 dipendenti, di cui 35 impiegati, 7 operai e 3 quadri. Tale andamento giustifica l’incremento del costo del personale nei periodi esaminati.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 gli stessi costi sono pari ad Euro 761 migliaia. Si registra un incremento percentuale tra il 2018 e il 2019 del 64%. In tutti e due i periodi i “Costi per il Personale” si riferiscono principalmente a *Salari e stipendi*.

Nel 2018 l’organico medio aziendale si attesta a 53 dipendenti di cui 3 impiegati e 2 dirigenti. Tale andamento giustifica l’incremento del costo del personale nei periodi esaminati.

Oneri diversi di gestione

Si riporta di seguito il dettaglio della voce “Oneri diversi di gestione” per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Oneri diversi di gestione (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Sopravvenienze passive	97	80	47	22%	70%
Imposte e tasse	4	5	3	-27%	47%
Perdite su crediti	–	32	–	-100%	n/a
Altri oneri di gestione	9	11	10	-19%	16%
Totale	110	128	60	-14%	113%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 gli “Oneri diversi di gestione” sono pari ad Euro 110 migliaia ed afferenti principalmente alla voce *Sopravvenienze passive*. Suddetti costi registrano un lieve decremento nel corso del 2020: al 31 dicembre 2019 sono infatti pari ad Euro 128 migliaia, presentando dunque un decremento percentuale tra il 2019 e il 2020 del 14%. Questa variazione è guidata principalmente dalla presenza, nel corso dell’esercizio 2019, di *Perdite su crediti* per Euro 32 migliaia non presenti al 31 dicembre 2020.

31.12.19 vs. 31.12.18

Tra il 2018 e il 2019 si registra una crescita degli “Oneri diversi di gestione” pari ad Euro 68 migliaia, ossia il 113%. Al 31 dicembre 2018 infatti, gli “Oneri diversi di gestione” risultano essere pari ad Euro 60 migliaia contro gli Euro 128 migliaia registrati al 31 dicembre 2019.

Ammortamenti

Si riporta di seguito il dettaglio della voce “Ammortamenti” per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Ammortamenti (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Costi di sviluppo	289	198	118	46%	68%
Costi d'impianto e di ampliamento	48	48	–	0%	n/a
Altre immobilizzazioni immateriali	45	45	44	0%	2%
Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	2	1	0	22%	297%
Ammortamenti Imm.ni immateriali	385	293	163	31%	80%
Altri beni materiali	19	16	8	17%	101%
Attrezzature industriali e commerciali	10	5	3	75%	63%
Impianti e macchinari	4	4	2	3%	93%
Ammortamenti Imm.ni materiali	33	26	13	27%	90%
Totale	417	318	176	31%	81%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 Gli “Ammortamenti” risultano pari ad Euro 417 migliaia, registrando tra il 31 dicembre 2019 e il 31 dicembre 2020 un incremento del 31%. In entrambi gli esercizi, gli ammortamenti relativi alle “immobilizzazioni immateriali” si riferiscono principalmente a *Costi di sviluppo* (progetti di Ricerca), *Costi di impianto e ampliamento* (costi di capitalizzazione Equilybra S.p.A.) e *Altre immobilizzazioni immateriali* (manutenzioni e riparazioni), mentre gli ammortamenti relativi alle “immobilizzazioni materiali” ad *Altri beni materiali* (elaboratori elettronici e macchinari d’ufficio) e *Attrezzature industriali e commerciali* (piccole attrezzature).

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 gli “Ammortamenti” ammontano ad Euro 176 migliaia e sono composti principalmente da “Immobilizzazioni Immateriali”. La variazione tra il 2018 e il 2019 è pari all’81%. Nel 2018 gli ammortamenti relativi alle “immobilizzazioni immateriali” si riferiscono principalmente a *Costi di sviluppo* e *Altre immobilizzazioni immateriali* mentre gli ammortamenti relativi alle “immobilizzazioni materiali” ad *Altri beni materiali*.

Risultato finanziario

Si riporta di seguito il dettaglio del “Risultato finanziario” per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Risultato finanziario (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Utile su cambi	(1)	(0)	(1)	345%	-79%
Altri proventi finanziari	(0)	(0)	(0)	131%	78%
Proventi finanziari	(1)	(0)	(1)	333%	-78%
Interessi e altri oneri finanziari	205	136	57	51%	137%
Perdite su cambi	4	4	4	12%	7%
Oneri finanziari	209	140	61	50%	129%
Totale	208	139	60	49%	134%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 il “Risultato finanziario” è pari ad Euro 208 migliaia e risulta in incremento del 49% rispetto al 31 dicembre 2019. Questo è composto quasi unicamente da *Interessi e altri oneri finanziari*. Al 31 dicembre 2019 il “Risultato finanziario” è pari ad Euro 139 migliaia, presentando una composizione simile a quella dell’esercizio 2020.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 il “Risultato finanziario” è pari ad Euro 60 migliaia. Si registra un incremento percentuale tra il 2018 e il 2019 del 134%.

Imposte

La voce non è valorizzata in quanto si è in presenza di perdite fiscali. La società non ha iscritto negli esercizi in esame, in via prudenziale alla data di approvazione dei rispettivi bilanci, componenti positivi di reddito per imposte anticipate sulle perdite fiscali pregresse ma la mancata iscrizione non pregiudica la possibile utilizzazione futura.

Indicatori Alternativi di Performance (IAP)

Si riportano di seguito i principali indicatori economici e patrimoniali utilizzati per il monitoraggio dell'andamento economico e finanziario della Società per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Poiché la composizione di questi indicatori non è regolamentata dai Principi Contabili Italiani, l'Emittente ritiene che le informazioni finanziarie riportate nella tabella sottostante siano un ulteriore parametro per tenere monitorate le performance della Società, in quanto permettono di monitorare più analiticamente l'andamento economico e finanziario della stessa.

Indicatori Alternativi di Performance (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	24.540	17.804	13.149	38%	35%
Valore della Produzione	25.356	18.564	13.600	37%	37%
Primo margine	5.960	4.156	2.672	43%	56%
EBITDA	12	72	26	-83%	177%
<i>EBITDA Margin</i>	0%	0%	0%	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>
EBIT	(405)	(247)	(150)	64%	64%
<i>EBIT Margin</i>	-2%	-1%	-1%	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>
EBT	(613)	(386)	(210)	59%	84%
Risultato d'esercizio	(613)	(386)	(210)	59%	84%

Primo Margine indica il risultato dell'attività di Ricavi delle vendite dedotti i costi direttamente legati alla vendita tra cui, ad esempio: acquisto di materie prime e variazione delle rimanenze, imballaggi, dazi e spese doganali, costi accessori ai precedenti.

L'EBITDA indica il risultato della gestione operativa prima delle imposte sul reddito, dei proventi e oneri finanziari, degli ammortamenti delle immobilizzazioni, della svalutazione dei crediti e degli accantonamenti a fondi rischi e oneri. L'EBITDA non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili nazionali e

pertanto non deve essere considerato come una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi dell'Emittente.

L'EBITDA Margin indica il rapporto tra EBITDA e Valore della Produzione.

L'EBIT indica il risultato prima delle imposte sul reddito e dei proventi e oneri finanziari. L'EBIT pertanto rappresenta il risultato della gestione operativa prima della remunerazione del capitale sia di terzi sia proprio. L'EBIT non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili nazionali e pertanto non deve essere considerato come una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi dell'Emittente.

L'EBIT Margin indica il rapporto tra EBIT e Valore della Produzione.

3.2.2 Dati patrimoniali e finanziari selezionati dell'Emittente per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018

Di seguito si riporta lo schema riclassificato dello Stato Patrimoniale al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Stato Patrimoniale (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Immobilizzazioni immateriali	6.153	969	511	535%	90%
Immobilizzazioni materiali	209	167	170	25%	-2%
Immobilizzazioni finanziarie	–	–	–	n/a	n/a
Attivo Fisso Netto	6.362	1.136	681	460%	67%
Rimanenze	39	42	30	-9%	42%
Crediti commerciali	1.161	693	335	67%	107%
Debiti commerciali	(4.307)	(2.094)	(1.482)	106%	41%
Capitale Circolante Commerciale (*)	(3.108)	(1.358)	(1.117)	129%	22%
Altri crediti	60	0	1	>1.000%	-95%
Altri debiti	(343)	(176)	(119)	95%	49%
Crediti e debiti tributari	1.631	1.734	1.339	-6%	29%
Ratei e risconti netti	(306)	(279)	21	9%	<-1.000%
Capitale Circolante Netto	(2.065)	(80)	125	>1.000%	-164%
Fondi rischi ed oneri	–	–	–	n/a	n/a
Fondo TFR	(182)	(123)	(71)	48%	74%
Capitale Investito Netto (**)	4.115	932	736	341%	27%
Debiti finanziari	3.027	1.946	1.936	56%	1%
Crediti finanziari	–	–	–	n/a	n/a
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	(4.605)	(2.470)	(1.041)	86%	137%

Posizione Finanziaria Netta (***)	(1.578)	(523)	894	201%	-159%
Capitale sociale	22	22	20	0%	11%
Riserve	6.873	2.023	25	240%	>1.000%
Utili (perdite) portati a nuovo	(590)	(204)	6	190%	<-1.000%
Utile (perdita) dell'esercizio	(613)	(386)	(210)	59%	84%
Patrimonio Netto (Mezzi propri)	5.693	1.455	(158)	291%	<-1.000%
Totale Fonti	4.115	932	736	341%	27%

(*) Il Capitale Circolante Netto è calcolato come la sommatoria delle rimanenze, dei crediti commerciali, dei debiti commerciali, degli altri crediti, degli altri debiti, dei crediti e debiti tributari e dei ratei e risconti netti. Il Capitale Circolante Netto non è identificato come misura contabile dai principi contabili di riferimento. Il criterio di determinazione applicato dall'Emittente potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre società e, pertanto, il saldo ottenuto dall'Emittente potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

(**) Il Capitale investito netto è calcolato come Capitale Circolante Netto, Attivo fisso netto e Passività non correnti (che includono anche la fiscalità differita e anticipata). Il Capitale investito non è identificato come misura contabile dai principi contabili di riferimento. Il criterio di determinazione applicato dall'Emittente potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre società e, pertanto, il saldo ottenuto dall'Emittente potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

(***) Ai sensi di quanto stabilito dalla comunicazione CONSOB n. DEM/6064293 del 28 luglio 2006, si precisa che la Posizione Finanziaria Netta è calcolata come somma delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti, delle passività finanziarie non correnti, ed è stato determinato in conformità a quanto stabilito nella Raccomandazione ESMA/2013/319 del 20 marzo 2013.

3.2.2.1 ATTIVO FISSO NETTO

Immobilizzazioni Immateriali

Si riporta di seguito il dettaglio delle immobilizzazioni immateriali per i periodi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Immobilizzazioni Immateriali	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. %	Var. %
(Dati in Euro/000)				20 vs. 19	19 vs. 18
Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	5.014	13	3	>1.000%	332%
Costi di sviluppo	904	628	310	44%	103%
Costi d'impianto e di ampliamento	144	192	22	-25%	777%
Altre immobilizzazioni immateriali	91	137	177	-33%	-23%
Totale	6.153	969	511	535%	90%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 le “Immobilizzazioni Immateriali” sono pari ad Euro 6.153 migliaia ed afferiscono principalmente a *Concessioni, licenze, marchi e diritti simili*. Le “Immobilizzazioni Immateriali” al 31 dicembre 2020 sono aumentate rispetto a quelle registrate al 31 dicembre 2019: la differenza tra i due anni è di Euro 5.184 migliaia, pari ad un incremento tra 2019 e 2020 del 535%.

Il saldo 2020 include la rivalutazione del marchio/dominio internet “Giglio.com” in

base all'art. 110 del D.L. 14/08/2020 n. 104. Anche se la disciplina normativa non richiede obbligatoriamente la redazione di una perizia, la Società ha deciso di conferire al Prof. Marco Villani (Studio Guatri) l'incarico di stimare il fair value al 31/12/2020 del marchio/dominio internet "Giglio.com" e di considerare tale valore come limite massimo del maggior valore attribuito. Alla luce della perizia ricevuta la Società ha stabilito di determinare tale maggior valore in Euro 5.000 migliaia, ritenuto prudente e sostenibile dagli amministratori seppure la perizia evidenziasse un valore maggiore. Tale valore verrà ammortizzato in 20 quote costanti a partire dal 2021.

Nel corso dell'esercizio 2020 i costi di sviluppo presentano un incremento di Euro 565 migliaia (al lordo della quota di ammortamento) dovuto all'implementazione di tre progetti di ricerca e sviluppo capitalizzati nel corso dello stesso esercizio:

- 1) Progetto White-Label: sviluppo della piattaforma "White-Label" (software e sistema gestionale ordini) dedicata ai singoli fornitori che finalizza l'ordine all'interno della piattaforma giglio.com tramite un'interfaccia personalizzata dal fornitore stesso;
- 2) Progetto Fulfillment 2.0: sviluppo dell'algoritmo che permette di affinare e sviluppare la via più breve ed economica inerente i processi di associazione logistica dei prodotti per fornitori, hub e destinazione cliente;
- 3) Progetto Digital Inbound: sviluppo del processo di accelerazione e gestione delle priorità inerenti alle operazioni di digitalizzazione dei prodotti.

31.12.19 vs. 31.12.18

Tra il 2018 e il 2019 si registra un incremento nella voce "Immobilizzazioni Immateriali", pari al 90%. Al 31 dicembre 2018 infatti, suddetta voce risulta pari ad Euro 511 migliaia contro gli Euro 969 migliaia registrati al 31 dicembre 2019.

Immobilizzazioni Materiali

Si riporta di seguito il dettaglio delle immobilizzazioni materiali per i periodi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Immobilizzazioni Materiali (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Mobili e arredi	95	101	112	-6%	-9%
Attrezzature industriali e commerciali	67	31	28	117%	12%
Impianti e macchinari	25	29	24	-14%	21%
Computer e macchine d'ufficio	22	5	7	309%	-24%
Totale	209	167	170	25%	-2%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 le “Immobilizzazioni Materiali” sono pari ad Euro 209 migliaia ed afferiscono principalmente ad *Altri beni materiali*. Le “Immobilizzazioni Materiali” al 31 dicembre 2020 sono aumentate rispetto ai valori registrati al 31 dicembre 2019: l’aumento tra 2019 e 2020 è pari ad Euro 42 migliaia pari al 25% di crescita tra il 2019 e il 2020.

La voce “Mobili e arredi” si riferisce agli arredi presso la sede operativa a Palermo in via Giovanni Ferro Luzzi, 3.

La voce “attrezzature industriali e commerciali” si riferisce principalmente ai sistemi di digitalizzazioni prodotto al fine dell’inserimento delle schede prodotto sul sito.

31.12.19 vs. 31.12.18

Tra il 2018 e il 2019 si registra un decremento della voce “Immobilizzazioni Materiali” pari al 2%. Al 31 dicembre 2018 infatti, queste risultano essere pari ad Euro 170 migliaia contro gli Euro 167 migliaia registrati al 31 dicembre 2019. Anche nel 2018 e 2019 le “Immobilizzazioni Materiali” afferiscono principalmente ad *Altri beni materiali*.

3.2.2.2 CAPITALE CIRCOLANTE NETTO (CCN)

Si riporta di seguito il dettaglio del Capitale Circolante Netto per i periodi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Capitale Circolante Netto (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Rimanenze	39	42	30	-9%	42%
Crediti commerciali	1.161	693	335	67%	107%
Debiti commerciali	(4.307)	(2.094)	(1.482)	106%	41%
Capitale Circolante Commerciale	(3.108)	(1.358)	(1.117)	129%	22%
Altri crediti	60	0	1	>1.000%	-95%
Altri debiti	(343)	(176)	(119)	95%	49%
Crediti e debiti tributari	1.631	1.734	1.339	-6%	29%
Ratei e risconti netti	(306)	(279)	21	9%	<-1.000%
Capitale Circolante Netto	(2.065)	(80)	125	>1.000%	-164%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 il capitale circolante netto passa da un valore negativo pari ad Euro 80 migliaia registrati al 31 dicembre 2019 ad un valore negativo pari ad Euro 2.065 migliaia a fine esercizio 2020. Questa variazione è dovuta principalmente ad un aumento dei *Debiti commerciali*, compensata in parte dalla presenza di maggiori *Crediti commerciali* rispetto all’esercizio precedente.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2019 il “Capitale Circolante Netto” è negativo e pari ad Euro 80 migliaia mentre al 31 dicembre 2018 risulta essere positivo per Euro 125 migliaia. I due esercizi presentano un decremento registrato del 164%, dovuto principalmente all’aumento dei *Debiti commerciali*.

Rimanenze

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 le “Rimanenze” sono pari ad Euro 39 migliaia. Al 31 dicembre 2019 le stesse sono pari ad Euro 42 migliaia, registrando una variazione negativa tra 2019 e 2020 pari al 9%. Data la struttura del business dell’Emittente, le rimanenze non presentano prodotti finali bensì, in tutti e due i periodi, le “Rimanenze” si riferiscono unicamente a *Materie prime, sussidiarie e di consumo*, in particolar modo ad Imballaggi utilizzati per la spedizione dei prodotti venduti. Dato il modello di business non esistono rimanenze di prodotti finiti.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 le stesse sono pari ad Euro 30 migliaia. Si registra un decremento percentuale tra il 2018 e il 2019 del 42%. In tutti e due i periodi le “Rimanenze” si riferiscono principalmente a *Materie prime, sussidiarie e di consumo*.

Crediti Commerciali

Si riporta di seguito il dettaglio dei crediti commerciali per i periodi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Crediti Commerciali	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. %	Var. %
(Dati in Euro/000)				20 vs. 19	19 vs. 18
Crediti verso Clienti	541	612	291	-12%	110%
Corrispettivi da incassare	136	79	44	72%	81%
Totale al netto dei crediti insoluti	676	691	335	-2%	106%
Crediti insoluti	485	3	0	>1.000%	>1.000%
Totale	1.161	693	335	67%	107%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 i “Crediti Commerciali” sono composti da *Crediti verso Clienti* e *Corrispettivi da incassare*. Questi risultano essere pari ad Euro 1.161 migliaia mentre sono pari ad Euro 693 migliaia al 31 dicembre 2019. Nel corso dell’esercizio 2020 i crediti commerciali registrano un incremento del 67% dovuto a *Crediti insoluti* verso

Paypal, voce composta da transazioni di incasso in fase di verifica da parte di Paypal alla data del 31 dicembre e rese disponibili dall'intermediario nei primi giorni dell'esercizio successivo. Si segnala che la voce *Crediti verso clienti* rappresenta crediti verso clienti business che presentano condizioni di pagamento non a vista.

I giorni medi di incasso (DSO) passano da 12 giorni, valore registrato al 31 dicembre 2019, a 16 giorni registrato nell'esercizio 2020. Tale variazione non risulta significativa alla luce del modello di business che prevede incassi anticipati per le vendite online.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2019 i "Crediti Commerciali" sono pari ad Euro 693 migliaia, in aumento del 106% rispetto al 31 dicembre 2018, quando gli stessi ammontavano ad Euro 335 migliaia. I giorni medi di incasso (DSO) nel 2018 sono pari a 8 giorni mentre salgono a 12 giorni nel 2019. Tale variazione non risulta significativa alla luce del modello di business che prevede incassi anticipati per le vendite online.

Debiti Commerciali

Si riporta di seguito il dettaglio dei debiti commerciali per i periodi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Debiti Commerciali (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Debiti verso Fornitori	2.537	1.698	1.551	49%	9%
Fatture da ricevere	2.214	1.029	113	115%	811%
Note di credito da ricevere	(444)	(632)	(182)	-30%	247%
Totale	4.307	2.094	1.482	106%	41%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 i "Debiti Commerciali" sono composti principalmente da *Debiti verso Fornitori* e *Fatture da ricevere*. Questi risultano essere pari ad Euro 4.307 migliaia mentre sono pari ad Euro 2.094 migliaia al 31 dicembre 2019, evidenziando un incremento tra 2019 e 2020 del 106%. In entrambi gli anni sono inoltre presenti *Note di credito da ricevere*, che influiscono negativamente sui "Debiti commerciali": al 31 dicembre 2020 e 31 dicembre 2019 ammontano rispettivamente ad Euro 444 migliaia ed Euro 632 migliaia. I giorni medi di pagamento (DPO) passano da 38 giorni, valore registrato al 31 dicembre 2019, a 59 giorni registrato nell'esercizio 2020. Tale variazione si spiega con la ricerca di condizioni più favorevoli da parte dell'Emittente e della stagionalità.

31.12.19 vs. 31.12.18

I “Debiti Commerciali” al 31 dicembre 2018 ammontano ad Euro 1.482 migliaia. Tra 2018 e 2019 si registra un incremento del 41%. Questo è dovuto principalmente alla presenza di *Debiti verso Fornitori* per Euro 1.551. Anche nel 2018 sono presenti *Note di credito da ricevere* che influiscono negativamente sulla voce “Debiti commerciali” per Euro 182 migliaia. I DPO al 31 dicembre 2018 sono pari a 34 giorni rispetto a 38 giorni al 31 dicembre 2019.

Altri crediti

Si riporta di seguito il dettaglio degli altri crediti per i periodi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Altri crediti (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Credito “Innovation Manager” M.I.S.E.	35	–	–	n/a	n/a
Acconti	22	0	1	>1.000%	-94%
Crediti vari	4	–	0	n/a	-100%
Totale	60	0	1	>1.000%	-95%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 gli “Altri crediti” risultano essere pari ad Euro 60 migliaia. Gli stessi, al 31 dicembre 2019, erano inferiori ad Euro 1 migliaia. Al 31 dicembre 2020 gli “Altri crediti” afferiscono principalmente alle voci *Credito “Innovation Manager” M.I.S.E., Acconti* e *Crediti vari*. In particolare, la voce *Crediti vari* è composta da crediti per *trattamento integrativo e spese anticipate*.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 gli “Altri crediti” sono inferiori ad Euro 1 migliaia.

Altri Debiti

Si riporta di seguito il dettaglio degli altri debiti per i periodi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Altri debiti (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Acconti clienti	173	46	38	275%	22%
Debiti verso collaboratori	86	64	39	34%	65%
Debiti verso istituti di previdenza e sicurezza sociale	82	60	37	36%	64%
Altri debiti	3	6	5	-54%	15%

Totale	343	176	119	95%	49%
---------------	------------	------------	------------	------------	------------

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 gli “Altri debiti” risultano essere pari ad Euro 343 migliaia. Gli stessi, al 31 dicembre 2019, erano pari ad Euro 176 migliaia, evidenziando un incremento tra il 2019 e il 2020 della suddetta voce pari al 95%. In entrambi gli esercizi questi crediti afferiscono principalmente alle voci *Acconti clienti*, *Debiti verso collaboratori* e *Debiti verso istituti di previdenza e sicurezza sociale*.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 gli “Altri debiti” sono pari ad Euro 119 migliaia ed afferiscono principalmente alle voci *Acconti clienti*, *Debiti verso altri collaboratori* e *Debiti verso istituti di previdenza e sicurezza sociale*. L’incremento percentuale tra il 31 dicembre 2018 e il 31 dicembre 2019 risulta essere pari al 49%.

Crediti e debiti tributari

Si riporta di seguito il dettaglio crediti e debiti tributari per i periodi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Crediti e debiti tributari (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Credito IVA	1.476	1.332	1.319	11%	1%
Credito d'imposta	304	392	–	-22%	n/a
Crediti tributari per Irap	18	18	18	0%	0%
Crediti tributari per Ires	9	10	10	-10%	0%
Altri crediti tributari	0	3	2	-100%	43%
Crediti tributari	1.807	1.755	1.349	3%	30%
Debiti tributari per imposta sostitutiva su rivalutazione	(150)	–	–	n/a	n/a
Debiti tributari per ritenute Irpef	(26)	(21)	(10)	20%	108%
Debiti tributari	(176)	(21)	(10)	720%	108%
Totale	1.631	1.734	1.339	-6%	30%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 si registra un’eccedenza di *crediti tributari* rispetto ai *debiti tributari*, il cui totale netto ammonta ad Euro 1.631 migliaia. Questa eccedenza è dovuta in particolar modo alle voci *Crediti IVA* e *Credito d’imposta*. I crediti e debiti tributari netti al 31 dicembre 2019 sono pari ad Euro 1.734, risultando dunque in decrescita del 6% tra il 2019 e 2020. Questa decrescita è imputabile principalmente all’assenza della

voce *Debiti tributari per imposta sostitutiva su rivalutazione*, non presente nel 2019 e pari ad Euro 150 migliaia nell'esercizio 2020 e relativa alla rivalutazione dei beni di impresa già commentata nella voce "Immobilizzazioni immateriali".

In merito alla voce *Credito IVA*, l'importo si è generato nei vari anni in seguito alla componente di acquisto di materie prime con applicazione di IVA da fornitori italiani di merce e vendite in prevalenza effettuate all'estero senza applicazione dell'imposta. Parte del credito, pari ad Euro 895 migliaia, è stato concesso in garanzia ai sottoscrittori del minibond sottoscritto nel 2018. Tale vincolo è decaduto alla data del presente Documento di Ammissione in relazione al riacquisto del bond avvenuto in data 28 aprile 2021.

31.12.19 vs. 31.12.18

In entrambi gli esercizi si registra un'eccedenza di *crediti tributari* rispetto ai *debiti tributari*. Al 31 dicembre 2018 i "Crediti e debiti tributari" ammontano ad Euro 1.339 migliaia contro gli Euro 1.734 registrati al 31 dicembre 2019. Si evidenzia una crescita nei "Crediti e debiti tributari" pari al 29%, guidata principalmente dalla presenza di Euro 392 migliaia afferenti alla voce *Credito d'imposta* al 31 dicembre 2019, voce non presente nell'esercizio precedente.

Ratei e risconti netti

Si riporta di seguito il dettaglio dei ratei e risconti netti per i periodi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Ratei e risconti netti (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Risconti Attivi	23	59	75	-61%	-22%
Ratei Passivi	(76)	(67)	(55)	13%	22%
Risconti Passivi	(253)	(272)	-	-7%	n/a
Totale	(306)	(279)	21	9%	<-1.000%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 si registra un'eccedenza di *Ratei e risconti passivi* rispetto ai *Ratei e risconti attivi*, il cui totale netto negativo ammonta ad Euro 306 migliaia. Questa eccedenza è dovuta in particolar modo ai *Risconti passivi*, pari ad Euro 253 migliaia e a *Ratei Passivi*, pari ad Euro 76 migliaia. Al 31 dicembre 2019 la voce *Ratei e risconti netti* cresce del 9%, risultando negativa e pari ad Euro 279 migliaia. I risconti passivi si riferiscono principalmente ai crediti di imposta il cui costo è ammortizzato in più esercizi.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 si registra un'eccedenza di *Ratei e risconti attivi* rispetto ai *Ratei e risconti passivi*, il cui totale netto positivo ammonta ad Euro 21 migliaia. Questa eccedenza è dovuta in particolar modo alla presenza di *Risconti Attivi* per Euro 75 migliaia, bilanciati in parte dalla presenza di *Ratei Passivi* per Euro 55 migliaia. Al 31 dicembre 2018 non sono presenti *Risconti passivi*, che ammontano ad Euro 272 migliaia al 31 dicembre 2019. Tra il 2018 e il 2019 31 dicembre 2019 la voce *Ratei e risconti netti* diminuisce di Euro 300 migliaia.

3.2.2.3 PATRIMONIO NETTO

Si riporta di seguito il dettaglio del patrimonio netto per i periodi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Patrimonio Netto (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var. % 20 vs. 19	Var. % 19 vs. 18
Capitale sociale	22	22	20	0%	11%
Riserva da rivalutazione	4.850	–	–	n/a	n/a
Riserva da sovrapprezzo di azioni	1.998	1.998	–	0%	n/a
Riserva legale	3	3	3	0%	0%
Riserva Straordinaria	23	23	23	0%	0%
Utili (perdite) portati a nuovo	(590)	(204)	6	190%	<-1.000%
Utile (perdita) dell'esercizio	(613)	(386)	(210)	59%	84%
Totale	5.693	1.455	(158)	291%	<-1.000%

31.12.20 vs. 31.12.19

Al 31 dicembre 2020 il “Patrimonio Netto” risulta essere pari ad Euro 5.693 migliaia. Lo stesso, al 31 dicembre 2019, era pari ad Euro 1.455 migliaia. Tra il 2019 e il 2020 si registra un consistente incremento della suddetta voce pari ad Euro 4.237 migliaia, pari ad una crescita del 291%. La differenza tra i due esercizi è da imputare principalmente alla *Riserva da rivalutazione*, non presente al 31 dicembre 2019, pari ad Euro 4.850 migliaia, alle variazioni minori relative alle *Perdite portate a nuovo* (+190% tra 2019 e 2020) e alle *Perdite dell'esercizio* (+59% tra 2019 e 2020).

In data 29 aprile 2020 l'assemblea dell'Emittente ha deliberato la destinazione della perdita dell'esercizio per il bilancio d'esercizio 2019, pari ad Euro 386 migliaia, a nuovo.

La riserva di rivalutazione, come già indicato nel commento alle “Immobilizzazioni immateriali” accoglie il saldo della rivalutazione iscritta all'attivo per Euro 5.000 migliaia al netto del 3% di imposta sostitutiva, Euro 150 migliaia, da corrispondere in un massimo di tre rate annuali come previsto dall'articolo 110 del Decreto Legge 104 2020 cosiddetto “Decreto Agosto”.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 il “Patrimonio Netto” risulta essere pari ad Euro -158 migliaia. Tra il 2018 e il 2019 si registra una variazione della suddetta voce pari ad Euro 1.614 migliaia. La differenza tra i due esercizi è da imputare principalmente alla *Riserva da sovrapprezzo di azioni*, non presente al 31 dicembre 2018 e pari ad Euro 1.998 migliaia nell’esercizio 2019, oltre alle variazioni relative alle *Perdite portate a nuovo*.

3.2.2.4 POSIZIONE FINANZIARIA NETTA

Si riporta di seguito il dettaglio della posizione finanziaria netta per i periodi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018.

Indebitamento finanziario netto (Dati in Euro/000)	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Var % 20 vs. 19	Var % 19 vs. 18
A. Cassa	3	2	2	19%	56%
B. Altre disponibilità liquide	4.602	2.467	1.040	87%	137%
C. Titoli detenuti per la negoziazione	–	–	–	n/a	n/a
D. Liquidità (A) + (B) + (C)	4.605	2.470	1.041	86%	137%
E. Crediti finanziari correnti	–	–	–	n/a	n/a
F. Debiti bancari correnti	30	11	11	168%	-3%
G. Parte corrente dell’indebitamento non corrente	462	–	–	n/a	n/a
H. Altri debiti finanziari correnti	–	–	–	n/a	n/a
I. Indebitamento finanziario corrente (F) + (G) + (H)	492	11	11	>1.000%	-3%
J. Indebitamento finanziario corrente netto (I) - (D) - (E)	(4.113)	(2.459)	(1.030)	67%	139%
K. Debiti bancari non correnti	984	–	–	n/a	n/a
L. Obbligazioni emesse non correnti	1.451	1.835	1.824	-21%	1%
M. Altri debiti finanziari non correnti	100	100	100	0%	0%
N. Indebitamento finanziario non corrente (K) + (L) + (M)	2.536	1.935	1.924	31%	1%
O. Indebitamento finanziario netto (J) + (N)	(1.578)	(523)	894	201%	-159%
P. Componente di aggiustamento	(485)	(3)	–	>1.000%	>1.000%
Q. Indebitamento finanziario netto Adjusted (O + P)	(2.062)	(526)	894	292%	-159%

31.12.20 vs. 31.12.19

La posizione finanziaria netta nel corso dell’esercizio 2020 è negativa e passa da Euro 523 migliaia al 31 dicembre 2019 ad Euro 1.578 migliaia al 31 dicembre 2020,

evidenziando un incremento del 201%. Tale variazione è principalmente riconducibile all'effetto combinato di (i) aumento delle *Altre disponibilità liquide* che crescono per un importo pari ad Euro 2.135 migliaia, (ii) aumento dell'indebitamento finanziario corrente ed in particolare della voce *Parte corrente dell'indebitamento non corrente* pari ad Euro 462 migliaia e non presente nell'esercizio 2019 (iii) incremento dei *Debiti bancari non correnti* pari ad Euro 984 migliaia e anch'essi non presenti nel corso dell'esercizio 2019.

Si ritiene significativo inoltre mostrare anche la voce "Q. Indebitamento netto adjusted", la cui componente di aggiustamento è composta da transazioni di incasso in fase di verifica da parte di Paypal alla data del 31 dicembre e rese disponibili dall'intermediario nei primi giorni dell'esercizio successivo, e dunque afferenti ai crediti commerciali al 31 dicembre 2020.

31.12.19 vs. 31.12.18

Al 31 dicembre 2018 la "Posizione Finanziaria Netta" risulta essere positiva e pari ad Euro 894 migliaia contro la situazione negativa di Euro 523 migliaia registrati al 31 dicembre 2019. Si evidenzia un decremento del 159% tra il 2018 e 2019 principalmente guidato dall'aumento della liquidità, in particolare dell'aumento delle *Altre disponibilità liquide* che crescono per un importo pari ad Euro 1.427 migliaia.

Si fornisce di seguito l'indicazione dei finanziamenti in essere alla data del Documento di Ammissione:

1) Banca del Fucino n. 34236: Euro 1.000 migliaia; stipulato in data 12 novembre 2020; durata 60 rate mensili oltre 12 di preammortamento; sino al 31 dicembre 2021 il contratto prevede un tasso pari al 2,3%, e successivamente un tasso annuo pari all'Euribor a 3 mesi aumentato di uno spread nominale annuo del 2,3%.

2) UniCredit n. 8716889: Euro 1.000 migliaia; stipulato in data 13 gennaio 2021; durata 72 rate mensili di cui 12 di preammortamento; tasso d'interesse fisso 1,85%.

I principali fatti di rilievo da registrare dal 1° gennaio 2021 alla data del Documento di Ammissione sono i seguenti:

- Sottoscrizione di un finanziamento Unicredit di Euro 1.000 migliaia ad un tasso del 1,85% deliberato ed erogato a gennaio 2021 con garanzia MCC e nessun altro impegno a garanzia, da restituire in 72 mesi con un preammortamento di 12 mesi;
- Ottenimento, nell'ambito del Bonus Patrimonio, di un Finanziamento Agevolato "Sace Simest" di Euro 582 migliaia, di cui Euro 100 migliaia fondo perduto e la restante parte ad un tasso agevolato pari a un decimo del tasso di riferimento UE (tasso 0,05%). Il finanziamento è stato deliberato ed erogato a febbraio del 2021 a

valere su una misura introdotta nel 2020 a favore delle imprese italiane che esportano una quota superiore al 35% del proprio fatturato all'estero;

- Rimborso anticipato del mini Bond 2018-2024 6,25%. Grazie alle significative disponibilità liquide ed alla propria generazione di cassa, la Società ha ritenuto che il Bond sottoscritto interamente da Zenit fosse divenuto eccessivamente oneroso e pertanto è stato richiesto ed ottenuto il consenso di Zenit SGR ad effettuare il rimborso anticipato. Tecnicamente, non essendo previsto il rimborso dal regolamento del Bond, la Società provvederà ad effettuare il riacquisto del debito per un importo pari al 103,125% del capitale residuo e solo successivamente verrà effettuato il delisting dell'obbligazione dal segmento ExtraMOT Pro di Borsa Italiana. Le condizioni del riacquisto del debito sono state già formalizzate e formalmente accettate dal sottoscrittore Zenit SGR. Il closing è avvenuto in data 28 aprile 2021.

3.2.2.5 RENDICONTO FINANZIARIO

Si riporta di seguito il dettaglio del rendiconto finanziario per i periodi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019.

