

SOMMARIO

INTRODUZIONE	2
STORIA DELLA SOCIETA'	3
STRUTTURA DI GOVERNO E ASSETTO SOCIETARIO	8
FATTI DI RILIEVO AVVENUTI NELL'ESERCIZIO 2022	9
ANDAMENTO GENERALE E SCENARIO DI MERCATO	16
IL BILANCIO DI ELIGO S.P.A. AL 31.12.2022	23
PRINCIPALI RISULTATI DI ELIGO AL 31 DICEMBRE 2022	23
ANDAMENTO DELLA GESTIONE	23
PROSPETTO DEL CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO	23
RICAVI	25
COSTI	25
PROSPETTO DELLA SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA RICLASSIFICATA	27
PROSPETTO DELL'INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO	29
AMBIENTE E PERSONALE	31
DESCRIZIONE DEI PRINCIPALI RISCHI E INCERTEZZE	31
RISCHI FINANZIARI	31
RISCHI DI MERCATO CONNESSI ALLE INCERTEZZE DEL CONTESTO MACROECONOMICO E POLITICO	32
RISCHI RELATIVI ALLA CONCORRENZA E ALLA COMPETITIVITA' DEL MERCATO IN CUI LA SOCIETA' OPERA	33
RISCHI CONNESSI ALLA PROTEZIONE DELLA PROPRIETA' INTELLETTUALE	35
RISCHIO DI LIQUIDITA'	38
ATTIVITA' DI RICERCA E SVILUPPO	39
INVESTIMENTI	39
INFORMATIVA SULL'ATTIVITA' DI DIREZIONE E COORDINAMENTO E RAPPORTI CON IMPRESE DEL GRUPPO	41
AZIONI PROPRIE	41
EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE	42

RELAZIONE SULLA GESTIONE AL 31 DICEMBRE 2022

INTRODUZIONE

Signori Azionisti,

la presente relazione sulla gestione costituisce un elemento autonomo a corredo del bilancio di esercizio di Eligo S.p.A. (di seguito anche “Eligo” o la “Società”) sottoposto alla Vostra approvazione.

Il documento, redatto ai sensi dell’articolo 2428 del codice Civile, contiene le modifiche previste dall’articolo 1 del Decreto Legislativo 32/2007 e ha la funzione di fornirVi un’analisi fedele, equilibrata ed esauriente della gestione aziendale della Società e delle sue controllate. In particolare, sono descritte e motivate le voci di costo, ricavo ed investimento ed i principali rischi e/o incertezze cui la Società è sottoposta.

Si evidenzia che il bilancio chiuso al 31 dicembre 2022 è stato redatto con riferimento alle norme del codice civile.

Il bilancio che viene sottoposto alla Vostra approvazione è la più chiara dimostrazione della situazione in cui si trova la Vostra Società.

Si rammenta che le azioni ordinarie di Eligo S.p.A. sono quotate su Euronext Growth Milan - Segmento Professionale, sistema multilaterale di negoziazione organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., a partire dal 28 dicembre 2022.

Il capitale sociale al 31 dicembre 2022 sottoscritto e versato risultava essere pari a Euro 59.095,41 composto da 5.909.541 azioni ordinarie.

La tabella di seguito illustra la composizione della compagine sociale alla data più recente di conoscenza da parte della Società:

The logo for Eligo S.p.A. features the word "eligo" in a lowercase, sans-serif font. The letters "e", "l", "i", and "g" are in a dark red color, while the "o" is in a lighter red shade.

Azionista	N. Azioni	%
Eligo Technologies S.r.l.	3.513.340	59,45%
CDP Venture Capital SGR S.p.A.	427.009	7,23%
AC72 S.r.l.	347.751	5,88%
Altri soci soggetti a vincoli di lock-up*	956.865	16,19%
Altri soci non soggetti a vincoli di lock-up*	497.376	8,42%
Mercato	167.200	2,83%
Totale	5.909.541	100,00%

* Le azioni detenute da “Altri soci senza lock-up” e “Mercato” costituiscono il flottante, pari complessivamente al 11,25% del capitale sociale

STORIA DELLA SOCIETA'

La Società è stata costituita in data 5 ottobre 2016 con atto del notaio Giovannella Condò, Rep. 19553/8121, registrazione n. 50954 serie IT e iscritta nel Registro Imprese di Milano in data 13 ottobre 2016 (numero iscrizione 09654790964) con la mission di portare innovazione nel commercio personalizzato e diventare leader nella distribuzione nel mondo dei brand Made in Italy di alta qualità, attraverso la i) creazione di un marketplace supportato da una Community di esperti (di stile e di vendita) distribuiti sul territorio, cosiddetti “Personal Stylist” e ii) lo sviluppo di un'innovativa infrastruttura tecnologica in grado di creare un'esperienza d'acquisto personalizzata, più interattiva, coinvolgente e soddisfacente per il cliente finale rispetto ai tradizionali e-commerce. Eligo S.p.A. è quindi una tech-company, in particolare una fashion-tech, registrata come startup innovativa in data 16 marzo 2017, con il relativo deposito del software proprietario effettuato presso la SIAE (codice deposito 2016/003191), successivamente divenuta PMI Innovativa in data 31 marzo 2022 con il relativo deposito dell'aggiornamento del

eligo

software effettuato presso la SIAE (codice deposito 2022/01134).

In data 02 novembre 2016 la Società ha acquisito il 100% delle quote della società Mesamis S.r.l. al duplice fine di acquisire un pacchetto clienti esteso, fidelizzato ed alto spendente di acquirenti di camicie su misura, e al fine di rilevare l'attività commerciale della società, con relativo avviamento, sfruttando anche il negozio – in affitto – fronte strada, sito in Corso Venezia 18, a Milano, divenuto, a seguito del relativo cambio dell'insegna commerciale, il flagship-store di Eligo, punto strategico da raggiungere in centro città, con vetrina visibile al target di riferimento.

In data 29 dicembre 2016 la Società ha acquisito il 100% delle quote della società Made in Zero S.r.l. con l'obiettivo di rilevare la società stessa, attiva nella vendita di abiti su misura sul territorio milanese; con l'operazione di acquisto delle quote della società sono state acquisite, oltre ad un pacchetto di clientela fidelizzata, anche figure operative e manageriali strategiche.

Le operazioni straordinarie di Mesamis S.r.l. e Made in Zero S.r.l. hanno consentito alla Società di testare più velocemente, in un settore tradizionale del Made in Italy (abbigliamento artigianale e su misura), un modello di business innovativo e di sviluppare l'infrastruttura tecnologia proprietaria su due business già avviati.

In data 16 luglio 2018 la Società ha costituito la controllata Eligo Emirates S.r.l., detenendo il 60% della relativa quota di partecipazione, per la promozione dell'offerta della Società nel mercato degli Emirati Arabi Uniti. Tuttavia, a seguito della pandemia, tale società è rimasta inattiva e l'espansione nel mondo arabo ha perso di importanza, a vantaggio di un maggior focus su quello italiano.

In data 21 dicembre 2021 Eligo ha effettuato l'acquisizione del 100% della società Masel S.r.l., azienda attiva nella vendita di accessori maschili in seta e in pelle, focalizzata sulla distribuzione di cravatte personalizzate e altri articoli da regalo, online e offline. Questa operazione, in linea con la strategia di espansione per linee

eligo

esterne della Società, ha consentito di acquisire un nuovo marchio, in crescita per fatturato nonostante la pandemia soprattutto grazie alle vendite da e-commerce, al fine di diventare il punto di riferimento per un'offerta completa di abbigliamento e accessori dedicata all'uomo. La Società ha, quindi, acquisito un ulteriore portafoglio clienti a cui applicare il proprio modello di business e, attraverso l'inserimento del brand Masel nel marketplace, può vantare un proprio brand dedicato ai prodotti sartoriali e, di conseguenza, rivolgendosi ad un target specifico in questa nicchia di mercato, consolidando la clientela acquisita e fidelizzata negli anni precedenti.

In data 31 dicembre 2021 la Società ha acquisito la proprietà del marchio Meltin'Pot registrato in circa 80 paesi nel mondo. Questa acquisizione ha avuto sia la finalità di allargare il portafoglio di brand proprietari attraverso l'acquisizione di un marchio storico e iconico della jeanseria italiana, sia quella di entrare in una nuova nicchia di mercato dedicata allo streetwear, applicando anche in questo caso il modello di business di Eligo. A seguito di questa operazione Eligo si è occupata di rilanciare il marchio Meltin'Pot sul mercato, sia procedendo ad un processo di rebranding sia smaltendo le rimanenze di magazzino presenti e in suo possesso.

Proprio nell'ottica di strutturare il processo di crescita del marchio Meltin'Pot, si è deciso di costituire la società Ellis Island Brands Group S.r.l., della quale Eligo S.p.A. detiene una partecipazione del 45%, in partnership con D&C Holding SAS di Gianfranco Casarano, titolare della società Gianel Shoes S.r.l., quest'ultima a capo di un gruppo industriale diversificato e operante come calzaturificio di alta gamma che collabora con alcuni dei più importanti player del lusso internazionale; il restante 10% è detenuto da Pierpaolo Savorelli, manager e imprenditore con grande esperienza nel mondo dell'abbigliamento e del denim nello specifico. Con la costituzione di tale società, Eligo ha voluto mettere a fattor comune diverse esperienze, quella tecnologica propria, quella produttiva di Gianel Shoes S.r.l. e quella di stile di Savorelli, dando vita ad una società che ha quale obiettivo

eligo

primario il rilancio del brand Meltin'Pot da un puro punto di vista produttivo, e che, una volta a pieno regime, prevede di operare anche per altri brand non di proprietà di Eligo e delle sue controllate.