Rendiconto Finanziario, metodo Indiretto	31.12.20 20	31.12.20 19
(Dati in Euro/000)		
A) Flussi finanziari derivanti dall'attività operativa (metodo indiretto)		
Utile (perdita) dell'esercizio	(613)	(386)
Interessi passivi/(attivi)	205	136
1) Utile (perdita) dell'esercizio prima d'imposte sul reddito, interessi, dividendi e plus/minusvalenze da cessione	(408)	(250)
<i>Rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto</i>		
Accantonamenti ai fondi	72	57
Ammortamenti delle immobilizzazioni	417	318
Totale rett. per el. non mon. che non hanno avuto contropartita nel capitale circ. netto	489	375
2) Flusso finanziario prima delle variazioni del capitale circolante netto	81	125
<i>Variazioni del capitale circolante netto</i>		
Decremento/(Incremento) delle rimanenze	4	(13)
Decremento/(Incremento) dei crediti verso clienti	(468)	(358)
Incremento/(Decremento) dei debiti verso fornitori	2.213	612
Decremento/(Incremento) dei ratei e risconti attivi	36	17
Incremento/(Decremento) dei ratei e risconti passivi	(10)	284
Altri decrementi/(Altri Incrementi) del capitale circolante netto	62	(336)

Totale variazioni del capitale circolante netto	1.837	205
3) Flusso finanziario dopo le variazioni del capitale circolante netto	1.918	330
<i>Altre rettifiche</i>		
Interessi incassati/(pagati)	(127)	(125)
(Utilizzo dei fondi)	(12)	(4)
Altri incassi/(pagamenti)	(0)	(0)
Totale altre rettifiche	(139)	(130)
Flusso finanziario dell'attività operativa (A)	1.779	201
B) Flussi finanziari derivanti dall'attività d'investimento		
<i>Immobilizzazioni materiali</i>	(75)	(22)
<i>Immobilizzazioni immateriali</i>	(569)	(751)
Flusso finanziario dell'attività di investimento (B)	(644)	(773)
C) Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento		
<i>Mezzi di terzi</i>		
Accensione finanziamenti	1.000	-
<i>Mezzi propri</i>		
Aumento di capitale a pagamento	-	2.000
Altre variazioni di riserve di patrimonio netto	-	-
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento (C)	1.000	2.000
Incremento (decremento) delle disponibilità liquide (A ± B ± C)	2.135	1.428
Disponibilità liquide a inizio esercizio	2.470	1.041
Disponibilità liquide a fine esercizio	4.605	2.470

Al 31 dicembre 2020 il “Flusso finanziario dell’attività operativa (A)” è pari ad Euro 1.779 migliaia, mostrando un incremento di Euro 1.578 migliaia rispetto il 31 dicembre 2019.

Il “Flusso finanziario dell’attività di investimento (B)” al 31 dicembre 2020 è pari ad Euro -644 migliaia. Rispetto all’esercizio precedente, la variazione nello stesso è di Euro 129 migliaia.

Al 31 dicembre 2020 il “Flusso finanziario dell’attività di finanziamento (C)” è pari ad Euro 1.000 migliaia. Questo è riconducibile principalmente all’accensione di finanziamenti per Euro 1.000 migliaia.

4 FATTORI DI RISCHIO

L'investimento nelle Azioni comporta un elevato grado di rischio. Conseguentemente, prima di decidere di effettuare un investimento nelle Azioni, i potenziali investitori sono invitati a valutare attentamente i rischi di seguito descritti, congiuntamente a tutte le informazioni contenute nel Documento di Ammissione.

L'investimento nelle Azioni presenta gli elementi di rischio tipici di un investimento in titoli azionari di società ammesse alle negoziazioni in un mercato non regolamentato.

Al fine di effettuare un corretto apprezzamento dell'investimento in Azioni, gli investitori sono invitati a valutare gli specifici fattori di rischio relativi all'Emittente, al settore di attività in cui la stessa opera e agli strumenti finanziari, congiuntamente a tutte le informazioni contenute nel Documento di Ammissione. Il verificarsi delle circostanze descritte in uno dei seguenti fattori di rischio potrebbe incidere negativamente sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria della Società, sulle sue prospettive e sul prezzo delle Azioni e gli azionisti potrebbero perdere in tutto o in parte il loro investimento. Tali effetti negativi sulla Società e sulle Azioni si potrebbero, inoltre, verificare qualora sopraggiungessero eventi, alla Data del Documento di Ammissione non noti alla Società, tali da esporre la stessa ad ulteriori rischi o incertezze ovvero qualora fattori di rischio alla Data del Documento di Ammissione ritenuti non significativi lo divengano a causa di circostanze sopravvenute.

La Società ritiene che i rischi di seguito indicati siano rilevanti per i potenziali investitori.

A.1. FATTORI DI RISCHIO RELATIVI ALL'EMITTENTE

A.1.1. Rischi connessi alla concorrenza del mercato in cui opera l'Emittente

L'Emittente opera in un mercato in rapida crescita e caratterizzato da un elevato grado di concorrenza, competitività e dinamismo. L'Emittente è esposto al rischio che la significativa competitività che caratterizza il settore in cui opera possa comportare un rallentamento nella crescita del numero dei propri clienti ovvero della quantità di prodotti venduti. Si segnala inoltre che l'Emittente ha dimensioni limitate se comparate ai principali operatori del settore.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di alta rilevanza.

L'Emittente opera in un mercato caratterizzato da un elevato grado di competitività e

dinamismo. Gli specifici segmenti del mercato in cui è attivo l'Emittente sono caratterizzati da un alto livello di concorrenza e dalla presenza di un elevato numero di operatori a livello internazionale: i principali concorrenti sono caratterizzati da dimensioni maggiori e risorse superiori a quelle a disposizione dell'Emittente (che ha una quota di circa lo 0,09% nel segmento dell'Apparel&Footware di lusso *online*), che potrebbero anche comportare un maggiore assortimento di prodotti.

L'Emittente è esposto al rischio che i propri concorrenti possano incidere negativamente sul suo posizionamento competitivo in virtù delle loro competenze e delle loro disponibilità finanziarie.

Una eventuale difficoltà dell'Emittente nell'affrontare la concorrenza tipica del settore in cui esso opera, facendo leva sulle proprie competenze distintive e sulle specifiche caratteristiche del proprio modello di *business* (come ad esempio la gestione diretta dei servizi di logistica), anche in presenza di un eventuale rafforzamento degli attuali concorrenti o dell'ingresso nel settore di nuovi operatori, potrebbe incidere negativamente sulla posizione di mercato con conseguenti effetti negativi sulle prospettive di crescita e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

A.1.2. Rischi connessi ai rapporti con i fornitori

L'Emittente al fine di procedere alla vendita dei capi di abbigliamento e degli accessori commercializzati ricorre a fornitori terzi. Al 31 dicembre 2020 il valore degli acquisti dal primo fornitore, Giglio S.p.A., era pari al 63,8% del totale, e il valore degli acquisti dai primi n. 5 fornitori della Società ammontava a circa il 71,3% dell'ammontare totale (rispettivamente 68,3% e 75,3% al 31 dicembre 2019). La Società è pertanto esposta al rischio derivante dalla concentrazione dei rapporti con alcuni fornitori strategici, con potenziali effetti negativi sull'operatività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di bassa probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi molto rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

Nell'ambito della propria attività, l'Emittente commercializza un'ampia gamma di capi di abbigliamento e accessori offerti da un elevato numero di fornitori terzi. In particolare, l'Emittente individua come propri fornitori due categorie di soggetti: 1) rivenditori di capi di abbigliamento e accessori (*boutique*) 2) produttori degli stessi capi di abbigliamento e accessori (*brand*, che al 31 dicembre 2020 come fornitori rappresentano lo 0,5% del GMV). L'Emittente conclude con i fornitori un contratto di distribuzione, di norma della durata di 2 anni, rinnovati per ulteriori 2 anni salvo disdetta. Alla Data del Documento di Ammissione, è previsto che i contratti con i

fornitori possano includere delle premialità, sotto forma di minori commissioni trattenute dall'Emittente, calcolate tenuto conto di parametri quali 1) esclusività della merce a disposizione; 2) contributo assoluto annuale del fornitore.

L'Emittente ha tra i propri obiettivi strategici quello di sviluppo del *network* dei fornitori. Tuttavia, alla Data del Documento di Ammissione vi è un medio-alto livello di concentrazione dei fornitori, che espone la Società ad un rischio elevato nel caso di criticità nel rapporto di fornitura.

L'attività dell'Emittente è legata alla capacità dei propri fornitori di garantire gli standard qualitativi richiesti per i prodotti oltre che alla capacità delle strutture della Società stessa di svolgere un'adeguata attività di *scouting* di nuovi fornitori e di mantenere proficui rapporti con i fornitori esistenti. La gestione dei rapporti con le *boutique* e lo *scouting* di nuove *boutique* potrebbe divenire più complesso a fronte di un possibile declino delle *boutique* (e dei loro magazzini, cui l'Emittente fa ricorso per l'acquisto dei prodotti) e, in generale, delle vendite fisiche a causa dello spostamento dei clienti verso gli acquisti *online*.

Inoltre, l'attività dell'Emittente è legata al fatto che i fornitori siano sempre in grado di fornire i prodotti nelle quantità e nei tempi necessari. Qualora così non fosse, l'Emittente potrebbe non essere in grado di soddisfare eventuali picchi di domanda in occasione di determinati periodi dell'anno di particolare rilievo per la propria attività.

Si segnala che alla data del 31 dicembre 2020 il principale fornitore dell'Emittente, Giglio S.p.A., è una parte correlata dello stesso, e l'Emittente ha potuto godere dei vantaggi derivanti da un rapporto di fornitura consolidato e stabile con Giglio S.p.A.. L'Emittente è dunque esposto al rischio dell'interruzione dei rapporti intercorrenti con Giglio S.p.A. o della riduzione degli stessi (per maggiori informazioni si rinvia al Capitolo 15, Paragrafo 15.1 del Documento di Ammissione). Qualora tali rapporti dovessero per qualsivoglia motivo interrompersi o ridursi, anche per ragioni connesse al cambiamento nel controllo dell'Emittente o di Giglio S.p.A., l'Emittente potrebbe subire un rallentamento nelle attività di fornitura, con conseguente possibilità di effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria.

Non può escludersi che la cessazione, per qualsiasi causa, ovvero il verificarsi di criticità nei rapporti di fornitura, in particolare con i fornitori più rilevanti, possa influenzare in misura negativa l'attività dell'Emittente e che le eventuali iniziative da intraprendere, qualora si rendesse necessario procedere alla sostituzione di tali fornitori, possano comportare oneri o difficoltà (anche in termini di tempi di sostituzione), con conseguenti possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

A.1.3. Rischi connessi agli attacchi e all'interruzione dei sistemi informatici

L'Emittente è esposto a rischi di possibili attacchi informatici nonché di interruzione dei sistemi informatici su cui fa affidamento per lo svolgimento della propria attività, con impatti negativi sulla propria situazione economico-patrimoniale e finanziaria.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di bassa probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi molto rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

I sistemi informatici dell'Emittente possono essere vulnerabili a violazioni della sicurezza esterna o interna, ad atti di vandalismo, a virus informatici e ad altre forme di attacchi informatici. Tali attacchi potrebbero comportare la disattivazione dei sistemi informatici utilizzati dall'Emittente per l'esercizio della propria attività e determinare la perdita di ingenti quantità di dati personali, potenzialmente assoggettando l'Emittente a sanzioni o ad altre responsabilità. Ciascuno di tali eventi potrebbe avere effetti negativi, anche significativi, sull'attività, le prospettive e la situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Inoltre, poiché i tentativi di attacco informatico sono in continua evoluzione per portata e sofisticazione, l'Emittente è tenuto a sostenere costi significativi per aggiornare e migliorare i propri sistemi e processi di sicurezza informatica. Non vi è tuttavia alcuna garanzia che i sistemi o processi di sicurezza in essere, alla Data del Documento di Ammissione, o che potranno essere implementati in futuro, siano in grado di prevenire o mitigare i danni derivanti da tali attacchi informatici.

I sistemi informatici e di comunicazione dell'Emittente potrebbero inoltre essere danneggiati o subire un'interruzione a causa di calamità naturali, danni energetici, interruzione delle linee di telecomunicazione, atti di terrorismo, cause di forza maggiore, virus informatici, intrusioni fisiche o elettroniche ed eventi o interruzioni simili.

A.1.4. Rischi connessi all'operatività dei centri logistici

L'Emittente è esposto al rischio di rallentamenti o sospensione della propria attività a causa di guasti, malfunzionamenti o danneggiamenti ai propri centri logistici, con conseguenti effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica e finanziaria dell'Emittente.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

L'Emittente si avvale, ai fini della commercializzazione dei propri prodotti, di due centri logistici siti in Palermo e Pioltello (Milano), operati dallo stesso o da società terze.

Tali centri logistici sono soggetti a rischi operativi tra i quali si segnalano, a titolo esemplificativo, guasti delle apparecchiature, interruzioni di energia elettrica, mancato adeguamento alla regolamentazione applicabile, interruzioni di lavoro, revoca dei permessi e delle licenze, oltre ad eventi di natura eccezionale, tra cui atti illeciti di terzi e catastrofi naturali. Non è possibile escludere, stante l'incertezza connessa all'entità e alla prosecuzione temporale degli effetti negativi della pandemia in corso, che l'operatività dei centri logistici possa subire rallentamenti.

Inoltre, i centri logistici fanno ricorso a sistemi informatici che possono essere vulnerabili a violazioni della sicurezza esterna o interna, ad atti di vandalismo, a virus informatici e ad altre forme di attacchi informatici.

Qualsiasi interruzione o rallentamento dell'attività presso i suddetti centri logistici, dovuta sia agli eventi sopra menzionati sia ad altri eventi, anche tenuto conto del ridotto numero di centri logistici di cui fa uso l'Emittente e dunque delle possibili difficoltà nel sopperire al rallentamento o all'interruzione dell'attività tramite altri centri, potrebbe avere un impatto sulle attività logistiche dell'Emittente, e quindi avere effetti negativi sulla situazione economica, finanziaria e patrimoniale dell'Emittente.

A.1.5. Rischi connessi ai servizi di spedizione

Nell'ambito dell'attività svolta dall'Emittente, alcuni dei servizi relativi alla fornitura e alla distribuzione dei prodotti sono affidati ad operatori terzi specializzati. Nel caso in cui detti fornitori non fossero in grado di fornire servizi affidabili ovvero cessassero i rapporti con l'Emittente, l'attività e i risultati dell'Emittente sarebbero influenzati negativamente.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

L'Emittente, affida a corrieri e servizi di spedizione l'esecuzione di alcune attività logistiche riconducibili principalmente ai servizi di trasporto degli articoli dai fornitori ai centri logistici e da questi ai clienti. Al fine di mantenere la propria reputazione e un'elevata soddisfazione dei clienti, l'Emittente deve assicurare un efficiente funzionamento della catena logistica, e in particolare che gli operatori cui viene affidato il compito di far pervenire i prodotti ai clienti operino in modo efficiente e tempestivo.

Si evidenzia che l'Emittente ricorre a quattro fornitori logistici per i servizi di spedizione e, pertanto, l'Emittente è esposto al rischio derivante dalla concentrazione dei rapporti con tali fornitori. Nel caso in cui detti fornitori cessassero i rapporti con l'Emittente, l'attività e i risultati dell'Emittente sarebbero influenzati negativamente.

Inoltre, eventuali inefficienze delle società terze cui l'Emittente si affida, dovute anche a problemi economici o logistici degli stessi, scioperi dei loro dipendenti, condizioni meteorologiche avverse o altri eventi che abbiano ripercussioni sulla loro operatività, potrebbe comportare un aumento dei costi per l'Emittente allo scopo di sostituire tali spedizionieri o di integrare i servizi da loro offerti. Ove tale sostituzione o integrazione non fosse possibile, l'Emittente potrebbe non essere in grado di soddisfare tempestivamente gli ordini dei suoi clienti, soprattutto in periodi di affluenza di un gran numero di ordini, con conseguenze negative sulla percezione di affidabilità del marchio e possibili effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

A.1.6. Rischi connessi alla gestione delle attività di assistenza clienti post-vendita

L'Emittente è esposto al rischio che l'attività di assistenza post-vendita non soddisfi le aspettative della clientela e al rischio di sostenere nuovi oneri per adeguarla a eventuali e future disposizioni di legge.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

Il successo dell'Emittente è connesso in misura rilevante alla sua capacità di ricercare, mantenere e gestire la soddisfazione dei propri clienti attraverso, *inter alia*, l'offerta di un servizio di assistenza post-vendita efficiente, utilizzato anche al fine di fidelizzare la propria clientela.

Non è possibile escludere che, nel caso in cui l'assistenza post-vendita (i.e. gestione delle problematiche post-vendita dei prodotti venduti o delle richieste di reso o rimborso) dell'Emittente non fosse in grado di offrire un servizio in linea con le attese della clientela, ciò potrebbe esporre l'Emittente a ripercussioni dal punto di vista reputazionale nonché avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Inoltre, l'Emittente potrebbe essere tenuto a sopportare degli oneri aggiuntivi per adeguare il proprio servizio di assistenza post vendita in caso di cambiamento delle prescrizioni normative imposte dalla disciplina a tutela dei consumatori, con possibili

effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

A.1.7. Rischi connessi all'evoluzione e alla crescita dell'e-commerce

L'Emittente è esposto al rischio di non innovare e potenziare la propria piattaforma e-commerce offrendo alla propria clientela una piattaforma in linea con quella dei concorrenti.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

L'Emittente commercializza i capi di abbigliamento e gli accessori esclusivamente attraverso la propria piattaforma *e-commerce*, interamente proprietaria, sviluppata e gestita da un *team* interno, che ha l'obiettivo di garantire un'esperienza di navigazione soddisfacente e intuitiva per i propri clienti.

In tale contesto si segnala che il settore dell'*e-commerce* è caratterizzato da un rapido sviluppo della tecnologia e dei modelli di *business*, come ad esempio la creazione di siti internet che siano accessibili da più *device*, l'adeguamento della piattaforma a nuovi sistemi di pagamento, l'adattamento a un prevalente accesso alla piattaforma da *mobile* rispetto all'utilizzo del *desktop* (si segnala che, alla Data del Documento di Ammissione, l'APP dell'Emittente è ancora in fase di sviluppo), l'utilizzo di sistemi sempre più avanzati di *data mining* e intelligenza artificiale per l'analisi dei comportamenti dei clienti nell'interazione con l'Emittente.

Il successo e la competitività dell'Emittente dipendono, tra l'altro, dalla capacità di innovare e potenziare le proprie tecnologie, adattandole di volta in volta al fine di reagire ai cambiamenti e ai progressi tecnologici e dei modelli di *business*. Il continuo avanzamento tecnologico nel settore potrebbe rendere necessario, in futuro, che l'Emittente si trovi a sostenere costi significativi al fine di aggiornare la propria piattaforma tecnologica o adottare sistemi di nuova generazione, che tenuto conto del ricorso a una piattaforma tecnologica interamente proprietaria potrebbe risultare particolarmente difficoltoso.

Non è possibile escludere che l'Emittente non sia in grado di adeguarsi tempestivamente all'evoluzione tecnologica o offrire alla propria clientela una piattaforma *e-commerce* in linea con gli standard tecnologici del settore e all'offerta commerciale di altri *marketplace* operanti *online*.

A.1.8. Rischi connessi alla riconoscibilità del marchio

L'Emittente è esposto al rischio del mancato consolidamento della brand awareness del proprio marchio da parte dei clienti.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

Il successo dell'Emittente e delle sue strategie di crescita è influenzato in misura rilevante dall'immagine, dalla percezione e dalla riconoscibilità del proprio marchio. L'Emittente si adopera per mantenere ed accrescere la forza del marchio prestando particolare attenzione alla selezione dei prodotti venduti, nonché alla loro caratterizzazione e presentazione e alla comunicazione, sviluppando la propria attività attraverso criteri di selettività e qualità.

Qualora in futuro l'Emittente non fosse in grado, attraverso i prodotti selezionati e posti in vendita e attraverso le proprie attività di comunicazione, di assicurare la riconoscibilità del proprio marchio e la percezione dello stesso da parte dei consumatori, potrebbe verificarsi una contrazione dei ricavi, con possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Inoltre, qualunque evento che abbia influenza negativa sull'immagine del marchio dell'Emittente e sulla reputazione dell'Emittente, per cause imputabili allo stesso (come, ad esempio, l'incapacità di trasmettere in futuro i valori fondanti e distintivi del marchio), o per cause imputabili a terzi, potrebbe comportare possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

A.1.9. Rischi connessi ai pagamenti online

L'Emittente effettua la sua attività di vendita esclusivamente tramite internet ed è esposto al rischio di disfunzioni nei sistemi di pagamento online, di variazioni sfavorevoli nell'entità delle commissioni praticate dai gestori di tali sistemi di pagamento o di mutamenti nella disciplina legislativa e regolamentare che rendano più onerosa la gestione dei sistemi di pagamento.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

I clienti dell'Emittente effettuano gli acquisti dei prodotti prevalentemente tramite modalità di pagamento *online* – anche gestite da *payment providers* – quali carte di credito, carte di debito e conti PayPal.

Tali modalità di pagamento prevedono diverse tipologie di commissioni per l'elaborazione dei pagamenti *online*, che potrebbero aumentare nel tempo, con un aumento dei costi operativi e una riduzione dei margini per l'Emittente.

L'Emittente è soggetto altresì alle disposizioni operative che regolano i circuiti e i metodi di pagamento e a quelle che disciplinano i trasferimenti elettronici di denaro, che potrebbero variare o essere reinterprete, rendendone più difficoltosa e costosa l'ottemperanza.

Qualora l'Emittente non riuscisse a rispettare tali norme, potrebbe essere soggetto a penali o a maggiori commissioni sulle operazioni e, in casi estremi, potrebbe non essere più in grado di accettare pagamenti con carte di credito e debito da parte dei propri clienti, di elaborare i trasferimenti elettronici di denaro e di svolgere altre tipologie di pagamenti *online*, cause che genererebbero una limitazione dell'offerta dei propri prodotti, con possibili effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Si segnala inoltre che la ricezione, da parte dell'Emittente, dei pagamenti *online* dipende da sistemi informatici messi a disposizione da terzi, in linea con gli standard di settore.

Il verificarsi di disservizi dei sistemi informatici sopra citati o episodi di frode sia nel pagamento dei servizi all'Emittente, sia tramite furto o clonazione di carte di credito, potrebbero determinare rischi di credito o, comunque, un deterioramento della percezione dell'immagine dell'Emittente, con conseguenti possibili effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

A.1.10. Rischi connessi al reperimento di personale qualificato

L'Emittente si avvale di personale qualificato e dotato di specifiche competenze nel proprio settore di operatività, ed è esposto al rischio di non essere in grado di attrarre e mantenere personale qualificato.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

L'Emittente nello svolgere le proprie attività necessita e usufruisce di personale

qualificato, dotato di adeguate competenze e conoscenze delle dinamiche del settore della moda e del settore dell'*e-commerce*, in grado di intercettare le future tendenze del mercato in cui opera l'Emittente.

Il successo dell'Emittente dipende, dunque, dalla disponibilità sul mercato del lavoro di figure professionali qualificate e dotate delle competenze necessarie per svolgere l'attività dell'Emittente e consentire allo stesso di fornire ai clienti un servizio di alta qualità, e dalla capacità dell'Emittente di individuarle, nonché di trattenere al suo interno le risorse umane qualificate di cui si è dotato e si doterà.

Nel caso in cui l'Emittente non fosse in grado di individuare professionisti specializzati, o qualora questi dovessero lasciare l'Emittente e lo stesso non fosse in grado di sostituirli adeguatamente o di formare le nuove risorse umane in tempi brevi, le prospettive di crescita dell'Emittente potrebbero risentirne, con effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

A.1.11. Rischi connessi alla dipendenza da figure chiave

Alla Data del Documento di Ammissione, i risultati ed il successo dell'Emittente dipendono in misura rilevante dal management dello stesso. L'Emittente è esposto al rischio di un'eventuale interruzione dei rapporti con alcune figure chiave.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di bassa probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi molto rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

L'Emittente dipende in misura significativa dalle capacità dei componenti del *management*, incluse alcune figure altamente qualificate e con una rilevante esperienza nel settore di riferimento, di offrire un servizio competitivo e che risponda al meglio alle esigenze del mercato.

Tra questi soggetti un ruolo chiave è svolto da Giuseppe Giglio e Federico Giglio, che alla Data del Documento di Ammissione ricoprono la carica di Amministratore Delegato dell'Emittente, che hanno svolto e svolgono un ruolo primario nella crescita dell'Emittente e nella definizione delle sue strategie imprenditoriali.

L'esperienza del *management* rappresenta un fattore critico di successo per l'Emittente. Sebbene l'Emittente ritenga di essersi dotato di una struttura operativa capace di assicurare la continuità della gestione nel tempo, non si può escludere che l'interruzione del rapporto con alcune di queste figure professionali chiave, senza la loro tempestiva e adeguata sostituzione, potrebbe determinare in futuro, anche solo temporaneamente, effetti negativi sulle sue attività e, pertanto, sulle prospettive di crescita nonché sulla

sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria.

A.1.12. Rischi connessi alle complesse condizioni dei mercati finanziari e all'economia globale in generale in conseguenza degli effetti del COVID-19

L'Emittente è esposto ai rischi connessi all'attuale e futura congiuntura economico-finanziaria globale dovuta agli effetti del COVID-19. Inoltre, la diffusione del COVID-19 e le misure restrittive adottate dalle autorità nazionali per contenere il contagio potrebbero avere un impatto negativo sull'operatività e sui risultati dell'Emittente. Il verificarsi di tali rischi potrebbe avere gravi effetti negativi sulla situazione economica, finanziaria e patrimoniale dell'Emittente.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

A partire dal febbraio 2020, a seguito della diffusione a livello globale del virus SARS-CoV-2 e della relativa patologia COVID-19, le Autorità della maggior parte dei Paesi, incluso il Governo italiano, hanno adottato misure restrittive volte a contenere l'ulteriore diffusione della pandemia. Tra queste, le più rilevanti hanno comportato restrizioni e controlli sugli spostamenti e la chiusura di stabilimenti produttivi, negozi e uffici.

Inoltre l'Emittente è esposto ai rischi connessi all'impatto della diffusione del virus SARS-CoV-2 e della relativa patologia COVID-19 sulla situazione economico-finanziaria a livello globale. I risultati finanziari dipendono anche dall'andamento delle condizioni economiche globali: pur operando l'Emittente in aree geografiche diversificate, una recessione prolungata quale quella eventualmente causata dalla pandemia di COVID-19 potrebbe far calare in maniera drastica la domanda dei prodotti venduti dall'Emittente e avere ripercussioni negative sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria.

Alla Data del Documento di Ammissione non è possibile prevedere la durata della pandemia e delle misure restrittive volte a contenerne l'ulteriore diffusione e, pertanto, non è possibile prevedere gli ulteriori effetti negativi che il protrarsi della pandemia determinerà sui mercati finanziari e sulle attività economiche a livello domestico e globale. Inoltre, anche a seguito della cessazione delle misure restrittive, qualora si verificassero successive ondate di contagi di COVID-19 o di ulteriori malattie infettive, le autorità nazionali potrebbero ripristinare, in tutto o in parte, le suddette misure. Tali misure potrebbero incidere direttamente e significativamente sulle capacità operative dell'Emittente, con conseguenti effetti negativi sulla sua redditività, attuale e

prospettica, e, pertanto, sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria.

A.1.13. Rischi connessi all'attività internazionale

Al 31 dicembre 2020 i ricavi delle vendite e delle prestazioni generati all'estero rappresentano il 68,93% di quelli complessivi. L'Emittente ha inoltre tra le proprie strategie anche un'ulteriore espansione all'estero, anche individuando nuovi fornitori. L'Emittente è soggetto, nelle varie giurisdizioni in cui opera, alle disposizioni di legge applicabili alla propria attività e ai propri prodotti e, pertanto, è esposto al rischio di variazioni del quadro normativo di riferimento che potrebbero comportare limitazioni alle attività. Inoltre, l'Emittente è esposto a diversi rischi legati alle condizioni sociali, economiche e politiche dei diversi Paesi esteri in cui opera, con possibili effetti negativi rilevanti sulla situazione economica, finanziaria e patrimoniale dell'Emittente.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di alta probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

L'attività dell'Emittente è soggetta alle normative dei mercati e dei Paesi esteri in cui lo stesso opera ed è esposta, sia in Italia che all'estero, a mutamenti nel quadro normativo inerente, a titolo meramente esemplificativo, la normativa a tutela dei consumatori e la normativa fiscale.

Operando all'estero, l'Emittente è inoltre esposto a diversi rischi legati alle condizioni sociali, economiche e politiche dei diversi Paesi in cui opera, tra cui: (i) fluttuazioni significative dei tassi di cambio; (ii) requisiti burocratici di difficile attuazione, anche per quanto riguarda le spedizioni dei prodotti; (iii) difficoltà di proteggere alcuni diritti di natura legale e contrattuale in alcune giurisdizioni; (iv) imposizione di tasse, dazi o altri pagamenti imprevisti; (v) adozione di politiche protezionistiche di alcuni paesi; e (vi) controlli valutari che potrebbero limitare la rimessa di fondi o la conversione di valuta.

La diversità geografica espone l'Emittente a rischi derivanti dall'operatività su più mercati internazionali, ivi incluso il rischio che il mutamento delle condizioni a cui viene svolta l'attività in un'area geografica si ripercuota negativamente sull'attività dell'Emittente in quell'area.

A.1.14. Rischi connessi alle strategie di sviluppo e ai programmi futuri dell'Emittente

L'Emittente è esposto al rischio di non riuscire a implementare la propria strategia di crescita e di sviluppo. Tale circostanza potrebbe determinare effetti negativi sulla

situazione economica, patrimoniale e finanziaria della Società.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

La capacità dell'Emittente di incrementare i propri ricavi e livelli di redditività e perseguire i propri obiettivi di crescita e sviluppo dipende anche dal successo nella realizzazione della propria strategia e dei piani di sviluppo (per maggiori informazioni sui programmi futuri e sulle strategie si rinvia alla Sezione I, Capitolo 6, Paragrafo 6.4).

L'Emittente intende perseguire una strategia di crescita per linee esterne e interne, in particolare con l'obiettivo di ampliare la base clienti e fidelizzare la clientela, tramite lo sviluppo del *network* dei fornitori in grado di aumentare l'assortimento e la profondità del catalogo e investimenti nel *customer relationship management*, e di internazionalizzare la propria attività, sia con riferimento alle catene di fornitura sia con riferimento a un ulteriore ampliamento della base clienti all'estero, anche tramite un efficientamento della logistica.

Lo sviluppo dell'Emittente si basa sulle strategie di investimento dello stesso, le quali possono implicare rischi e incertezze significativi (ad esempio legate a possibili difficoltà nell'espandersi sul mercato cinese) e possono essere fondate su assunzioni ipotetiche, anche inerenti lo sviluppo del mercato in cui l'Emittente opera e lo scenario macroeconomico (ivi inclusi gli impatti della pandemia da COVID-19), che presentano profili di soggettività e rischio di particolare rilievo. Alcune delle assunzioni e circostanze su cui si fonda la capacità dell'Emittente di realizzare le proprie strategie sono al di fuori del controllo dell'Emittente o comunque riferite ad eventi non completamente controllabili dal *management*. Pertanto, non vi è garanzia che le strategie di investimento adottate abbiano successo e che non si verifichino circostanze che determinino effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Qualora l'Emittente non fosse in grado di implementare efficacemente la propria strategia ovvero di realizzarla nei tempi previsti, o qualora non dovessero risultare corrette le assunzioni di base sulle quali tale strategia è fondata, la capacità dell'Emittente di incrementare i propri ricavi e la propria redditività potrebbe essere inficiata, con effetti negativi sull'attività e sulle prospettive di crescita dell'Emittente stesso, nonché sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria.

A.1.15. Rischi connessi all'indebitamento dell'Emittente

L'Emittente fa ricorso a contratti di finanziamento da parte di istituti di credito. Alla

data del 31 marzo 2021, l'indebitamento finanziario dell'Emittente nei confronti delle banche finanziatrici è pari a Euro 2.494 migliaia. L'Emittente è esposto al rischio del mancato rispetto delle previsioni contrattuali, che potrebbe far insorgere l'obbligo di rimborsare integralmente gli stessi in via anticipata, nonché al rischio di non essere in grado di far fronte al proprio indebitamento.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di bassa probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

I contratti di finanziamento prevedono per le banche finanziatrici la possibilità di risolvere il contratto di finanziamento in caso di inadempimenti degli obblighi che l'Emittente deve adempiere ai sensi dello stesso contratto.

Qualora l'Emittente dovesse trovarsi in futuro nella posizione di non essere in grado di far fronte ai propri obblighi di pagamento relativi all'indebitamento bancario, ciò potrebbe comportare effetti negativi sulla propria situazione reputazionale, patrimoniale, finanziaria ed economica.

La capacità dell'Emittente di far fronte al proprio indebitamento bancario dipende dai risultati operativi e dalla capacità di generare sufficiente liquidità, eventualità che possono dipendere da circostanze anche non prevedibili da parte dell'Emittente.

Inoltre, l'Emittente potrebbe essere inadempiente rispetto agli ulteriori obblighi previsti dai contratti di finanziamento, descritti al Capitolo 16 del presente Documento di Ammissione. Tali contratti prevedono, infatti, obblighi informativi e consentono alle banche finanziatrici di risolvere il contratto, *inter alia*, in caso di eventi che incidano negativamente sulla situazione giuridica, patrimoniale, finanziaria o economica dell'Emittente o comportino un pregiudizio alla capacità di far fronte alle obbligazioni assunte, nel caso di violazioni degli obblighi contrattuali, nel caso in cui vengano meno le garanzie o nel caso emergano altre specifiche criticità. Il verificarsi di tali situazioni potrebbe comportare la risoluzione del contratto in essere, con effetti negativi sulla situazione reputazionale, patrimoniale, finanziaria ed economica dell'Emittente.

L'avvenuta risoluzione dei contratti di finanziamento potrebbe comportare l'incapacità, da parte dell'Emittente, di poter accedere a ulteriori finanziamenti e affidamenti bancari, anche con altri istituti di credito, o di reperire ulteriori risorse finanziarie dal sistema bancario e finanziario, con potenziali conseguenze negative sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria.

Inoltre non si può escludere che, qualora l'Emittente ne avesse necessità o lo reputasse

efficiente in termini di struttura finanziaria, una eventuale situazione macroeconomica di difficoltà di accesso al credito potrebbe non consentire all'Emittente stesso di avere accesso a nuove significative linee di credito bancarie, con possibili effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

A.1.16. Rischi connessi ai resi da parte dei clienti

L'Emittente è esposto al rischio dell'eventuale incremento dei resi da parte della propria clientela. Qualora si verificasse un incremento dei tassi di reso, si potrebbero registrare maggiori costi a carico dell'Emittente con effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di bassa rilevanza.

I resi rappresentano una fisiologica conseguenza dell'attività di vendita di prodotti *online*. Qualora si verificasse un incremento dei tassi di reso e dei relativi costi, anche per effetto del mutare delle politiche commerciali praticate dall'Emittente (al momento i costi di reso dall'estero sono a carico del cliente) o dell'incremento nel numero delle vendite – con contestuale possibile crescita nella percentuale di resi sul totale delle vendite – si potrebbero registrare maggiori costi a carico dell'Emittente con effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

A.1.17. Rischi connessi al cambiamento delle preferenze dei clienti

L'Emittente è esposto al rischio di non riuscire a intercettare le tendenze più rilevanti nell'ambito del lusso e di non riuscire a corrispondere alle esigenze dei clienti e alla domanda del mercato.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di bassa probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di bassa rilevanza.

L'Emittente opera nel settore della vendita di capi di abbigliamento e accessori di lusso, che è influenzato dai cambiamenti dei gusti e delle preferenze dei clienti, nonché dai cambiamenti degli stili di vita nelle diverse aree geografiche in cui l'Emittente svolge l'attività di vendita.

I risultati dell'Emittente dipendono, tra l'altro, dalla capacità di interpretare le

preferenze dei propri clienti, dalla crescita della notorietà del marchio a livello globale, dall'ampliamento dell'offerta di prodotti di abbigliamento di accessori e della gamma merceologica, nonché dalla capacità di identificare o anticipare le tendenze del mercato dei beni di lusso.

Qualora in futuro l'Emittente non fosse in grado di selezionare, ai fini della predisposizione del proprio catalogo, articoli capaci di interpretare le preferenze dei clienti e di identificare o anticipare le tendenze del mercato nel settore dei beni di lusso, ciò potrebbe comportare effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

A.1.18. Rischi connessi alla tutela dei diritti di proprietà intellettuale

L'Emittente è esposto al rischio sia di subire una violazione da parte di terzi dei propri diritti di proprietà intellettuale sia di pregiudicare involontariamente i diritti di proprietà intellettuale di terzi.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di bassa rilevanza.

Alla Data del Documento di Ammissione, la Società è titolare di quattro marchi registrati nell'Unione Europea e di numerosi nomi a dominio.

La Società cura la protezione legale dei propri diritti di proprietà intellettuale mediante la registrazione e il costante monitoraggio degli stessi. Tuttavia, l'Emittente potrebbe non riuscire a proteggere in modo adeguato la propria proprietà intellettuale e i marchi e potrebbe violare i diritti di proprietà intellettuale altrui, con possibili effetti negativi sull'attività, sui risultati e sulla situazione economica dell'Emittente.

Benché l'Emittente abbia implementato opportune misure protettive, non può esservi certezza che le azioni intraprese dall'Emittente siano sufficienti per tutelare adeguatamente la proprietà intellettuale inerente allo svolgimento della propria attività. Non si può infatti escludere che terzi utilizzino indebitamente diritti di proprietà intellettuale appartenenti all'Emittente in modo tale da ledere i relativi i diritti in capo al medesimo. Inoltre, in futuro, l'Emittente potrebbe vedersi costretto ad aumentare significativamente le risorse necessarie alla tutela dei propri diritti di proprietà intellettuale. Le registrazioni effettuate dalla Società non escludono che i diritti di proprietà intellettuale dell'Emittente possano essere oggetto di contestazioni o rivendicazioni da parte di terzi.

L'Emittente potrebbe pertanto essere costretto a intraprendere azioni legali nei

confronti di soggetti la cui attività sia stata posta in essere in violazione dei propri diritti di proprietà intellettuale, con la conseguenza di dover affrontare i costi connessi all'instaurazione e allo svolgimento dei relativi procedimenti. Il verificarsi di tali eventi e le loro conseguenze, dirette e indirette, potrebbero determinare effetti negativi sull'attività, le prospettive e la situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Inoltre, poiché l'Emittente opera su scala globale, in presenza di attività in Paesi in cui il marchio non sia stato ancora registrato, l'eventuale pregresso uso o registrazione del marchio (o di marchi con esso confondibili) da parte di soggetti terzi potrebbero comportare una limitazione (ovvero un impedimento) all'utilizzo del proprio marchio in tali Paesi.

Infine, le leggi di numerosi Paesi stranieri non proteggono i diritti di proprietà intellettuale con la stessa intensità della legge italiana o delle legislazioni degli altri Stati comunitari.

In tale contesto, l'Emittente potrebbe essere coinvolto in procedimenti legali relativi ai diritti di proprietà intellettuale nonché essere costretto a investire ingenti risorse per difendersi dalle contestazioni di terzi in ordine all'uso del proprio marchio o dai tentativi di contraffazione dei soggetti terzi. In caso di esito sfavorevole delle eventuali vertenze passive inerenti i diritti di proprietà intellettuale, l'Emittente potrebbe venire privato della titolarità e dell'uso di uno o più dei propri diritti di proprietà intellettuale, con conseguente necessità di interrompere l'offerta dei servizi che comportano lo sfruttamento di tali diritti e con possibilità di condanna al risarcimento di danni.

Il verificarsi di una o più delle circostanze sfavorevoli sopra descritte potrebbe danneggiare l'immagine e la reputazione del marchio o determinare effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

A.1.19. Rischi connessi alla normativa giuslavoristica

L'Emittente è esposto al rischio di contenziosi giuslavoristici derivanti dalla richiesta della riqualificazione di alcuni rapporti con dipendenti e collaboratori.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di bassa probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di bassa rilevanza.

Nello svolgimento della propria attività l'Emittente fruisce di lavoratori a tempo determinato, a tempo parziale o di collaboratori esterni. Non è possibile escludere che taluni dipendenti o collaboratori possano avanzare pretese circa la riqualificazione del

rapporto in essere con l'Emittente.

Nel caso tali dipendenti avanzino pretese di riqualificazione, non è possibile escludere che tali pretese siano accolte dall'autorità giudiziaria sulla base delle disposizioni normative e regolamentari vigenti o di alcuni orientamenti giurisprudenziali, con aggravio dei costi e degli oneri a carico dell'Emittente e con conseguenti effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria e sulle prospettive dell'Emittente.

A.1.20. Rischi connessi ai rapporti con parti correlate

L'Emittente ha intrattenuto, e intrattiene tuttora, rapporti di natura commerciale e finanziaria con parti correlate, come individuate ai sensi del principio contabile IAS 24. L'Emittente è esposto al rischio dell'interruzione del rapporto di fornitura con Giglio S.p.A.. Non vi è inoltre certezza che, ove tali operazioni fossero state concluse con parti terze, le stesse avrebbero negoziato e stipulato i relativi contratti, ovvero eseguito le operazioni stesse, alle stesse condizioni e con le stesse modalità.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di bassa probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di bassa rilevanza.

L'Emittente intrattiene rapporti in particolare con Giglio S.p.A., società controllata da Michele Giglio S.n.c., titolare del 45% del capitale sociale dell'Emittente alla data del Documento di Ammissione, per quanto riguarda una parte della fornitura degli articoli venduti dall'Emittente. Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente adotta un unico contratto tipo di fornitura con la generalità dei fornitori, tra cui Giglio S.p.A., che in alcuni specifici casi (considerata la rilevanza strategica del fornitore) può prevedere delle premialità, sotto forma di minori commissioni trattenute dall'Emittente, determinate nell'ambito di una negoziazione con ciascun singolo fornitore. Tali premialità sono definite tenuto conto di parametri di esclusività della merce a disposizione e contributo assoluto annuale del fornitore.

La Società inoltre intrattiene un rapporto commerciale con Michele Giglio S.n.c., che eroga a favore dell'Emittente servizi di amministrazione e pulizia (sino al 30 giugno 2021), e con cui a decorrere dal 1° luglio 2021 sussiste un contratto di sublocazione relativo alla sede operativa situata in via Giovanni Ferro Luzzi, 3 – 90143 Palermo.

Benché l'Emittente ritenga che le predette operazioni con Parti Correlate siano effettuate alle normali condizioni di mercato, non vi è garanzia che ove tali operazioni fossero state concluse con parti terze, le stesse avrebbero negoziato e stipulato i relativi contratti, ovvero eseguito le suddette operazioni, alle medesime condizioni e modalità.

Al riguardo, si segnala che le operazioni con Parti Correlate presentano i rischi tipici connessi ad operazioni che intervengono tra soggetti la cui appartenenza, o comunque vicinanza, all'Emittente, o alle sue strutture decisionali, potrebbe compromettere l'oggettività e l'imparzialità delle decisioni relative a dette operazioni, con possibili inefficienze sul processo di allocazione delle risorse e con impatti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

A.2. Fattori di rischio connessi al quadro legale e normativo

A.2.1. Rischi connessi alla raccolta, conservazione e trattamento di dati personali

L'Emittente è esposto al rischio che le procedure implementate e le misure adottate in tema di protezione dei dati personali si rivelino inadeguate o non siano correttamente implementati i necessari presidi privacy con riferimento alle diverse aree di attività, circostanze che potrebbero condurre all'accertamento di violazioni degli obblighi previsti, tra l'altro, dal GDPR e alla connessa applicazione delle sanzioni ivi previste.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di bassa probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

Nello svolgimento della propria attività l'Emittente viene in possesso, raccoglie, conserva e tratta dati personali dei propri dipendenti, collaboratori, clienti e fornitori. Al fine di assicurare un trattamento conforme alle prescrizioni normative, l'Emittente ha posto in essere adempimenti richiesti dal Codice in materia di protezione dei dati personali di cui al D.lgs. del 30 giugno 2003, n. 196, come successivamente modificato (“*Codice Privacy*”) e al nuovo Regolamento (UE) 2016/679 in materia di protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati (“**Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati**” o “**GDPR**”).

In ottemperanza alle recenti disposizioni di legge e di regolamento applicabili, l'Emittente allo scopo di garantire la sicurezza dei dati personali nell'ambito delle attività di trattamento, ha adottato un sistema di gestione dei predetti dati. Tuttavia, l'eventuale mancato rispetto, da parte dell'Emittente, degli obblighi di legge relativi al trattamento dei dati personali nel corso dello svolgimento dell'attività, può esporre lo stesso al rischio che tali dati siano danneggiati o perduti, ovvero sottratti, divulgati o trattati per finalità diverse da quelle consentite e/o per cui i soggetti interessati hanno espresso il loro consenso, anche ad opera di soggetti non autorizzati (sia terzi sia dipendenti dell'Emittente).

Nel caso in cui le procedure per la gestione e il trattamento dei dati personali dei clienti implementate dall'Emittente non risultassero adeguate a prevenire accessi e trattamenti di dati personali non autorizzati e/o comunque trattamenti illeciti, nel caso in cui venisse ritenuta inadeguata l'informativa fornita agli interessati in relazione al trattamento dei dati personali, ovvero nel caso in cui venisse accertata una responsabilità dell'Emittente per eventuali casi di violazione di dati personali e delle leggi poste a loro tutela, ciò potrebbe dare luogo a richieste di risarcimento ai sensi della normativa, di volta in volta, in vigore, nonché all'erogazione di sanzioni amministrative da parte dell'autorità Garante Privacy, con possibili effetti negativi sull'immagine dell'Emittente e sulle sue prospettive di crescita nonché sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria.

A.2.2. Rischi legati all'adozione del modello di organizzazione e gestione del D. Lgs. 231/2001

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente ha adottato il modello di organizzazione e gestione ex D. Lgs. 231/2001. Il modello adottato dall'Emittente potrebbe essere ritenuto inadeguato. L'Emittente è pertanto esposto al rischio di incorrere in sanzioni derivanti da un'eventuale valutazione di inadeguatezza del proprio modello di organizzazione, gestione e controllo, con effetti negativi sulla sua situazione economica, finanziaria e patrimoniale. In caso di violazioni delle normative applicabili in tema di sanzioni, antiriciclaggio e anticorruzione, l'Emittente è esposto al rischio di eventuali sanzioni pecuniarie o interdittive, nonché a danni reputazionali, con possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla sua situazione economica, patrimoniale o finanziaria.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di bassa probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di bassa rilevanza.

L'Emittente ha adottato in data 20 dicembre 2018 il modello di organizzazione e gestione previsto dal D. Lgs. 231/2001 allo scopo di creare un sistema di regole atte a prevenire l'adozione di comportamenti illeciti ritenuti potenzialmente rilevanti ai fini dell'applicazione di tale normativa.

L'adozione di modelli di organizzazione e gestione non esclude di per sé l'applicabilità delle sanzioni previste nel D. Lgs. 231/2001. Infatti, in caso di commissione di un reato che preveda la responsabilità amministrativa dell'Emittente ai sensi del D. Lgs. 231/2001, l'Autorità Giudiziaria è chiamata a valutare tali modelli e la loro concreta attuazione. Qualora l'Autorità Giudiziaria ritenga che il modello adottato dall'Emittente non sia idoneo a prevenire reati della specie di quello eventualmente verificatosi ovvero che tale modello non sia stato efficacemente attuato, ovvero qualora

ritenga insufficiente la vigilanza sul suo funzionamento e osservanza da parte dell'organismo a ciò appositamente preposto, l'Emittente verrebbe comunque assoggettata a sanzioni con conseguenti effetti negativi, anche significativi, sull'attività, sulla situazione patrimoniale e finanziaria e sui risultati economici dell'Emittente

In conformità con quanto previsto dal D. Lgs. 231/2001, l'Emittente ha istituito un apposito Organismo di Vigilanza con il compito di vigilare sul funzionamento, sull'osservanza e sull'efficacia del modello e di curarne l'aggiornamento. L'Emittente è esposto al rischio che il modello di organizzazione e gestione non sia specificamente aggiornato.

In caso di violazioni delle normative applicabili in tema di sanzioni, antiriciclaggio e anticorruzione, l'Emittente è esposto al rischio di eventuali sanzioni pecuniarie o interdittive, nonché a danni reputazionali, con possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale o finanziaria dell'Emittente.

A.3. Fattori di rischio connessi al controllo interno

A.3.1. Rischi connessi al sistema di controllo di gestione

Alla Data del Documento di Ammissione, la Società ha implementato un sistema di controllo di gestione caratterizzato da processi di raccolta e di elaborazione dei principali dati mediante soluzioni ritenute tecnologicamente adeguate sebbene non totalmente automatizzate. La mancanza di un sistema di controllo di gestione totalmente automatizzato potrebbe influire sull'integrità e tempestività della circolazione delle informazioni rilevanti dell'Emittente con possibili effetti negativi sull'attività dell'Emittente, nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente e sulle relative prospettive.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di bassa probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di bassa rilevanza.

Il sistema di *reporting* del Gruppo è caratterizzato, al momento, da alcuni processi manuali di raccolta ed elaborazione dei dati e necessiterà di interventi di sviluppo coerenti con la crescita della Società. La Società ha già elaborato alcuni interventi con l'obiettivo di realizzare una maggiore integrazione ed automazione della reportistica, riducendo in tal modo il rischio di errore ed incrementando la tempestività del flusso delle informazioni.

Si segnala che in caso di mancato completamento del processo volto alla maggiore

operatività del sistema di reporting, lo stesso potrebbe essere soggetto al rischio di errori nell'inserimento dei dati, con la conseguente possibilità che il management riceva un'errata informativa in merito a problematiche potenzialmente rilevanti o tali da richiedere interventi in tempi brevi.

La Società ritiene, altresì, che alla Data del Documento di Ammissione il sistema di reporting è adeguato rispetto alle dimensioni e all'attività aziendale (cfr. Sezione I, Capitolo 6, Paragrafo 6.1 del presente Documento di Ammissione) e consente in ogni caso di monitorare in modo corretto i ricavi e la marginalità per la/le principali linee di business.

A.4. Fattori di rischio connessi a fattori ambientali, sociali e di governance

A.4.1. Rischi connessi al sistema di governo societario e all'applicazione differita di talune disposizioni statutarie

Alcune previsioni in materia di governance contenute nello Statuto, ispirate ad alcuni principi stabiliti dal Testo Unico della Finanza troveranno applicazione solo in via differita rispetto alla Data di Inizio delle Negoziazioni, con particolare riferimento al meccanismo del c.d. "voto di lista" per la nomina dei membri del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale al fine di consentire la nomina di rappresentanti delle minoranze all'interno di tali organi.

La Società, in data 24 giugno 2021, ha adottato lo Statuto che entrerà in vigore con il rilascio da parte di Borsa Italiana del provvedimento di ammissione alle negoziazioni su AIM Italia delle Azioni dell'Emittente.

Tale Statuto prevede il meccanismo del voto di lista per la nomina dei membri del Consiglio di Amministrazione. Si rileva che il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale dell'Emittente in carica alla Data del Documento di Ammissione sono stati nominati rispettivamente in data 24 giugno 2021 e in data 29 gennaio 2019 (successivamente integrato in data 30 aprile 2021) e scadranno rispettivamente alla data dell'Assemblea che sarà convocata per l'approvazione del bilancio di esercizio al 31 dicembre 2023 e alla data di approvazione del bilancio di esercizio al 31 dicembre 2021. Pertanto, a partire da tali momenti troveranno applicazione le disposizioni in materia di voto di lista contenute nello Statuto, che consentono alla lista di minoranza che ottenga il maggior numero di voti (e che non sia collegata in alcun modo, neppure indirettamente, con i soci che presentano o votano la lista che risulta prima per numero di voti) di nominare un amministratore e un sindaco. Sino a tale data, le minoranze non saranno rappresentate negli organi di amministrazione e di controllo dell'Emittente.

Per maggiori informazioni si veda la Sezione I, Capitoli 11 e 12 del Documento di Ammissione.

A.4.2. Rischi connessi a conflitti di interessi di alcuni Amministratori

Alla Data del Documento di Ammissione, alcuni componenti del Consiglio di Amministrazione dell'Emittente potrebbero essere portatori di interessi in proprio di terzi rispetto a determinate operazioni della Società, in quanto detengono, direttamente o indirettamente, partecipazioni azionarie nel capitale della Società o ricoprono cariche negli organi di amministrazione di società facenti parte della catena di controllo dell'Emittente.

Alla Data del Documento di Ammissione:

- Giuseppe Giglio, Presidente e Amministratore Delegato, è titolare del 21,95% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., società titolare del 80,20% del capitale sociale dell'Emittente, e del 40% del capitale sociale di Michele Giglio S.n.c., a sua volta titolare del 56,11% del capitale sociale della stessa Giglio Global S.r.l.. Giuseppe Giglio è anche titolare del 2,4% del capitale sociale dell'Emittente;
- Federico Giglio, Amministratore Delegato, è titolare del 21,95% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., società titolare del 80,20% del capitale sociale dell'Emittente, e del 40% del capitale sociale di Michele Giglio S.n.c., a sua volta titolare del 56,11% del capitale sociale della stessa Giglio Global S.r.l.. Federico Giglio è anche titolare del 2,4% del capitale sociale dell'Emittente;
- Michele Giglio, Amministratore, è titolare del 10% del capitale sociale di Michele Giglio S.n.c., società che il 56,11% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., a sua volta titolare del 80,20% del capitale sociale dell'Emittente; Michele Giglio è inoltre amministratore unico di Giglio Global S.r.l..
- Matteo Gatti è socio, Presidente e Amministratore Delegato di Equilybra S.p.A., società titolare del 15% del capitale sociale dell'Emittente alla Data del Documento di Ammissione.

Per maggiori informazioni si veda la Sezione I, Capitolo 11, Paragrafo 11.2 del Documento di Ammissione.

A.4.3. Rischi connessi alla distribuzione di dividendi

Per il periodo cui si riferiscono le informazioni finanziarie incluse e sino alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non ha deliberato la distribuzione di dividendi. Inoltre, alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non ha adottato una politica di distribuzione dei dividendi. L'Emittente, in futuro, potrebbe non realizzare utili distribuibili sotto forma di dividendi, ovvero, anche ove realizzati, la distribuzione dei dividendi potrebbe essere soggetta a eventuali limitazioni.

L'Emittente non ha adottato una politica di distribuzione dei dividendi. Spetterà pertanto di volta in volta al Consiglio di Amministrazione dell'Emittente sottoporre all'Assemblea degli Azionisti la determinazione degli stessi.

L'ammontare dei dividendi che l'Emittente sarà in grado di distribuire in futuro dipenderà, fra l'altro, dai ricavi futuri, dai suoi risultati economici, dalla sua situazione finanziaria e da altri fattori relativi all'Emittente.

Inoltre, in considerazione della propria fase di crescita e sviluppo, l'Emittente potrebbe decidere, anche a fronte di utili di esercizio, di non procedere o di procedere solo parzialmente alla distribuzione di dividendi.

Alla Data del Documento di Ammissione non è quindi possibile effettuare alcuna previsione in merito alla eventuale distribuzione di dividendi da parte della Società.

Il verificarsi degli eventi oggetto di tale rischio, che è considerato dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi di media entità sulle prospettive di rendimento dell'investimento in Azioni. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

A.4.4. Rischi connessi alle dichiarazioni di preminenza, stime e informazioni sui mercati

Il presente Documento di Ammissione contiene alcune dichiarazioni di preminenza e considerazioni relative ai mercati di riferimento e al posizionamento competitivo dell'Emittente formulate, ove non diversamente specificato, dall'Emittente sulla base della specifica conoscenza del settore di appartenenza, di dati pubblici e dell'esperienza del management dell'Emittente. Tali informazioni potrebbero, tuttavia, non rappresentare correttamente i mercati di riferimento, la loro evoluzione, il relativo posizionamento dell'Emittente, nonché gli effettivi sviluppi dell'attività dell'Emittente.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di bassa probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di bassa rilevanza.

Il Documento di Ammissione contiene dichiarazioni di preminenza, stime sulla natura e dimensioni del mercato di riferimento e sul posizionamento competitivo dell'Emittente, valutazioni di mercato e comparazioni con i concorrenti formulate (ove non diversamente specificato) dall'Emittente sulla base della specifica conoscenza del settore di appartenenza, di dati pubblici o stimati, o della propria esperienza, senza che

siano state oggetto di verifica da parte di terzi indipendenti, con il conseguente grado di soggettività e l'inevitabile margine di incertezza che ne deriva.

Non è pertanto possibile prevedere se tali stime, dichiarazioni e valutazioni – seppure corroborate da dati e informazioni ritenute dal *management* attendibili – saranno mantenute o confermate. Tali informazioni potrebbero non rappresentare correttamente i mercati di riferimento, la loro evoluzione, il relativo posizionamento della Società, nonché gli effettivi sviluppi dell'attività di quest'ultima, a causa di rischi noti e ignoti, incertezze e altri fattori enunciati, fra l'altro, nel presente Capitolo.

B. Fattori di rischio relativi alla quotazione delle Azioni

B.1. Fattori di rischio connessi alla natura dei titoli

B.1.1. Rischi connessi alla negoziazione su AIM Italia, alla liquidità dei mercati e alla possibile volatilità del prezzo delle Azioni

Sebbene le Azioni dell'Emittente saranno ammesse alle negoziazioni su AIM Italia, non è possibile garantire che si formi o si mantenga un mercato liquido per le stesse che, pertanto, potrebbero presentare problemi di liquidità.

Le Azioni non saranno quotate su un mercato regolamentato italiano e, sebbene verranno scambiate su AIM Italia, sistema multilaterale di negoziazione in negoziazione continua, non è possibile garantire che si formi o si mantenga un mercato liquido per le Azioni. Le Azioni, pertanto, potrebbero presentare problemi di liquidità comuni e generalizzati, indipendentemente dall'andamento dell'Emittente, in quanto le richieste di vendita potrebbero non trovare adeguate e tempestive contropartite, nonché essere soggette a fluttuazioni, anche significative, di prezzo.

L'ammissione alle negoziazioni su AIM Italia pone alcuni rischi tra i quali: (i) un investimento in strumenti finanziari negoziati su AIM Italia può implicare un rischio più elevato rispetto a quello in strumenti finanziari quotati su un mercato regolamentato e (ii) Consob e Borsa Italiana non hanno esaminato o approvato il Documento di Ammissione. Deve inoltre essere tenuto in considerazione che AIM Italia non è un mercato regolamentato e alle società ammesse su AIM Italia non si applicano le norme previste per le società quotate su un mercato regolamentato e, in particolare, le regole sulla *corporate governance* previste dal TUF, fatte salve alcune limitate eccezioni, quali ad esempio le norme applicabili agli emittenti strumenti finanziari diffusi tra il pubblico in misura rilevante previste dal TUF ove ricorrano i presupposti di legge e alcune norme relative alle offerte pubbliche di acquisto, alle partecipazioni rilevanti, all'integrazione dell'ordine del giorno, al diritto di proporre domande in assemblea nonché al voto di lista per la nomina del consiglio di amministrazione e del collegio sindacale che sono richiamate nello Statuto della Società ai sensi del Regolamento Emittenti.

Inoltre, a seguito dell'ammissione alle negoziazioni su AIM Italia, il prezzo di mercato delle Azioni potrebbe fluttuare notevolmente in relazione ad una serie di fattori ed eventi alcuni dei quali esulano dal controllo dell'Emittente, e potrebbe, pertanto, non riflettere i risultati operativi della Società. Tra tali fattori ed eventi si segnalano, tra gli altri: liquidità del mercato, differenze dei risultati operativi e finanziari effettivi rispetto a quelli previsti dagli investitori e dagli analisti, cambiamenti nelle previsioni e raccomandazioni degli analisti, cambiamenti nella situazione economica generale o delle condizioni di mercato e rilevanti oscillazioni del mercato.

Il verificarsi delle circostanze e degli eventi oggetto di tale rischio, considerati dall'Emittente di media probabilità di accadimento, potrebbe avere effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente stesso. Tenuto conto di quanto precede, l'Emittente stima che il rischio di cui al presente Paragrafo sia di media rilevanza.

B.1.2. Rischi connessi alla concentrazione dell'azionariato e alla non contendibilità dell'Emittente

Giglio Global S.r.l., azionista di controllo dell'Emittente alla Data del Documento di Ammissione, ai sensi dell'art. 2359, comma 1, n. 1, cod. civ., continuerà a mantenere, anche a seguito dell'Aumento di Capitale, il controllo di diritto dell'Emittente.

Fino a quando Giglio Global S.r.l. continuerà a detenere la maggioranza assoluta del capitale dell'Emittente, la stessa continuerà ad avere un ruolo determinante nell'adozione delle delibere dell'assemblea dei soci dell'Emittente, quali, ad esempio, l'approvazione del bilancio di esercizio, la distribuzione dei dividendi, la nomina e la revoca dell'organo amministrativo e dell'organo di controllo, le modifiche del capitale sociale e le modifiche statutarie. Il controllo dell'Emittente non sarà contendibile.

Pertanto, l'Emittente è esposto al rischio che la presenza di un azionista di controllo impedisca, ritardi o disincentivi un cambio di controllo dell'Emittente, negando agli altri azionisti i possibili benefici generalmente connessi al verificarsi di un cambio di controllo di una società.

B.1.3. Rischi legati ai vincoli di indisponibilità delle Azioni assunti dagli azionisti

Giglio Global S.r.l., Equilybra S.p.A., Giuseppe Giglio e Federico Giglio, in qualità di soci che rappresentano il 100% del capitale sociale dell'Emittente alla Data del Documento di Ammissione, hanno assunto nei confronti del Nomad impegni di lock-up riguardanti la totalità delle partecipazioni di loro titolarità al momento della sottoscrizione dell'accordo di lock-up per 18 mesi a decorrere dalla Data di Inizio delle Negoziazioni.

L'Emittente ha altresì assunto degli impegni di lock-up nei confronti del Nomad per la durata di 18 mesi dalla Data di Inizio delle Negoziazioni.

A tal proposito, si rappresenta che allo scadere degli impegni di lock up, la cessione di Azioni da parte dei soggetti che hanno assunto impegni di lock up – non più sottoposti a vincoli – potrebbe comportare oscillazioni negative del valore di mercato delle Azioni dell'Emittente.

Si segnala che le Azioni eventualmente emesse nell'ambito del piano di incentivazione (cfr. Sezione I, Paragrafo 12.3 del presente Documento di Ammissione) saranno soggette a un impegno di *lock-up*, della durata di 6 mesi dalla data di Inizio delle Negoziazioni, di contenuto analogo a quello assunto dai soci Giglio Global S.r.l., Equilybra S.p.A., Federico Giglio e Giuseppe Giglio.

Per ulteriori informazioni, si veda Sezione II, Capitolo 5, Paragrafo 5.4 del presente Documento di Ammissione.

B.1.4. Rischi connessi al conflitto di interesse dei soggetti partecipanti al Collocamento Privato

Il Nomad e Global Coordinator nell'ambito dell'operazione di ammissione alle negoziazioni delle Azioni su AIM Italia potrebbe trovarsi in una situazione di conflitto di interessi.

Alantra, che ricopre il ruolo di Nomad, ai sensi del Regolamento Nominated Advisers, per l'ammissione alla negoziazione delle Azioni della Società su AIM Italia, potrebbe trovarsi in una situazione di potenziale conflitto di interessi in quanto potrebbe in futuro prestare servizi di *advisory* e di *equity research* in via continuativa a favore dell'Emittente.

Alantra ricopre inoltre il ruolo di Global Coordinator per l'ammissione alle negoziazioni delle Azioni, trovandosi quindi in potenziale conflitto di interessi in quanto percepirà commissioni in relazione al suddetto ruolo assunto nell'ambito del Collocamento Privato.

Si segnala che Alantra, nella sua qualità di Global Coordinator, si avvale di taluni intermediari che operano quali *settlement agents per* la liquidazione degli impegni relativi agli ordini raccolti presso gli investitori.

B.1.5. Rischi connessi alla possibilità di revoca dalla negoziazione degli strumenti finanziari dell'Emittente

Ai sensi del Regolamento Emittenti AIM Italia, Borsa Italiana potrebbe disporre la revoca dalla negoziazione delle Azioni.

Ai sensi del Regolamento Emittenti, Borsa Italiana potrebbe disporre la revoca dalla negoziazione degli strumenti finanziari dell'Emittente, nei casi in cui:

- entro sei mesi dalla data di sospensione dalle negoziazioni, per sopravvenuta assenza del Nomad, l'Emittente non provveda alla sostituzione dello stesso;
- gli strumenti finanziari siano stati sospesi dalle negoziazioni per almeno sei mesi;
- la revoca venga approvata da tanti soci che rappresentino almeno il 90% dei voti degli azionisti riuniti in assemblea.

Nel caso in cui fosse disposta la revoca dalla negoziazione delle Azioni, l'investitore sarebbe titolare di Azioni non negoziate e pertanto di difficile liquidabilità.

5 INFORMAZIONI RELATIVE ALL'EMITTENTE

5.1 Denominazione legale e commerciale dell'emittente

La Società è denominata Giglio.com S.p.A. ed è costituita in forma di società per azioni.

5.2 Luogo e numero di registrazione dell'emittente e suo codice identificativo del soggetto giuridico

L'Emittente è iscritta al Registro delle Imprese di Milano al numero 05654840825 e al Repertorio Economico Amministrativo (REA) n. MI-2089943, codice LEI 81560054994BFD8EE761.

5.3 Data di costituzione e durata dell'Emittente

L'Emittente è stato costituito in data 15 ottobre 2007, con atto a rogito del dott. Francesco Pizzuto, Notaio in Palermo, rep. n. 68392, racc. n. 25723, da Michele Giglio S.n.c., Giuseppe Giglio e Federico Giglio.

Ai sensi dell'art. 4 dello Statuto, la durata della Società è stabilita fino al 31 dicembre 2050 e può essere prorogata con deliberazione dell'assemblea straordinaria degli azionisti.

5.4 Residenza e forma giuridica, legislazione in base alla quale opera l'Emittente, Paese di costituzione e indirizzo e numero di telefono della sede sociale

L'Emittente è una società per azioni di diritto italiano, costituita in Italia, con sede legale in Milano, Via Solferino 7, numero di telefono 0916257729, sito *internet* www.giglio.com e opera sulla base della legge italiana.

Si precisa che le informazioni contenute nel sito *web* non fanno parte del Documento di Ammissione, fatte salve le informazioni richiamate mediante riferimento.

6 PANORAMICA DELLE ATTIVITÀ AZIENDALI

6.1 Principali attività

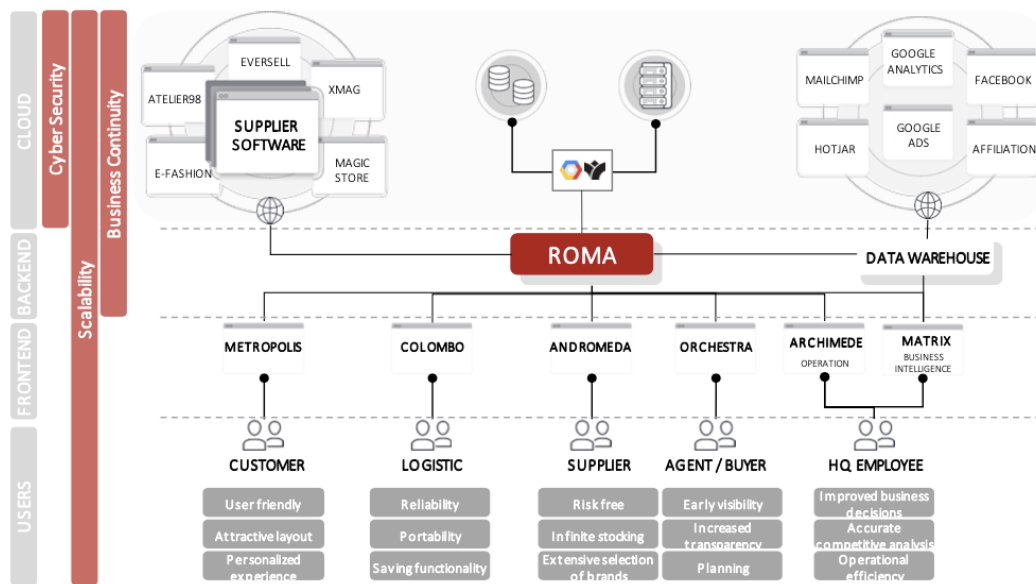
6.1.1 Premessa

L'Emittente è una società attiva nel settore della vendita *online* di abbigliamento di lusso multimarca su scala globale, che opera come *marketplace* indipendente su cui i propri fornitori, rivenditori o produttori di capi di abbigliamento e accessori, mettono a disposizione i loro prodotti che, tramite l'Emittente ed il suo sito (con circa 2 milioni di visite uniche mensili, di cui una percentuale rilevante dall'estero), su cui è presente il catalogo dei beni a disposizione dello stesso, vengono acquistati dal cliente finale.

L'attività dell'Emittente nasce dall'attività della famiglia Giglio, titolare di *boutique* di alta moda nella città di Palermo sin dal 1965, ed è dunque radicata nella storia di un'attività familiare. La creazione dell'Emittente come *marketplace* è avvenuta mantenendo al centro della propria cultura aziendale i concetti di mediterraneità, inclusività dei prodotti, non convenzionalità degli stessi, passione verso i propri clienti, nonché sulla base dell'attenzione alla comunità di soggetti con cui l'Emittente interagisce, fornitori e clienti.

L'azienda della famiglia Giglio inizia ad operare *online* già a partire dal 1996, per poi avviare effettivamente l'attività di *e-commerce* nel 2007 attraverso *giglio.com*, in origine utilizzando, per svolgere la propria attività di *e-commerce* e gestire il proprio sito *web*, una piattaforma terza.

A partire dal 2013, con l'obiettivo di una maggiore efficienza dei propri servizi, l'Emittente si è dotato di una piattaforma proprietaria, sviluppata e interamente gestita da un *team* interno, più adeguata alle caratteristiche della propria operatività. Dal 2013 alla Data del Documento di Ammissione l'attività viene svolta dunque attraverso una piattaforma che costituisce oggi un vero e proprio ecosistema proprietario. La piattaforma è interamente distribuita sulla piattaforma di Google Cloud e dunque non utilizza server fisici, mitigando ampiamente i rischi di interruzione dell'operatività.