Tutto quanto fatto fino ad oggi è volto a rafforzare il posizionamento della Società in un mercato nuovo ed in espansione, oltre che a consentire ad Eligo di svilupparsi attraverso le sue tre principali direttrici strategiche: un marketplace sul quale offrire diversi brand (terzi e proprietari), una Community di Personal Stylist e un'infrastruttura tecnologica innovativa e proprietaria, incentrata sulla piattaforma proprietaria Eligo Live Shopping Assistance (E.L.S.A.).

In data 23 dicembre 2022 Eligo è stata ammessa alle negoziazioni delle proprie azioni ordinarie sul mercato Euronext Growth Milan – Segmento Professionale, sistema multilaterale di negoziazione organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., ed il 28 dicembre 2022 sono iniziate le negoziazioni. Le linee guida strategiche su cui si è basato il progetto di IPO e su cui si basa lo sviluppo futuro della Società possono essere riassunte in 4 pillar principali:

1. Piattaforma E.L.S.A.: (i) effettuando investimenti volti a migliorare e garantire un costante aggiornamento del marketplace e dell'infrastruttura tecnologica integrata con la piattaforma proprietaria, (ii) abilitando i Brand Made in Italy attraverso uno store digitale e una selezione di Stylist dedicati a ciascun marchio. In particolare, lo sviluppo della piattaforma ha l'obiettivo di digitalizzare completamente l'esperienza di acquisto attraverso una dashboard personalizzata, mantenendo comunque la possibilità di accesso fisico e il contatto diretto con il cliente finale.
2. Community di Personal Stylist e Brand in piattaforma: effettuare investimenti in attività di sales & marketing volti, da un lato, ad aumentare il numero di Stylist, attivi online ed offline, monitorando le loro performance, e dall'altro ad aumentare il numero di Brand e prodotti presenti nel marketplace

eligo

espandendo il proprio business anche alla commercializzazione di prodotti non strettamente legati al mercato dell'abbigliamento.

3. Brand awareness: effettuare investimenti e attività di marketing, sia online sia offline, volti ad aumentare la brand awareness di Eligo e la notorietà della piattaforma proprietaria;

4. Consolidamento acquisizioni: finalizzare il processo di integrazione della società recentemente acquisita Masel S.r.l. e il rilancio del brand stesso, nonché il rilancio del marchio Meltin'Pot, anch'esso recentemente acquisito.

Si segnala che, a livello di gruppo, l'attività svolta dalla società controllata Mesamis S.r.l. è, al 31 dicembre 2022, prevalentemente rivolta internamente, relativa alla gestione del negozio di Corso Venezia 18, e quindi svolta a beneficio di Eligo stessa, mentre le società Made in Zero S.r.l. ed Eligo Emirates S.r.l. risultano inattive.

Eligo, costituita come start-up innovativa, e attualmente PMI innovativa, ha investito da sempre, e continua ad investire in tal senso, nell'innovazione tecnologica della propria offerta, sviluppando la piattaforma digitale proprietaria (E.L.S.A.) che, attraverso diverse implementazioni e customizzazioni intervenute nel corso degli ultimi anni, ha conferito alla Società un vantaggio competitivo importante nei confronti dei competitor del settore fashion, e costituisce ad oggi un abilitatore chiave per la scalabilità del business.

Tutt'ora lo sviluppo di E.L.S.A. e dell'infrastruttura tecnologica integrata (sales webapp, stylist webapp, multi-brand e-commerce, sito internet, database prodotti, CRM e ERP) costituisce parte strategica del piano di crescita della Società. Tale infrastruttura è in grado di connettere diversi strumenti IT, in parte acquisiti da terze parti e in parte sviluppati internamente, e risulta in costante working-in-progress in termini di test di mercato e introduzione di nuove funzionalità digitali studiate, da un lato, per migliorare le performance di vendita dei Personal Stylist e, dall'altro, per offrire un costante miglioramento

eligo

dell'esperienza di acquisto online per i clienti. L'esperienza per i clienti è pensata per essere sempre più interattiva e coinvolgente se comparata con quella possibile su un sito e-commerce tradizionale oltre che più efficiente e scalabile se comparata con gli acquisti effettuati in un negozio fisico. A seguito della prima versione, durante il 2022 sono stati effettuati diversi aggiornamenti ed è stata progettata la versione numero 2 della stessa, pensata per facilitare ulteriormente il flusso di acquisto del cliente finale, in maniera sempre più personale ed immersiva e in ottica *live commerce*.

STRUTTURA DI GOVERNO E ASSETTO SOCIETARIO

La struttura di governo societario è articolata su un modello organizzativo tradizionale e si compone dei seguenti organi:

- Assemblea dei soci, organo che rappresenta l'interesse della generalità della compagine sociale e che ha il compito di prendere le decisioni più rilevanti per la vita della Società, nominando il Consiglio di Amministrazione, approvando il bilancio e modificando lo statuto;
- Consiglio di Amministrazione, attualmente composto di n. 7 membri, che riveste un ruolo centrale nell'ambito dell'organizzazione aziendale. Ad esso fanno capo le funzioni e le responsabilità degli indirizzi strategici ed organizzativi; tale organo detiene, entro l'ambito dell'oggetto sociale, tutti i poteri che per legge o per Statuto non siano espressamente riservati all'Assemblea e questo al fine di provvedere all'amministrazione ordinaria e straordinaria della Società.
- Collegio Sindacale, composto come richiesto dalla legge da n. 3 sindaci effettivi e n. 2 sindaci supplenti, il quale vigila sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione ed, in particolare, sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla società nonché sul suo concreto funzionamento.

COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI SOCIALI

Consiglio di Amministrazione	
Presidente del Consiglio di Amministrazione	Francesco Rubinacci
Amministratrice Delegata	Luciana Naomi Kohashi Catella
Consigliere	Fabio Brigante
Consigliera	Luisa Francesca Anna Casarano
Consigliere	Giuseppe Catella
Consigliere	Alberto Dell'Acqua
Consigliere	Massimo Giacomino

Collegio Sindacale	
Presidente del Collegio Sindacale	Fabrizio Redaelli
Sindaco Effettivo	Alessandro Gattone
Sindaco Effettivo	Giuseppe Tosto
Sindaco Supplente	Giovanni Faraone
Sindaco Supplente	Francesco Gianluca Pecere

Società di Revisione
RSM Società di Revisione e Organizzazione Contabile S.p.A.



FATTI DI RILIEVO AVVENUTI NELL'ESERCIZIO 2022

Il 2022 è stato un anno particolarmente complesso e ricco di accadimenti straordinari che hanno cambiato notevolmente lo scenario macroeconomico e l'andamento dell'economia globale, sia per l'anno appena concluso che per quelli a venire. L'invasione russa in Ucraina, l'impennata dell'inflazione, le difficoltà diffuse per imprese ed investitori con situazioni finanziarie deteriorate, una dinamica negativa del clima di fiducia dei consumatori ed una maggiore competizione a livello globale hanno comportato una generale riduzione dei tassi di crescita delle economie di quasi tutti i Paesi a livello globale, e una generalizzata pressione sui margini delle imprese.

Diversi mercati e aziende italiane sono state impattate negativamente dalle criticità generate dagli eventi bellici, dalla crisi degli approvvigionamenti di materie prime, dal peggioramento delle aspettative dei consumatori e del loro potere di acquisto, in particolar modo brand artigianali e di nicchia, piccole e medie imprese che hanno registrato contrazione dei ricavi e, aumenti dei costi operativi, che hanno eroso ulteriormente la marginalità, nonché situazioni finanziarie aggravate dall'aumento del costo del debito.

In questo scenario le vendite online a livello nazionale e internazionale continuano a crescere e si rafforzano trend che stanno segnando l'evoluzione dell'e-commerce verso format sempre più coinvolgenti e immersivi, come ad esempio il c.d. *Live Commerce*, che si stanno affermando anche in USA ed Europa.

In un momento storico critico ed in rapida evoluzione anche tecnologica, il 2022 si è dimostrato uno degli anni più negativi e volatili degli ultimi periodi per i mercati, in particolare quelli finanziari. Nonostante questo, e dopo un biennio (2020-2021) nel

eligo

quale gli effetti della pandemia da Covid-19 hanno costretto Eligo ad un'elevata attenzione alla minimizzazione dei costi di gestione, nel 2022 Eligo ha aumentato gli investimenti effettuati nell'infrastruttura tecnologica e nell'espansione del marketplace con particolare attenzione al rebranding dei brand proprietari. La Società ha pertanto proseguito con le strategie di crescita, il cui esito ha avuto riflesso nell'aumento del giro d'affari, nel consolidamento della presenza all'interno dei mercati attuali e nel rafforzamento della propria posizione distintiva di innovatore in un settore, quello dell'abbigliamento, trainante per l'Italia.