Il ruolo della piattaforma nell'attività dell'Emittente è dunque centrale, in quanto la stessa consente di rendere flessibile e adeguata alle esigenze dell'Emittente l'offerta dei prodotti, con un elevato livello di personalizzazione che garantisce la fruibilità del sito e l'offerta di un'esperienza di navigazione soddisfacente per i propri clienti. Al contempo l'uso di una piattaforma sviluppata internamente e la proprietà diretta del codice consente di aggiornare continuamente il sistema con nuove applicazioni, correzioni e dotazioni, di sviluppare soluzioni tecnologiche innovative e funzionali anche per quanto riguarda le relazioni con i fornitori e l'integrazione con i loro sistemi, nonché la logistica, e di mantenere un elevato grado di sicurezza, riducendo il rischio di attacchi informatici (tramite soluzioni tecnologiche innovative come Kubernetes e ulteriori "microservizi" che costituiscono l'ecosistema informativo della piattaforma).

Una piattaforma proprietaria, dunque modulabile internamente e flessibile, risulta di rilevanza strategica in un mercato, quello della moda, particolarmente complesso in quanto caratterizzato da operatori attivi in paesi diversi e che utilizzano sistemi informatici, sistemi di pagamento, valute, *pricing* differenti in diversi paesi.

Tramite un software di c.d. business intelligence (Matrix) integrato nella piattaforma informatica l'Emittente è inoltre in grado di aggregare dati raccolti dalle fonti più diverse al fine di analizzare le tendenze e le correlazioni tra i dati.

Si segnala che gli investimenti in tecnologia dell'Emittente sono passati dal 4,2% dei ricavi al 31 dicembre 2018 al 5,1% al 31 dicembre 2019 al 5,2% al 31 dicembre 2020.

Nell'operare come *marketplace*, l'Emittente non mette direttamente in comunicazione i propri fornitori, sia che si tratti di produttori (*brand*) sia che si tratti di rivenditori (*boutique*), con i clienti, in quanto sia i fornitori che i clienti si mettono in relazione

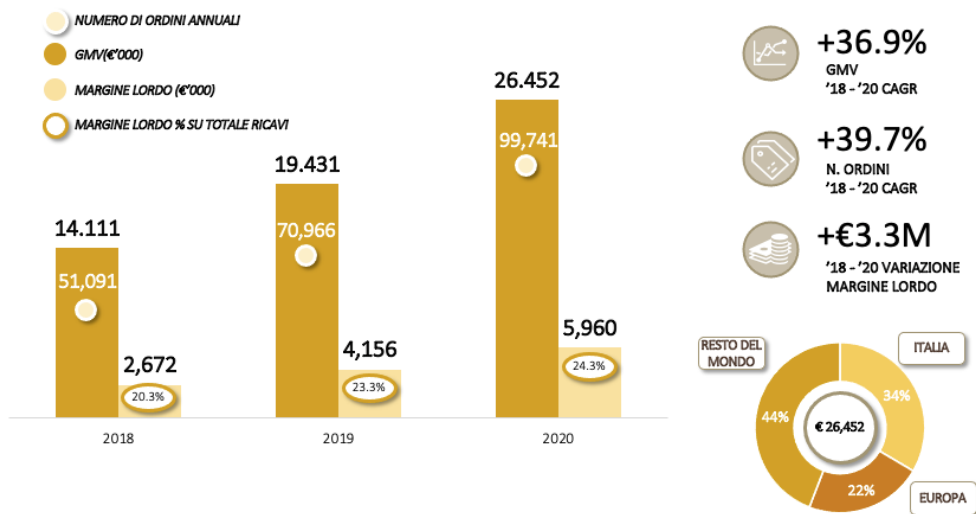
direttamente ed esclusivamente con l'Emittente stesso che acquista i prodotti dai primi e provvede alla rivendita ai secondi, ed è quest'ultimo a curare i servizi di pre e post vendita. Non vi è dunque nessun contatto tra il cliente finale e il fornitore, che non si trova quindi a dover affrontare alcuni rischi fiscali, legati ai dazi e alla logistica (la fattura al cliente è emessa dall'Emittente, il fornitore si limita a preparare una spedizione al giorno per l'Emittente). Ciò consente all'Emittente un pieno controllo sulla base clienti e sui dati a essa relativi, che non sono condivisi con le *boutique*, e di fornire un'esperienza di acquisto omogenea ai clienti.

I fornitori dell'Emittente sono dunque *boutique*, situate su tutto il territorio nazionale, che svolgono già attività, nelle località dove operano, di commercio al dettaglio di capi di abbigliamento e accessori, nonché gli stessi produttori di tali capi di abbigliamento e accessori, o *brand* (che alla Data del Documento di Ammissione costituiscono una parte più ridotta dei fornitori). Alla Data del Documento di Ammissione i fornitori dell'Emittente sono situati prevalentemente in Italia, e tra essi il principale fornitore dell'Emittente è Giglio S.p.A., parte correlata dell'Emittente.

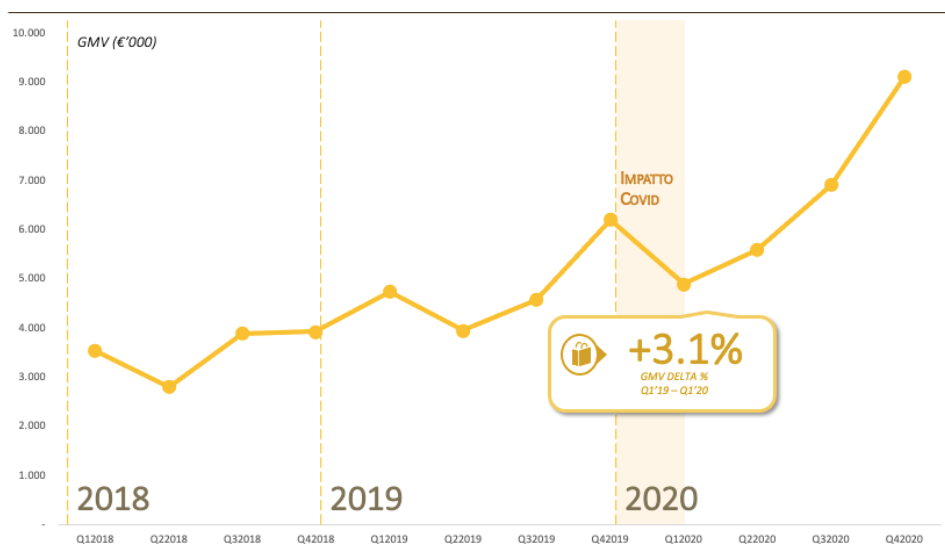
A livello geografico, l'Emittente si rivolge a clienti in oltre 120 Paesi. Il 66,5% del *gross merchandise value* ("GMV", corrispondente ai ricavi al lordo dei resi e considerando i ricavi dai clienti che effettuano un ordine che non prevede la spedizione gratuita) dell'Emittente è generato dalla vendita dei prodotti su mercati esteri. In particolare, nel 2020 il 33,5% del *gross merchandise value* è stato realizzato in Italia, il 22,4% in Europa (8,2% in Germania) e il 44,1% fuori dall'Europa (in particolare il 7,2% negli Stati Uniti, il 9,5% in Corea e il 10% a Hong Kong).

Per quanto riguarda la geografia delle vendite realizzate dall'Emittente, il valore medio dei prodotti venduti nei Paesi menzionati – di particolare rilievo per l'operatività estera dell'Emittente – è superiore al valore delle vendite realizzate in media (Euro 244,1 in Corea del Sud, Euro 242,4 a Hong Kong, Euro 183,4 negli Stati Uniti, Euro 144,4 in Germania, a fronte di una media di Euro 136,1 e di Euro 99,4 nel mercato italiano), con ciò evidenziando per l'Emittente la penetrazione e l'espansione in mercati con elevate capacità di spesa.

Di seguito si illustra l'evoluzione del *gross merchandise value* e del margine lordo dell'Emittente, nonché il numero di ordini. Nell'esercizio 2020 il *gross merchandise value* dell'Emittente è pari a Euro 26,5 milioni.

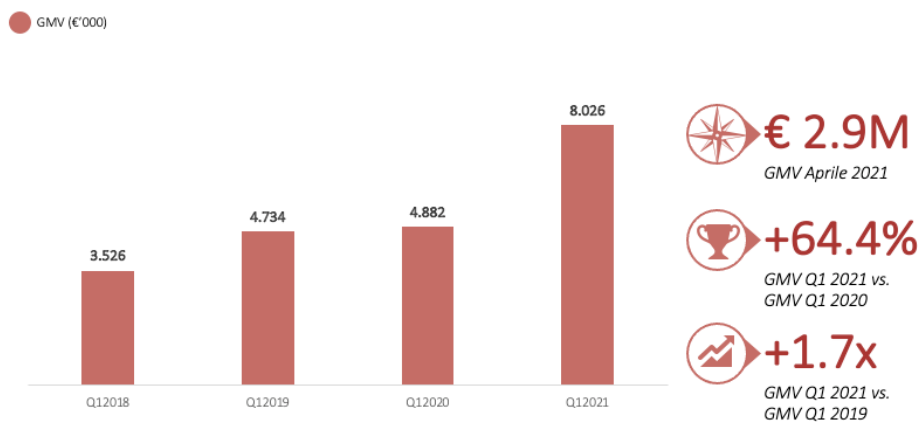


Nel grafico seguente viene evidenziato l'andamento del GMV su base trimestrale, evidenziando l'andamento nel primo trimestre 2020 in cui si è avuto l'impatto della pandemia da COVID-19.

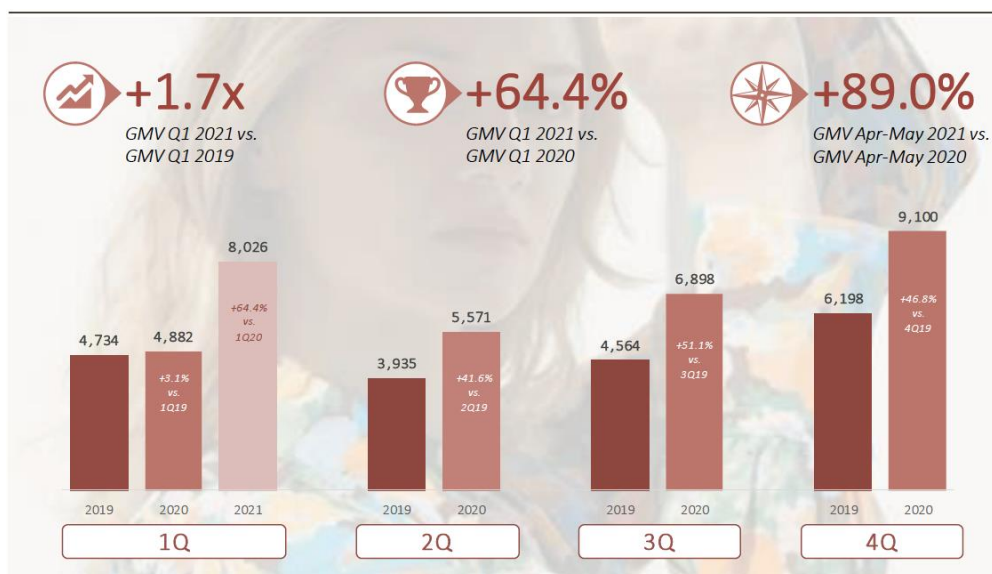


Di seguito l'evoluzione del GMV nel primo trimestre per gli anni 2018-2021:

GROSS MERCHANDISE VALUE NEL PRIMO TRIMESTRE (Q12018-Q12021)



Di seguito l'evoluzione del GMV per trimestre negli esercizi 2019 e 2020, nonché con evidenza dell'andamento del primo trimestre 2021 e dei mesi di aprile-maggio 2021 (cfr. Sezione I, Capitolo 9, del Documento di Ammissione):



Nella seguente tabella sono indicati i principali dati economici dell'Emittente in migliaia di Euro:

	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Valore della produzione	13.600	18.564	25.356

EBITDA	26	72	12
EBIT	(150)	(247)	(405)
Risultato netto	(210)	(386)	(613)

6.1.2 Fattori chiave

- *track record* di crescita e solidi fondamentali, il *gross merchandise value* dell’Emittente è cresciuto di oltre 1,9 volte tra il 2018 e il 2020; a partire dal 2017 l’Emittente è presente tra le 1000 “*fastest growing companies*” in Europa selezionate dal Financial Times; l’Emittente ha dei solidi fondamentali, come dimostra la sua resilienza rispetto all’impatto della pandemia da Covid-19 (il primo trimestre 2020 ha mostrato comunque una variazione positiva del 3,1% del GMV rispetto al medesimo periodo del 2019), e una base clienti internazionale, per cui l’Emittente ha generato nel 2020 il 66,5% del *gross merchandise value* all’estero, collocandosi dunque in una posizione di favore per cogliere le opportunità date dal mercato dell’*e-commerce* di lusso a livello internazionale, in forte espansione anche per quanto riguarda gli operatori di piccole e medie dimensioni (cfr. Sezione I, Capitolo 6, Paragrafo 6.2);
- l’Emittente affonda le proprie radici nella storia di una bottega e poi di una *boutique* storica a Palermo e ha affrontato un’importante evoluzione per diventare un *marketplace*, mantenendosi fedele al contempo alla propria cultura, centrata sul concetto di mediterraneità;
- piattaforma tecnologica proprietaria, che permette alla Società di monitorare costantemente le interazioni degli utenti e reagire con tempestività e flessibilità alle loro preferenze e al mutare delle tendenze nel mercato, oltre che una gestione adeguata e integrata delle proprie attività operative dai rapporti con i fornitori alla gestione della logistica; la piattaforma è inoltre dimensionata in modo da tenere conto delle peculiarità dell’attività dell’Emittente in modo da garantirne la *business continuity* e strutturata in modo da garantire la sicurezza rispetto a possibili attacchi informatici;
- l’Emittente è al centro di un ciclo virtuoso unico nel mondo del lusso e si caratterizza per una *value chain* peculiare rispetto ad altri *marketplace*, posizionandosi nel contesto italiano come unico *marketplace* multimarca nel mercato del *fashion e-commerce* che mette in contatto, esclusivamente tramite l’Emittente e non in via diretta tra loro, i produttori e le *boutique* indipendenti da un lato – in una sorta di *community* di *boutique* – e i clienti dall’altro; il *business model* dell’Emittente è agile e scalabile, anche grazie all’assenza di un magazzino fisico che rende non necessario lo stoccaggio di prodotti e nemmeno

l'immobilizzo di crescenti capitali al crescere del fatturato;

- struttura manageriale in continua crescita, che ha visto l'inserimento nella struttura organizzativa dell'Emittente di sempre nuove figure di rilievo e di rilevante esperienza nel settore del lusso, in grado di fornire un contributo rilevante allo sviluppo dell'Emittente. Alla Data del Documento di Ammissione, tra i più rilevanti esponenti aziendali dell'Emittente vi sono Vincenzo Troia, *managing director* (precedenti esperienze in Yoox Net-A-Porter Group, Sky), Marco Claudino, *Chief Operating Officer* (Elkony, Level 7), Laura Favaretto, *Chief Financial Officer* (KPMG), Agostino Terzo, *Chief Analytics Officer & Responsabile risorse umane* (Mosaicoon, Grand Vision), Francesco Sabatucci, *Chief Marketing Officer* (Aruba.it), Annachiara Varvaro, *Brand Manager* (La Perla, Fay) e Massimo Della Rocca, *Business Development Director* (Valentino, Trussardi, Gilmar, Ittierre), quest'ultimo collaboratore esterno.

6.1.3 I prodotti

Il catalogo *online* dell'Emittente copre oltre 600 differenti marchi nell'ambito del lusso, tra i principali marchi in questi segmenti del mercato della moda. Il numero di referenze e di marchi coperti dal catalogo *online* dell'Emittente è in continua crescita (il CAGR nelle referenze è del 33,1% tra il 2018 e il 2020, le referenze erano 105.000 nel 2018, 144.000 nel 2019 e 186.000 nel 2020), garantendo così una profondità di portafoglio e una varietà di *brand* che rendono l'Emittente indipendente da singoli marchi.

I 10 marchi più venduti dall'Emittente, Gucci, Burberry, Hogan, Saint Laurent, Valentino, Bottega Veneta, Fendi, MaxMara, Stone Island, Elisabetta Franchi rappresentano il 33% del *gross merchandise value* dei marchi venduti al 31 dicembre 2020 (i primi 20 *brand* rappresentano il 51,1%, i primi 100 l'88,9%, mentre gli ulteriori 512 marchi venduti rappresentano l'ulteriore 11,1%).

I prodotti, destinati a uomo (nel 2020 circa il 31,5% del *gross merchandise value*), donna (nel 2020 circa il 53,9% del *gross merchandise value*) e bambino (nel 2020 circa il 14,6% del *gross merchandise value*), sono divisi nelle seguenti categorie:

1) Abbigliamento, che nel corso dell'esercizio 2020 ha generato circa il 46,4% del *gross merchandise value* dell'Emittente. In quest'ambito rientrano prodotti come giubotti, jeans, polo, abiti, maglieria, camicie, *tailleur*;

2) Scarpe, che nel corso dell'esercizio 2020 hanno generato circa il 31,2% del *gross merchandise value* dell'Emittente. In quest'ambito rientrano prodotti come, a titolo esemplificativo, mocassini, sneakers, stivaletti, stringate, sandali;

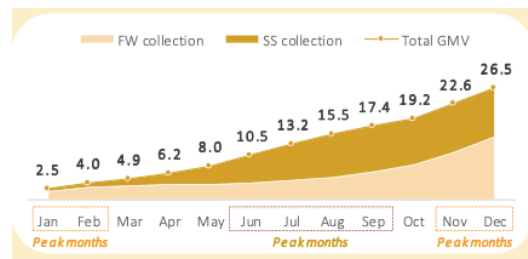
3) Accessori, che nel corso dell'esercizio 2020 hanno generato circa il 6,1% del *gross merchandise value* dell'Emittente. In quest'ambito rientrano prodotti come guanti,

occhiali, orologi, portachiavi, cappelli, gioielli, profumi;

4) Borse, che nel corso dell'esercizio 2020 hanno generato circa il 16,3% del *gross merchandise value* dell'Emittente. In quest'ambito rientrano In quest'ambito rientrano prodotti come borse, borse da lavoro, valigie, borsoni, zaini, pochette, tracolline.

Sul sito dell'Emittente i prodotti possono essere ricercati sia facendo riferimento alla singola categoria di prodotto cui si è interessati, sia direttamente ai singoli *brand* i cui prodotti siano disponibili, suddivisi in varie categorie tra cui “*luxury designer*” e “*featured designer*”.

Il 55,6% del *gross merchandise value* è riconducibile alla collezione autunno-inverno (FW) e il 44,4% alla collezione primavera-estate (SS).



6.1.4 Il modello di business

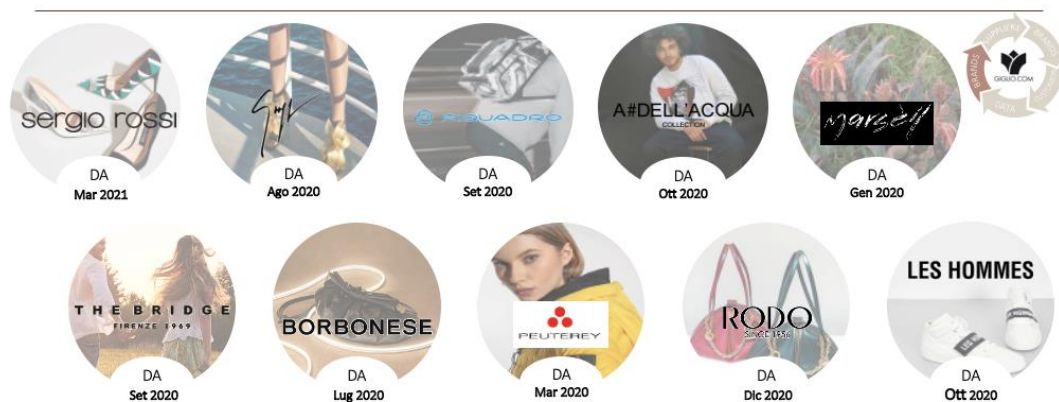
6.1.4.1 Fornitura

L'Emittente individua come propri fornitori due categorie di soggetti: 1) rivenditori di capi di abbigliamento e accessori (*boutique*) 2) produttori degli stessi capi di abbigliamento e accessori (*brand*).

Per quanto concerne i primi, si tratta di *boutique multibrand* che svolgono attività di vendita al dettaglio di capi di abbigliamento e accessori in varie località sparse principalmente sul territorio nazionale, e dunque di soggetti già specializzati nella vendita di prodotti che rientrano nell'ambito del lusso (e nella scelta degli stessi dal catalogo dei produttori), che svolgono un'attività analoga a quella delle *boutique* di Giglio S.p.A. (cfr. Sezione I, Capitolo 6, Paragrafo 6.3). Le *boutique*, vendendo i loro prodotti all'Emittente, possono aprirsi all'*e-commerce* senza le relative complessità gestionali, anche dal punto di vista informatico, e avere accesso a una base clienti globale senza sopportare costi di *marketing* (il che è particolarmente vero per le *boutique* di dimensioni più ridotte e situate in centri fuori dai principali flussi turistici).

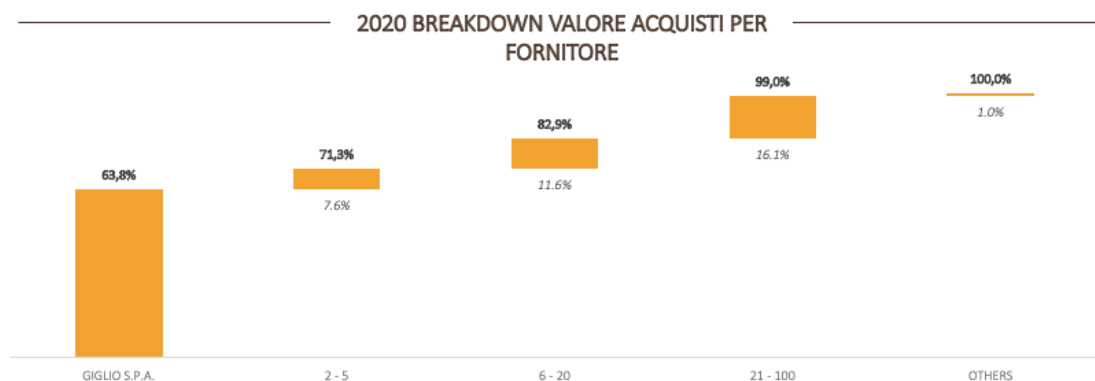
Per quanto concerne i secondi, si tratta invece degli stessi produttori di beni che l'Emittente vende tramite la piattaforma, produttori cui sono riconducibili marchi noti al pubblico che rientrano anch'essi nell'ambito del lusso. Le *e-concessions* concluse

con i *brand* consentirebbero a questi di vendere attraverso la piattaforma, mantenendo un maggiore controllo sul *pricing*, il *marketing* e il catalogo rispetto alle tradizionali vendite *wholesale*. Alla Data del Documento di Ammissione l'Emittente ha già iniziato a collaborare con 10 *brand*, pur senza aver concentrato l'attività commerciale su questo tipo di rapporti, e sono in corso negoziazioni per lo sviluppo di ulteriori rapporti di fornitura con *brand*, anche di particolare rilievo. Lo sviluppo dei rapporti con i *brand* si ritiene vantaggioso sia per l'Emittente (miglioramento della marginalità, maggior numero di referenze, potenziale sviluppo di attività di *co-marketing*) sia per gli stessi *brand* (maggiori opportunità per avere dati sui clienti e rivolgersi agli stessi, raggiungimento di un numero di clienti più elevato, condivisione di informazioni sui clienti anche a fini di attività di *co-marketing*), e in particolare per *brand* emergenti.



Complessivamente il numero di fornitori è cresciuto dai 73 del 2018 ai 120 del 2019 a 162 nel 2020.

Di seguito un riepilogo del rilievo percentuale dei principali fornitori dell'Emittente al 31 dicembre 2020 (si segnala che Giglio S.p.A: al 31 dicembre 2018 rappresentava circa il 70% dal valore degli acquisti, e al 31 dicembre 2019 il 68,3%).



L'Emittente seleziona i propri fornitori sulla base dell'attività commerciale svolta dalle

proprie figure dirigenziali che, anche in virtù dell'attività svolta con Giglio S.p.A. e della partecipazione di lungo periodo al settore della moda e del lusso, hanno una dettagliata conoscenza degli operatori attivi sul territorio italiano, sia nel settore della produzione (stilisti, *designer*) sia nel settore della rivendita di capi di abbigliamento e accessori di lusso. La presenza sul mercato italiano, che ha un'ampia offerta di prodotti, rappresenta un vantaggio competitivo per l'Emittente. L'Emittente ricerca sempre nuovi fornitori con l'obiettivo di incrementare sempre più il numero delle referenze disponibili sul proprio catalogo *online*, in modo tale da rendere l'offerta dei prodotti dell'Emittente più attrattiva nei confronti dei clienti grazie al maggiore assortimento, mantenendo al contempo un elevato standard qualitativo dei beni offerti.

Con i fornitori viene concluso un contratto di distribuzione della durata di 2 anni, rinnovati per ulteriori 2 anni salvo disdetta, con cui l'Emittente in qualità di distributore, si impegna a inviare agli stessi gli ordini dei clienti finali effettuati sulla piattaforma, mentre il singolo fornitore, in qualità di concedente, si impegna a fornire all'Emittente specifici capi di abbigliamento e accessori. I contratti prevedono un obbligo per il fornitore di garantire determinati standard qualitativi dei beni forniti e di adeguarsi alle politiche di *pricing* e commerciali dell'Emittente.

L'Emittente adotta alla Data del Documento di Ammissione un unico contratto tipo di fornitura con la generalità dei fornitori, che in alcuni specifici casi (considerata la rilevanza strategica del fornitore) può prevedere delle premialità, sotto forma di minori commissioni trattenute dall'Emittente, determinate nell'ambito di una negoziazione con ciascun singolo fornitore. Tali premialità sono definite tenuto conto di parametri di esclusività della merce a disposizione e contributo assoluto annuale del fornitore

I capi di abbigliamento e gli accessori da fornire sono individuati dal contratto. L'Emittente integra la propria piattaforma proprietaria con i *software* gestionali dei propri fornitori (la piattaforma è integrabile con i *software* gestionali più diffusi sul mercato) in maniera tale da poter sempre avere accesso alle necessarie informazioni circa la disponibilità dei beni nel magazzino dei singoli fornitori e dunque la disponibilità degli stessi per il cliente finale, aggiornando il proprio catalogo in tempo reale e consentendo un immediato invio degli ordini dei clienti al fornitore.

Il *software* consente inoltre di integrare un numero sempre maggiore di fornitori, di analizzare i beni che mettono a disposizione, di gestire le referenze comuni e i servizi fotografici dei prodotti, di assegnare gli ordini ai vari fornitori sulla base di variabili legati all'operatività dell'Emittente con ciascun fornitore (qualità del magazzino, tempo di gestione dell'ordine), di gestire le fasi successive all'ordine (compresa la stampa e l'invio delle note di consegna).

6.1.4.2 Marketing

L'offerta di capi di abbigliamento e accessori dell'Emittente è centrata sul concetto di

mediterraneità, che è declinato nel catalogo così come nell'attività di *digital advertising* svolta dall'Emittente. Al fine di svolgere le proprie attività di comunicazione e *marketing*, l'Emittente ha costruito un *team* composto da fotografi, esperti di post produzione e *stylist* volto in particolare alla realizzazione di servizi fotografici per la predisposizione del proprio catalogo – a partire dai prodotti messi a disposizione dei fornitori – e di ulteriori immagini promozionali. L'Emittente ricorre a ulteriori fotografi durante i periodi di picco, mentre i modelli o le modelle sono collaboratori esterni che vengono chiamati di volta in volta.

La realizzazione dei servizi fotografici, che riguarda oltre 1.000 prodotti al giorno, avviene in un centro a Palermo, presso la sede operativa dell'Emittente, gestito internamente, e un centro a Nola (Napoli), gestito da un *partner* commerciale.

I servizi fotografici sono dunque realizzati secondo gli standard e l'estetica dell'Emittente. Anche la descrizione dei prodotti è curata dall'Emittente prima di inserirli nel catalogo online. Ciò consente all'Emittente di ridurre gli oneri per i fornitori, che non devono svolgere quest'attività, e consentono inoltre di inserire informazioni dettagliate in modo da ridurre il numero di resi.

L'Emittente cura la comunicazione, oltre che attraverso il proprio sito, anche tramite le *newsletter*, che vengono predisposte e inviate anche tenendo conto delle specificità dei vari mercati su cui l'Emittente opera.

L'Emittente è presente inoltre sui principali *social network*.

Al fine di un maggiore coinvolgimento dei clienti e di un consolidamento dell'identità del marchio, l'Emittente svolge un'attività di *comarketing* con i *brand* all'interno delle comunicazioni indirizzate ai clienti, volte ad affiancare l'immagine del *brand* a quella del *marketplace* dove lo stesso è venduto, nonché la creazione di collezioni specifiche e di c.d. *capsule collection*.

Si evidenzia che gli investimenti in *marketing* dell'Emittente sono cresciuti ad un CAGR del 33% tra il 2018 (Euro 0,6 milioni) e il 2020 (Euro 1,1 milioni) a fronte di un costo di acquisizione per cliente in discesa nello stesso periodo a un CAGR del -6% e di nuovi clienti in crescita a un CAGR 2018-2020 del 41%. Complessivamente, le spese di *demand generation* (*performance marketing*, *branding*), pari al 3% dei ricavi al 31 dicembre 2018, sono passate al 5,2% dei ricavi al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2020.

6.1.4.3 Vendita

L'Emittente inserisce gli articoli che i fornitori rendono disponibili sul proprio catalogo *online*, che viene visualizzato dai clienti che possono quindi acquistare i singoli prodotti. La vendita dei capi di abbigliamento e degli accessori avviene dunque

mediante il sito dell'Emittente. Tra i principali marchi venduti vi sono Bottega Veneta, MaxMara, Burberry, Saint Laurent, Gucci, Stone Island, Hogan, Fendi, Valentino, Elisabetta Franchi. Il prezzo dei beni è definito anche tenendo conto dei suggerimenti dei *brand* in termini di *geopricing* e di politiche di sconto.

La vendita dei prodotti avviene attraverso il catalogo *online* dell'Emittente: nel momento in cui il cliente, dopo aver navigato sul sito dell'Emittente, acquista il prodotto, l'Emittente lo acquista dai propri fornitori ed emette la ricevuta al cliente. Poiché l'Emittente integra il catalogo online con i *software* gestionali dei propri fornitori, attraverso il *software* Andromeda (in grado di collegarsi ai maggiori gestionali nell'ambito della vendita al dettaglio), lo stesso Emittente è sempre in grado di verificare in tempo reale la disponibilità dei beni nel catalogo e di trasmettere in seguito all'acquisto di un bene da parte del cliente finale l'ordine al proprio fornitore.

Il catalogo *online* è sulla pagina *web* www.giglio.com. Il sito dell'Emittente è tradotto in 8 lingue. La funzione di ricerca è strutturata in maniera tale da consentire la memorizzazione delle ricerche effettuate dal cliente sul sito, oltre che del carrello all'interno del quale vengono inseriti i singoli acquisti. Inoltre, a seconda della ricerca effettuata per arrivare al sito, lo stesso può offrire delle *landing page* appropriate per rispondere alle esigenze manifestate dal cliente. In generale, il fatto che l'Emittente utilizzi una piattaforma tecnologica proprietaria agevola la possibilità che lo stesso monitori costantemente le interazioni degli utenti con la piattaforma stessa.

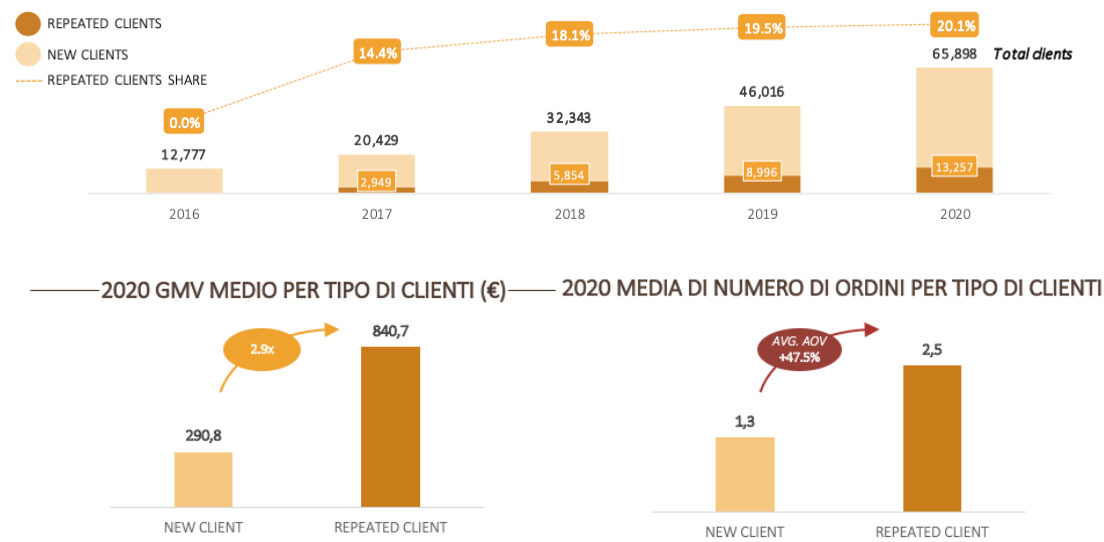
A seconda delle stagioni, l'Emittente effettua le campagne saldi coerentemente con quando le stesse sono in calendario nei vari paesi in cui lo stesso opera. Inoltre l'Emittente effettua alcuni periodi di promozione speciale per i clienti.

Il pagamento da parte del cliente avviene al momento dell'ordine, data l'esiguità delle vendite ad aziende: i giorni medi di incasso al 31 dicembre 2020 sono pari a 16 giorni, considerata la sussistenza di crediti esigibili per effetto di pagamenti tardivi da parte di alcuni sistemi di pagamento (paypal); di converso il pagamento da parte dell'Emittente al fornitore al 31 dicembre 2020 avviene in media a 59 giorni, con ciò consentendo all'Emittente di operare con un flusso di cassa positivo. L'Emittente rende disponibili sul proprio sito 20 sistemi di pagamento, alcuni disponibili solo in specifiche aree geografiche in funzione delle necessità di utilizzo nelle stesse.

Al 31 dicembre 2020, l'Emittente ha avuto 65.898 clienti attivi. Il numero di clienti è cresciuto di 33.555 unità dal 2018 al 2020 (32.343 clienti nel 2018 e 46.016 nel 2019). I clienti sono in maggioranza donne (56% a fronte del 44% di uomini) e di età media tra i 30 e i 35 anni. Il carrello medio di acquisti effettuati è pari a circa Euro 265,2 (Euro 273 nel 2019 ed Euro 276 nel 2018), mentre il *gross merchandise value* per cliente è stato pari a Euro 401 annui.

Tra gli elementi chiave della crescita dell'Emittente vi è la capacità di trattenere e

fidelizzare i clienti (*repeated clients*) oltre che di attrarne di nuovi (*new clients*). I *repeated clientes* al 31 dicembre 2020 generano il 42% del GMV.



6.1.4.4 Logistica

L'Emittente gestisce il processo logistico che porta alla consegna dei beni all'utente finale in proprio, senza dunque una compartecipazione alla logistica dei propri fornitori – se non per la consegna dei beni al corriere inviato dall'Emittente nella fase iniziale del processo il che agevola l'attività dei fornitori stessi e rende meno onerosa per loro la partecipazione alla catena logistica dell'Emittente.

Successivamente alla vendita all'utente finale, l'Emittente comunica automaticamente al proprio fornitore il singolo ordine e quest'ultimo, che sovente ha dei dipendenti dedicati per la gestione di questo tipo di ordini, consegna al corriere inviato dall'Emittente i prodotti richiesti.