Durante l'esercizio oggetto della presente relazione, Eligo S.p.A. ha portato avanti le strategie programmate per il 2022 e compiuto alcune attività utili allo sviluppo futuro del business della Società stessa, in particolare:

- a gennaio 2022 Eligo ha stipulato due finanziamenti, uno con Evenfi (Criptalia) (Euro 70.000) e uno con Banco Popolare di Milano (BPM) (Euro 150.000) per un importo complessivo di Euro 220.000;
- a gennaio 2022 Eligo ha ricevuto la prima tranche del finanziamento agevolato SACE SIMEST pari ad Euro 51.000, ovvero l'equivalente al 50% dell'ammontare complessivo del finanziamento di Euro 102.000, di cui il 25% a fondo perduto;
- a marzo 2022 Eligo ha concluso un aumento di capitale pari a complessivi Euro 1.589.766 sottoscritto per la grande parte da partner strategici con competenze industriali acquisite collaborando e producendo con i principali brand internazionali del lusso;
- in data 31 marzo 2022 Eligo è stata iscritta nell'apposita sezione speciale del Registro delle Imprese in qualità di PMI Innovativa;
- con effetto dal 16 maggio 2022, dando seguito agli accordi presi con i precedenti soci della società controllata Masel S.r.l., il dott. Luca Maselli, Amministratore Unico di Masel S.r.l. ha dato le dimissioni dal ruolo e la dott.ssa Luciana Naomi Kohashi Catella - già Amministratrice Delegata di Eligo - è subentrata quale Amministratore Unico della società controllata. Si

eligo

è pertanto proceduto a completare l'integrazione della società Masel S.r.l. nel modello organizzativo e di business di Eligo: i) sono stati integrati i sistemi contabili, amministrativi e logistici con Eligo, ii) è stato completato il progetto di rebranding del brand (da Masel a Masel Milano) al fine di sottolineare le origini e l'italianità del brand, modificando la brand image incluso il logo (da nodo di cravatta stilizzato, a serpente a due teste), iii) si è proceduto ad aumentare l'offerta del portafoglio prodotti assorbendo la linea uomo sartoriale precedente venduta a brand Eligo, iv) si è proceduto a sviluppare un nuovo sito e-commerce, www.maselmilano.com (ex www.masel.me) strutturato per l'integrazione con l'infrastruttura tecnologica di Eligo, in particolare con la modalità di vendita attraverso Eligo Live Shopping Assistance;

- a giugno 2022 la Società ha concluso il contratto di locazione ad uso gratuito dello showroom presente in Via Sartirana 5 precedentemente utilizzato da Masel S.r.l.. Si è deciso in tal senso di concentrare tutte le risorse umane e le operations della Società nello showroom di Via Pietro Mascagni 15 a Milano, per facilitare la gestione del personale e una maggiore integrazione della logistica e dei rispettivi team di lavoro;
- a giugno 2022 Eligo ha effettuato le prime vendite di prodotti di precedenti collezioni a brand Meltin'Pot; questo evidenzia l'appeal e la riconoscibilità che il brand vanta ancora sul mercato, essendo un buon segnale, lato marketing, del potenziale rilancio del brand;
- il 20 giugno 2022 è stata costituita la holding Eligo Technologies S.r.l. al fine di riunire in un unico veicolo i founder e alcuni dei principali azionisti di Eligo, garantendo in questo modo, anche attraverso meccanismi di lock-up, la governance del Gruppo Eligo nel medio e lungo periodo;
- Il 18 luglio 2022 è stato firmato l'accordo inerente gli strumenti finanziari partecipativi (SFP) sottoscritti da Mazal Fashion S.r.l. per un valore di Euro 500.000, la cui emissione è stata approvata successivamente

eligo

- nell'Assemblea degli azionisti di Eligo;
- il 29 luglio 2022 Eligo S.r.l. si è trasformata in Eligo S.p.A., come deliberato dall'Assemblea straordinaria della Società;
 - il 29 luglio 2022 l'Assemblea straordinaria della Società ha deliberato l'emissione degli SFP sottoscritti da Mazal Fashion S.r.l.; inoltre, in pari data, è stato nominato il Collegio Sindacale ed è stato conferito l'incarico triennale alla società di revisione RSM Società di Revisione e Organizzazione Contabile S.p.A.;
 - il 1 agosto 2022 è stata costituita la società Ellis Island Brands Group S.r.l. in cui Eligo S.p.A. detiene il 45%. La società veicolo è stata costituita in partnership con la D&C Holding SAS di Gianfranco Casarano, titolare della società Ganiel Shoes S.r.l., importante calzaturificio che collabora con i principali brand del lusso a livello globale. La partnership potrà contare sul know how industriale della società Ganiel Shoes S.r.l. e sul know how tecnologico di Eligo, e ha l'obiettivo di supportare, anche attraverso l'uso di contratti di licenza, gli aspetti industriali e di creazione dei prodotti a brand Meltin'Pot, ri-brandizzato Meltin (Pot). La Società ha investito importanti risorse nella nuova immagine del brand in linea con il riposizionamento nel segmento premium e luxury che si intende perseguire. Eligo ha proceduto alle verifiche, trascrizioni e rinnovi del brand Meltin (Pot) a proprio nome, con relativa sorveglianza e tutela del marchi registrati a livello internazionale, ed ha iniziato a gestire tutti i canali di comunicazione del marchio, inclusi i canali social e il sito www.meltinpot.com. Nel secondo semestre 2022, in accordo con Eligo, la società Ellis Island Brand Group S.r.l. ha avviato le attività propedeutiche al lancio della prima capsule in edizione limitata sul mercato, prevista nel primo semestre del 2023; Eligo si è focalizzata sulle attività di design, sviluppo ed integrazione del sito internet che verrà abilitato dall'infrastruttura tecnologica integrata e dalla possibilità di supportare le vendite sul sito e-commerce da Personal Stylist dedicati e

eligo

- opportunamente formati all'uso di E.L.S.A.;
- il 5 agosto 2022 è cessato il contratto di locazione del negozio in Via dei Bossi, precedentemente utilizzato da Masel S.r.l., al fine di ottenere un'ottimizzazione dei costi che sarà pienamente visibile nel 2023. Al contempo, al fine di sfruttare anche per il brand Masel Milano le sinergie presenti con la Società, si è deciso di far leva sull'utilizzo degli spazi del negozio in Corso Venezia 18. A seguito di tale decisione, sono state accentrate in un unico negozio fisico tutte le vendite inerenti gli accessori uomo e i prodotti sartoriali;
 - a fine settembre 2022, Eligo e il dott. Luca Maselli hanno risolto consensualmente i) l'accordo quadro stipulato in sede di acquisizione di Masel S.r.l. e conseguentemente ii) il contratto di collaborazione tra Eligo e il dott. Luca Maselli;
 - In data 16 novembre 2022 la Società ha sottoscritto un contratto di finanziamento con Intesa Sanpaolo S.p.A. di Euro 200.000 erogabile a fronte di spese effettuate o da effettuare per esborsi inerenti progetti di marketing e tecnologia. Il primo SAL e conseguente erogazione, di Euro 125.000, è stata concomitante alla firma del finanziamento, invece la seconda erogazione, di Euro 75.000, è prevista per il primo trimestre 2023.
 - in data 28 novembre 2022 l'assemblea degli azionisti di Eligo ha approvato l'accordo di investimento in SFP sottoscritti da CDP Venture Capital SGR - Fondo Rilancio, per un valore di Euro 600.000;
 - in data 28 dicembre 2022 hanno avuto inizio le negoziazioni delle azioni ordinarie di Eligo S.p.A. sul mercato Euronext Growth Milan – Segmento Professionale. L'ammissione alle negoziazioni ha avuto ad oggetto n. 887.141 azioni ordinarie di nuova emissione, di cui n. 167.200 relative al collocamento privato riservato ad investitori professionali e n. 719.941 rivenienti dalla conversione di due strumenti finanziari partecipativi ("SFP") sottoscritti da Mazal Fashion S.r.l. e CDP Venture Capital SGR - Fondo

eligo

Rilancio. Il prezzo di quotazione delle azioni ordinarie è stato fissato in Euro 2,35 per azione, pari al prezzo di sottoscrizione delle azioni ordinarie di nuova emissione collocate nell'ambito del private placement. Sulla base di tale prezzo la capitalizzazione ("equity value") a inizio negoziazioni, comprendendo le azioni risultanti dalla conversione degli SFP, è stata pari a circa Euro 13,9 milioni e il flottante pari al 11,25% del capitale sociale. Alla data di inizio delle negoziazioni, considerando anche la conversione degli SFP menzionati, il capitale sociale di Eligo S.p.A. è risultato pari a Euro 59.095,41, composto da n. 5.909.541 azioni ordinarie prive del valore nominale.

Si segnala, inoltre, a livello di KPI di business: (i) un aumento del numero dei brand terzi presenti nel marketplace, da n. 36 del precedente esercizio a n. 56, (ii) il reclutamento di nuovi Personal Stylist indipendenti (n. 2.051 iscritti) da formare alla vendita dei brand nel marketplace e all'uso della nuova infrastruttura tecnologica abilitante per le vendite assistite online, (iii) l'avanzamento dello sviluppo dell'infrastruttura tecnologica di Eligo. Tale sviluppo è stato parzialmente finanziato attraverso fondi agevolati specifici dedicati ottenuti con la sottoscrizione di un contratto di finanziamento firmato in data 07 agosto 2020 di massimi Euro 528.668 (pari al 70% degli investimenti da effettuare) da parte di Invitalia (Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'Impresa); il finanziamento è della durata di 84 mesi, con rimborso senza interessi in n. 14 rate semestrali, come previsto dal relativo bando Smart & Start. In data 26 maggio 2021 è stata presentata, a seguito dell'avvio dei lavori, una prima richiesta di rimborso per un valore di Euro 66.174,36; l'erogazione a rimborso da parte di Invitalia del 70% del SAL richiesto è avvenuta ad aprile 2022.

A seguito del perdurare della situazione di forte incertezza e criticità a livello macroeconomico dovuta prima alla pandemia da Covid-19 e poi, a inizio 2022, alla guerra tra Russia e Ucraina, la Società ha rivisto le proprie linee guida prevedendo

eligo

lo slittamento di alcune iniziative previste precedentemente, tra cui l'espansione internazionale, anticipando altre attività ritenute maggiormente strategiche e a valore aggiunto, di cui i) lo sviluppo di E.L.S.A. al fine di incentrare il piano di crescita sulla piattaforma online e ii) l'espansione per linee esterne, con il rebranding del marchio Masel Milano a seguito dell'acquisizione della società Masel S.r.l. a fine 2021 e il rilancio del marchio Meltin'Pot, anch'esso acquisito a fine 2021, con il rilascio della nuova capsula previsto entro il primo semestre 2023, al fine accelerare la crescita soprattutto sul territorio italiano facendo leva, operativa e di marketing, sulla brand awareness e sull'avvio del business già in parte creati da entrambi i brand.

ANDAMENTO GENERALE E SCENARIO DI MERCATO

Come di consueto, prima di procedere all'illustrazione dei punti previsti dall'art. 2428 del codice civile, riteniamo opportuno illustrare la situazione macroeconomica del mercato in cui opera la Società. Il settore della moda è storicamente un settore trainante dell'economia italiana: secondo per numero di occupati solo al comparto della meccanica, il suo contributo non è solo tangibile in termini di PIL ed export, ma anche per la capacità di farsi "ambasciatore" del Made in Italy. Del resto, il settore della moda italiana è estremamente articolato, attraversato da un complesso equilibrio tra spinte alla modernizzazione e la necessità di preservare le tradizioni che ne garantiscono l'immagine e il prestigio sui mercati internazionali.

Nel 2021 il settore contava oltre 61 mila imprese attive che impiegavano circa 545 mila addetti e generando un valore di Euro 93 miliardi, un dato in forte crescita rispetto al biennio 2019-2020¹.

Nonostante le incognite legate alla pandemia non ancora pienamente superata, al conflitto in Ucraina con i relativi rincari dei costi delle materie prime e un generale clima di incertezza legato alle spirali inflazionistiche e alle strozzature lungo le catene

¹ https://www.ilsole24ore.com/art/moda-61mila-imprese-e-93-miliardi-euro-fatturato-2021-AEiIA0HC?refresh_ce=1

di approvvigionamento internazionali, il settore della moda ha mostrato, e continua a mostrare, una fortissima resilienza.

La pandemia da Covid-19 e le relative misure di lockdown per contenere la diffusione del virus hanno avuto un forte impatto sulla moda italiana. La riduzione della produzione, la chiusura dei confini nazionali, la contrazione del commercio internazionale hanno avuto dirette conseguenze su un settore votato all'esportazione come quello della moda, in cui l'Italia rimane il terzo esportatore mondiale.

Il mercato del Fashion, ha registrato a livello globale nel 2022 un volume pari a 1,53 trilioni di dollari; si prevede che questo settore cresca del 11% nel 2023 (tasso YoY 2021-2022), attestandosi ad un valore di 1,7 trilioni di dollari².

Al suo interno il segmento abbigliamento risulta essere quello maggiormente rilevante, rappresentando il 57% del valore complessivo nel 2021; si prevede inoltre che il mercato complessivo a livello globale possa raggiungere, nel 2025, un livello superiore ai 2.000 miliardi di Euro, con una crescita sostenuta del 10% annuo (CAGR 22-25F)³.

L'analisi dell'evoluzione dei canali distributivi attraverso i quali è possibile raggiungere il cliente finale, sottolinea l'importanza per i brand di fornire un'esperienza senza soluzione di continuità e la necessità di riprogettare il business model.

In questo contesto, il ruolo del negozio fisico è destinato a cambiare, lasciando la conversione di vendita ai canali online e al contributo rilevante rappresentato dal social commerce. Tale aspetto è diventato ancora più importante dopo lo scoppio della pandemia, che ha accelerato la migrazione dei canali verso l'online.

Nel 2022 il mercato del fashion online è arrivato a raggiungere il valore di 744 miliardi di dollari e si prevede che possa toccare 821 miliardi di dollari nel 2023 con un CAGR del 10,5% (CAGR 2023-2027) nel prossimo quinquennio, che lo porterebbe a valere 1.222 miliardi di dollari nel 2027.

A livello europeo il mercato del fashion ha registrato un volume di 484 miliardi di

² <https://www.statista.com/topics/5091/apparel-market-worldwide/#topicOverview>

³ <https://www.statista.com/forecasts/821415/value-of-the-global-apparel-market>

dollari nel 2022 e si prevede che possa crescere ad un tasso del 2,3% nel prossimo quinquennio (CAGR 2023-2027). Anche a livello continentale il segmento abbigliamento risulta essere quello maggiormente rilevante, rappresentando il 61% del valore complessivo nel 2021.

Il mercato italiano del fashion ha registrato nel 2022 un volume pari a 107 miliardi di Euro, in crescita sul 2021 del 16% e del 9% sul 2019⁴ e si prevede che il mercato cresca ad un tasso del 5-10% nel prossimo biennio (YoY 2022-2023).

In Italia si registra per il 2022 un'incidenza del 21% per l'online, la quale rimane stabile rispetto al dato del 2021, ma evidenzia una lieve crescita rispetto al 2020 (17%), con un'ipotesi di sviluppo che lo porterà nel 2025 a pesare per il 40%.

Bisogna inoltre segnalare che l'avvento dei marketplace e dei modelli a piattaforma si sta rafforzando anche in Italia; secondo lo studio di McKinsey del 2022 oltre il 50% degli acquisti personali nel comparto fashion avverrà tramite marketplace entro il 2025. I consumatori, infatti, apprezzano molto questo modello di business nel quale ritrovano un'ampia possibilità di scelta, oltre a i livelli di servizio e di consegna efficienti ed elevati⁵.

A livello globale nel 2022 il 46% degli acquisti online avviene tramite marketplace, come strumento evoluto rispetto a un e-commerce, in cui brand o venditori terzi possono esporre i propri prodotti e vendere attraverso una piattaforma terza, un dato in forte crescita, testimoniato dal tasso di sviluppo di questo modello di business (+10% YoY 2021-2022), doppio rispetto a quello di crescita degli e-commerce come canale di vendita dove si vendono i prodotti di un unico brand, quindi siti di vendita online dirette e nella parte dei casi, monomarca. Il 77% dei consumatori che utilizzano marketplace per i loro acquisti hanno giudicato questo modello di business utile per risparmiare denaro, comparando diversi portali, ma soprattutto tempo, per poter

⁴ <https://www.ilsole24ore.com/art/industria-moda-record-prima-volta-sopra-100-miliardi-AErdVpSC>

⁵ <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20fashion/2022/the-state-of-fashion-2022.pdf>

effettuare una scelta più consapevole senza dover passare tra centinaia di siti alla ricerca del capo necessario.

Le imprese italiane che si affidano ai marketplace digitali per incrementare il proprio business ed aprirsi a nuovi mercati hanno raggiunto livelli importanti, mentre le piattaforme digitali si stanno sviluppando grazie a investimenti sempre più rilevanti per il sistema imprenditoriale italiano. Le piattaforme, oltre ad essere un primario canale di relazione e di vendita con i consumatori digitali, sono anche un nuovo modo di concepire il business aziendale e di riprogettare il posizionamento competitivo delle imprese, facendo leva sulle opportunità abilitate dalle logiche di collaborazione.

In questo scenario di mercato i brand italiani hanno visto una crescita del proprio valore totale nel 2022 rispetto al 2021 del 14%⁶, delineando un aumento superiore rispetto a quello registrato nel 2021 in confronto al 2020 (11%), e con un valore in crescita del 2% rispetto a quello pre-pandemia.

I brand italiani ed il Made in Italy hanno performato meglio anche in confronto alla media mondiale, pari al 10%; se invece consideriamo il mercato esclusivamente dei denim Made in Italy, le prospettive di crescita tra il 2022 e il 2026 sono ancora più floride. Tale dato appare molto incoraggiante se si considera il marchio proprietario Meltin(Pot) che verrà rilanciato attraverso campagne B2C nel corso del 2023 e che vedrà la sua crescita prevalente nel prossimo triennio, grazie al piano di sviluppo dedicato ad esso.

È innegabile, dunque, che la pandemia abbia accelerato una serie di cambiamenti all'interno del settore. Da una parte, i lockdown hanno mostrato la fragilità delle catene di approvvigionamento, portando i principali operatori ad iniziare almeno in parte un processo di reshoring della produzione; dall'altra parte, il tema della sostenibilità è diventato un elemento chiave del posizionamento delle imprese, le

⁶ <https://brandirectory.com/rankings/italy/>

quali stanno agendo sempre più per limitare il proprio impatto ambientale in fase sia di produzione sia di ricerca e sviluppo, ma anche tramite servizi offerti al consumatore (ad esempio quelli di sartoria per incentivare la riparazione dei prodotti). Infine, la digitalizzazione porterà ampie innovazioni in tutta la filiera. In particolare, si prevede che l'esperienza di shopping diventi sempre più digitale, grazie alla maggiore diffusione dell'e-commerce su diverse piattaforme e all'utilizzo dell'intelligenza artificiale nei camerini di prova dei negozi fisici, ma anche e soprattutto grazie alla forte crescita che il mercato del *Social & Live Commerce* sta avendo a livello globale.

A corredo di tale analisi possiamo anche evidenziare come il mercato del *Live Commerce* rappresenti ormai a pieno un nuovo canale di creazione di valore per rivenditori, brand e piattaforme digitali, con un valore di mercato in continua crescita, non solo in Cina dove è nato e ha raggiunto i 423 miliardi di dollari nel 2022, rappresentando circa il 17% di tutte le vendite in e-commerce, ma anche in Occidente.

Negli Stati Uniti il *Live Commerce* è partito in ritardo ma sta crescendo rapidamente, rappresentando circa il 2% del mercato dell'e-commerce e raggiungendo un valore di 17 miliardi di dollari nel 2022; si prevede un valore stimato a 55 miliardi di dollari entro il 2026. In Europa il fenomeno è ancora agli inizi e non ci sono stime ufficiali per gli anni passati, anche se si prevede che possa crescere con un CAGR del 36% tra il 2022 e il 2028 in linea con quanto avvenuto negli USA.