I prodotti vengono inoltrati presso uno dei centri logistici dell'Emittente - alla Data del Documento di Ammissione si tratta di due centri logistici, siti in Palermo e Pioltello (Milano), quest'ultimo in *outsourcing* a DHL Logistics e che consente un risparmio di tempo di 48 ore.

L'allocazione efficiente degli ordini, l'affidabilità e la portabilità del sistema logistico è garantita dalla piattaforma tecnologica usata dall'Emittente tramite Colombo, un *software* dotato di un algoritmo proprietario integrato nella piattaforma tecnologica, che distribuisce gli ordini dai fornitori ai centri logistici sulla base delle loro capacità di soddisfare gli stessi. Il *software* è installato su stazioni di lavoro connesse tramite una VPN alla piattaforma proprietaria al fine di garantire il pieno controllo sulla spedizione dei prodotti al cliente finale, e interagisce in tempo reale con gli spedizionieri, in modo

da scegliere il più economico ed efficiente sulla base delle dimensioni del collo e della destinazione.

La spedizione è gratuita per ordini da un valore superiore a Euro 100 (Italia), Euro 150 (UE e Regno Unito) e Euro 500 (per il resto del mondo): nei casi in cui non è gratuita i costi sono divisi tra il cliente e l'Emittente.

L'Emittente cura nei centri logistici la fase di *packaging* dei prodotti (in alcuni casi esternalizzata a operatori terzi), assemblando nei singoli colli da spedire, nel caso in cui vengano acquistati dal cliente più beni il cui ordine è trasmesso a diversi fornitori, più articoli provenienti da fornitori diversi. Anche il confezionamento degli ordini destinati al cliente finale è dunque effettuato dall'Emittente o sotto la sua supervisione e non dal fornitore dei capi di abbigliamento o degli accessori che si limita a consegnare i prodotti richiesti al corriere (una consegna al giorno) senza comporre la spedizione per il cliente finale, sulla cui identità e sui cui ulteriori acquisti non sono fornite informazioni di alcun tipo al fornitore.

Il modello di *business* dell'Emittente non prevede che lo stesso abbia in dotazione un magazzino, e dunque non prevede elevati investimenti e i relativi costi fissi, né più in generale che lo stesso tenga in deposito dei capi e debba gestire lo stoccaggio degli stessi o eventuali problemi di obsolescenza.

Oltre alla fase di *packaging* dei prodotti, viene anche svolta un'attività di controllo qualità degli stessi, in modo da inviare prodotti curati e il più possibile privi di difetti, limitando altresì la quantità di resi. Nel caso in cui vengano riscontrati dei difetti, l'Emittente può restituire i prodotti al fornitore.

La fase di spedizione è poi curata attraverso la *partnership* con operatori logistici di primo piano, con cui l'Emittente si interfaccia anche attraverso la propria piattaforma informatica.

I costi di *packaging*, spedizione e per i servizi di pagamento dell'Emittente sono cresciuti dal 7,8% dei ricavi (2018) al 8,8% (2019) al 9,3% (2020) dei ricavi.

6.1.4.5 Assistenza post vendita

L'Emittente, successivamente alla vendita e alla consegna dei prodotti, cura la fase di assistenza post vendita, tramite un *team* interno dedicato (la cui composizione è flessibile e varia sulla base dei picchi di mercato) e che vista la natura internazionale della clientela dell'Emittente si confronta con lo stesso in 5 lingue differenti. Si ritiene che la capacità dell'Emittente di interagire con i clienti in lingue differenti e ad orari che tengono conto della natura internazionale della clientela generi un'elevata soddisfazione dei clienti. Si prevede che, man mano che l'attività dell'Emittente si espande a livello internazionale, venga ampliato anche il numero di lingue straniere in

cui è disponibile il servizio clienti. I clienti possono comunicare con l'Emittente tramite telefono, posta elettronica e chat. Il sistema di assistenza gestisce circa 2.700 contatti la settimana.

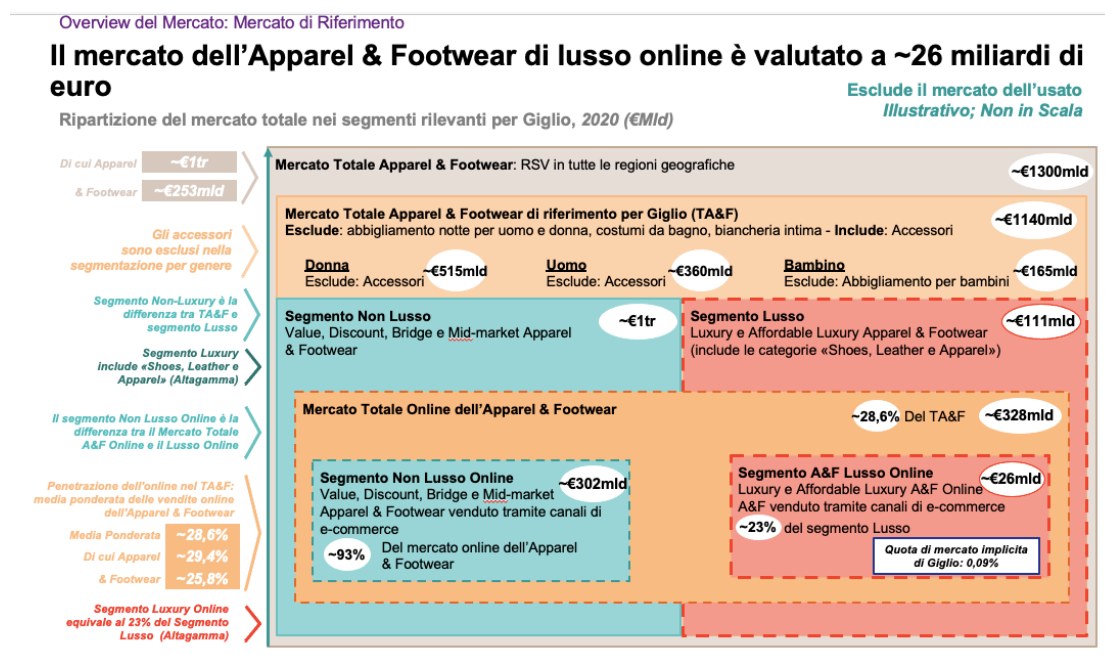
Il ridotto numero di resi (il 9,9% del *gross merchandise value* nel corso dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020) consente di sostenere costi relativamente bassi per la gestione degli stessi. I resi sono gratuiti in Italia in caso di ordini superiori a un certo valore, e a spese del cliente fuori dall'Italia. Il rimborso di solito avviene contemporaneamente alla restituzione del prodotto.

6.1.5 Descrizione di nuovi prodotti o servizi introdotti

Alla Data del Documento di Ammissione l'Emittente non ha introdotto nuovi prodotti e/o servizi significativi né ha reso pubblico lo sviluppo di nuovi prodotti e/o servizi.

6.2 Principali mercati

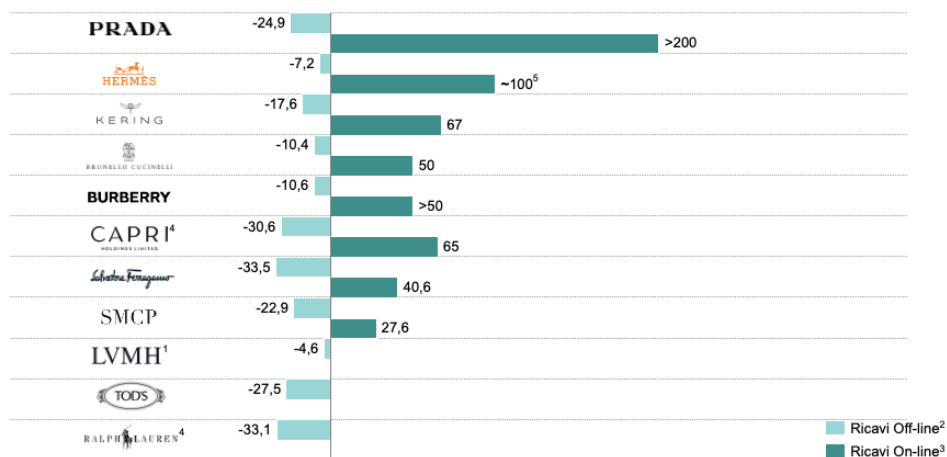
L'Emittente opera nel mercato globale online del Personal Luxury con riferimento alle categorie Apparel & Footwear, il cui valore al 2020 può essere stimato pari a circa Euro 26 BN con un'incidenza del 23% sul mercato totale (off-line e on-line).



La chiusura dei negozi fisici a seguito delle disposizioni messe in atto per contenere la Pandemia Covid-19 ha accelerato il trend di crescita già in atto del canale on-line, come confermato dai risultati riportati da alcuni dei principali *brand* di settore.

Le vendite online hanno registrato una forte accelerazione nel 2020

Evoluzione dei ricavi offline e online per player (società quotate) (2019-2020, variazione %)

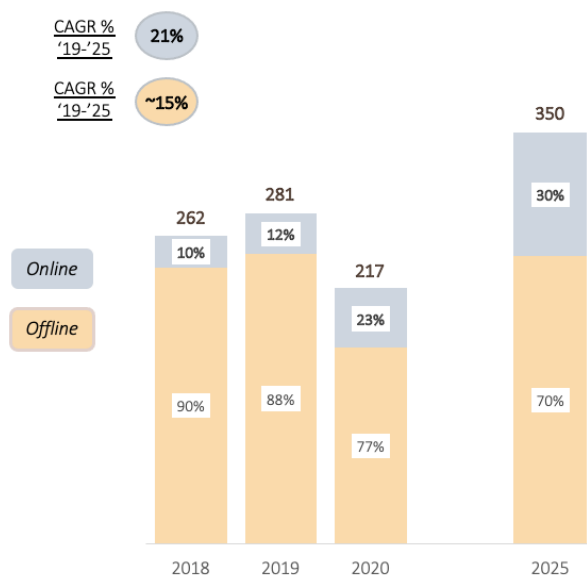


Fonte: Public Data, Company reports

1: Fashion & Leather Goods 2: Include Retail e Wholesale 3: Retail e-commerce 4: Adjusted LTM 5:Pambianconews

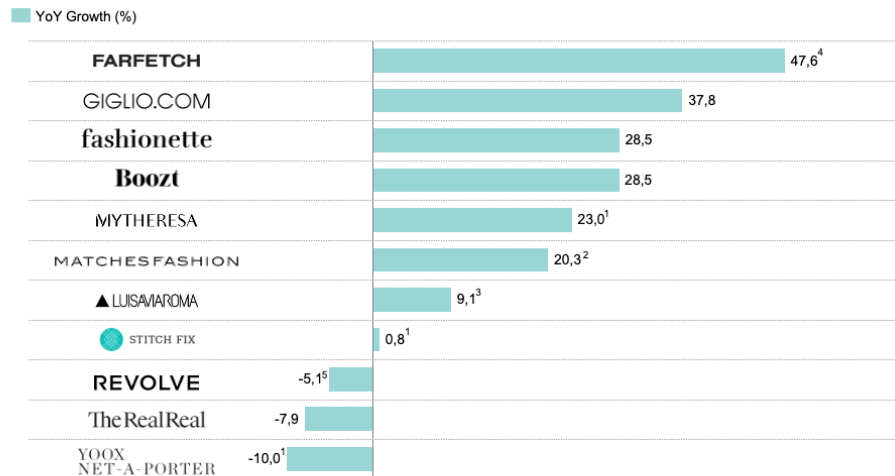
Analogamente, le piattaforme del lusso *online* hanno registrato performance positive nel 2020, riflettendo la crescente inclinazione dei consumatori ad acquistare prodotti di lusso *online*.

PREVISIONI PER IL PERSONAL LUXURY MARKET (miliardi di euro,%)



Il trend di crescita online per i prodotti di lusso è confermato dalla performance delle principali piattaforme e-commerce nel 2020

Evoluzione dei ricavi per player (2019-2020, % change)



*Sense and Vestaire Collective: N/A

Fonte: Public Data

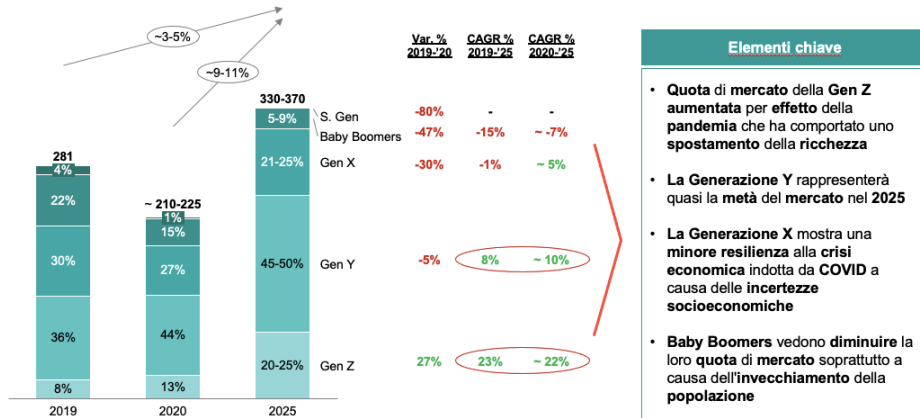
1: Adjusted LTM 2: FY ended Jan 2020 3: Pambianconews 4: Digital platform services & fulfillment revenue 5: L'aumento delle entrate di Forward è stato compensato dalla diminuzione delle entrate di Revolve

La crescita del mercato Personal Luxury online sembra essere destinata a proseguire sostenuta da alcuni elementi chiave:

- “*Shift* generazionale”: le generazioni Y (“millennials”) e Z, che rappresenteranno circa il 65-75% del mercato nel 2025, oltre ad essere “digital native” hanno abitudini e preferenze (ad. esempio *span* di attenzione inferiore e l’abitudine di utilizzare i *ratings*)

Il cambio generazionale è un driver chiave per la continua crescita dell'online, con le Gen Z e Gen Y che si prevede costituiranno oltre il 65%-75% del mercato nel 2025

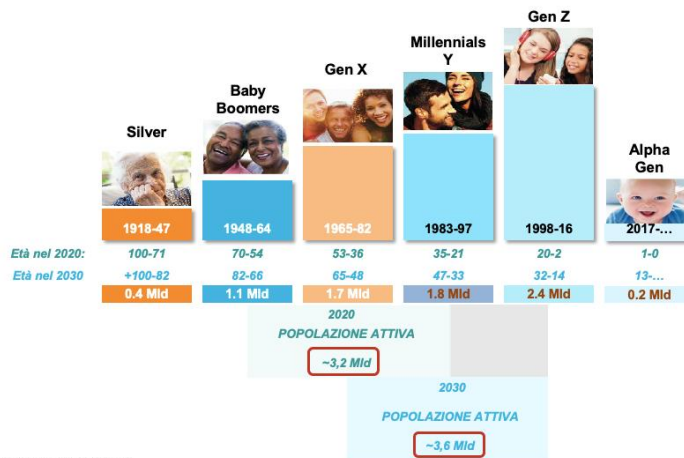
Il Mercato Globale dei Beni di Lusso suddiviso per generazione (2019-2025F, €Mld, %)



Fonte: Allgama

Il cambio generazionale è un fattore chiave della continua crescita dell'online

Segmentazione consumatori per età (2020 - 2030F, #)



Fonte: The center of generational kinetics; Eurostat
 Note: La popolazione attiva è considerata nel range 25-65 anni

- Ricerca da parte dei *player* del lusso di nuovi canali di accesso al mercato complementari rispetto ai canali di proprietà (“D2C”). D2C. Nell’ambito di una strategia multi-canale, le piattaforme online multi-brand possono rappresentare un pilastro fondamentale per:
 - accedere a segmenti e categorie di consumatori supplementari
 - soddisfare le necessità di quei consumatori che trovano ispirazione tramite il *browsing* di più opzioni prima dell’acquisto

Inoltre, per i *brand* di dimensioni inferiori, che non possono permettersi rilevanti investimenti e l'internalizzazione di competenze specifiche, la collaborazione con gli aggregatori *online* offre l'opportunità di scalare velocemente e aumentare la visibilità.

Market Trend

Oltre che dall'accelerazione dell'online e dal cambio generazionale, la crescita delle piattaforme è sostenuta dalla continua ricerca dei brand di nuove modalità di accesso al mercato

Market Driver per il Futuro

Continua Accelerazione dei canali online	1 Si prevede una maggiore penetrazione dell'online strutturale	<ul style="list-style-type: none"> L'online ha rappresentato il 23% delle vendite di beni di lusso nel 2020 - in crescita rispetto al 12% del 2019 ...che rappresenta un cambiamento indotto e sistemico nel comportamento dei consumatori durante la pandemia che si prevede rimanga tale ...ma anche un cambiamento strategico da parte dei brand con il canale online che diventa a tutti gli effetti un pilastro fondamentale del mix di canale Il canale wholesale ha subito una significativa razionalizzazione dei punti di vendita. Post-pandemia, i brand stanno integrando la loro strategia DTC con nuovi canali indiretti
	2 Crescita piattaforme sostenuta dai consumatori nativi digitali Gen Z	<ul style="list-style-type: none"> Il cambio generazionale è un driver chiave della continua crescita dell'online, si prevede che la Gen Z, nativa digitale, costituirà >65% dei clienti del lusso entro il 2025
	3 Brand alla ricerca di canali distintivi per complementare la loro offerta di DTC online	<ul style="list-style-type: none"> I principali brand vedono nelle piattaforme la possibilità di raggiungere nuove categorie di consumatori; il rischio che si ritirino da tali piattaforme multimarca è basso I brand più piccoli considerano le piattaforme online multimarca come un mezzo per scalare velocemente online e aumentare la «awareness» del brand presso i consumatori

Fonte: Desk Research, Expert Interviews



6.2.1 Posizionamento Competitivo

Il panorama competitivo è composto da *player* di varie dimensioni che si distinguono per modello di business (*wholesale* e *marketplace*).

Competizione: Modelli di Business

Ad oggi, ci sono due modelli di business di riferimento (ad eccezione del canale diretto)

Tick box dal punto di vista delle piattaforme

	PRODUCT SUPPLY Proprietà del prodotto e dell'inventario	CONTROLLO CATALOGO Controllo sui prezzi, sull'immagine del brand e sulla fotografia	SUPPLY CHAIN & FULFILLMENT Gestione del packaging e della spedizione	CLIENTE Ricevuta del pacco direttamente dalla piattaforma	PIATTAFORME Operatori che adottano ogni modello di business
 WHOLESALE Pro: uniformità di servizio Contro: rischio d'inventario	✓	✓	✓	✓	MYTHERESA ▲ LUISAVIAROMA MATCHES FASHION
 MARKETPLACE Pro: nessun rischio d'inventario, economie di scala, alta fedeltà dei clienti, "accesso all'e-concession" [*] . Contro: minore uniformità del servizio	✗	✓	✗ ¹	✗	FARFETCH TheRealReal
	✗	✓	✓	✓	GIGLIO.COM

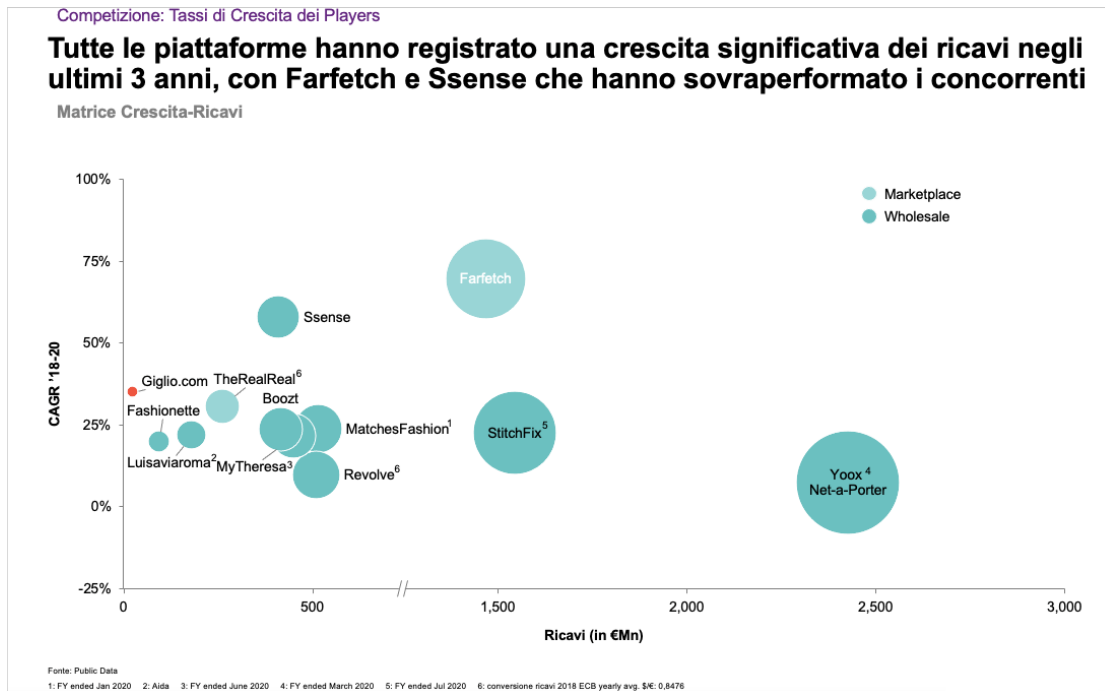
* Esempi di brand che operano con il modello di e-concession sono Prada su Yoox Net-a-Porter e Mulberry su Farfetch

¹: Dropshipping ²: nei casi in cui piattaforma gestisce supply chain & fulfillment

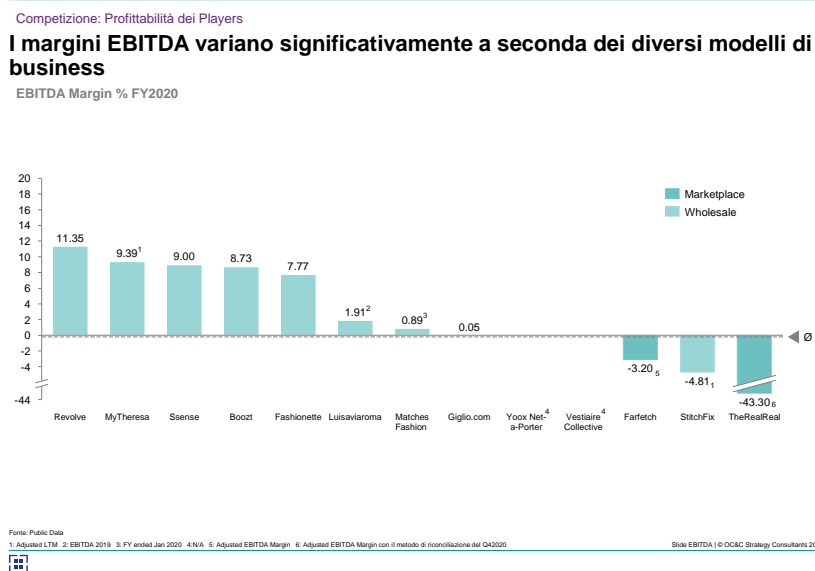
L'Emittente è un *marketplace* con un posizionamento competitivo fondato sulla profondità dell'offerta. La gestione diretta della logistica rappresenta per Giglio.com un punto di differenziazione dagli altri *marketplace*, permettendo l'offerta di un servizio uniforme e di qualità in termini di packaging, spedizione e resi e un efficientamento delle attività di back-office dei clienti.

A livello di dimensione, Giglio.com si posiziona al terzo posto tra il *peer group* dei *marketplace* con un fatturato di 24,5 milioni di euro nel 2020 e un'ampia diffusione geografica.

In termini di *performance*, tutte le principali piattaforme *luxury* hanno registrato una significativa crescita dei ricavi negli ultimi 3 anni



Come di evince dai dati riportati di seguito, i *player* di mercato presentano livelli di marginalità molto differente anche in ragione delle peculiarità dei modelli di business adottati



6.3 Fatti importanti nell'evoluzione dell'attività dell'Emittente

La storia dell'Emittente è legata a quella di Giglio S.p.A., titolare di importanti *boutique*

della moda e del lusso a Palermo. La prima bottega Giglio nasce come rivendita di materiali per sarti tra le due guerre. La prima *boutique* Giglio vera e propria nasce nel 1965, e già tra il 1975 e il 1976 vengono avviate collaborazioni con marchi prestigiosi come Fendi, Armani e Saint Laurent: attraverso tre generazioni della famiglia Giglio l'azienda è cresciuta, secondo un modello di *business* tradizionale, con rapporti di collaborazione con importanti stilisti e creando nuovi punti vendita (alla Data del Documento di Ammissione cinque punti vendita a Palermo), fino ad arrivare a sette *boutique* negli anni '90, vantando dunque, come rivenditore, importanti rapporti con il mondo della moda e del *retail*, tanto da entrare dal 2003 nella Camera Nazionale della Moda Italiana.

Già nel 1996 viene lanciato il sito internet, che tuttavia, anche alla luce di un contesto in cui il mercato dell'*e-commerce* era ben poco sviluppato e non erano disponibili soluzioni tecniche efficienti per alcuni aspetti fondamentali come i pagamenti, viene sviluppato effettivamente a partire dalla fondazione di Giglio.com, che viene costituita nel 2007.

A partire dalla fondazione, l'Emittente avvia dunque la propria attività di *e-commerce* fino a raggiungere nel 2012 un valore della produzione di Euro 1.165.758.

Nell'esercizio 2013 l'Emittente incontra delle rilevanti difficoltà tecnologiche connesse all'inadeguatezza della piattaforma tecnologica utilizzata all'epoca per le attività di *e-commerce* (un software di *customer relationship management* open source disponibile sul mercato), che causano una flessione dei ricavi (pari a Euro 0,9 milioni): ciò porta l'Emittente a sviluppare già nel 2013 una piattaforma interamente proprietaria e gestita internamente in tecnologia LAMP. La nuova piattaforma, che ha richiesto consistenti investimenti e che presentava notevoli profili di rischio in ordine agli esiti della stessa, è *online* dall'8 novembre 2013.

A partire dal 2013, dunque, l'Emittente costruisce un intero ecosistema proprietario e di gestione del sito, cui si sono aggiunti negli anni *software* di logistica e di integrazione con i fornitori nonché *data base* interni, al fine di coprire tutto il ventaglio di attività dell'Emittente. Ciò ha comportato negli anni anche una crescita del personale dedicato. L'apporto di nuovi dipendenti e collaboratori ha poi riguardato anche l'ambito della comunicazione e il reparto commerciale, in particolare per quanto riguarda i rapporti con i fornitori.

Nel 2016 l'Emittente aggiunge alle versioni in italiano e in inglese del sito anche cinque nuove lingue in modo da raggiungere clienti in oltre 120 paesi.

La crescita dell'Emittente lo ha poi portato a essere incluso nel 2017 nella lista delle "*fastest growing companies*" in Europa del Financial Times (poi riconfermato negli anni successivi) e a creare rapporti con importanti operatori tecnologici (nel 2017 l'Emittente è scelto da Apple come *launch partner* in Europa per il sistema di

pagamento Apple Pay). Sempre nel 2017 viene sviluppato il *Community Store*, innovativo sistema di business di *boutique* indipendenti, e Giglio S.p.A. cessa di essere l'unico fornitore dell'Emittente.

A livello societario, al fine di supportare la propria crescita e l'avvio di un'espansione su un piano internazionale, l'Emittente nel 2018 emette titoli di debito per Euro 2.000.000 con un prestito denominato "GIGLIO.COM BOND 6,25% 2018-2024" quotato sul mercato Extra Mot di Borsa Italiana sottoscritto da Zenit SGR, il che ha avuto anche riflessi positivi sull'adeguamento della *governance* e degli assetti organizzativi dell'Emittente. Il prestito è stato rimborsato nel 2021. Nel 2019 fa ingresso nel capitale sociale dell'Emittente la società di investimenti Equilybra S.p.A., anche mediante sottoscrizione di un aumento di capitale.

Nel corso del 2020 l'Emittente ha raggiunto un *network* di oltre 150 fornitori e un *gross merchandise value* per Euro 26,5 milioni, e incrementato le attività di marketing, avviando una campagna pubblicitaria tramite Sky, sviluppando le prime Capsule Collections e svolgendo attività di marketing con contributi diretti da parte dei brand. Nonostante la pandemia da COVID-19, i fondamentali resilienti dell'Emittente hanno consentito allo stesso di avere un miglioramento nel primo trimestre del 2020 rispetto al primo trimestre 2019 (+3,1% nel *gross merchandise value*).

Sempre nel 2020, inoltre, nel contesto della pandemia di Covid-19, l'Emittente ha lanciato il progetto di solidarietà "KUMI", rivolto alla propria comunità di fornitori, che ha previsto l'applicazione di sconti, e di meccanismi di *cashback* alle boutique per le vendite effettuate dietro esercizio di *coupon*, coerentemente con i propri valori di attenzione ai rapporti umani, alla comunità e di restituzione del valore generato che l'Emittente ritiene caratterizzino la propria attività.

Anche la struttura operativa si è consistentemente sviluppata negli anni, a partire da oltre 28 dipendenti nel 2017 e 35 nel 2018 per giungere a 84 al 30 aprile 2021, con l'integrazione di rilevanti figure a livello dirigenziale. Alla Data del Documento di Ammissione, tra i più rilevanti esponenti aziendali dell'Emittente vi sono Vincenzo Troia, managing director (precedenti esperienze in Yoox Net-A-Porter Group, Sky), Marco Claudino, Chief Operating Officer (da 6 anni presso l'Emittente, dopo esperienze in Elkony, Level 7), Laura Favaretto, Chief Financial Officer (KPMG), Agostino Terzo, CAO & Responsabile risorse umane (da 3 anni presso l'Emittente, dopo esperienze in Mosaicon, Grand Vision), Francesco Sabatucci, CMO (Aruba.it), Annachiara Varvaro, Brand Manager, (da sei anni presso l'Emittente dopo esperienze in La Perla, Fay) e Massimo Della Rocca, Business Development Director (Valentino, Trussardi, Gilmar, Ittierre), quest'ultimo collaboratore esterno.

Nel corso del 2021 viene inoltre avviato il processo di quotazione su AIM Italia. In data 24 giugno 2021 l'Assemblea dei soci ha deliberato la trasformazione della Società e l'approvazione del progetto di ammissione alle negoziazioni delle Azioni su AIM Italia.

6.4 Strategia e obiettivi

L'Emittente intende proseguire nella propria strategia di sviluppo e di crescita per linee interne ed esterne, con l'obiettivo di incrementare la base di clienti e la fidelizzazione dei clienti stessi.

- crescita della base dei clienti, attraverso lo sviluppo del *network* dei fornitori, sia per quanto riguarda i *brand* (che sono passati da meno dello 0,5% del GMV a più del 3% tra il 2020 e il primo trimestre 2021) sia per quanto concerne le *boutique*, con l'obiettivo di avere un catalogo che copra un ventaglio sempre più ampio di capi di abbigliamento e accessori (e di fascia sempre più alta) e, al contempo, abbia una dotazione anche quantitativamente più estesa, così riducendo i rischi di mancate vendite a causa della indisponibilità dei prodotti per taglie, modelli e colori e, al contempo, rendendosi più attrattivi e fidelizzando i clienti in modo da far crescere la base clienti. L'Emittente intende inoltre sviluppare sistemi per rendere più efficiente l'attività di *marketing* attraverso un'automatizzazione della stessa e migliorare l'esperienza dei clienti specificamente per quanto riguarda i mercati internazionali; l'introduzione della APP (il progetto è stato lanciato nel 2020 ed è previsto la APP sia resa disponibile nel 2022), in modo da rendere più fruibile la piattaforma dai canali *mobile*, consentirebbe un intensificarsi nel processo di acquisizione di nuovi clienti;
- *fidelizzazione dei clienti*, l'Emittente intende effettuare investimenti al fine di migliorare il servizio ai propri clienti anche tramite la APP: una migliore fruibilità *multidevice* consentirebbe una migliore interazione con i clienti esistenti. L'Emittente intende inoltre sviluppare sistemi per un'esperienza personalizzata e migliore di acquisto da parte dei clienti, volti a (i) trattare in tempo reale i dati della base clienti per una strategia di contatto con gli stessi su più canali, (ii) personalizzare l'esperienza di navigazione tramite algoritmi che tracciano i comportamenti simili tra gruppi di clienti e (iii) adattare il sito ai comportamenti dei clienti sullo stesso una volta che i clienti vi hanno fatto accesso (alcuni di questi servizi potrebbero essere affidati in *outsourcing*);
- internazionalizzazione, l'Emittente, che è già presente su scala globale come rivenditore, intende effettuare degli investimenti in attività di *marketing* volti a esaminare i potenziali fornitori a livello europeo da affiliare al proprio *community store*, replicando il modello operativo di creazione e ampliamento del catalogo che si ha in Italia, in modo da diversificare l'assortimento dei prodotti, gestire la possibile saturazione del mercato italiano e migliorare il servizio e l'esperienza dei clienti; l'obiettivo dell'Emittente è che l'internazionalizzazione dell'attività di affiliazione dei fornitori mantenga al contempo l'efficienza della propria operatività; dunque la stessa richiederà una verifica dei potenziali risultati prima di fare ingresso e consolidare la propria presenza in altri mercati; l'Emittente mira

inoltre a una ulteriore internazionalizzazione della base clienti: tra i principali obiettivi in un orizzonte di dodici mesi vi è la crescita nel mercato europeo e statunitense, e in un orizzonte triennale la crescita in Cina, Giappone, Corea di Sud e medio oriente (Iraq, paesi della penisola arabica e del levante); l'Emittente ha inoltre l'obiettivo di rendere sempre più efficiente il proprio processo logistico, anche con esternalizzazione di parte della logistica e smistamento dei prodotti, abbreviando i tempi di consegna della merce in modo da essere competitivo rispetto ad altri attori nel mondo dell'*e-commerce*, anche nella prospettiva dell'internazionalizzazione della propria attività.

6.5 Dipendenza dell'Emittente da brevetti o licenze, da contratti industriali, commerciali o finanziari

Alla Data del Documento di Ammissione non si segnala, da parte dell'Emittente, alcuna dipendenza da brevetti, marchi o licenze, né da contratti commerciali o finanziari o da nuovi procedimenti di fabbricazione.

6.6 Informazioni relative alla posizione concorrenziale dell'Emittente nei mercati in cui opera

Per quanto riguarda il posizionamento competitivo dell'Emittente si rinvia alla Sezione I, Capitolo 6, Paragrafo 6.2, del presente Documento di Ammissione.

6.7 Investimenti

6.7.1 Investimenti effettuati dall'Emittente in ogni esercizio finanziario per il periodo cui si riferiscono le informazioni finanziarie

Nel seguito sono esposti gli investimenti realizzati dall'Emittente per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 30 dicembre 2018.

Gli investimenti dell'Emittente relativi alle immobilizzazioni immateriali al 31 dicembre 2019 ed al 31 dicembre 2020 sono riportati nella tabella seguente:

Immobilizzazioni Immateriali (Dati in Euro/000)	Costi di Sviluppo	Costi di impianto e ampliamento	Concessioni, licenze e marchi	Altre Imm. Immateriali	Totale
Incrementi 2018	387	–	1	221	609
Incrementi 2019	495	239	11	5	751
Incrementi 2020	565	–	3	0	569

Al 31 dicembre 2018 gli investimenti in immobilizzazioni immateriali sono pari ad Euro 609 migliaia. Nel corso dell'esercizio 2018 l'Emittente ha investito principalmente in *Sviluppo* per Euro 387 e in *Altre Immobilizzazioni Immateriali* per

Euro 221 migliaia.

Al 31 dicembre 2019 gli investimenti in immobilizzazioni immateriali sono pari ad Euro 751 migliaia. Nel corso dell'esercizio 2019 l'Emittente ha effettuato investimenti principalmente in *Impianti e ampliamento* per Euro 239 migliaia e in *Sviluppo* per Euro 495 migliaia.