All'interno di questo macro-trend legato al *Live Commerce*, il mondo del fashion riveste il ruolo principale, il 25% degli acquirenti infatti ha comprato prodotti di abbigliamento e accessori, seguiti dal 20% del settore beauty e dal 19,5% del mondo dell'elettronica; dunque il *Live Commerce* rappresenta un fenomeno globale, con dati in forte crescita ed un ticket in costante aumento. Se dapprima si proponevano attraverso tale modalità prodotti e brand low-end, sono sempre più i marchi e i beni di fascia alta che vengono venduti e proposti tramite questo nuovo canale di vendita,

eligo

innovativo e interattivo per il cliente finale, sia tramite dirette *one-to-many* che con attività di vendita *one-to-one* assistita.

Diversi addetti al settore prevedono che proprio quest'ultima modalità, ovvero la vendita online assistita *one-to-one*, avrà uno sviluppo più importante nel medio lungo periodo proprio in Occidente, e questo a causa delle diversità dei mercati, delle piattaforme, dei brand e delle preferenze dei consumatori occidentali rispetto a quelli asiatici, in cui è più diffusa la modalità *Live Commerce* in *one-to-many*.

Si prevede che il *Live Commerce* a livello complessivo possa arrivare a rappresentare tra il 10% e il 20% del valore delle vendite totali dell'e-commerce in Europa e USA nei prossimi anni. Il *Live Commerce*, infatti, consente di avere un'esperienza coinvolgente e personalizzata per il cliente, evidenziando tassi di conversione fino a dieci volte superiori rispetto all'e-commerce convenzionale.

Eligo ha investito dapprima in soluzioni *one-to-one*, e continuerà ad investire risorse nel settore ampiamente definito *Live & Streaming Commerce* attraverso lo sviluppo della piattaforma E.L.S.A. e dell'intera infrastruttura tecnologica integrata a servizio dei brand proprietari e dei brand di terzi presenti all'interno del marketplace di Eligo.

In questo quadro di grandi cambiamenti e fermento tecnologico, si è aggiunta la guerra in Ucraina che ha tuttavia in parte modificato le aspettative di imprese e famiglie sulle future scelte economiche. Il continuo aumento dei prezzi di elettricità e gas ha inevitabilmente messo sotto pressione l'intera filiera produttiva. I rincari dei prezzi energetici del 2022, del resto, hanno compresso il potere d'acquisto delle famiglie in maniera significativa, specialmente nell'ultimo quadrimestre dell'anno. Questo fenomeno ha influito sull'ampiezza e il ritmo di crescita dei consumi in generale, il cui recupero è stato ostacolato dalla maggiore incertezza che influenza la fiducia del pubblico. Dal lato delle imprese, voci di spesa in forte aumento sono stati i costi di trasporto e quelli delle materie prime, in ogni settore dell'economia; tali rincari hanno causato la necessità di investire nelle attività di magazzino, aumentare i

eligo

prezzi ai consumatori finali e l'accumulo di scorte, mentre l'export è stato parzialmente penalizzato dal conflitto a causa delle strozzature nella rete di approvvigionamento globale, nonché dalle sanzioni e controsanzioni adottate dalle parti in causa.

In questo contesto, il supporto pubblico nella seconda metà del 2022 è risultato essere essenziale per evitare le conseguenze più negative sul settore e sull'economia italiana nel suo complesso attraverso le risorse stanziare dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) per salvaguardare e modernizzare l'intero sistema produttivo. In ogni caso, lo scenario resta molto volatile anche in virtù della guerra in Ucraina e solo nei prossimi mesi si potranno avere dati più consolidati.

In tale quadro macroeconomico, il percorso intrapreso da Eligo, caratterizzato da un accentuato utilizzo delle ultime tecnologie c.d. di *Live Commerce* – tanto da collocarla alla frontiera dell'innovazione nel settore – fanno ritenere che la Società e le sue controllate possano continuare con lo sviluppo del proprio business.

E' molto probabile che la situazione di forte incertezza del mercato attuale porterà anche ad un parziale riassetto del panorama competitivo, con meno player presenti sul mercato ed una maggiore concentrazione, situazione di cui Eligo e le sue controllate potrebbero beneficiare.

In aggiunta, si segnala che Eligo potrà beneficiare, anche grazie alla sua struttura e alla piattaforma tecnologica proprietaria in grado di offrire un nuovo tipo di esperienza nel mondo dello shopping online, di possibili nuove operazioni di acquisizione di marchi storici dell'abbigliamento Made in Italy, strutturandosi sempre più come un nuovo sistema di vendita digitale e un polo della moda artigianale dedicato a brand locali, indipendenti e di alta qualità, che intendono vendere a livello globale attraverso nuovi canali commerciali online e con focus prioritario sul canale del *Live Commerce*.

eligo

IL BILANCIO DI ELIGO S.P.A. AL 31.12.2022

Il presente bilancio al 31 dicembre 2022 è stato predisposto in conformità al D. Lgs 127/1991 integrato, per gli aspetti non specificamente previsti dal decreto, dai principi contabili nazionali pubblicati dall'Organismo Italiano di Contabilità (OIC).

PRINCIPALI RISULTATI DI ELIGO AL 31 DICEMBRE 2022

ANDAMENTO DELLA GESTIONE

Si riporta di seguito una sintesi dei dati economici, patrimoniali e finanziari più significativi.

Al fine di fornire un migliore quadro conoscitivo dell'andamento e del risultato della gestione e della situazione patrimoniale e finanziaria, le tabelle sottostanti espongono una riclassificazione dello stato patrimoniale a fonti/impieghi e una riclassificazione del conto economico secondo esposizione dell'EBITDA.

PROSPETTO DEL CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

Al fine di fornire un'analisi fedele, equilibrata ed esauriente della gestione dell'azienda, si espone di seguito il prospetto di Conto Economico riclassificato secondo i principali schemi diffusi per l'analisi del bilancio. I dati riportati sono messi a confronto con quelli conseguiti nell'esercizio precedente per rilevare le variazioni intervenute.



Conto Economico Riclassificato				
(Dati in migliaia di Euro)	2022	% (*)	2021	% (*)
Ricavi delle vendite	1.824.102	95%	679.295	61%
Variazione Rimanenze	16.551	1%	3.661	0%
Altri ricavi e proventi	70.388	4%	434.610	39%
Valore della produzione	1.911.040	100%	1.117.565	100%
Costi delle materie prime, sussidiarie e di merci al netto della var. Rimanenze	(431.389)	-23%	(85.325)	-8%
Costi per servizi	(1.330.931)	-70%	(738.201)	-66%
Costi per godimento beni di terzi	(52.041)	-3%	(36.805)	-3%
Costi del personale	(77.776)	-4%	(19.585)	-2%
Oneri diversi di gestione	(112.290)	-6%	(80.657)	-7%
EBITDA	(93.386)	n.a.	156.992	14%
Ammortamenti e svalutazioni	(388.847)	-20%	(104.981)	-9%
Accantonamenti	-	0%	-	0%
EBIT	(482.233)	n.a.	52.011	5%
Proventi e (Oneri) finanziari	(25.716)	-1%	(6.831)	-1%
Svalutazione partecipazioni in società controllate	(469.525)	-25%	-	-1%
EBT	(977.474)	n.a.	45.181	4%
Imposte sul reddito	-	0%	(31.346)	-3%



Risultato d'esercizio	(977.474)	n.a.	13.835	1%
------------------------------	------------------	-------------	---------------	-----------

(*) *Incidenza sul Valore della produzione*

RICAVI

Il **Valore della produzione** ammonta a Euro 1.911.040, in aumento rispetto al precedente esercizio (Euro 1.117.565). In particolare, i ricavi dalle vendite sono aumentati di Euro 1.144.807 anche a causa di un diverso mix di prodotti venduti nel 2022 rispetto al 2021, più specificatamente, nel 2022 sono stati venduti anche prodotti del marchio Meltin'Pot per un ammontare pari a Euro 550.000 risalenti a prima del fallimento, in ottica di preparazione per il rilancio del brand nel 2023. La voce di altri ricavi e proventi è pari ad Euro 70.388, in diminuzione di Euro 364.222 rispetto al precedente esercizio; la voce è essenzialmente costituita (i) da contributi in conto esercizio ricevuti da SIMEST per il Bando Internazionalizzazione per Euro 12.500 e dalla Camera di Commercio di Milano per il Banco Connessi per Euro 8.000, (ii) dalla liberazione del fondo rischi per buoni sconto per Euro 34.032 allocato nell'esercizio precedente e (iii) da sopravvenienze attive relative ad esercizi precedenti per il residuo.

COSTI

I costi operativi sostenuti nell'esercizio sono pari a Euro 2.004.426 e possono essere ripartiti come segue:

- **Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci** per Euro 431.389, principalmente per acquisto merci, in netto aumento rispetto al precedente esercizio (Euro 85.325), principalmente per effetto dell'incremento dei volumi di vendita dell'esercizio;
- **Costi per servizi** per Euro 1.330.931, anch'essa aumentata rispetto al precedente esercizio (Euro 738.201) costituita prevalentemente da costi di

eligo

marketing e pubblicità, compensi co.co.co., spese per domini e spese per consulenze;

- **Costo di godimento di beni terzi** per Euro 52.041, in aumento rispetto al precedente esercizio (Euro 36.805). Tali costi riguardano in gran parte il canone di affitto corrisposto per la sede di Eligo S.p.A. in via Pietro Mascagni 15 impiegata anche come showroom della Società.

- **Costo del personale** per Euro 77.776, aumentato anch'esso rispetto al precedente esercizio (Euro 9.585). Le principali voci che compongono il costo del personale riguardano le retribuzioni e contributi. Nel corso dell'esercizio di riferimento, la Società si è avvalsa anche dell'apporto lavorativo di collaboratori inquadrati contrattualmente mediante contratti di collaborazione coordinata continuativa oltre che dei lavoratori dipendenti. Per quanto concerne i lavoratori dipendenti, la Società ha avuto in forza n. 2 unità e per quanto concerne i collaboratori autonomi, la Società ha avuto in forza mediamente n. 5 unità.