Gli investimenti in immobilizzazioni immateriali al 31 dicembre 2020 sono pari ad Euro 569 migliaia. In particolare, la voce *Sviluppo* presenta incrementi per Euro 565 migliaia si riferiscono all'implementazione di tre progetti di ricerca e sviluppo capitalizzati nel corso dello stesso esercizio:

- 1) Progetto White-Label: sviluppo della piattaforma "White-Label" (software e sistema gestionale ordini) dedicata ai singoli fornitori che finalizza l'ordine all'interno della piattaforma giglio.com tramite un'interfaccia personalizzata dal fornitore stesso;
- 2) Progetto Fulfillment 2.0: sviluppo dell'algoritmo che permette di affinare e sviluppare la via più breve ed economica inerente i processi di associazione logistica dei prodotti per fornitori, *hub* e destinazione cliente;
- 3) Progetto Digital Inbound: sviluppo del processo di accelerazione e gestione delle priorità inerenti alle operazioni di digitalizzazione dei prodotti.

In particolare, gli incrementi nei *Costi di sviluppo* afferiscono per 538 migliaia a costi relativi al personale e per Euro 27 migliaia a costi relativi a consulenze.

Gli investimenti dell'Emittente nella voce immobilizzazioni materiali al 31 dicembre 2019 ed al 31 dicembre 2020 sono riportati nella tabella seguente:

Immobilizzazioni Materiali (Dati in Euro/000)	Impianti e macchinari	Attrezzature ind. e comm.	Altri beni	Totale
Incrementi 2018	26	22	126	173
Incrementi 2019	9	9	4	22
Incrementi 2020	–	46	29	75

Al 31 dicembre 2018 gli investimenti in immobilizzazioni materiali sono pari ad Euro 173 migliaia. Nel corso dell'esercizio 2018 l'Emittente ha investito principalmente in *Altri beni* per Euro 126 migliaia, in *Impianti e Macchinari* per Euro 26 migliaia ed in *Attrezzature industriali e commerciali* per Euro 22 migliaia. Al 31 dicembre 2019 gli investimenti in immobilizzazioni materiali sono pari ad Euro 22 migliaia. Nel corso dell'esercizio 2019 l'Emittente ha investito principalmente in *Attrezzature industriali e commerciali* per Euro 9 migliaia e in *Impianti e Macchinari* per Euro 9 migliaia.

L'Emittente nel corso dell'esercizio 2020 ha investito in immobilizzazioni materiali per

Euro 75 migliaia. Gli investimenti riguardano esclusivamente le voci *Attrezzature industriali e commerciali* per Euro 46 migliaia e *Altri beni* per Euro 29 migliaia.

6.7.2 Investimenti in corso di realizzazione

Non vi sono investimenti in corso di realizzazione.

6.7.3 Informazioni riguardanti le *joint venture* e le imprese in cui l'Emittente detiene una quota di capitale tale da avere un'incidenza notevole

Non applicabile.

6.7.4 Descrizione di eventuali problemi ambientali che possono influire sull'utilizzo delle immobilizzazioni materiali da parte dell'Emittente

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non è a conoscenza di problematiche ambientali tali da influire in maniera significativa sull'utilizzo delle immobilizzazioni materiali.

7 STRUTTURA ORGANIZZATIVA

7.1 Descrizione del gruppo cui appartiene l'Emittente

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non appartiene ad alcun gruppo.

Alla Data del Documento di Ammissione, Giglio Global S.r.l. controlla l'Emittente, in quanto il capitale sociale dell'Emittente è detenuto al 80,20% da Giglio Global S.r.l.. Il capitale sociale di Giglio Global S.r.l. è detenuto al 56,11% da Michele Giglio S.n.c..

La Società ritiene di non essere soggetta ad attività di direzione e coordinamento ai sensi degli articoli 2497 e seguenti del Codice Civile, in quanto: (i) le principali decisioni relative alla gestione dell'impresa dell'Emittente sono prese all'interno degli organi societari propri dell'Emittente; (ii) al Consiglio di Amministrazione dell'Emittente compete, tra l'altro, l'esame e l'approvazione dei piani strategici, industriali e finanziari e i budget dell'Emittente, l'esame e l'approvazione delle politiche finanziarie e di accesso al credito dell'Emittente, l'esame e l'approvazione della struttura organizzativa dell'Emittente, la valutazione dell'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile della Società ; (iii) l'Emittente opera in piena autonomia rispetto alla conduzione dei rapporti con la clientela e con i fornitori, senza che vi sia alcuna ingerenza di soggetti estranei all'Emittente; (iv) Giglio Global S.r.l. non esercita alcuna funzione di tesoreria accentrata a favore dell'Emittente.

7.2 Società partecipate dall'Emittente

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non detiene partecipazioni in altre società.

8 CONTESTO NORMATIVO

Si indicano di seguito le principali disposizioni legislative e regolamentari maggiormente rilevanti applicabili all'attività dell'Emittente.

8.1 Normativa in materia di dati personali

La normativa in materia di protezione dei dati personali è definita dal D.Lgs. 30 giugno 2003 n. 196, come modificato dal D. Lgs n. 101/2018, (“**Codice della Privacy**”), e dal Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 “relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE” (“**GDPR**”).

Il GDPR, che ha trovato applicazione a partire dal 25 maggio 2018, detta una disciplina uniforme in tutta l'Unione Europea con riferimento alla materia della protezione dei dati personali. Il GDPR, che introduce alcune significative novità rispetto alla disciplina precedente (tra tutte, l'obbligo per taluni soggetti di nominare un responsabile della protezione dei dati - il c.d. “DPO” -, di istituire un registro delle attività di trattamento, di effettuare in relazione ai trattamenti che presentano rischi specifici una valutazione d'impatto sulla protezione dei dati, etc.) sostituisce, almeno parzialmente, la normativa dettata dal Codice della Privacy. Ad ulteriore corredo del GDPR, inoltre, è stato adottato da parte del Governo italiano un decreto legislativo (vedi *infra*) diretto ad armonizzare la disciplina nazionale con le disposizioni del GDPR e ad integrare queste ultime, nella misura consentita dal GDPR stesso. Il GDPR prevede, in particolare:

- sanzioni massime applicabili più elevate, fino all'importo maggiore tra (i) Euro 20 milioni o (ii) il 4% del fatturato globale annuale per ciascuna violazione, a fronte delle sanzioni, inferiori a Euro 1 milione, previste dall'attuale regolamentazione;
- requisiti più onerosi per il consenso, in quanto quest'ultimo dovrà sempre essere espresso mentre il consenso implicito è talvolta ritenuto sufficiente dall'attuale regolamentazione, nonché requisiti formali e sostanziali più stringenti delle informative fornite agli interessati;
- diritti degli interessati rafforzati, ivi incluso il “diritto all'oblio”, che prevede, in alcune circostanze, la cancellazione permanente dei dati personali di un utente, nonché il diritto di chiedere al titolare del trattamento l'accesso ai dati personali o la rettifica o la limitazione del trattamento dei dati che lo riguardano, o di opporsi al trattamento di tali dati, oltre al diritto alla portabilità dei dati.

Al fine di porre in essere le iniziative idonee ad assicurare il rispetto delle predette nuove previsioni normative è necessario avviare specifiche attività di mappatura dei processi aziendali così da individuare le aree di criticità e implementare le procedure

interne. Pertanto, è necessario apportate modifiche significative alla modalità di raccolta, elaborazione e archiviazione dei dati personali, quali ad esempio redigere nuove informative sul trattamento dei dati, revisionare le *policy* aziendali in tema di trattamento dei dati aziendali, effettuare un modello di mappatura di tutti i dati trattati dall'azienda, nominare dei responsabili esterni e dei titolari autonomi del trattamento.

In data 19 settembre 2018 è entrato in vigore il Decreto Legislativo n. 101 del 10 agosto 2018, recante disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del GDPR. Tale decreto ha modificato in buona parte il Codice della Privacy, introducendo e aggiornando – in misura più rigida - anche le sanzioni penali, in aggiunta a quelle previste dal GDPR. Per espressa disposizione di tale decreto legislativo, i provvedimenti del Garante restano validi se e nella misura in cui siano compatibili con il GDPR.

8.2 Normativa a tutela del consumatore

Il D.lgs. 6 settembre 2005 n. 206, “*Codice del consumo*”, contiene la disciplina della vendita di beni ai consumatori. Il Codice del Consumo contiene le norme dell'ordinamento poste a tutela del consumatore, inteso quale “*persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta (art. 3, lett. a)*”. In particolare, la vendita dei beni ai consumatori, le relative garanzie e in particolare la tutela del consumatore a fronte dei difetti di conformità del bene venduto nonché la tutela da prodotti difettosi sono disciplinate dagli articoli da 114 a 135 del Codice del Consumo. Gli articoli 130, 131 e 132 disciplinano la c.d. garanzia legale di conformità, la quale tutela il consumatore in caso di acquisti di prodotti difettosi, che funzionano male o non rispondono all'uso dichiarato dal venditore o al quale quel bene è generalmente destinato. Essa è obbligatoria, inderogabile e ha durata pari a due anni dalla consegna del bene. Gli articoli 128 e 133 del Codice del Consumo contengono, invece, la disciplina della c.d. garanzia convenzionale, che si aggiunge a quella legale, e che consiste in qualsiasi impegno di un venditore o di un produttore, assunto nei confronti del consumatore senza costi supplementari, di rimborsare il prezzo pagato, sostituire, riparare o intervenire altrimenti sul bene di consumo, qualora esso non corrisponda alle condizioni enunciate nella dichiarazione di garanzia medesima o nella relativa pubblicità. Il Codice del Consumo contiene inoltre la disciplina della vendita nei contratti a distanza (tra cui la vendita on line) e nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali (artt. 49 -59). Tra le disposizioni di maggiore interesse, l'art. 49 regola gli obblighi di informazione ai quali il professionista è vincolato nella conclusione di questa tipologia di contratti e richiede che tali obblighi siano informati a parametri di chiarezza, comprensibilità e adeguatezza sia con riferimento al particolare mezzo di comunicazione utilizzato sia avendo riguardo alla natura dei beni e dei servizi oggetto del contratto. In tale contesto occorrerà che siano fornite informazioni quali: le caratteristiche principali dei beni o dei servizi nella misura adeguata al supporto; l'identità, l'indirizzo geografico e i

riferimenti del professionista; il prezzo totale dei beni o servizi, comprensivi delle imposte; le modalità di pagamento; l'esistenza del diritto di recesso e un promemoria circa l'esistenza della garanzia legale di conformità dei beni. L'art. 52 del Codice del Consumo, invece, disciplina il diritto di recesso in favore del consumatore, il quale, nei contratti a distanza, dispone di un periodo di 14 giorni dall'acquisizione del possesso del bene – in caso di contratti traslativi di beni – e dalla conclusione del contratto – nel caso di prestazione di servizi – per recedere dal medesimo contratto. Se il professionista non fornisce al consumatore l'informazione sul diritto di recesso, tale periodo termina dodici mesi dopo la fine del periodo di recesso iniziale, come sopra descritto.

Il D. Lgs. 9 aprile 2003 n.70, "Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico", disciplina in particolare le informazioni generali obbligatorie e gli obblighi di informazione relativi alla comunicazione commerciale che il prestatore del servizio deve rendere ai destinatari.

9 INFORMAZIONI SULLE TENDENZE PREVISTE

9.1 Tendenze recenti sull'andamento della produzione, delle vendite e delle scorte e nell'evoluzione dei costi e dei prezzi di vendita, cambiamenti significativi dei risultati finanziari dell'Emittente.

Dalla chiusura dell'esercizio 2020 alla Data del Documento di Ammissione, non si sono manifestate tendenze significative nell'andamento della produzione, ovvero nell'evoluzione dei costi e dei prezzi di vendita, nonché nell'andamento delle vendite e delle scorte, in grado di condizionare, in positivo o in negativo, l'attività dell'Emittente, né si sono verificati cambiamenti significativi dei risultati finanziari dell'Emittente, fatta eccezione per quanto di seguito riportato.

Si segnala che il *gross merchandise value* dell'Emittente, alla data del 31 marzo 2021, ha riportato una crescita rispetto al rispettivo periodo di riferimento dell'esercizio 2020 pari al 64% passando da Euro 4.882 migliaia a Euro 8.026 migliaia. Il *gross merchandise value* dell'Emittente, per il periodo aprile-maggio 2021, ha riportato una crescita rispetto al medesimo periodo di riferimento dell'esercizio 2020 pari all'89%.

9.2 Tendenze, incertezze, richieste, impegni o fatti noti che potrebbero ragionevolmente avere ripercussioni significative sulle prospettive dell'Emittente almeno per l'esercizio in corso

Alla data del Documento di Ammissione, all'Emittente non risultano particolari informazioni su tendenze, incertezze, richieste, impegni o fatti noti che potrebbero ragionevolmente avere ripercussioni significative sulle prospettive dell'Emittente medesimo almeno per l'esercizio in corso.

10 ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DI DIREZIONE O DI VIGILANZA E PRINCIPALI DIRIGENTI

10.1 Organi sociali e principali dirigenti

10.1.1 Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione dell'Emittente in carica, alla Data del Documento di Ammissione, composto da 7 componenti, è stato nominato dall'assemblea del 24 giugno 2021 e rimarrà in carica sino alla data di approvazione del bilancio al 31 dicembre 2023.

I membri del Consiglio di Amministrazione sono indicati nella tabella che segue.

Nome e cognome	Carica	Luogo e data di nascita
Giuseppe Giglio	Presidente e Amministratore Delegato	Palermo, 28 aprile 1968
Federico Giglio	Amministratore delegato	Palermo, 25 marzo 1971
Michele Salvatore Giglio	Amministratore	Palermo, 27 novembre 1939
Matteo Gatti	Amministratore	Sesto San Giovanni, 29 agosto 1972
Francesco Tombolini	Amministratore	Loreto, 14 ottobre 1963
Alessandro Varisco	Amministratore indipendente*	Milano, 19 giugno 1965
Mario Boselli	Amministratore indipendente*	Como, 27 marzo 1941

*ai sensi dell'art. 148, comma 3, TUF, come richiamato dall'art. 18 dello Statuto.

Tutti i componenti del Consiglio di Amministrazione sono in possesso dei requisiti di onorabilità di cui all'art. 147-*quinquies* TUF e dallo Statuto.

I componenti del Consiglio di Amministrazione sono domiciliati per la carica presso l'indirizzo che risulta dal Registro delle Imprese.

Si riporta un breve *curriculum vitae* dei membri del Consiglio di Amministrazione:

Giuseppe Giglio

Giuseppe Giglio nasce a Palermo il 28 aprile 1968 e consegue la laurea in scienze politiche economiche nel 1990. Contestualmente al percorso universitario, affianca i familiari nella conduzione dell'attività commerciale di famiglia, sempre nel settore dell'abbigliamento.

Successivamente alla laurea, frequenta diversi corsi post laurea presso la SDA Bocconi di Milano, concentrandosi in particolar modo su Marketing Management su mercati di consumo e su Customer Satisfaction.

Negli anni successivi continua l'attività imprenditoriale di famiglia, portando avanti lo sviluppo delle boutique di Palermo, con un approccio innovativo che permette alla società di diventare uno dei *leader* italiani del *retail*.

Il 19 aprile 1996 registra il dominio *giglio.com*, mentre nel 2007 viene costituita l'Emittente, di cui assume la conduzione in veste di amministratore unico sin dalla costituzione. Vanta 35 anni di esperienza nel settore del lusso e rappresenta l'anima "tecnologica" dell'Emittente.

Federico Giglio

Federico Giglio nasce a Palermo il 25 marzo 1971 e consegue la laurea in scienze politiche economiche nel 1993. Contestualmente al percorso universitario, affianca i familiari nella conduzione dell'attività commerciale di famiglia, sempre nel settore dell'abbigliamento, occupandosi dell'area degli acquisti e della parte amministrativa.

Alla Data del Documento di Ammissione è amministratore delegato dell'Emittente e si occupa degli assortimenti di Giglio S.p.A.. Vanta 32 anni di esperienza nel settore del lusso e nell'Emittente si occupa principalmente degli aspetti legati al mondo della moda.

Michele Giglio

Michele Giglio è nato a Palermo il 27 novembre 1939. Ha svolto la sua carriera professionale conducendo l'attività commerciale di famiglia nel settore dell'abbigliamento, sviluppando le *boutique* di Giglio S.p.A. nel campo del *retail* di capi di abbigliamento e accessori di lusso.

Matteo Gatti

Matteo Gatti è nato a Sesto San Giovanni, Milano, il 29 agosto 1972 e ha conseguito la laurea in economia degli intermediari finanziari presso l'Università Cattolica di Milano nel 1997. Inizia la sua attività con uno stage come Junior Analyst presso Apus Capital Co., a Vancouver, nel 1997, per poi entrare in Advance S.r.l., società di consulenza e analisi per fondi di *private equity* come Investment Analyst (1998-2000), dove diventa anche Direttore esecutivo e partner nel 2000. Dal 2000 al 2008 è Direttore equity presso Tamburi Investment Partners S.p.A., *investment/merchant bank* quotata in Borsa dal 2005, specializzata in investimenti di public / private equity. Dal 2000 al 2003 è anche Vice Direttore di Tamburi & Associati, ove matura esperienza in numerose operazioni di M&A, e dal 2005 è ideatore e promotore di SecondTip S.p.A., società italiana di investimenti nel *secondary private equity*.

Dal giugno 2008 al 2016 è fondatore e presidente di Equilybra Capital Partners S.p.a., holding di partecipazioni, specializzata negli investimenti in PMI, e dal 2016 è

fondatore e presidente di Equilybra S.p.A., società di partecipazioni attiva negli investimenti in PMI.

Francesco Tombolini

Francesco Tombolini è nato a Loreto il 14 ottobre 1963 e ha conseguito la laurea in economia aziendale presso l'Università Bocconi nel 1987. Dal 1986 al 1994 è responsabile commerciale APAC per Genny – Byblod S.p.A. di Ancona. Nel 1994 entra in Giorgio Armani S.p.A. dove è direttore commerciale Emporio Armani fino al 1998. Nel 1998-1999 è Direttore Generale presso Emanuel Ungaro S.A. a Parigi. Dal 1999 al 2003 è WW Wholesale e Digital Director presso Guccio Gucci S.p.A. a Firenze. Nel 2004 torna in Giorgio Armani S.p.A. come EVP Emporio Armani Division sino al 2007. Nel 2008 entra in Villebrequin S.p.A. come CEO, lasciando la carica nel 2012, quando diventa Amministratore Delegato ad interim di Jeckerson S.p.A. a Bologna nel contesto di una ristrutturazione della società sino al 2013. Tra il 2014 e il 2016 è In Season Managing Director di Yoox S.p.A. a Milano e dal 2016 al 2018 è Vice Chief Operating Officer di YNAP Londra. Dal 2018 al 2020 è independent senior advisor per società operanti nell'ambito del private equity. Dal 2020 è Business Director presso Staff International.

Mario Boselli

Mario Boselli è nato a Como il 27 marzo 1941 e ha iniziato la propria carriera lavorativa nell'Agosto 1959 nell'azienda paterna, di antica tradizione serica, la Carlo Boselli di Garbagnate Monastero. Nel corso degli anni, sino al 2005, ha portato l'azienda di famiglia a un significativo sviluppo, sia in Italia che all'estero, in Slovacchia, completando una “filiera” di attività, sempre prevalentemente serica, nei settori a valle, quello della tessitura a maglia, fino al capo confezionato.

Nel 2005, dopo più di 42 anni, ha lasciato l'azienda di famiglia per nuovi incarichi. Attualmente è tra gli altri, Presidente Onorario della Camera Nazionale della Moda Italiana. È stato insignito di varie onorificenze, tra cui quella di Grande Ufficiale al Merito della Repubblica Italiana (1985) e Cavaliere del Lavoro (1990), nonché di Cavaliere di Gran Croce Ordine al Merito della Repubblica Italiana (2007).

Alessandro Varisco

Alessandro Varisco è nato a Milano il 19 giugno 1965 e ha conseguito la laurea in economica e commercio presso l'Università Cattolica di Milano. Dopo una prima esperienza nel 1995 presso Gianni Versace S.p.A., nel 1996 entra in Valentino S.p.A. come Key Account Manager – Sales Manager, ove resta sino al 2000. Dal 2000 al 2004 è in Gianni Versace S.p.A. come direttore commerciale, e dal 2004 al 2008 in Gianfranco Ferrè S.p.A. come direttore commerciale marketing e licenze. Nel 2008-2009 è Direttore Generale di Roberta di Camerino S.p.A. per poi entrare in Moschino

S.p.A., dove dal 2009 al 2015 è Direttore Generale e Amministratore Delegato. Dal 2015 è Amministratore delegato di Twinset S.p.A..

Poteri attribuiti all'Amministratore Delegato

Il Consiglio di Amministrazione nella riunione del 6 luglio 2021 ha deliberato:

- a) di nominare Giuseppe Giglio Amministratore Delegato, con l'attribuzione dei seguenti poteri, da esercitarsi con firma singola e disgiunta:
- 1) negoziare e sottoscrivere contratti con clienti e fornitori, con l'esclusione di contratti con parti correlate, fino a un importo di Euro 500.000 per singolo contratto;
 - 2) sottoscrivere contratti di locazione, in qualità di locatore/conducente, con l'esclusione di contratti con parti correlate, fino a un importo di Euro 200.000 per singolo contratto;
 - 3) sottoscrivere contratti di lavoro con i dipendenti e transigere e definire contenziosi giuslavoristici che comportano una spesa o un impegno fino a Euro 120.000 per la Società;
 - 4) sottoscrivere contratti di acquisto, cessione, manutenzione e riparazione di attrezzature, veicoli, beni mobili registrati e mobili che comportano una spesa o un impegno sino a Euro 100.000 per la Società, con contraenti che non siano parti correlate della stessa;
 - 5) effettuare operazioni sui conti correnti, autorizzare pagamenti, effettuare prelievi di denaro, aprire e chiudere conti correnti bancari a nome della Società, presso qualsiasi banca o istituto di credito e operare sui predetti conti fino al limite di Euro 1.000.000 per ciascuna operazione;
 - 6) definire nuovi servizi di credito presso banche e/o uffici postali o modificare i servizi esistenti (per finanziamenti, prestiti, conti correnti, anticipo di fatture, garanzie e altre operazioni) entro il limite di Euro 800.000 per singola operazione;
 - 7) rappresentare la Società presso qualsiasi autorità pubblica, statale, regionale, provinciale e comunale, con facoltà di firmare qualsiasi atto come istanze, ricorsi e reclami nonché rappresentare la Società stessa in caso di contenziosi presso tali Autorità;

- 8) assumere finanziamenti (sotto qualsiasi forma) e affidamenti, garantiti e non, a breve termine, a medio o lungo termine, per importi fino a Euro 800.000 per operazione,
- b) di nominare Federico Giglio Amministratore Delegato, con l'attribuzione dei seguenti poteri, da esercitarsi con firma singola e disgiunta:
- 1) negoziare e sottoscrivere contratti con clienti e fornitori, con l'esclusione di contratti con parti correlate, fino a un importo di Euro 500.000 per singolo contratto;
 - 2) sottoscrivere contratti di locazione, in qualità di locatore/conducente, con l'esclusione di contratti con parti correlate, fino a un importo di Euro 200.000 per singolo contratto;
 - 3) sottoscrivere contratti di lavoro con i dipendenti e transigere e definire contenziosi giuslavoristici che comportano una spesa o un impegno fino a Euro 120.000 per la Società;
 - 4) sottoscrivere contratti di acquisto, cessione, manutenzione e riparazione di attrezzature, veicoli, beni mobili registrati e mobili che comportano una spesa o un impegno sino a Euro 100.000 per la Società, con contraenti che non siano parti correlate della stessa;
 - 5) effettuare operazioni sui conti correnti, autorizzare pagamenti, effettuare prelievi di denaro, aprire e chiudere conti correnti bancari a nome della Società, presso qualsiasi banca o istituto di credito e operare sui predetti conti fino al limite di Euro 1.000.000 per ciascuna operazione;
 - 6) definire nuovi servizi di credito presso banche e/o uffici postali o modificare i servizi esistenti (per finanziamenti, prestiti, conti correnti, anticipo di fatture, garanzie e altre operazioni) entro il limite di Euro 800.000 per singola operazione;
 - 7) rappresentare la Società presso qualsiasi autorità pubblica, statale, regionale, provinciale e comunale, con facoltà di firmare qualsiasi atto come istanze, ricorsi e reclami nonché rappresentare la Società stessa in caso di contenziosi presso tali Autorità;
 - 8) assumere finanziamenti (sotto qualsiasi forma) e affidamenti, garantiti e non, a breve termine, a medio o lungo termine, per importi fino a Euro 800.000 per operazione.

Nella seguente tabella sono indicate tutte le società di capitali o di persone (diverse

dall'Emittente) nelle quali i membri del Consiglio di Amministrazione dell'Emittente sono alla Data del Documento di Ammissione, o sono stati nel corso degli ultimi 5 (cinque) anni, membri degli organi di amministrazione, direzione o vigilanza o soci, con indicazione circa il loro status alla Data del Documento di Ammissione.

Nominativo	Società	Carica / Socio	Stato
Giuseppe Giglio	Giglio S.p.A.	Consigliere	Attualmente ricoperta
	Avvocatonet S.r.l.	Amministratore unico	Cessata
	Consorzio Meditchain	Vice Presidente	Cessata
	Giglio S.p.A.	Socio	Attualmente detenuta
	Michele Giglio S.n.c.	Socio	Attualmente detenuta
	Giglio Global S.r.l.	Socio	Attualmente detenuta
Federico Giglio	Giglio S.p.A.	Consigliere	Attualmente ricoperta
	Giglio S.p.A.	Socio	Attualmente detenuta
	Michele Giglio S.n.c.	Socio	Attualmente detenuta
	Giglio Global S.r.l.	Socio	Attualmente detenuta
Michele Giglio	Giglio Global S.r.l.	Amministratore unico	Attualmente ricoperta
	Giglio S.p.A.	Socio	Attualmente detenuta
	Michele Giglio S.n.c.	Socio	Attualmente detenuta
Matteo Gatti	Equilybra S.p.A.	Presidente amministratore delegato	e Attualmente ricoperta
	Equilybra S.r.l.	Amministratore Unico	Attualmente ricoperta
	Equilybra Club 1 – EC1 S.R.L.	Amministratore	Attualmente ricoperta
	Equilybra Capital Partners S.p.A. in liquidazione	Liquidatore	Attualmente ricoperta
	Atena S.r.l.	Amministratore	Attualmente ricoperta
	Test Industry S.r.l.	Amministratore	Cessata
	Samia S.p.A.	Presidente amministratore delegato	e Cessata
	Deko S.r.l.	Consigliere delegato	Cessata
	Senna S.r.l.	Amministratore Unico	Cessata

	Alba S.p.A.	Amministratore	Cessata
	Bimal S.r.l.	Amministratore	Cessata
	EBMV S.r.l.	Amministratore Unico	Cessata
	NGW S.r.l.	Amministratore	Cessata
	MEP S.r.l.	Amministratore Unico	Cessata
	Sotov Corporation S.r.l.	Amministratore	Cessata
	Umbra Cuscinetti S.p.A.	Amministratore	Cessata
	Business Bridge S.r.l.	Amministratore	Cessata
	Equilybra S.p.A.	Socio	Attualmente detenuta
	Equilybra S.r.l.	Socio	Attualmente detenuta
	Equilybra Capital Partners S.p.A. in liquidazione	Socio	Attualmente detenuta
	Forever S.r.l.	Socio	Attualmente detenuta
Francesco Tombolini	Fratelli Guzzini S.p.A:	Amministratore	Cessata
	Top Retailer S.r.l.	Presidente	Cessata
Alessandro Varisco	Golden Goose S.p.A.	Amministratore	Cessata
	Asper S.p.A.	Amministratore	Attualmente ricoperta
	Twinset S.p.A.	Amministratore	Attualmente ricoperta
	Confindustria Emilia	Presidente	Attualmente ricoperta
	Design Holding	Amministratore	Attualmente ricoperta
Mario Boselli	Banca 5 S.p.A.	Presidente	Attualmente Ricoperta
	Prestitalia S.p.A.	Consigliere	Attualmente Ricoperta
	Intesa San Paolo for value S.p.A.	Consigliere	Attualmente Ricoperta
	Schmid S.p.A..	Consigliere	Attualmente Ricoperta
	Chorustyle S.r.l.	Consigliere	Cessata
	F.Lli De Cecco di Filippo - Fara San Martino - S.p.A.	Consigliere	Attualmente Ricoperta
	Fondazione Italia Cina	Presidente	Attualmente Ricoperta
	Istituto italo cinese	Presidente	Attualmente Ricoperta

M. Seventy S.r.l.	Consigliere	Attualmente Ricoperta
Schmid S.p.A..	Socio	Attualmente detenuta
Marbos I. & C. S.r.l.	Socio	Attualmente detenuta

Per quanto a conoscenza della Società, alla Data del Documento di Ammissione, nessuno dei membri del Consiglio di Amministrazione ha, negli ultimi cinque anni, riportato condanne in relazione a reati di frode né è stato associato nell'ambito dell'assolvimento dei propri incarichi a bancarotta, amministrazione controllata o liquidazione non volontaria né infine è stato oggetto di incriminazioni ufficiali e/o destinatario di sanzioni da parte di autorità pubbliche o di regolamentazione (comprese le associazioni professionali designate) o di interdizioni da parte di un tribunale dalla carica di membro degli organi di amministrazione, di direzione o di vigilanza dell'Emittente o dallo svolgimento di attività di direzione o di gestione di qualsiasi emittente.

10.1.2 Collegio Sindacale

Ai sensi dell'art. 26 dello Statuto, il Collegio Sindacale esercita le funzioni previste dall'art. 2403 cod. civ. e si compone di 3 (tre) Sindaci Effettivi e 2 (due) Sindaci Supplenti che durano in carica per tre esercizi.

Il Collegio Sindacale dell'Emittente è stato nominato in data 29 gennaio 2019 e successivamente integrato in data 30 aprile 2021, in seguito alle dimissioni del sindaco Stefano Galletti, mediante nomina quale componente effettivo di Giovanni Perino e quale componente supplente di Matteo Palazzolo, e rimane in carica fino alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio d'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021.

I membri del Collegio Sindacale in carica alla Data del Documento di Ammissione sono indicati nella tabella che segue.

Nome e cognome	Carica	Luogo e data di nascita
Stefano Frattini	Sindaco effettivo	Ravenna, 5 novembre 1969
Giovanni Perino	Sindaco effettivo	Palermo, 14 marzo 1965
Antonio Triolo	Presidente del Collegio Sindacale	Palermo, 27 novembre 1978
Adele Vermiglio	Sindaco supplente	Messina, 24 giugno 1971
Matteo Palazzolo	Sindaco supplente	Palermo, 22 aprile 1973

I componenti del Collegio Sindacale sono tutti domiciliati per la carica presso l'indirizzo che risulta dal Registro delle Imprese.

Tutti i componenti del Collegio Sindacale sono in possesso dei requisiti di onorabilità e professionalità previsti dall'articolo 148, comma 4, TUF, nonché dei requisiti di indipendenza previsti dall'articolo 148, comma 3, TUF.

Di seguito è riportato un breve *curriculum vitae* di ogni sindaco, dal quale emergono la competenza e l'esperienza maturate in materia di gestione aziendale.

Antonio Triolo

Antonio Triolo è nato il 27 novembre 1978 a Palermo e ha conseguito la laurea in economia e commercio presso l'Università di Palermo nel 2004. È dottore commercialista e revisore legale dal 2008. Dal 2010 esercita la libera professione di dottore commercialista e revisore contabile a Palermo.

Stefano Frattini

Stefano Frattini è nato a Ravenna il 5 novembre 1969 e ha conseguito la laurea in discipline economiche e sociali presso Università Bocconi nel 1993. È dottore commercialista e ha superato l'esame di revisore legale nel 2021. Dal 1996 al 2001 è analista finanziario senior presso Intermonte SGR. Successivamente, dal 2001 al 2004, è Vice President, Equity Capital Market, in Société Générale (Londra-Parigi) e poi fund manager presso Finlombarda Gestioni SGR dal 2008 al 2012. A partire dal 2012 svolge la professione di dottore commercialista a Milano e Messina ed è revisore legale.

Giovanni Perino

Giovanni Perino è nato a Palermo il 14 marzo 1965 e ha conseguito la laurea in Scienze Politiche, indirizzo politico economico, presso l'Università di Palermo. È dottore commercialista e revisore contabile. È funzionario direttivo presso l'assessorato regionale infrastrutture e mobilità.

Matteo Palazzolo

Matteo Palazzolo è nato a Palermo il 22 aprile 1973 e ha conseguito la laurea in economia e commercio nel 2000 presso l'Università di Palermo. Dal 2004 è dottore commercialista e dal 2006 Revisore Contabile. Dal 2000 al 2002 è in SDA Soluzioni d'azienda s.n.c. come impiegato e dal 2000 al 2003 è tirocinante come commercialista e revisore contabile presso uno studio in Alcamo. Successivamente, dal 2002, è docente presso istituzioni scolastiche.

Adele Vermiglio

Adele Vermiglio è nata a Messina il 24 giugno 1971 e ha conseguito la laurea in economia e commercio presso l'Università di Messina nel 1995 nonché un corso avanzato di finanza aziendale presso l'Università LUISS di Roma. Dal 1997 al 2000 è account manager presso The Bank of New York, Bruxelles. Successivamente è Project Manager in BNP Paribas (Milano, Parigi) dal 2000 al 2001. Dal 2001 al 2005 è specialista di sistema presso The Bank of New York, Londra, e dal 2005 al 2007 è *Sales e relationship* manager presso JP Morgan Chase, Londra. Dal 2008 è dottore commercialista presso lo studio Vermiglio, Messina.

La tabella che segue indica le società di capitali o di persone (diverse dalle società dell'Emittente) in cui i componenti del Collegio Sindacale siano stati membri degli organi di amministrazione, direzione o vigilanza, ovvero soci negli ultimi 5 (cinque) anni, con l'indicazione del loro status alla Data del Documento di Ammissione.

Nominativo	Società	Carica / Socio	Stato
Antonio Triolo	Giglio S.p.A.	Sindaco	Cessata
	I.G.M. Distribuzione S.C.A.R.L.	Sindaco supplente	Attualmente ricoperta
	Abbazia Santa Anastasia S.p.A.	Sindaco supplente	Cessata
Stefano Frattini	ARPI S.p.A.	Sindaco effettivo	Attualmente ricoperta
	SES – Società editrice sud S.p.A.	Sindaco effettivo	Attualmente ricoperta
	GDS Media&Communication S.r.l.	Sindaco effettivo	Cessata
	SIAT S.p.A.	Sindaco effettivo	Cessata
	Equilybra Capital Partners S.p.A. in liquidazione	Socio	Attualmente detenuta
	Equilybra S.p.A.	Socio	Attualmente detenuta
Giovanni Perino	AST Aeroservizi S.p.A.	Sindaco	Cessata
	Azienda sanitaria provinciale di Agrigento	Sindaco	Cessata
	Casa di cure Orestano S.r.l.	Sindaco	Attualmente ricoperta
	Lojacono S.p.A.	Sindaco	Attualmente ricoperta

	Consorzio Confeseridi	Fidi Sindaco	Attualmente ricoperta
	Giglio S.p.A.	Sindaco	Cessata
Adele Vermiglio	-	-	-
Matteo Palazzolo	-	-	-

Per quanto a conoscenza della Società, alla Data del Documento di Ammissione, nessuno dei membri del Collegio Sindacale ha, negli ultimi cinque anni, riportato condanne in relazione a reati di frode né è stato associato nell'ambito dell'assolvimento dei propri incarichi a bancarotta, amministrazione controllata o liquidazione non volontaria né infine è stato oggetto di incriminazioni ufficiali e/o destinatario di sanzioni da parte di autorità pubbliche o di regolamentazione (comprese le associazioni professionali designate) o di interdizioni da parte di un tribunale dalla carica di membro degli organi di amministrazione, di direzione o di vigilanza dell'Emittente o dallo svolgimento di attività di direzione o di gestione di qualsiasi emittente.

10.1.3 Principali Dirigenti

La tabella che segue riporta le informazioni concernenti i principali dirigenti dell'Emittente.

Nome e cognome	Carica	Luogo e data di nascita
Laura Favaretto	<i>Chief financial officer</i>	Venezia, 2 novembre 1985
Vincenzo Troia	<i>Managing director</i>	Palermo, 9 maggio 1982

Si riporta di seguito un sintetico curriculum vitae, dal quale emergono la competenza e l'esperienza maturate in materia di gestione aziendale.

Laura Favaretto

Laura Favaretto è nata a Venezia il 2 novembre 1985 e ha conseguito la laurea specialistica in scienze economico-aziendali presso l'Università degli Studi di Palermo con il voto di 110 e lode nel 2011. Dal 2017 è iscritta all'albo dei dottori commercialista e dal 2017 è iscritta al registro dei revisori legali. Dal 2012 al 2021 è in KPMG S.p.A. ove di occupa di revisione e organizzazione contabile, maturando significative esperienze in servizi di revisione contabile presso società e enti operanti nel settore pubblico e privato. Nel 2021 diviene Chief Financial Officer presso l'Emittente.

Vincenzo Troia

Vincenzo Troia è nato a Palermo il 9 maggio 1982 e ha conseguito un master in

marketing & communication presso l'Università Bocconi nel 2008 e una laurea di secondo livello in corporate strategy presso l'Università Cattolica di Milano nel 2011. Dal 2008 al 2011 è in Sky Italia come upselling marketing specialist. Nel 2011 entra nel gruppo Yoox (poi Yoox Net-a-Porter), prima a Milano, dove è marketing specialist (2011-2012), successivamente CRM Manager Europe (2013), e successivamente a Hong Kong come Marketing manager Asia-Pacific (2014-2015) e come Country Manager Yoox APAC (2016-2019). Dal 2019 è a Milano quale International Markets Director Yoox. Fa ingresso nell'Emittente quale managing director in data 1° aprile 2021.

La seguente tabella indica tutte le società di capitali o di persone in cui i principali dirigenti della Società siano stati membri degli organi di amministrazione, direzione o vigilanza, ovvero titolari di una partecipazione, negli ultimi cinque anni, con l'indicazione circa lo status della carica o partecipazione alla Data del Documento Ammissione.

Nominativo	Società	Carica / Socio	Stato
Laura Favaretto	-	-	-
Vincenzo Troia	Yoox Asia LTD	Consigliere	Cessata

Per quanto a conoscenza della Società, alla Data del Documento di Ammissione, nessuno dei principali dirigenti ha, negli ultimi cinque anni, riportato condanne in relazione a reati di frode né è stato associato nell'ambito dell'assolvimento dei propri incarichi a bancarotta, amministrazione controllata o liquidazione non volontaria né infine è stato oggetto di incriminazioni ufficiali e/o destinatario di sanzioni da parte di autorità pubbliche o di regolamentazione (comprese le associazioni professionali designate) o di interdizioni da parte di un tribunale dalla carica di membro degli organi di amministrazione, di direzione o di vigilanza dell'Emittente o dallo svolgimento di attività di direzione o di gestione di qualsiasi emittente.

10.1.4 Soci Fondatori

L'Emittente è stato costituito in data 15 ottobre 2007, con atto a rogito del dott. Francesco Pizzuto, Notaio in Palermo, rep. n. 68392, racc. n. 25723, da Michele Giglio S.n.c., Giuseppe Giglio e Federico Giglio.

10.1.5 Rapporti di parentela esistenti tra i soggetti indicati nei precedenti paragrafi 10.1.1, 10.1.2 e 10.1.3

Si precisa che non sussistono vincoli di parentela tra i componenti del Consiglio di Amministrazione, né tra questi e i membri del Collegio Sindacale e i principali dirigenti, fatta eccezione per quanto segue:

- Michele Salvatore Giglio è padre di Federico Giglio e Giuseppe Giglio, che sono fratelli;
- Il sindaco effettivo Stefano Frattini e il sindaco supplente Adele Vermiglio sono marito e moglie.

10.2 Conflitti di interessi dei componenti del Consiglio di Amministrazione, del Collegio Sindacale e dei Principali Dirigenti

Si segnala che alla Data del Documento di Ammissione, per quanto a conoscenza dell'Emittente, salve le informazioni di seguito riportate, nessuno tra i membri del Consiglio di Amministrazione o del Collegio Sindacale ha in essere conflitti di interesse tra gli obblighi nei confronti della Società e i propri interessi privati o altri obblighi.

Alla Data del Documento di Ammissione i seguenti amministratori detengono, direttamente o indirettamente, una partecipazione nel capitale sociale dell'Emittente:

- Giuseppe Giglio, Presidente e Amministratore Delegato, è titolare del 21,95% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., società titolare del 80,20% del capitale sociale dell'Emittente, e del 40% del capitale sociale di Michele Giglio S.n.c., a sua volta titolare del 56,11% del capitale sociale della stessa Giglio Global S.r.l.. Giuseppe Giglio è anche titolare del 2,4% del capitale sociale dell'Emittente;
- Federico Giglio, Amministratore Delegato, è titolare del 21,95% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., società titolare del 80,20% del capitale sociale dell'Emittente, e del 40% del capitale sociale di Michele Giglio S.n.c., a sua volta titolare del 56,11% del capitale sociale della stessa Giglio Global S.r.l.. Michele Giglio è anche titolare del 2,4% del capitale sociale dell'Emittente;
- Michele Giglio, Amministratore, è titolare del 10% del capitale sociale di Michele Giglio S.n.c., società che il 56,11% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., a sua volta titolare del 80,20% del capitale sociale dell'Emittente; Michele Giglio è inoltre amministratore unico di Giglio Global S.r.l..
- Matteo Gatti è socio, Presidente e Amministratore Delegato di Equilybra S.p.A., società titolare del 15% del capitale sociale dell'Emittente alla Data del Documento di Ammissione.

10.3 Accordi o intese con i principali azionisti, clienti, fornitori o altri, a seguito dei quali sono stati scelti membri degli organi di amministrazione, di direzione o di controllo o principali dirigenti

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non è a conoscenza di accordi o intese con i principali azionisti, clienti, fornitori o altri, a seguito dei quali i membri del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale e i principali dirigenti siano

nominati.

Si segnala che Equilybra S.p.A., Giuseppe Giglio, Federico Giglio, Michele Giglio S.n.c. erano parti di un patto parasociale, risolto in data del 24 giugno 2021, il quale prevedeva che

- (i) la Società fosse gestita da un Consiglio di Amministrazione composto, per l'intera durata del patto parasociale, da 5 (cinque) consiglieri, di cui: 4 membri designati congiuntamente da Giuseppe Giglio, Federico Giglio, Michele Giglio S.n.c. e 1 membro designato da Equilybra S.p.A.. Conformemente, l'assemblea del 29 gennaio 2019 ha nominato Giuseppe Giglio, Federico Giglio, Michele Giglio e Alessandro Varisco quali amministratori designati da Giuseppe Giglio, Federico Giglio e Michele Giglio S.n.c., e Matteo Gatti quale amministratore designato da Equilybra S.p.A..
- (ii) l'organo di controllo fosse costituito da un Collegio Sindacale composto da tre Sindaci Effettivi e da due Sindaci supplenti nominati come di seguito indicato: n. 2 Sindaci Effettivi (tra cui il Presidente del Collegio Sindacale) e n. 1 Sindaco Supplente designati da Giuseppe Giglio, Federico Giglio, Michele Giglio S.n.c., o 1 solo sindaco effettivo laddove il sottoscritto redei mini bond "Giglio.com bond 6,25% 2018-2024" avesse diritto a nominare 1 sindaco effettivo, e n. 1 Sindaco Effettivo e n. 1 Sindaco Supplente da Equilybra S.p.A.. Conformemente, l'assemblea del 29 gennaio 2019 ha nominato Stefano Frattini e Adele Vermiglio quali sindaci designati da Equilybra S.p.A..

10.4 Eventuali restrizioni concordate dai membri del Consiglio di Amministrazione o del Collegio Sindacale o dai principali dirigenti per quanto riguarda la cessione dei titoli dell'Emittente

Alla Data di Ammissione, per quanto a conoscenza della Società, non esistono restrizioni concordate dai membri del Consiglio di Amministrazione o del Collegio Sindacale o dei principali dirigenti per quanto riguarda la cessione dei titoli dell'Emittente. Per informazioni sugli impegni di *lock up* assunti dall'Emittente e da Giglio Global S.r.l., Equilybra S.p.A., Federico Giglio e Giuseppe Giglio si rinvia alla Sezione II, Capitolo 5, Paragrafo 5.4 del Documento di Ammissione.

11 PRASSI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

11.1 Data di scadenza del periodo di permanenza nella carica attuale, se del caso, e periodo durante il quale la persona ha rivestito tale carica

I componenti del Consiglio di Amministrazione, nominati con delibera dell'Assemblea assunta in data 24 giugno 2021, resteranno in carica sino alla data di approvazione del bilancio al 31 dicembre 2023.

La tabella di seguito riportata indica il periodo di tempo durante il quale i membri del Consiglio di Amministrazione hanno già ricoperto in precedenza tale carica presso l'Emittente.

Nome e cognome	Carica	Luogo e data di nascita	Data della prima nomina
Giuseppe Giglio	Presidente e Amministratore Delegato	Palermo, 28 aprile 1968	15 ottobre 2007
Federico Giglio	Amministratore delegato	Palermo, 25 marzo 1971	29 gennaio 2019
Michele Salvatore Giglio	Amministratore	Palermo, 27 novembre 1939	29 gennaio 2019
Matteo Gatti	Amministratore	Sesto San Giovanni, 29 agosto 1972	29 gennaio 2019
Francesco Tombolini	Amministratore	Loreto, 14 ottobre 1963	24 giugno 2021
Alessandro Varisco	Amministratore indipendente	Milano, 19 giugno 1965	29 gennaio 2019
Mario Boselli	Amministratore indipendente	Como, 27 marzo 1941	24 giugno 2021

La tabella di seguito riportata indica il periodo di tempo durante il quale i membri del Collegio Sindacale hanno già ricoperto in precedenza tale carica presso l'Emittente.

Nome e cognome	Carica	Luogo e data di nascita	Data della prima nomina
Stefano Frattini	Sindaco effettivo	Ravenna, 5 novembre 1969	29 gennaio 2019
Giovanni Perino	Sindaco effettivo	Palermo, 14 marzo 1965	29 gennaio 2019
Antonio Triolo	Presidente del Collegio Sindacale	Palermo, 27 novembre 1978	29 gennaio 2019
Adele Vermiglio	Sindaco supplente	Messina, 24 giugno 1971	29 gennaio 2019

11.2 Informazioni sui contratti di lavoro stipulati dai membri degli organi di amministrazione, di direzione o di vigilanza con l'emittente o con le società controllate che prevedono indennità di fine rapporto

Alla Data del Documento di Ammissione non sono in essere contratti stipulati tra membri del Consiglio di Amministrazione o del Collegio Sindacale che prevedano il pagamento di indennità di fine rapporto.

Si segnala che a favore dei consiglieri Giuseppe Giglio e Federico Giglio alla Data del Documento di Ammissione è stato effettuato un accantonamento ai fini di trattamento di fine mandato.

11.3 Dichiarazione che attesta l'osservanza da parte dell'Emittente delle norme in materia di governo societario vigenti

In data 24 giugno 2021 l'Assemblea ha approvato il testo dello Statuto, sotto condizione sospensiva del rilascio da parte di Borsa Italiana del provvedimento di ammissione alla negoziazione delle Azioni dell'Emittente su AIM Italia.

Nonostante l'Emittente non sia obbligato a recepire le disposizioni in tema di *governance* previste per le società quotate su mercati regolamentati, la Società ha applicato al proprio sistema di governo societario alcune disposizioni volte a favorire la tutela delle minoranze azionarie. In particolare, l'Emittente ha:

- previsto statutariamente la possibilità, per i soci che rappresentano almeno il 10% del capitale sociale avente diritto di voto nell'Assemblea, di richiedere l'integrazione delle materie da trattare;
- previsto statutariamente il diritto di porre domande prima dell'assemblea;
- previsto statutariamente il voto di lista per l'elezione del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale, prevedendo, altresì, che hanno diritto di presentare le liste gli azionisti che da soli o insieme ad altri azionisti siano complessivamente titolari di Azioni rappresentanti almeno il 10% (dieci per cento) del capitale sociale;
- previsto statutariamente che tutti gli amministratori debbano essere in possesso dei requisiti di onorabilità di cui all'articolo 147-*quinquies* del TUF;
- previsto statutariamente l'obbligatorietà della nomina, in seno al Consiglio di Amministrazione, di almeno un amministratore in possesso dei requisiti di

indipendenza previsti dall'art. 148, comma 3, TUF, ovvero di due amministratori in possesso dei requisiti di indipendenza previsti dall'art. 148, comma 3, TUF, laddove il Consiglio di Amministrazione sia composto da un numero superiore a 7 (sette) componenti;

- previsto statutariamente che, a partire dal momento in cui le Azioni emesse dalla Società sono ammesse alle negoziazioni su di un sistema multilaterale di negoziazione si rendono applicabili per richiamo volontario e in quanto compatibili le disposizioni relative alle società quotate di cui al TUF ed ai regolamenti Consob di attuazione in materia di offerta pubblica di acquisto e di scambio obbligatoria (limitatamente agli artt. 106, 108, 109 e 111 TUF) (v. *infra* Sezione II, Paragrafo 4.9, del presente Documento di Ammissione);
- previsto statutariamente un obbligo di comunicazione da parte degli azionisti al superamento, in aumento e in diminuzione, di una partecipazione della soglia del 5% del capitale sociale dell'Emittente ovvero il raggiungimento o il superamento delle soglie del 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 30%, 50%, 66,6%, e 90% del capitale sociale dell'Emittente ("**Partecipazioni Rilevanti**"), ovvero le riduzioni al di sotto di tali soglie, e una correlativa sospensione del diritto di voto sulle Azioni e gli strumenti finanziari per i quali la comunicazione è stata omessa in caso di mancata comunicazione al Consiglio di Amministrazione di variazioni di Partecipazioni Rilevanti;
- previsto che, fatto salvo quanto previsto dall'art. 122-ter del Regolamento 11971, l'azionista, in occasione dell'acquisto di una partecipazione pari o superiore alle soglie del 10%, 20% e 25% del relativo capitale, dovrà dichiarare gli obiettivi che ha intenzione di perseguire nel corso dei sei mesi successivi. Nella dichiarazione sono indicati sotto la responsabilità del dichiarante stesso:
a) i modi di finanziamento dell'acquisizione; b) se agisce solo o in concerto; c) se intende fermare i suoi acquisti o proseguirli nonché se intende acquisire il controllo della Società o comunque esercitare un'influenza sulla gestione della Società e, in tali casi, la strategia che intende adottare e le operazioni per metterla in opera; d) le sue intenzioni per quanto riguarda eventuali accordi e patti parasociali di cui è parte; e) se intende proporre l'integrazione o la revoca degli organi amministrativi o di controllo dell'emittente.
- nominato Laura Favaretto quale Investor Relator;
- adottato una procedura per la gestione delle operazioni con parti correlate;
- approvato una procedura per la gestione degli adempimenti informativi in materia di *internal Dealing*;
- approvato un regolamento di comunicazioni obbligatorie al Nomad;

- approvato una procedura per la gestione interna e la comunicazione all'esterno di documenti e informazioni riguardanti la Società, in particolare con riferimento alle informazioni privilegiate;
- approvato un regolamento per la tenuta del registro delle persone che hanno accesso a informazioni privilegiate;
- istituito un sistema di *reporting* al fine di permettere agli amministratori di formarsi un giudizio appropriato in relazione alla posizione finanziaria netta e alle prospettive della Società;
- che a partire dal momento in cui le Azioni saranno quotate sull'AIM Italia sarà necessaria la preventiva autorizzazione dell'Assemblea nelle seguenti ipotesi: (i) acquisizioni di partecipazioni o imprese o altri *asset* che realizzino un “*reverse take over*” ai sensi del Regolamento Emittenti AIM Italia; (ii) cessioni di partecipazioni o imprese o altri *asset* che realizzino un “cambiamento sostanziale del business” ai sensi del Regolamento Emittenti AIM Italia; e (iii) richiesta di revoca dalle negoziazioni sull'AIM Italia, fermo restando che in tal caso è necessario il voto favorevole di almeno il 90% degli azionisti presenti in Assemblea.

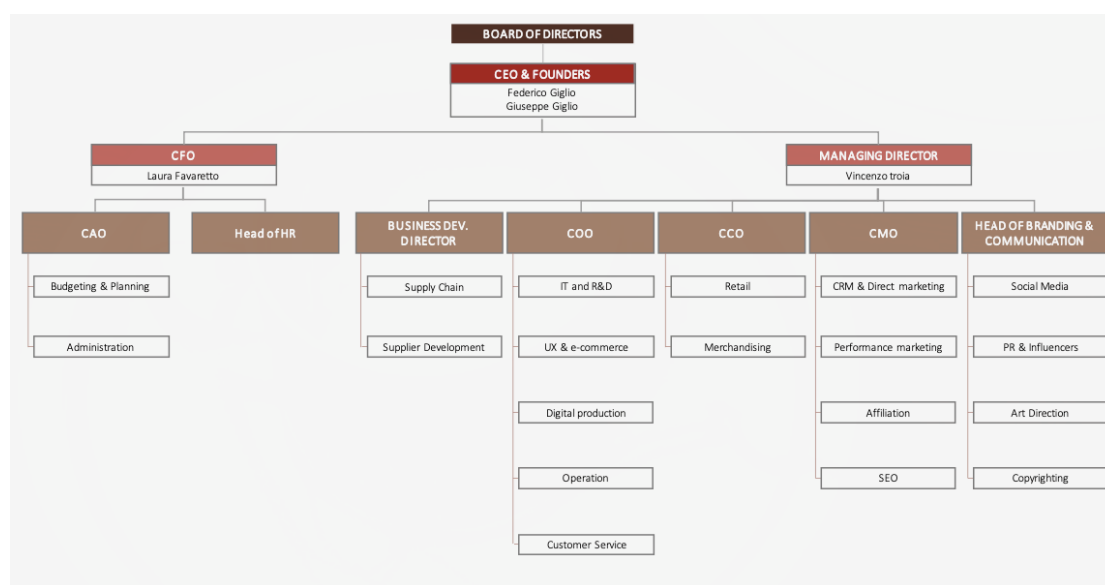
11.4 Potenziali impatti significativi sul governo societario, compresi i futuri cambiamenti nella composizione del consiglio e dei comitati (nella misura in cui ciò sia già stato deciso dal consiglio e/o dall'assemblea degli azionisti)

Alla Data del Documento di ammissione né il Consiglio di Amministrazione né l'Assemblea degli azionisti hanno assunto decisioni in merito alla composizione del Consiglio di Amministrazione né di comitati.

12 DIPENDENTI

12.1 Dipendenti

L'organigramma che segue illustra la struttura organizzativa della Società alla Data del Documento di Ammissione.



Di seguito la tabella riassuntiva sul personale dell'Emittente ripartito per categoria:

Qualifica	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2019	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2020	Alla Data del Documento di Ammissione
Dirigenti	-	-	1
Quadri	3	3	3
Impiegati e operai	44	72	80
Totale	47	75	84

Al 31 dicembre 2020, dei dipendenti dell'Emittente, il 52% è tra i 30 e i 40 anni, il 33% sotto i 30 anni e il 15% più anziano di 40 anni. In ordine alla formazione, il 56% ha un'istruzione universitaria, il 37% ha completato gli studi superiori, il 4% un istituto professionale e il 3% le scuole medie. Il 45% è composto da uomini e il 55% da donne.

In ordine ai settori in cui i dipendenti operano, al 31 dicembre 2020 9 dipendenti sono impiegati nel *business development*, 10 nel *content creation & translation*, 15 nel *customer care*, 3 nel general management, 13 nel marketing, 10 nel settore della produzione di contenuti fotografici e 15 nella *supply chain*.

12.2 Partecipazioni azionarie e *stock option*

12.2.1 Consiglio di Amministrazione

Alla Data del Documento di Ammissione i componenti del Consiglio di Amministrazione dell'Emittente che detengono - direttamente ovvero indirettamente - una partecipazione nel capitale sociale di quest'ultimo sono indicati di seguito:

- Giuseppe Giglio, Presidente e Amministratore Delegato, è titolare del 21,95% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., società titolare del 80,20% del capitale sociale dell'Emittente, e del 40% del capitale sociale di Michele Giglio S.n.c., a sua volta titolare del 56,11% del capitale sociale della stessa Giglio Global S.r.l.. Giuseppe Giglio è anche titolare del 2,4% del capitale sociale dell'Emittente;
- Federico Giglio, Amministratore Delegato, è titolare del 21,95% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., società titolare del 80,20% del capitale sociale dell'Emittente, e del 40% del capitale sociale di Michele Giglio S.n.c., a sua volta titolare del 56,11% del capitale sociale della stessa Giglio Global S.r.l.. Michele Giglio è anche titolare del 2,4% del capitale sociale dell'Emittente;
- Michele Giglio, Amministratore, è titolare del 10% del capitale sociale di Michele Giglio S.n.c., società che il 56,11% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., a sua volta titolare del 80,20% del capitale sociale dell'Emittente; Michele Giglio è inoltre amministratore unico di Giglio Global S.r.l..

Si segnala inoltre che Matteo Gatti è socio, Presidente e Amministratore Delegato di Equilybra S.p.A., società titolare del 15% del capitale sociale dell'Emittente alla Data del Documento di Ammissione.

12.2.2 Collegio Sindacale

Alla Data del Documento di Ammissione, i componenti del Collegio Sindacale non detengono direttamente o indirettamente una partecipazione al capitale od opzioni per la sottoscrizione o l'acquisto di Azioni.

12.2.3 Principali Dirigenti

Alla Data del Documento di Ammissione, i principali dirigenti non detengono direttamente o indirettamente una partecipazione al capitale od opzioni per la sottoscrizione o l'acquisto di Azioni, fatto salvo per quanto segue: Vincenzo Troia è stato individuato quale beneficiario del piano di incentivazione di cui al successivo Paragrafo 12.3 e, qualora la Società esercitasse la facoltà di emettere Azioni in luogo dell'emolumento previsto, avrà diritto di ricevere in assegnazione n. 43.000 Azioni, che

saranno soggette a un impegno di *lock-up*, della durata di 6 mesi dalla data di Inizio delle Negoziazioni, di contenuto analogo a quello assunto dai soci Giglio Global S.r.l., Equilybra S.p.A., Federico Giglio e Giuseppe Giglio.

12.3 Accordi di partecipazione dei dipendenti al capitale dell'Emittente

Alla Data del Documento di Ammissione non sussistono accordi che prevedono forme di partecipazione dei dipendenti al capitale sociale o agli utili dell'Emittente.

L'Emittente ha istituito un piano di incentivazione che prevede l'ammissione alle negoziazioni su AIM Italia quale evento rilevante per l'attribuzione di un emolumento variabile, nonché che possa essere assegnato a ciascun dipendente, a esclusiva discrezione della Società e ove la stessa si avvalga di tale facoltà, un numero di Azioni di valore corrispondente all'emolumento variabile, calcolato sulla base della valorizzazione attribuita in sede di ammissione alle negoziazioni. Alla luce del prezzo di sottoscrizione delle Azioni rivenienti dall'Aumento di Capitale, la Società potrà avvalersi della facoltà di emettere, entro 30 giorni dalla Data di Inizio delle Negoziazioni, massime n. 164.500 Azioni (pari al 1,33% del capitale sociale successivamente al Collocamento) destinate ai beneficiari del piano di incentivazione, rivenienti dall'aumento di capitale gratuito ai sensi e per gli effetti dell'art. 2349 cod. civ. (cfr. Sezione I, Capitolo 15, Paragrafo 15.1.7). Tali azioni saranno soggette a un impegno di *lock up* della durata di 6 mesi dalla data di Inizio delle Negoziazioni, di contenuto analogo a quello assunto dai soci Giglio Global S.r.l., Equilybra S.p.A., Federico Giglio e Giuseppe Giglio (cfr. Sezione II, Capitolo 5, Paragrafo 5.4).

13 PRINCIPALI AZIONISTI

13.1 Indicazione del nome delle persone, diverse dai membri degli organi di amministrazione, di direzione o di sorveglianza, che detengono una quota del capitale o dei diritti di voto dell'Emittente, nonché indicazione dell'ammontare della quota detenuta

Secondo le risultanze del libro soci, nonché sulla base delle altre informazioni a disposizione della Società, alla Data del Documento di Ammissione il capitale sociale dell'Emittente pari ad Euro 1.000.000 è rappresentato da complessive n. 10.000.000 Azioni.

La tabella che segue illustra la composizione dell'azionariato dell'Emittente alla Data del Documento di Ammissione, con indicazione del numero di Azioni detenute dagli azionisti nonché della rispettiva incidenza percentuale sul totale del capitale sociale e sul totale dei diritti di voto esercitabili nelle assemblee della Società.

Socio	Numeri Azioni	% sul capitale sociale	% sui diritti di voto
Giglio Global S.r.l.	8.020.000	80,20%	80,20%
Equilybra S.p.A.	1.500.000	15,00%	15,00%
Federico Giglio	240.000	2,40%	2,40%
Giuseppe Giglio	240.000	2,40%	2,40%
TOTALE	10.000.000	100%	100%

Alla Data di Inizio delle Negoziazioni, il capitale sociale dell'Emittente, tenuto conto delle Azioni sottoscritte nell'ambito del Collocamento Privato, sarà detenuto come segue.

Socio	Numero Azioni	% sul capitale sociale	% sui diritti di voto
Giglio Global S.r.l.	8.020.000	65,74%	65,74%
Equilybra S.p.A.	1.500.000	12,30%	12,29%
Federico Giglio	240.000	1,97%	1,97%
Giuseppe Giglio	240.000	1,97%	1,97%
Mercato	2.200.000	18,03%	18,03%
TOTALE	12.200.000	100%	100%

La tabella che segue mostra l'evoluzione dell'azionariato nel caso in cui la Società si avvalga della facoltà di emettere tutte le n. 164.500 Azioni nell'ambito del piano di incentivazione (cfr. Sezione I, Capitolo 12, Paragrafo 12.3).

Socio	Numero Azioni	% sul capitale sociale	% sui diritti di voto
Giglio Global S.r.l.	8.020.000	64,87%	64,87%
Equilybra S.p.A.	1.500.000	12,13%	12,13%
Federico Giglio	240.000	1,94%	1,94%
Giuseppe Giglio	240.000	1,94%	1,94%
Beneficiari del piano di incentivazione	164.500	1,33%	1,33%
Mercato	2.200.000	17,79%	17,79%
TOTALE	12.364.500	100%	100%

13.2 Diritti di voto diversi in capo ai principali azionisti dell'Emittente

Alla Data del Documento di Ammissione, la Società ha emesso solo Azioni e non sono state emesse azioni portatrici di diritto di voto o di altra natura diverse dalle Azioni.

Per ulteriori informazioni in merito alla composizione del capitale sociale si rinvia alla Sezione I, Capitolo 16.

13.3 Indicazione dell'eventuale soggetto controllante l'Emittente ai sensi dell'art. 93 del Testo Unico della Finanza

Alla Data del Documento di Ammissione l'Emittente è controllata di diritto ai sensi dell'art. 2359, comma 1, n. 1, cod. civ. da Giglio Global S.r.l.

13.4 Accordi che possono determinare una variazione dell'assetto di controllo dell'Emittente

Alla Data del Documento di Ammissione non sussistono accordi che possano determinare una variazione dell'assetto di controllo dell'Emittente.

Per completezza si segnala che in data 24 giugno 2021 Equilybra S.p.A., titolare del 15% del capitale sociale dell'Emittente alla Data del Documento di Ammissione, Giglio Global S.r.l., titolare dell'80,2% del capitale sociale dell'Emittente alla Data del Documento di Ammissione, Giuseppe Giglio, titolare del 2,4% del capitale sociale dell'Emittente alla Data del Documento di Ammissione, e Federico Giglio, titolare del 2,4% del capitale sociale dell'Emittente alla Data del Documento di Ammissione, hanno concluso un patto parasociale, della durata di 18 mesi, avente efficacia al perfezionamento dell'ammissione delle Azioni alle negoziazioni su AIM Italia e risolutivamente condizionato al venir meno di una partecipazione al capitale sociale della Società almeno pari al 6,5% da parte di Equilybra S.p.A..

Il Patto Parasociale prevede che Giglio Global S.r.l., Giuseppe Giglio e Federico Giglio esprimano lo stesso voto di Equilybra S.p.A., con riferimento alle delibere assembleari di natura straordinaria inerenti (i) trasformazione, (ii) modifiche statutarie che comportino una sostanziale modificazione dell'oggetto sociale o una rilevante

modificazione dei diritti dei soci e/o lo spostamento della sede sociale all'estero, (iii) fusione o scissione, (iv) scioglimento, liquidazione anticipata, nomina e revoca dei liquidatori e attribuzione dei relativi poteri nonché ogni altra operazione da cui consegua la perdita dell'autonomia giuridica della Società, al di fuori dei casi di liquidazione obbligatoria previsti dalla legge.

Giglio Global S.r.l., Giuseppe Giglio e Federico Giglio si sono impegnati a far sì che le delibere consiliari relative a (i) eventuali operazioni di acquisizione o dismissione, in qualsiasi forma strutturate, di partecipazioni sociali, aziende e/o rami d'azienda, (b) vendita o cessione a terzi di, ovvero alla concessione a terzi o alla modifica di licenze d'uso su, diritti di proprietà intellettuale o beni immateriali e (c) conclusione, modifica o rinnovo di contratti tra la Società e sue Parti Correlate nonché operazioni tra la Società e Parti Correlate, siano riservate alla competenza esclusiva del Consiglio di Amministrazione della Società e siano approvate con il voto favorevole dell'amministratore o degli amministratori della Società eletti tra i candidati indicati nella lista presentata da Equilybra S.p.A..

14 OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE

14.1 Premessa

Il presente Paragrafo illustra le operazioni poste in essere dall'Emittente e le relative Parti Correlate realizzate nel corso degli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2018, periodi cui si riferiscono le informazioni finanziarie riportate nel Documento di Ammissione.

L'Emittente intrattiene con le proprie Parti Correlate rapporti di varia natura, in prevalenza di tipo commerciale. Secondo il giudizio dell'Emittente, tali operazioni rientrano nell'ambito di una attività di gestione ordinaria e, tenuto conto delle caratteristiche dei beni e servizi prestati, sono concluse a normali condizioni di mercato. Non vi è tuttavia garanzia che ove le stesse fossero state concluse fra o con terze parti, queste ultime avrebbero negoziato e stipulato i relativi contratti, ovvero eseguito le operazioni stesse, alle medesime condizioni e con le stesse modalità.

Si segnala che, in data 6 luglio 2021, il Consiglio di Amministrazione dell'Emittente ha approvato, con efficacia a decorrere dalla Data di Inizio delle Negoziazioni delle Azioni su AIM Italia, la procedura per le operazioni con Parti Correlate (“**Procedura OPC**”). La Procedura OPC, approvata in conformità a quanto disposto dal regolamento adottato dalla Consob con delibera n. 17221 del 12 marzo 2010, come successivamente modificato e integrato anche, da ultimo, dalla delibera n. 21624 del 10 dicembre 2020, nonché dal Regolamento Emittenti AIM Italia e dalle Disposizioni in tema di Parti correlate AIM Italia, come modificate dall'Avviso di Borsa Italiana n. 22008 del 25 giugno 2021, è volta a disciplinare le operazioni con Parti Correlate perfezionate dalla Società, anche per il tramite di proprie controllate, al fine di garantire la correttezza sostanziale e procedurale delle medesime, nonché la corretta informativa delle stesse al mercato.

La Procedura OPC è disponibile sul sito internet dell'Emittente www.giglio.com.

14.2 Operazioni con Parti Correlate

Descrizione delle principali operazioni con parti correlate poste in essere dal gruppo

Nelle tabelle che seguono sono dettagliati i valori economici e patrimoniali delle operazioni con parti correlate realizzate dall'Emittente per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020, 2019 e 2018.

Operazioni con parti correlate al 31 dicembre 2020

Parti correlate	31 dicembre 2020	Costo del	Costi per	Debiti	Debiti
-----------------	------------------	-----------	-----------	--------	--------

(Dati in Euro/000)	Natura correlazione	venduto	servizi	commerciali	finanziari
Giglio S.p.A.	Società il cui capitale sociale è detenuto al 95,78% da Michele Giglio S.n.c.	10.973	–	378	–
Michele Giglio S.n.c.	Società partecipata da Federico e Giuseppe Giglio e titolare del 56,11% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., che controlla l'Emittente	–	150	–	100
Federico Giglio	Amministratore Delegato e socio dell'Emittente	–	48	–	–
Giuseppe Giglio	Presidente del CdA, Amministratore Delegato e socio dell'Emittente	–	48	–	–
Totale		10.973	245	378	100
Totale a bilancio		18.579	5.080	4.307	3.027
Incidenza %		59%	5%	9%	3%

Operazioni con parti correlate al 31 dicembre 2019

Parti correlate	31 dicembre 2019	Costo del	Costi per	Debiti	Debiti
(Dati in Euro/000)	Natura correlazione	venduto	servizi	commerciali	finanziari
Giglio S.p.A.	Società il cui capitale sociale è detenuto al 95,78% da Michele Giglio S.n.c.	9.125	–	621	–
Michele Giglio S.n.c.	Società partecipata da Federico e Giuseppe Giglio e titolare del 56,11% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., che controlla l'Emittente	–	150	–	100
Federico Giglio	Amministratore Delegato e socio dell'Emittente	–	48	–	–
Giuseppe Giglio	Presidente del CdA, Amministratore Delegato e socio dell'Emittente	–	48	–	–
Totale		9.125	245	621	100
Totale a bilancio		13.647	3.461	2.094	1.946
Incidenza %		67%	7%	30%	5%

Operazioni con parti correlate al 31 dicembre 2018

Parti correlate	31 dicembre 2018	Costo del	Costi per	Debiti	Debiti
(Dati in Euro/000)	Natura correlazione	venduto	servizi	commerciali	finanziari

Giglio S.p.A.	Società il cui capitale sociale è detenuto al 95,78% da Michele Giglio S.n.c.	7.470	–	258	–
Michele Giglio S.n.c.	Società partecipata da Federico e Giuseppe Giglio e titolare del 56,11% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., che controlla l'Emittente	–	105	–	100
Federico Giglio	Amministratore Delegato e socio dell'Emittente	–	–	–	–
Giuseppe Giglio	Presidente del CdA, Amministratore Delegato e socio dell'Emittente	–	–	–	–
Totale		7.470	105	258	100
Totale a bilancio		10.477	2.275	1.482	1.936
Incidenza %		71%	5%	17%	5%

Giglio S.p.A.

La Società intrattiene un rapporto commerciale consolidato con la società correlata Giglio S.p.A., attualmente suo principale fornitore di prodotti. Giglio S.p.A. è partecipata da Michele Giglio S.n.c., titolare del 95,78% del capitale sociale (a sua volta partecipata da Federico Giglio, titolare del 40% del capitale, Giuseppe Giglio, titolare del 40% del capitale, Maria Teresa Lo Bue, titolare del 10% del capitale e Michele Giglio, titolare del 10% del capitale), da Federico Giglio (2,11% del capitale) e da Giuseppe Giglio (2,11% del capitale). Michele Giglio, Federico Giglio e Giuseppe Giglio sono anche amministratori di Giglio S.p.A..