Il conto economico riclassificato espone pertanto un **EBITDA** negativo pari ad Euro 93.386, nell'esercizio precedente risultava invece positivo e pari a Euro 156.992.

La Società ha registrato nell'esercizio 2022 **ammortamenti e svalutazioni** pari ad Euro 388.847, in aumento rispetto a Euro 104.981 del precedente esercizio; tale voce include gli ammortamenti del periodo, prevalentemente immateriali e pari a Euro 385.423, coerentemente con il business della Società.

Il bilancio d'esercizio presenta un **EBIT** negativo, pari a Euro 482.233, dopo oneri finanziari per Euro 25.716, principalmente relativi ai finanziamenti con Unicredit e Crédit Agricole, e svalutazioni di partecipazioni per Euro 469.525; queste ultime attengono le controllate Made in Zero S.r.l. per complessivi Euro 7.543, Masel S.r.l. per complessivi Euro 334.534 e Mesamis S.r.l. per complessivi Euro 127.448.

Il bilancio d'esercizio relativo all'anno 2022 sottoposto alla Vostra approvazione, si chiude con un **Risultato d'Esercizio** negativo (perdita) che ammonta a Euro

eligo

977.474.

Si specifica che tali risultati sono frutto della fase di importanti investimenti e profonda transizione commerciale, gestionale e tecnologica della Società, volta allo sviluppo dell'infrastruttura tecnologica e della piattaforma proprietaria ELSA, all'integrazione di Masel S.r.l., e alle attività di rilancio del brand Meltin'Pot. La Società, in parallelo, ha avviato una serie di iniziative volte all'ottimizzazione e all'efficientamento dei processi di sviluppo commerciale e tecnico che vedrà compimenti negli esercizi successivi.

PROSPETTO DELLA SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA RICLASSIFICATA

Stato Patrimoniale Riclassificato	31.12.2022	31.12.2021	Var %
(Dati in migliaia di Euro)			
Immobilizzazioni immateriali	1.362.793	1.173.154	16%
Immobilizzazioni materiali	16.198	7.552	114%
Immobilizzazioni finanziarie	524.500	25.419	1963%
Attivo fisso netto	1.903.491	1.206.124	58%
Rimanenze	20.211	3.661	452%
Crediti commerciali	321.558	511.717	-37%
Debiti commerciali	(722.003)	(228.298)	216%
Capitale circolante commerciale	(380.234)	287.080	-232%
Altre attività correnti	928.292	106.651	770%

eligo

Altre passività correnti	(17.969)	(11.110)	62%
Crediti e debiti tributari	441.747	141.189	213%
Ratei e risconti netti	92.710	(24.513)	-478%
Capitale circolante netto	1.064.546	499.296	113%
Fondi rischi e oneri	(484.106)	(60.000)	707%
TFR	(402)	(4.173)	-90%
Capitale investito netto (Impieghi)	2.483.529	1.641.248	51%
Indebitamento finanziario netto - Debito finanziario corrente	70.820	1.130.680	-94%
<i>Debiti verso banche per finanziamenti - entro 12 mesi</i>	5.657	2.081	172%
<i>Debiti tributari scaduti e non ancora rateizzati</i>	61.790	118.599	-48%
<i>Altri debiti finanziari</i>	3.374	1.010.000	-100%
Indebitamento finanziario netto - Parte corrente del debito finanziario non corrente	239.427	88.196	171%
Indebitamento finanziario netto - Debito finanziario non corrente	651.729	390.107	67%
Totale indebitamento finanziario	961.976	1.608.983	-40%
Disponibilità liquide	(523.164)	(69.065)	657%
Altre attività finanziarie correnti	(214.466)	-	n.a
Indebitamento finanziario netto	224.347	1.539.918	-85%
Capitale sociale	59.095	19.531	203%



Riserve	3.177.560	67.964	4575%
Risultato d'esercizio	(977.474)	13.835	-7165%

Patrimonio netto	2.259.182	101.330	2130%
-------------------------	------------------	----------------	--------------

Totale fonti	2.483.529	1.641.248	51%
---------------------	------------------	------------------	------------

L'**Attivo fisso netto** risulta pari a Euro 1.903.491, in incremento rispetto a Euro 1.206.124 al 31 dicembre 2021, costituito da Immobilizzazioni immateriali per Euro 1.362.793 afferenti principalmente il valore del marchio Meltin(Pot) acquisito a fine 2021, la capitalizzazione dei costi di IPO sostenuti e la capitalizzazione di costi sostenuti per lo sviluppo della piattaforma proprietaria E.L.S.A. e del sito internet. Si rilevano anche Immobilizzazioni finanziarie pari a Euro 524.500, in incremento rispetto ad Euro 25.419 del 31 dicembre 2021; la variazione è legata principalmente (i) alla società partecipata Ellis Island Brands Group S.r.l. al 45%, per Euro 4.500 per la sottoscrizione in fase di costituzione del 45% del capitale sociale della stessa da parte della Società e per Euro 170.000 quale finanziamento erogato sempre da Eligo al fine di supportare la fase di start-up della società neo-costituita, (ii) a Masel S.r.l. per l'erogazione di finanziamenti per complessivi Euro 350.000 al fine di sostenere la patrimonializzazione della controllata.

Il **Capitale circolante commerciale** risulta negativo e pari a Euro 380.234, in miglioramento rispetto a positivi Euro 287.080 al 31 dicembre 2021, dato l'elevato importo dei debiti commerciali rispetto ai crediti commerciali e alle rimanenze; il **Capitale circolante netto**, invece, risulta positivo e pari a Euro 1.064.546, in incremento rispetto a Euro 499.296, principalmente per effetto degli elevati crediti tributari (Euro 452.898 rispetto a Euro 156.073 al 31 dicembre 2021), dei crediti verso

eligo

altri (Euro 929.699 rispetto a Euro 109.191 al 31 dicembre 2021) relativi, per una parte sostanziale, ad anticipi corrisposti a fornitori per l'acquisto di spazi pubblicitari, oltre che dell'incremento della voce ratei e risconti netti (da negativi Euro 24.513 a positivi Euro 92.710).

A livello patrimoniale si deve riscontrare che Eligo, grazie all'aumento di capitale completato a marzo 2022, alla conversione degli SFP di Mazal Fashion e CDP Venture Capital SGR - Fondo Rilancio e alle risolte raccolte in sede di IPO, risulta maggiormente patrimonializzata e dispone della liquidità necessaria per proseguire il proprio piano strategico di investimenti.

Grazie a queste attività straordinarie sul capitale, il **Patrimonio netto** al 31 dicembre 2022 è pari ad euro 2.259.182, in forte incremento rispetto ad Euro 101.330 al 31 dicembre 2021.

PROSPETTO DELL'INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO

Indebitamento finanziario netto (Dati in migliaia di Euro)	31.12.2022	31.12.2021	Var %
A Disponibilità liquide	(523.164)	69.065	-857%
B Mezzi equivalenti a disponibilità liquide	-	-	n.a
C Altre attività finanziarie correnti	(214.466)	-	n.a
D Liquidità (A+B+C)	(737.629)	69.065	-1168%
E Debito finanziario corrente	70.820	1.130.680	-94%
F Parte corrente del debito finanziario non corrente	239.427	88.196	171%

eligo

G Indebitamento finanziario corrente (E+F)	310.248	1.218.876	-75%
H Indebitamento finanziario corrente netto (G-D)	(427.382)	1.149.811	-137%
I Debito finanziario non corrente	651.729	390.107	67%
J Strumenti di debito	-	-	n.a
K Debiti commerciali e altri debiti non correnti	-	-	n.a
L Indebitamento finanziario non corrente (I+J+K)	651.729	390.107	67%
M. Totale indebitamento finanziario (H) + (L)	224.347	1.539.918	-85%

L'**Indebitamento finanziario netto** al 31 dicembre 2022 risulta pari ad Euro 224.347, con disponibilità liquide pari a Euro 523.164, in miglioramento rispetto all'indebitamento finanziario netto dell'esercizio precedente pari ad Euro 1.539.918, con disponibilità liquide pari a Euro 69.065. Si ricorda che al 31 dicembre 2021, l'Indebitamento Finanziario Netto era impattato anche dai debiti verso i venditori della società Masel S.r.l. e del marchio Meltin'Pot, per un totale di circa Euro 1.010.000; tali debiti sono stati interamente estinti a seguito di un aumento di capitale dedicato ai venditori, conclusosi a marzo 2022.

AMBIENTE E PERSONALE

Di seguito si forniscono le informazioni attinenti all'ambiente e al personale.

Nel corso del 2022 non si sono verificati danni causati all'ambiente per cui la Società sia stata dichiarata colpevole, né provvisoriamente né in via definitiva e non sono state inflitte sanzioni o pene provvisorie o definitive per reati o danni ambientali.

Per quanto concerne il personale, sono state intraprese ormai da tempo tutte le iniziative necessarie alla tutela dei luoghi di lavoro, secondo quanto disposto dalla legislazione in materia; nel corso del periodo non si sono verificati infortuni gravi sul lavoro che hanno comportato lesioni gravi o gravissime al personale iscritto al libro matricola né sono stati registrati addebiti in ordine a malattie professionali su dipendenti o ex dipendenti o cause di mobbing, per cui la Società sia stata dichiarata definitivamente responsabile.

DESCRIZIONE DEI PRINCIPALI RISCHI E INCERTEZZE

Eligo ha strutturato un adeguato processo di identificazione, monitoraggio e gestione dei principali rischi che potrebbero compromettere il raggiungimento degli obiettivi aziendali qui di seguito indicati.

RISCHI FINANZIARI

Ai sensi dell'art. 2428 del codice civile, numero 6-bis, si attesta che nella scelta delle operazioni di finanziamento e d'investimento la Società ha adottato criteri di prudenza e di rischio limitato e che non sono state poste in essere operazioni di tipo speculativo.

Eligo è comunque esposta al rischio finanziario derivante da variazione dei tassi di



interesse originato prevalentemente dai debiti finanziari a tasso variabile che espongono la Società al rischio di dover sostenere oneri maggiori, anche in misura significativa, rispetto a quelli attesi.

Nonostante la Società monitori con costanza l'andamento dei tassi di interesse, qualora si verificassero significative fluttuazioni dei tassi di interesse, dipendenti da diversi fattori che non sono sotto il controllo della stessa, quali le politiche monetarie, l'andamento macroeconomico e la situazione dell'economia e della politica italiana, si potrebbe verificare un aumento degli oneri finanziari a carico dello stesso, con un possibile impatto negativo sulle prospettive di business, con conseguenti effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria della Società.

RISCHI DI MERCATO CONNESSI ALLE INCERTEZZE DEL CONTESTO MACROECONOMICO E POLITICO

La crisi economico-finanziaria degli ultimi anni, aggravata dall'impatto della pandemia da Covid-19, dalle forti pressioni inflazionistiche, dalle tensioni geopolitiche tra Repubblica Federale Russa e Ucraina che sono sfociate in un conflitto ancora in corso alla data odierna, dalle difficoltà diffuse per imprese ed investitori con situazioni finanziarie deteriorate, e dal rialzo dei tassi di interesse, ha determinato un peggioramento del quadro macro-economico che ha visto come conseguenza una dinamica negativa del clima di fiducia dei consumatori e con conseguente generale contrazione dei consumi.

Tutto ciò ha portato ad una maggiore competizione a livello globale, una generale riduzione dei tassi di crescita delle economie di quasi tutti i Paesi a livello globale, e una generalizzata pressione sui margini delle imprese.

Nel quadro macro-economico generale assumono rilievo le incertezze relative (i) alle tendenze dell'economia reale con riguardo alle prospettive di ripresa a seguito della



pandemia da Covid-19 e (ii) agli impatti delle sanzioni imposte a livello mondiale nell'ambito del conflitto in essere tra Repubblica Federale Russa e Ucraina. In particolare, nonostante le misure adottate a livello europeo e da diversi governi nazionali, nonché da enti e organizzazioni sovranazionali, al fine di fornire assistenza alle imprese colpite dalla pandemia e rilanciare i consumi, persistono preoccupazioni relative al calo della domanda derivante dall'incertezza e dal crollo della fiducia.

Allo stesso modo, a seguito di un'ampia condanna dell'invasione dell'Ucraina da parte dei Paesi membri della N.A.T.O. e dell'Unione Europea, la Russia è stata destinataria di pesanti sanzioni che hanno colpito il suo sistema bancario e commerciale e che hanno comportato, tra l'altro, il blocco dell'esportazione di gas verso l'Occidente, l'impedimento per le principali banche russe di utilizzare il sistema di pagamento SWIFT e il divieto di export verso la Russia. Le suddette circostanze hanno determinato il crollo del Rublo e della Borsa di Mosca, un eccezionale aumento del prezzo del petrolio e del gas, nonché significative problematiche nella catena di approvvigionamento di materie prime.

Tale situazione di incertezza potrebbe portare ad una generale diminuzione della domanda dei prodotti e servizi di Eligo causata non solo da un'eventuale diminuzione del potere di acquisto dei propri clienti, ma anche dall'adozione di un atteggiamento maggiormente propendente alla prudenza e risparmio in capo agli stessi. Il verificarsi dei predetti eventi e, in generale, il protrarsi nel tempo di questa fase di recessione economica e di incertezza, potrebbe comportare una contrazione nella domanda di servizi e di prodotti offerti dalla Società, con conseguenti effetti negativi sulla sua situazione economica, patrimoniale e/o finanziaria.

RISCHI RELATIVI ALLA CONCORRENZA E ALLA COMPETITIVITA' DEL MERCATO IN CUI LA SOCIETA' OPERA

Il mercato dell'abbigliamento retail è caratterizzato da un elevato livello di

eligo

competizione, rafforzata anche dal possibile ingresso di potenziali nuovi competitor (anche esteri); inoltre, il mercato dell'e-commerce e dei negozi on-line è presidiato da player di dimensioni anche significativamente maggiori di Eligo, con un elevato bacino di utenza.

Sebbene il modello di business di Eligo differisca significativamente da quello tradizionale proposto dai propri competitor, qualora a seguito dell'ampliamento del numero dei suoi diretti concorrenti Eligo non fosse in grado di mantenere la propria forza competitiva sul mercato, vi potrebbero essere effetti negativi sull'attività e sulle prospettive di crescita nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria di Eligo.

Inoltre, anche alla luce della crescita che il settore dell'e-commerce in generale, e quello del *Live Commerce* in particolare, ha registrato negli ultimi anni, non si può escludere che l'incremento degli acquisti sul canale online e live possa spingere altri operatori a porre in essere una strategia di vendita simile a quella di Eligo, con conseguenti effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e/o finanziaria di Eligo stessa.

La capacità di offrire ai propri clienti un'esperienza di acquisto online immersiva ed innovativa costituisce uno dei principali vantaggi competitivi di Eligo rispetto ai propri concorrenti; il mantenimento di tale vantaggio dipende in maniera significativa dalla capacità di Eligo di sviluppare sempre nuovi aggiornamenti della piattaforma proprietaria che ne arricchiscono in maniera innovativa le caratteristiche.

Inoltre, il successo di Eligo dipende dalla capacità di adeguare e innovare tempestivamente la propria piattaforma commerciale nonché il proprio marketplace in funzione dei prevedibili sviluppi tecnologici, al fine di rispondere ad eventuali nuove esigenze dei consumatori.

Qualora Eligo non fosse in grado di mantenere aggiornata in maniera adeguata la

eligo

piattaforma tecnologica ovvero non fosse in grado di eguagliare eventuali innovazioni apportate dai propri concorrenti, lo stesso potrebbe subire una diminuzione della domanda dei propri prodotti, con conseguenti possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria di Eligo.

RISCHI CONNESSI ALLA PROTEZIONE DELLA PROPRIETA' INTELLETTUALE

Gli asset intangibili di proprietà intellettuale e industriale della Società sono elementi essenziali per il successo delle attività e la violazione degli stessi da parte di soggetti terzi potrebbe compromettere il posizionamento competitivo ed il profilo reputazionale dello stesso. Tali asset sono prevalentemente costituiti da un ampio e articolato portafoglio composto da marchi di impresa (inclusi i nomi a dominio), depositati a livello nazionale, europeo e internazionale, e da software proprietari.

La Società, inoltre, commercializza prodotti a marchio proprio e di terzi attraverso il marketplace basato su una infrastruttura tecnologica articolata che integra software disponibili sul mercato con software di proprietà di Eligo; pertanto il business della Società è caratterizzato dalla notevole importanza dei marchi e degli altri diritti di proprietà intellettuale.

A riguardo si fa presente che successivamente alla chiusura dell'esercizio, il 21 febbraio 2023, Eligo ha ricevuto un atto di citazione davanti al Tribunale di Milano, da una società che si occupa di sviluppare programmi e sistemi informatici. A seguito di tale atto, Eligo ha provveduto ad incaricare tempestivamente uno studio legale per esaminare il caso e procedere alle relative attività al fine di difendere il corretto operato di Eligo. Lo studio legale incaricato ha esaminato l'atto di citazione riferendo che allo stato non è possibile prevedere un rischio di soccombenza.

Si ricorda inoltre che il marchio Meltin'Pot, registrato in diversi Paesi anche extra-europei non è stato in uso da alcuni anni a seguito del fallimento della società

eligo

Romano S.p.A., originaria proprietaria del marchio Meltin'Pot. L'investimento per la creazione di nuovi prodotti a marchio Meltin'Pot richiede quindi da parte di Eligo un impegno a mantenere la registrazione del predetto marchio nei Paesi nei quali è attualmente registrato e non vi sono certezze che in tali Paesi il marchio non possa essere stato indebitamente utilizzato da terzi con la necessità da parte di Eligo di affermarne nuovamente la titolarità, intraprendendo contenziosi ovvero appositi procedimenti amministrativi.

Poiché la tutela dei diritti di privativa della Società è fondamentale per mantenere il proprio vantaggio competitivo e il riconoscimento del mercato, Eligo monitora costantemente il proprio portafoglio di beni di proprietà intellettuale rispetto a rinnovi, scadenze o altre azioni e scadenze ufficiali, nonché rispetto ad eventi potenzialmente dannosi per il valore del portafoglio stesso al fine di poter reagire in modo tempestivo, ove necessario, anche avvalendosi dell'attività di consulenti esterni.

Tuttavia, nonostante le forme di tutela riguardo il proprio portafoglio di beni di proprietà intellettuale, non è possibile eliminare il rischio di contraffazioni e di contestazioni da parte di terzi.

RISCHIO DI LIQUIDITA'

Il rischio di liquidità rappresenta il rischio che risorse finanziarie disponibili non siano sufficienti a soddisfare, nei termini e nelle scadenze stabilite, gli impegni derivanti dalle passività finanziarie. Il rischio di liquidità cui Eligo potrebbe essere soggetta è rappresentato dal mancato reperimento di adeguati mezzi finanziari necessari per la sua operatività, nonché per lo sviluppo delle proprie attività commerciali. I due principali fattori che determinano la situazione di liquidità sono, da una parte le risorse generate o assorbite dalle attività operative e di investimento, dall'altra le caratteristiche di scadenza e di rinnovo del debito o di liquidità degli impieghi finanziari e le condizioni di mercato. Eligo dispone comunque di una dotazione di



liquidità immediatamente utilizzabile derivante sia dall'incremento dei finanziamenti concessi dal sistema bancario sia dalle operazioni di aumento di capitale effettuati nel 2022, incluse le conversioni degli SFP, grazie ai quali la Società ha ottenuto nuova liquidità, utile per affrontare tutte le obbligazioni di pagamento attese nel 2022, incluse il saldo delle acquisizioni straordinarie della società Masel S.r.l. e del marchio Meltin'Pot.