Nei tre anni considerati e sino alla data di conclusione del nuovo contratto, avvenuta in data 1° luglio 2021, il rapporto è stato regolato sulla base di un contratto di distribuzione in virtù del reciproco interesse a sviluppare la Società nella sua fase di crescita e sviluppo, prevedendosi conseguentemente delle premialità per Giglio S.p.A. alla luce del suo specifico rilievo quale fornitore e *partner* strategico dell'Emittente. In tale periodo di tempo, la Società ha aumentato l'ammontare della fornitura di merci, registrando comunque un'incidenza minore in relazione al costo del venduto.

Alla Data del Documento di Ammissione, il *business* dell'Emittente si basa su un contratto con la generalità dei propri fornitori/*partner*, tra cui la stessa Giglio S.p.A., che in alcuni specifici casi (considerata la rilevanza strategica del fornitore) può prevedere delle premialità, sotto forma di minori commissioni trattenute dall'Emittente, determinate nell'ambito di una negoziazione con ciascun singolo fornitore. Tali premialità sono definite tenuto conto di parametri di esclusività della merce a disposizione e contributo assoluto annuale del fornitore.

L'eventuale modifica delle premialità previste per la parte correlata Giglio S.p.A.

avverrà previo parere vincolante del Comitato per le Operazioni con Parti Correlate nel rispetto di quanto previsto dalla Procedura per le Operazioni con Parti Correlate approvata dalla Società.

Michele Giglio S.n.c.

La Società intratteneva un rapporto commerciale consolidato con la società correlata Michele Giglio S.n.c. che erogava, a favore di Giglio.com, servizi di amministrazione e pulizia. In particolare, il contratto di servizi, che è stato oggetto di risoluzione consensuale in data 10 giugno 2021, regolava la fornitura di (i) servizi amministrativo-contabili e servizi di pulizia.

Inoltre, la Società era parte di un contratto di comodato d'uso gratuito relativo alla sede operativa situata in via Giovanni Ferro Luzzi, 3 – 90143 Palermo relativo con Michele Giglio S.n.c.. Tale contratto è stato risolto in data 10 giugno 2021.

Alla Data del Documento di Ammissione è in vigore un contratto inerente la sublocazione della sede qui sopra citata con Michele Giglio S.n.c., di durata di sei anni rinnovato per ulteriori sei anni salvo disdetta, che prevede un canone annuo di locazione di Euro 100.000 e, dal 1° febbraio 2024, di Euro 120.000.

Michele Giglio S.n.c. vanta inoltre un credito per finanziamento soci pari ad Euro 100 migliaia già presente in tutti gli esercizi considerati, non fruttifero di interessi.

Michele Giglio S.n.c. detiene il 56,11% del capitale sociale di Giglio Global S.r.l., che controlla l'Emittente in quanto il capitale sociale dell'Emittente alla Data del Documento di Ammissione è detenuto all'80,20% da Giglio Global S.r.l.. Alla data del Documento di Ammissione non risultano rapporti commerciali tra l'Emittente e la Giglio Global S.r.l. in quanto quest'ultima è stata costituita il 14 maggio 2021.

Federico Giglio

Amministratore Delegato della Giglio.com, nel corso degli esercizi 2019 e 2020 ha ricevuto Euro 42 migliaia come compenso per l'attività di A.D. della Società.

Giuseppe Giglio

Presidente del Consiglio di Amministrazione della Giglio.com, nel corso degli esercizi 2019 e 2020 ha ricevuto Euro 42 migliaia come compenso per l'attività di Presidente del Consiglio di Amministrazione della Società.

15 INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI

15.1 Capitale azionario

15.1.1 Capitale emesso

Alla Data del Documento di Ammissione, il capitale sociale dell'Emittente è pari ad Euro 1.000.000 interamente sottoscritto e versato, costituito da n. 10.000.000 Azioni, prive di valore nominale.

15.1.2 Azioni non rappresentative del capitale

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non ha emesso azioni non rappresentative del capitale, ai sensi dell'art. 2348, comma 2°, cod. civ., né strumenti finanziari partecipativi non aventi diritto di voto nell'assemblea, ai sensi degli artt. 2346, comma 6°, e 2349, comma 2°, cod. civ. o aventi diritto di voto limitato, ai sensi dell'art. 2349, comma 5°, cod. civ..

15.1.3 Azioni proprie

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non detiene azioni proprie.

15.1.4 Importo delle obbligazioni convertibili, scambiabili o con Warrant, con indicazione delle condizioni e delle modalità di conversione, di scambio o di sottoscrizione

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non ha emesso obbligazioni convertibili, scambiabili o *cum warrant*.

15.1.5 Indicazione di eventuali diritti e/o obblighi di acquisto sul capitale dell'Emittente

Alla Data del Documento di Ammissione, non sono stati concessi diritti di opzione su azioni o altri strumenti finanziari dell'Emittente.

In data 24 giugno 2021, l'Assemblea della Società ha deliberato l'Aumento di Capitale, per la descrizione del quale si rinvia alla Sezione I, Capitolo 16, Paragrafo 16.1.7 del presente Documento di Ammissione.

15.1.6 Informazioni riguardanti il capitale di eventuali membri del gruppo offerto in opzione

Non applicabile.

15.1.7 Descrizione dell'evoluzione del capitale azionario per il periodo cui si

riferiscono le informazioni finanziarie relative agli esercizi passati

Alla Data del Documento di Ammissione, il capitale sociale dell'Emittente, interamente sottoscritto e versato, è pari a nominali Euro 1.000.000, costituito da n. 10.000.000 Azioni.

Di seguito, sono illustrate le operazioni che hanno riguardato il capitale sociale dell'Emittente per il periodo cui si riferiscono le informazioni finanziarie relative agli esercizi passati.

In data 29 gennaio 2019 la Società ha deliberato di aumentare a pagamento il capitale sociale, pari a Euro 20.000, per un importo nominale di Euro 2.222,22, con sovrapprezzo complessivo di euro 1.997.777,78, mediante emissione di nuove quote riservate in sottoscrizione a Equilybra S.p.A., con sede in Milano, via Arrigo Boito n. 8, codice fiscale e numero di iscrizione al registro delle imprese di Milano 09251630969, REA n. MI-2078878. L'aumento di capitale è stato sottoscritto in pari data.

In data 24 giugno 2021, in sede di trasformazione della società in società per azioni, l'Assemblea dell'Emittente ha deliberato di aumentare il capitale sociale a titolo gratuito per nominali Euro 977.777,78 mediante imputazione al capitale di quota parte della riserva di patrimonio denominata "riserva da sovrapprezzo di azioni" già iscritta nel bilancio al 31 dicembre 2020, approvato dall'assemblea in data 30 aprile 2021, mediante emissione di quote da assegnare ai soci in via proporzionale.

In data 24 giugno 2021, l'Assemblea dell'Emittente ha deliberato di aumentare, con efficacia dalla efficacia della trasformazione in società per azioni deliberata in pari data, il capitale sociale a pagamento, in una o più volte e in via scindibile, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'art. 2441, comma 5, cod. civ., fino ad un ammontare massimo pari ad Euro 20.000.000, comprensivi di eventuale sovrapprezzo, mediante l'emissione di nuove Azioni prive di indicazione del valore nominale espresso e a godimento regolare con imputazione a capitale di Euro 0,1 per ciascuna azione, a servizio dell'ammissione alle negoziazioni delle Azioni su AIM Italia.

L'Aumento di Capitale sarà collocato a: (a) investitori qualificati italiani, così come definiti ed individuati dall'articolo 2 del Regolamento (UE) 2017/1129 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 14 giugno 2017, (b) investitori istituzionali esteri (appartenenti a qualsiasi Stato ad eccezione dell'Australia, del Canada, del Giappone e degli Stati Uniti d'America). Il termine finale per la sottoscrizione dell'Aumento di Capitale è stato fissato al 31 dicembre 2021. L'aumento manterrà efficacia anche se parzialmente sottoscritto, con effetto dalla data di chiusura dell'offerta stabilita dall'organo amministrativo, entro il termine finale di sottoscrizione.

Successivamente l'Emittente ha stabilito in Euro 4,8 il prezzo di sottoscrizione per

ciascuna Azione riveniente dall’Aumento di Capitale, di cui Euro 0,1 da imputarsi a capitale, e in 2.200.000 il numero di Azioni da emettere nell’ambito dell’Aumento di Capitale.

In data 24 giugno 2021, l’Assemblea dell’Emittente ha altresì deliberato, con efficacia dalla efficacia della trasformazione in società per azioni deliberata in pari data, di aumentare gratuitamente il capitale sociale, subordinatamente all’esistenza alla data di esecuzione dell’aumento di utili e/o riserve disponibili in misura corrispondente, ai sensi e per gli effetti dell’art. 2349 cod. civ., in via scindibile e da eseguirsi anche in più tranches, entro il termine ultimo del 31 dicembre 2021, per l’importo massimo di Euro 17.150, mediante imputazione a capitale di un importo di corrispondente ammontare di utili e/o di riserve disponibili, con emissione di massime n. 171.500 nuove Azioni, prive di valore nominale, con godimento regolare, aventi le stesse caratteristiche di quelle in circolazione, da destinarsi all’assegnazione gratuita in favore di dipendenti (dirigenti e non) della Società di volta in volta individuati dal Consiglio di Amministrazione nell’ambito del piano di incentivazione istituito in pari data.

15.2 Atto costitutivo e statuto

15.2.1 Descrizione dell’oggetto sociale e degli scopi dell’Emittente

L’Emittente è iscritta al Registro delle Imprese di Milano al numero 05654840825 e al Repertorio Economico Amministrativo (REA) n. MI-2089943.

L’oggetto sociale dell’Emittente è definito dall’art. 3 dello Statuto, che dispone come segue:

“La società ha per oggetto

(i) la produzione, la compravendita all’ingrosso ed al dettaglio, la vendita per corrispondenza, la vendita su cataloghi, la vendita via cavo e mezzi di telecomunicazione in genere incluso via internet, nonché la vendita a mezzo distribuzione porta a porta, sia in Italia che all’estero, di ogni e qualsiasi articolo di abbigliamento, di beni di lusso ed accessori di lusso, di confezioni, di accessori vari quali possono includersi a titolo esemplificativo borse, scarpe, cravatte, cinture, profumi, libri, occhiali, prodotti di bellezza o altri prodotti per la cura della persona nonché prodotti per la casa e il tempo libero sia che li abbia prodotti, sia che abbia acquistati già finiti o semilavorati da terzi. L’acquisizione e/o la gestione e/o la vendita e/o la concessione in affitto di aziende e/o di rami di azienda, la gestione e/o la concessione in gestione di punti commerciali anche in franchising, sia in affiliazione che in somministrazione;

(ii) la prestazione di servizi e prodotti nel settore della pubblicità e del marketing, ivi inclusa la possibilità di allestire e gestire anche per conto di terzi spazi pubblicitari on-

line e di organizzare, in proprio o per conto di terzi, manifestazioni, eventi e sfilate per la promozione e la diffusione degli articoli commercializzati dalla società, nonché lo svolgimento dell'attività editoriale (esclusa ogni attività eventualmente riservata ai sensi delle leggi pro tempore vigenti).

Per il raggiungimento dello scopo sociale, la società potrà avvalersi di canali di vendita quali: vendita diretta presso private abitazioni, riunioni conviviali presso hotels, ristoranti, pubblici esercizi, e locali e punti commerciali in genere, promozioni televisive, per corrispondenza, per e-commerce, ed altre forme di vendita ritenute idonee allo scopo, nonché predisporre e gestire sistemi, formule e strumenti di fidelizzazione dei clienti mediante apposite convenzioni.

La società potrà assumere e concedere rappresentanze, concessionarie e commissionarie, con o senza deposito, e potrà istituire succursali, agenzie, filiali, stabilimenti e depositi su tutto il territorio nazionale ed all'estero.

Essa potrà, altresì compiere tutte le operazioni mobiliari ed immobiliari, commerciali ed industriali che saranno ritenute necessarie od utili per il conseguimento degli scopi sociali, e potrà assumere interessenze e partecipazioni in altre società o imprese di qualunque natura aventi oggetto analogo, affine o connesso al proprio.

15.2.2 Descrizione dei diritti, dei privilegi e delle restrizioni connessi a ciascuna classe di Azioni

Le Azioni attribuiscono il diritto di voto nelle assemblee ordinarie e straordinarie dell'Emittente, nonché gli altri diritti patrimoniali e amministrativi, secondo le norme di legge e di Statuto applicabili.

15.2.3 Descrizione delle disposizioni dello Statuto che potrebbero avere l'effetto di ritardare, rinviare o impedire una modifica dell'assetto di controllo dell'Emittente

Lo Statuto dell'Emittente non prevede disposizioni che potrebbero avere l'effetto di ritardare, rinviare o impedire una modifica dell'assetto di controllo dell'Emittente.

16 CONTRATTI IMPORTANTI

Il presente Capitolo riporta una sintesi di ogni contratto importante, diverso dai contratti conclusi nel corso del normale svolgimento dell'attività, di cui è parte l'Emittente, per i due anni immediatamente precedenti la pubblicazione del Documento di Ammissione; nonché i contratti, non conclusi nel corso del normale svolgimento dell'attività, stipulati dall'Emittente, contenenti disposizioni in base a cui l'Emittente ha un'obbligazione o un diritto rilevante per lo stesso.

16.1 Finanziamenti

16.1.1 Unicredit

L'Emittente ha concluso in data 13 gennaio 2021 un mutuo chirografario dell'importo di Euro 1.000.000 con Unicredit S.p.A., da destinarsi a liquidità a sostegno del circolante, di durata sino al 31 gennaio 2027. Sino al 31 gennaio 2022 l'Emittente corrisponderà alla banca rate mensili posticipate di soli interessi, e a decorrere dal 28 febbraio 2022 rimborserà la somma nei successivi sessanta mesi. Il tasso di interesse fisso è pari al 1,85%. Il tasso di mora è pari al 2% in più del tasso contrattuale. L'Emittente ha facoltà di rimborso anticipato del mutuo.

Il mutuo è garantito dal Fondo Centrale di Garanzia di Banca del Mezzogiorno - MedioCredito Centrale S.p.A. per il 90% del suo ammontare.

L'Emittente si è assunto, ai sensi del contratto di mutuo, alcuni obblighi, tra cui quello di informare la banca in ordine all'intenzione di richiedere altri finanziamenti e medio lungo termine e di segnalare preventivamente alla banca ogni mutamento dell'assetto giuridico o societario, amministrativo, patrimoniale e finanziario. La banca avrà diritto di risolvere il contratto quando la garanzia del Fondo Centrale di Garanzia venga meno, e avrà diritto di dichiarare la decadenza dal beneficio del termine dell'Emittente oltre che in caso di inadempimento agli obblighi di rimborso del mutuo, nel caso in cui fossero promossi a carico dell'Emittente atti esecutivi o conservativi o si verificassero eventi, ivi compresi mutamenti dell'assetto giuridico o societario, che a giudizio della banca comportino un pregiudizio di qualsiasi genere alla capacità di far fronte alle obbligazioni o incidano negativamente sulla situazione giuridica, patrimoniale, finanziaria o economica dell'Emittente, nonché nel caso di mancato pagamento di un debito finanziario, decadenza dal beneficio del termine o escussione di una garanzia dell'Emittente verso terzi finanziatori.

16.1.2 Banca del Fucino

L'Emittente ha concluso in data 12 novembre 2020 un mutuo chirografario dell'importo di Euro 1.000.000 con Banca Fucino S.p.A., di durata sino al 11 novembre 2026. Sino al 31 dicembre 2021 il contratto prevede un tasso pari al 2,3%, e successivamente un

tasso annuo pari all'Euribor a 3 mesi aumentato di uno spread nominale annuo del 2,3%. Il rimborso del finanziamento avverrà mediante 60 rate con cadenza mensile, comprensive di capitale e interessi, oltre 12 rate di preammortamento. Il tasso di mora è pari al 2,5% in più del tasso contrattuale. L'Emittente ha facoltà di rimborso anticipato del mutuo.

Il mutuo è garantito dal Fondo Centrale di Garanzia di Banca del Mezzogiorno - MedioCredito Centrale S.p.A..

L'Emittente si è assunto, ai sensi del contratto di mutuo, alcuni obblighi, tra cui quello di informare la banca in ordine a cessazione o modifica dell'attività esercitata e eventuali modifiche o trasformazioni dello stato giuridico indicato nel contratto di finanziamento. La banca avrà diritto di esigere tutto quanto dovuto al prodursi di eventi che incidano negativamente sulla situazione patrimoniale, finanziaria o economica dell'Emittente o dei garanti, tra cui a titolo esemplificativo, nel caso in cui fossero promossi a carico dell'Emittente atti esecutivi o conservativi, o nel caso di revoca della garanzia da parte del Fondo di Garanzia di MedioCredito Centrale S.p.A.

16.1.3 SACE - Simest

L'Emittente ha concluso in data 18 febbraio 2021 un finanziamento dell'importo di Euro 582.161,20 con Simest, di cui Euro 100.000 a fondo perduto, di durata sino al 31 dicembre 2027. Euro 482.161,20 dovranno essere rimborsati in rate semestrali entro il 31 dicembre 2027. Il tasso di interesse di riferimento è pari allo 0,55% e il tasso agevolato è pari allo 0,055%, e il rimborso all'uno o all'altro tasso dipenderà dal risultato di specifici obiettivi previsti dal finanziamento. Il tasso di mora è pari al 4% in più del tasso di riferimento.

L'Emittente si è assunto, ai sensi del contratto, alcuni obblighi, tra cui quello di informare Simest in caso di modifica della forma o tipo di società, scioglimento, liquidazione, fusione, cessione o acquisto d'azione o di ramo d'azienda. Simest avrà diritto di risolvere il contratto nel caso in cui fossero promossi a carico dell'Emittente atti esecutivi o conservativi, nel caso di atti che diminuiscano sostanzialmente la consistenza patrimoniale o economica dell'Emittente, nel caso di scioglimento, liquidazione, fusione, incorporazione, scorporo, cessione o acquisto d'azienda o di ramo d'azienda, o nel caso di violazione di qualsiasi normativa applicabile.

SEZIONE II
NOTA INFORMATIVA

1 PERSONE RESPONSABILI

1.1 Persone responsabili delle informazioni

La responsabilità per le informazioni fornite nel presente Documento di Ammissione è assunta dal soggetto indicato alla Sezione I, Capitolo 1, Paragrafo 1.1, del presente Documento di Ammissione.

1.2 Dichiarazione delle persone responsabili

La dichiarazione di responsabilità relativa alle informazioni contenute nel presente Documento di Ammissione è riportata alla Sezione I, Capitolo 1, Paragrafo 1.2, del presente Documento di Ammissione.

1.3 Dichiarazioni o relazioni di esperti

Ai fini della seconda sezione del Documento di Ammissione non sono stati rilasciati pareri o relazioni da alcun esperto.

1.4 Informazioni provenienti da terzi

Le informazioni contenute nel Documento di Ammissione provenienti da terzi sono state riprodotte fedelmente e, per quanto noto all'Emittente sulla base delle informazioni provenienti dai suddetti terzi; non sono stati omessi fatti che potrebbero rendere le informazioni riprodotte inesatte o ingannevoli.

In ogni caso, ogni volta che nel Documento di Ammissione viene citata una delle suddette informazioni provenienti da terzi, è indicata la relativa fonte.

2 FATTORI DI RISCHIO

Per una descrizione dei fattori di rischio relativi all'Emittente, nonché al mercato in cui tale soggetto opera e agli strumenti finanziari offerti, si rinvia alla Sezione I, Capitolo 4, del presente Documento di Ammissione.

3 INFORMAZIONI ESSENZIALI

3.1 Dichiarazione relativa al capitale circolante

Gli Amministratori, dopo avere svolto tutte le necessarie e approfondite indagini, ritengono che, a loro giudizio, il capitale circolante a disposizione dell'Emittente sarà sufficiente per le sue esigenze attuali, cioè per almeno 12 (dodici) mesi a decorrere dalla Data di Ammissione.

3.2 Ragioni dell'Aumento di Capitale e impiego dei proventi

L'Aumento di Capitale è volto alla costituzione del flottante necessario per ottenere l'ammissione alle negoziazioni delle Azioni su AIM Italia, con conseguenti vantaggi in termini di immagine e visibilità, nonché finalizzato a dotare la Società di risorse finanziarie per il perseguimento degli obiettivi strategici di crescita e di sviluppo delineati nella Sezione I, Capitolo 6, Paragrafo 6.4 del Documento di Ammissione.

4 INFORMAZIONI RIGUARDANTI I TITOLI DA AMMETTERE ALLA NEGOZIAZIONE

4.1 Descrizione del tipo e della classe dei titoli ammessi alla negoziazione, compresi i codici internazionali di identificazione dei titoli (ISIN)

Gli strumenti finanziari di cui è stata richiesta l'ammissione alle negoziazioni sull'AIM Italia sono le Azioni dell'Emittente.

Le Azioni sono prive del valore nominale. Alle Azioni è stato attribuito il codice ISIN IT0005453003.

Le Azioni di nuova emissione avranno godimento regolare.

4.2 Legislazione in base alla quale i titoli sono stati creati

Le Azioni sono state emesse in base alla legge italiana.

4.3 Caratteristiche dei titoli

Le Azioni sono nominative, indivisibili, liberamente trasferibili e in forma dematerializzata, immesse nel sistema di gestione accentrata gestito da Monte Titoli. Le Azioni hanno, inoltre, godimento regolare.

4.4 Valuta di emissione dei titoli

Le Azioni sono denominate in Euro.

4.5 Descrizione dei diritti connessi ai titoli, comprese le loro limitazioni, e la procedura per il loro esercizio

Azioni

Tutte le Azioni hanno tra loro le stesse caratteristiche e attribuiscono i medesimi diritti. Ciascuna Azione attribuisce il diritto a un voto in tutte le assemblee ordinarie e straordinarie della Società, nonché gli altri diritti amministrativi previsti dalle applicabili disposizioni di legge e dello Statuto.

4.6 In caso di nuove emissioni indicazione delle delibere, autorizzazioni e approvazioni in virtù delle quali i titoli sono stati o saranno creati e/o emessi

La delibera approvata dall'assemblea in data 24 giugno 2021 relativa all'Aumento di Capitale, a rogito del dott. Domenico Cambiaso, Notaio in Palermo, rep. n. 5882, racc. n. 3663, è stata iscritta nel Registro delle Imprese in data 6 luglio 2021.

4.7 In caso di nuove emissioni indicazione della data prevista per l'emissione degli strumenti finanziari

Contestualmente al pagamento del prezzo, le Azioni verranno messe a disposizione degli aventi diritto, in forma dematerializzata, mediante contabilizzazione sui relativi conti di deposito.

4.8 Descrizione di eventuali restrizioni alla libera trasferibilità degli strumenti finanziari

Non sussistono limitazioni alla libera trasferibilità delle Azioni.

Per informazioni in merito agli accordi di *lock-up* si rinvia alla Sezione II, Capitolo 5, Paragrafo 5.4, del Documento di Ammissione.

4.9 Dichiarazioni sull'esistenza di eventuali norme in materia di obbligo di offerta al pubblico di acquisto e/o di offerta di acquisto e di vendita residuali in relazione ai titoli

In conformità al Regolamento Emittenti AIM, l'Emittente ha previsto statutariamente che, a partire dal momento in cui le azioni emesse dalla Società sono ammesse alle negoziazioni su AIM Italia, si rendono applicabili per richiamo volontario e in quanto compatibili le disposizioni relative alle società quotate di cui al TUF e ai regolamenti Consob di attuazione in materia di offerta pubblica di acquisto e di scambio obbligatoria limitatamente alle disposizioni richiamate nel Regolamento Emittenti AIM. Inoltre, si rendono applicabili per richiamo volontario ed in quanto compatibili, le disposizioni in materia di obbligo di acquisto e di diritto di acquisto relative alle società quotate in mercati regolamentati di cui, rispettivamente, agli artt. 108 e 111 del TUF, anche con riferimento ai regolamenti Consob di attuazione e agli orientamenti espressi da Consob in materia.

Le norme del TUF e dei regolamenti Consob di attuazione trovano applicazione con riguardo alla detenzione di una partecipazione superiore alla soglia del 30% del capitale sociale, ove per partecipazione si intende una quota, detenuta anche indirettamente per il tramite di fiduciari o per interposta persona, dei titoli emessi dalla Società che attribuiscono diritti di voto nelle deliberazioni assembleari riguardanti la nomina o la revoca degli amministratori. Pertanto, in tale caso, troverà applicazione l'obbligo di promuovere un'offerta pubblica di acquisto avente a oggetto la totalità delle azioni con diritto di voto.

Per maggiori informazioni si rinvia all'art. 10 dello Statuto.

4.10 Indicazione delle offerte pubbliche di acquisto effettuate da terzi sui titoli nel corso dell'ultimo esercizio e dell'esercizio in corso

Alla Data del Documento di Ammissione, per quanto a conoscenza dell'Emittente, le Azioni non sono mai state oggetto di alcuna offerta pubblica di acquisto o di scambio.

4.11 Profili fiscali

La normativa fiscale dello Stato membro dell'investitore e quella del paese di registrazione dell'Emittente possono avere un impatto sul reddito generato dalle Azioni.

Alla Data della Documento di Ammissione, l'investimento proposto non è soggetto ad un regime fiscale specifico, nei termini di cui all'Allegato 11, punto 4.11, del Regolamento Delegato (UE) 980/2019.

4.12 Se diverso dall'emittente, l'identità e i dati di contatto dell'offerente dei titoli e/o del soggetto che chiede l'ammissione alla negoziazione

Le Azioni sono offerte in sottoscrizione dall'Emittente.

Per l'identificazione esatta dell'Emittente, si rinvia alla Sezione I, Capitolo 5 del Documento di Ammissione.

5 POSSESSORI DI TITOLI CHE PROCEDONO ALLA VENDITA

5.1 Azionista Venditore

Alla Data del Documento di Ammissione non sussistono possessori di strumenti finanziari che cedano la propria partecipazione azionaria a terzi.

5.2 Azioni offerte in vendita

Non applicabile.

5.3 Se un azionista principale vende i titoli, l'entità della sua partecipazione sia prima sia immediatamente dopo l'emissione

Non applicabile.

5.4 Accordi di lock-up

Le Azioni emesse dalla Società in virtù dell'Aumento di Capitale saranno liberamente disponibili e trasferibili. Ferme restando le limitazioni di seguito indicate, non sussistono limiti alla libera trasferibilità delle Azioni.

L'Emittente, per un periodo di 18 mesi dalla Data di Inizio delle Negoziazioni, ha assunto nei confronti del Nomad *inter alia* i seguenti impegni:

- non effettuare, direttamente o indirettamente, operazioni di vendita o comunque atti di disposizione che abbiano per oggetto o per effetto, direttamente o indirettamente, l'attribuzione o il trasferimento a terzi, a qualunque titolo e sotto qualsiasi forma, delle Azioni (ovvero di altri strumenti finanziari, inclusi quelli partecipativi, che attribuiscono il diritto di acquistare, sottoscrivere, convertire in, o scambiare con, le Azioni o altri strumenti finanziari, inclusi quelli partecipativi, che attribuiscono diritti inerenti o simili a tali azioni o strumenti finanziari);
- non approvare e/o effettuare operazioni su strumenti derivati, che abbiano i medesimi effetti, anche solo economici, delle operazioni di cui alla precedente lettera a);
- non promuovere e/o approvare operazioni di aumento di capitale o di emissione di prestiti obbligazionari convertibili in (o scambiabili con) Azioni o in buoni di acquisto/sottoscrizione in Azioni, ovvero di altri strumenti finanziari, anche partecipativi, che attribuiscono diritti inerenti o simili a tali Azioni o strumenti finanziari.

Gli impegni assunti dalla Società potranno essere derogati solamente con il preventivo

consenso scritto di Alantra, in qualità di Nomad e Global Coordinator, consenso che non potrà essere irragionevolmente negato o ritardato. Restano in ogni caso escluse dagli impegni assunti dalla Società le operazioni effettuate (i) in ottemperanza a obblighi di legge o regolamentari ovvero a provvedimenti o richieste di Autorità competenti e (ii) strumentali e/o funzionali al passaggio delle negoziazioni delle Azioni da AIM Italia sul mercato regolamentato Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.

Giglio Global S.r.l., Equilybra S.p.A., Giuseppe Giglio e Federico Giglio si sono impegnati in relazione al 100% delle Azioni nella loro titolarità al momento della sottoscrizione dell'accordo di *lock-up* a:

- non effettuare, direttamente o indirettamente, operazioni di vendita, trasferimento, atti di disposizione o comunque operazioni che abbiano per oggetto o per effetto, direttamente o indirettamente, l'attribuzione o il trasferimento a terzi, a qualunque titolo e sotto qualsiasi forma (ivi inclusa la concessione di diritti di opzione, costituzione di pegni o altri vincoli, prestito titoli) delle Azioni (ovvero di altri strumenti finanziari, inclusi tra l'altro quelli partecipativi, che attribuiscono il diritto di acquistare, sottoscrivere, convertire in, o scambiare con, Azioni o altri strumenti finanziari, inclusi quelli partecipativi, che attribuiscono diritti inerenti o simili a tali Azioni o strumenti finanziari); le Azioni eventualmente sottoscritte nell'ambito del Collocamento Privato non rientrano nel divieto di alienazione e le Parti che pertanto potranno liberamente disporre;
- non approvare e/o effettuare, direttamente o indirettamente, operazioni su strumenti derivati, che abbiano i medesimi effetti, anche solo economici, delle operazioni sopra richiamate;
- non promuovere e/o approvare operazioni di aumento di capitale o di emissione di prestiti obbligazionari convertibili in (o scambiabili con) Azioni o in buoni di acquisto/sottoscrizione in Azioni ovvero di altri strumenti finanziari, anche partecipativi, che attribuiscono diritti inerenti o simili a tali Azioni o strumenti finanziari, fatta eccezione per gli aumenti di capitale effettuati ai sensi degli articoli 2446 e 2447 del codice civile, sino alla soglia necessaria per il rispetto del limite legale, e gli aumenti di capitale a fronte di conferimenti in natura.

Tali impegni potranno essere derogati solamente con il preventivo consenso scritto di Alantra, consenso che non potrà essere irragionevolmente negato o ritardato. Restano in ogni caso escluse dagli impegni assunti dai soci:

- le operazioni di disposizione eseguite in ottemperanza a obblighi di legge o regolamentari, ivi inclusi le operazioni con lo specialista;

- i trasferimenti in adesione ad un'offerta pubblica di acquisto o scambio su Azioni e rivolta a tutti i titolari di strumenti finanziari della Società, fermo restando che, qualora l'offerta pubblica di acquisto o di scambio sulle Azioni non vada a buon fine, i vincoli contenuti nell'accordo di Lock-up riacquisteranno efficacia sino alla loro scadenza naturale;
- la costituzione o dazione in pegno delle Azioni alla tassativa condizione che agli stessi spetti il diritto di voto, fermo restando che l'eventuale escussione del pegno da parte del creditore pignoratizio dovrà considerarsi alla stregua di un inadempimento dei divieti di alienazione;
- eventuali trasferimenti da parte dei soci a favore di una o più società direttamente e/o indirettamente controllate dallo o controllanti lo stesso, ai sensi dell'art. 2359, comma 1, del codice civile a condizione che (i) il socio mantenga il controllo ai sensi dell'art. 2359, comma 1, del codice civile della società cessionaria e (ii) il soggetto che diviene a qualunque titolo titolare di tali Azioni sottoscriva, aderendovi per quanto di propria competenza e senza eccezioni, l'accordo di Lock-Up.

Si segnala che le Azioni eventualmente emesse nell'ambito del piano di incentivazione (cfr. Sezione I, Paragrafo 12.3 del presente Documento di Ammissione) saranno soggette a un impegno di *lock-up*, della durata di 6 mesi dalla data di Inizio delle Negoziazioni, di contenuto analogo a quello assunto dai soci Giglio Global S.r.l., Equilybra S.p.A., Federico Giglio e Giuseppe Giglio.

6 SPESE LEGATE ALL'AMMISSIONE DELLE AZIONI ALLA NEGOZIAZIONE SULL'AIM ITALIA

6.1 Proventi netti totali e stima delle spese totali legate all'ammissione delle Azioni alla negoziazione sull'AIM Italia

I proventi netti derivanti dal Collocamento Privato, al netto delle spese e delle commissioni di collocamento, sono pari a circa Euro 9,6 milioni.

L'Emittente stima che le spese relative al processo di ammissione delle Azioni all'AIM Italia, comprese le spese di pubblicità e le commissioni di collocamento, ammonteranno a circa Euro 1 milione, interamente sostenute dall'Emittente.

Per maggiori informazioni sulla destinazione dei proventi dell'Aumento di Capitale, si rinvia alla Sezione II, Paragrafo 6.4, del presente Documento di Ammissione.

7 DILUIZIONE

7.1 Ammontare e percentuale della diluizione immediata derivante dall'offerta. Confronto tra il valore del patrimonio netto e il prezzo di offerta a seguito dell'Offerta.

Nell'ambito del Collocamento Privato sono state offerte in sottoscrizione a terzi le Azioni rivenienti dall'Aumento di Capitale. Tenuto conto delle Azioni sottoscritte nell'ambito del Collocamento Privato, gli azionisti della Società alla Data del Documento di Ammissione subiranno una diluizione della partecipazione dagli stessi detenuta nell'Emittente in misura pari a circa il 18%.

Con riferimento alle partecipazioni al capitale azionario e i diritti di voto degli azionisti alla Data del Documento di Ammissione prima e dopo l'Aumento di Capitale si rinvia alla Sezione I, Capitolo 14, del presente Documento di Ammissione.

Il valore del patrimonio netto per azione al 31 dicembre 2020 è pari a Euro 0,56.

Si precisa che le Azioni sono offerte nell'ambito del Collocamento Privato a un prezzo pari a Euro 4,8 per azione.

7.2 Informazioni in caso di offerta di sottoscrizione destinata agli attuali azionisti

Con riferimento alle partecipazioni al capitale azionario e i diritti di voto degli azionisti alla Data del Documento di Ammissione prima e dopo l'Aumento di Capitale si rinvia al paragrafo 7.1 che precede e alla Sezione I, Capitolo 14, del presente Documento di Ammissione.

8 INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI

8.1 Soggetti che partecipano all'operazione

Di seguito sono riportati i soggetti che partecipano all'operazione:

Soggetto	Ruolo
Giglio.com S.p.A.	Emittente
Alantra Capital Markets Sociedad de Valores S.A.U. – Succursale Italiana	<i>Nominated Adviser e Global Coordinator</i>
Nctm Studio Legale	Consulente legale e fiscale
BDO Italia S.p.A.	Società di Revisione per l'Ammissione alle Negoziazioni

A giudizio dell'Emittente, il Nomad opera in modo indipendente dall'Emittente e dai componenti del Consiglio di Amministrazione dell'Emittente.

8.2 Indicazione di altre informazioni contenute nella nota informativa sugli strumenti finanziari sottoposte a revisione o a revisione limitata da parte di revisori legali dei conti

La Sezione II del Documento di Ammissione non contiene informazioni che siano state sottoposte a revisione contabile completa o limitata.

8.3 Luoghi in cui è disponibile il Documento di Ammissione

Il Documento di Ammissione è disponibile sul sito internet dell'Emittente *www.giglio.com*.

8.4 Appendice

I seguenti documenti sono allegati al Documento di Ammissione:

- Bilancio di Esercizio 2020;
- Bilancio di Esercizio 2019;
- Bilancio di Esercizio 2018.