Tale liquidità ha garantito il proseguimento di un importante piano investimenti e ha consentito a Eligo di concludere l'anno 2022 con disponibilità liquide pari ad Euro 523.164.

ATTIVITA' DI RICERCA E SVILUPPO

Durante il 2022, Eligo ha proseguito l'attività di ricerca e sviluppo inerente tutte le funzionalità dell'infrastruttura tecnologica integrata, in particolare ELSA e i protocolli di integrazione con gli altri strumenti IT, al fine di un costante miglioramento dell'usabilità dell'interfaccia tra cliente e Stylist.

Sono proseguiti inoltre gli investimenti necessari a migliorare e implementare una serie di procedure volte all'ottimizzazione e all'automazione dei processi aziendali quali marketing, customer relationship management, operations e amministrazione, con l'obiettivo di ottenere una maggiore efficacia e una riduzione dei costi di gestione, con particolare attenzione ai processi aziendali, soprattutto quelli relativi ai servizi forniti ai clienti e quelli interni.

La determinazione di tali effetti si verificherà durante l'esercizio successivo.



INVESTIMENTI

Nel corso degli ultimi anni, Eligo ha investito significativamente in tecnologia, in particolare nello sviluppo di E.L.S.A., e nell'integrazione della stessa all'interno dell'infrastruttura tecnologica comprendente CRM, ERP, data base prodotti, sito web, web app di interfaccia tra cliente e Stylist e sistema di pagamenti.

Eligo possiede una piattaforma integrata, modulare, composta da software proprietari e da applicazioni di terze parti di nuova generazione, best-of-breed e SaaS (Software as a service). La filosofia che ha guidato le scelte tecnologiche è stata orientata al pragmatismo: prendere le migliori soluzioni terze ed integrarle con moduli sviluppati internamente che consentono di aggiungere competitività all'azienda sotto forma, ad esempio, di velocizzazione e automazione di task verticali. Nel 2022, in particolare, Eligo ha testato il modulo E.L.S.A., accelerando la diffusione in azienda di alcune piattaforme digitali best-of-breed (a titolo esemplificativo il CRM), che ritiene essere importanti per l'immediato futuro, le quali non hanno ancora espresso vantaggi riscontrabili nella performance dell'anno in oggetto che ha comunque tratto benefici in ottica di migliore controllo del business e di gestione più efficace delle attività di marketing.

Gli investimenti effettuati nel 2022 hanno gettato le basi per un percorso di sviluppo futuro: le parole chiave della strategia tecnologica di Eligo per i prossimi anni saranno *Live Commerce*, *Integrazione* e *Automazione*.

L'obiettivo a breve termine è sostenere la crescita del business, mentre, nel medio-lungo termine la Società intende consentire un salto generazionale delle tecnologie a supporto dell'evoluzione strategica del business che consenta ai clienti di immergersi in un'esperienza di acquisto ancora più coinvolgente con il supporto di esperti di prodotto accreditati nel marketplace di Eligo collegati da remoto attraverso connessioni live.

In particolare, aumentare il numero e le performance degli esperti di prodotto e di vendite - cosiddetti Personal Stylist - in modalità live nel settore dell'abbigliamento

eligo

premium e luxury, è l'obiettivo di breve periodo, mentre, consolidare il modello di business nel settore dell'abbigliamento è l'obiettivo di medio periodo. Inoltre, estendere il marketplace ad altri esperti di prodotto e di vendite in modalità live, oltre il settore dell'abbigliamento, è l'obiettivo di lungo periodo.

In particolare, nel corso dell'esercizio 2022, le immobilizzazioni immateriali di Eligo ammontano a complessivi Euro 1.362.793 principalmente composte da:

- Marchio Meltin'Pot, acquisito alla fine del 2021; l'importo al 31 dicembre 2022, relativo ad acquisto, spese relative alla tutela del marchio e al netto dell'ammortamento, è pari a Euro 829.983;
- Costi di impianto e ampliamento per Euro 307.780, di cui Euro 279.105 relativi alle spese per la quotazione;
- Diritti di brevetto per Euro 216.131 relativi allo sviluppo della piattaforma E.L.S.A. e del sito internet della Società.

INFORMATIVA SULL'ATTIVITA' DI DIREZIONE E COORDINAMENTO

Ai sensi dell'art. 2497 e segg. c.c. si specifica che la Società non è soggetta ad attività di direzione e coordinamento.

AZIONI PROPRIE

Alla data del 31 dicembre 2022 Eligo non possiede azioni proprie né direttamente né per il tramite di società controllate e/o collegate.



EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Per quanto infine attiene alla prevedibile evoluzione della gestione, si ritiene che le misure attuate e da attuare nel breve termine da parte dell'organo amministrativo contribuiscano a mantenere un equilibrio gestionale economico e finanziario per la Società per il 2023. A tal fine è assolutamente necessario che l'organo amministrativo si muova con la necessaria prudenza e lungimiranza, senza trascurare quelle attività che, seppur non immediatamente produttive di ricavi, possano garantire un adeguamento al futuro sviluppo del settore di appartenenza.

In generale, la Società continuerà a testare ed investire per migliorare l'infrastruttura tecnologica proprietaria sviluppata, testando a mercato la nuova piattaforma E.L.S.A. al fine di facilitare l'adozione della stessa da parte di clienti e Personal Stylist, questi ultimi formati e abilitati. La società sarà quindi impegnata nell'aumentare il numero di Stylist abilitati e formati ad operare su E.L.S.A. e dedicati alla vendita di brand specifici, nell'ampliare il numero dei brand offerti nel marketplace e nell'accrescere la brand awareness di Eligo.

Inoltre, Eligo sarà impegnata nell'integrazione del brand Masel Milano all'interno della piattaforma sviluppata da Eligo stessa, e nello sviluppo di sinergie volte ad un aumento del fatturato e della marginalità della società acquisita a fine 2021. A riguardo, continuerà il processo di smaltimento del magazzino di Masel S.r.l. al fine di allineare la stessa al modello di business di Eligo e verranno messe in atto strategie volte ad incrementare ed internazionalizzare la visibilità del marchio Masel Milano. L'aumento dei prodotti a catalogo Masel Milano, unitamente al rebranding effettuato, agli investimenti effettuati nello sviluppo di un nuovo sito di e-commerce (www.maselmilano.com) con configuratore e la creazione di un team di Stylist

eligo

dedicati, consentirà a Masel Milano di aumentare le possibilità di vendita, e di conseguenza migliorare le performance sia lato ricavi, attraendo nuovi clienti e offrendo nuovi prodotti a clienti esistenti, sia lato costi, sfruttando sinergie con Eligo e la tecnologia sviluppata. Gli investimenti effettuati per il brand nel corso del 2022 vedranno i loro frutti nei prossimi esercizi.

Eligo inoltre sarà impegnata nel rilancio del marchio Meltin (Pot) attraverso il rilascio della prima capsule in edizione limitata sul mercato, prevista nei primi mesi del 2023. In tal senso Eligo ha l'obiettivo di effettuare la vendita dei prodotti della prima capsule a marchio Meltin (Pot), esclusivamente tramite il sito internet www.meltinpot.com sviluppato e collegato alla piattaforma tecnologica di Eligo al fine di consentire le vendite live da Stylist formati ad hoc per questo brand.

Eligo prevede come ulteriore strategia futura l'espansione internazionale, anche in virtù dei programmi di accelerazione lanciati da alcuni paesi esteri a cui Eligo sta partecipando con il coinvolgimento del proprio management team operativo. Nel 2022 la società ha superato due programmi dedicati all'espansione nel mercato statunitense, attraverso il supporto di due dei principali network di investitori dedicati al mercato locale: ERA, il principale acceleratore di New York, e Accelerate Italy, che punta ad esportare le eccellenze imprenditoriali italiane nel mercato americano.

Inoltre, ad aprile 2023 la Società è stata ammessa al programma di accelerazione internazionale di INNOVIT, Italian Innovation & Cultural Hub di San Francisco, promosso dal Ministero Italiano per gli Affari Esteri e Cooperazione Internazionale su proposta dell'Ambasciata Italiana a Washington e in collaborazione con il Consolato Italiano Generale a San Francisco.

Si segnala tuttavia che, tenuto conto dell'incertezza causata dalla situazione geopolitica in corso in merito al conflitto scoppiato alla fine di febbraio 2022 tra

eligo

Russia e Ucraina, dalla elevata inflazione e dagli elevati tassi di interesse non risulta possibile esplicitare in quale misura si potranno avere effetti economico-finanziari sulle prospettive della Società e delle sue controllate nell'immediato futuro.

Infine, dati le spese e gli ingenti investimenti effettuati per completare il percorso di quotazione presso il Segmento Professionale del mercato Euronext Growth Milan di Borsa Italiana, e data la situazione geopolitica, economica e finanziaria poco favorevole, la Società intende completare nei prossimi anni l'aumento di capitale deliberato a dicembre 2022 ed attrarre risorse da parte di investitori professionali e istituzionali anche in più tranche da poter impiegare nel piano di sviluppo pluriennale di Eligo e del gruppo cui fa capo.

Amministratrice Delegata

LUCIANA NAOMI KOHASHI CATELLA



eligo