



***GIGLIO GROUP: SIGLATO ACCORDO STRATEGICO CON MEI.COM,
TOP STORE ONLINE DEL LUSSO IN CINA***

Acquisito da Alibaba nel 2015, il portale MEI.com conta oltre 10 milioni di utenti attivi e ha l'obiettivo di diventare la più grande piattaforma al mondo di prodotti di lusso. Con questa partnership l'E-commerce 4.0 di Giglio Group si posiziona ai vertici del mercato in Cina come punto di riferimento per i top brand italiani.

Milano, 28 giugno 2017 – [Giglio Group](#) (Aim Italia-Ticker GGTV), prima società di e-commerce 4.0, comunica di aver concluso un accordo con MEI.com, uno dei principali luxury store online in Cina, dal 2015 di proprietà del Gruppo Alibaba.

A pochi giorni dall'avvio della collaborazione con Secoo, una delle prime piattaforme in Cina nel luxury e-commerce, Giglio Group rafforza ulteriormente la propria presenza nel mercato cinese, tra i principali per lo shopping online per numero di utenti e disponibilità di spesa. Secondo le ultime analisi di mercato, infatti, le vendite e-commerce in Cina sono ora superiori ai 600 miliardi di dollari e puntano a raggiungere i 1.000 miliardi nel 2018. A questi dati si aggiunge che il 30% del consumo del lusso mondiale è in Cina, dove il 45% dei beni di lusso sono acquistati online.

L'accordo tra Giglio Group e MEI.com, siglato su base annuale con possibilità di estensione per gli anni successivi, ha una valenza strategica rilevante perché consentirà a Giglio Group, attraverso la propria divisione fashion, di proporre e commercializzare i prodotti di abbigliamento e di accessori di alcuni dei luxury brand italiani più rinomati su MEI.com e su tutti i canali social e app ad esso collegati.

MEI.com, piattaforma nata nel 2010 e acquisita nel 2015 dal colosso Alibaba, si posiziona come riferimento per lo shopping di alta qualità e "customer oriented" in Cina, con oltre 500 brand partners tra i più importanti marchi del fashion italiano e internazionali. I numeri di MEI.com, in questo senso, sono di altissimo livello: con oltre 10 milioni di utenti iscritti, la piattaforma web raggiunge oltre 1 milione di utenti unici al giorno, più di 170 milioni utenti unici tramite le app di Tmall e Taobao, due importanti marketplace B2C cinesi.

Utenti che, ora, potranno aggiungere una nuova esperienza di acquisto online con l'E-commerce 4.0 di Giglio Group, pensato per i millenials, che fa convergere media, e-commerce e social network per nuove e migliori esperienze d'acquisto. Un'opportunità in più e strategica, dunque, per il "consumatore tipo" che acquista su MEI.com: un utente molto sofisticato ed amante del lusso tailor made.

Alessandro Giglio, Presidente di Giglio Group, dichiara: “In poche settimane abbiamo concluso due importanti accordi che ci posizionano ai vertici del settore e-commerce in Cina. Ci auguriamo che l’accordo con Mei.com, del gruppo Alibaba, al momento di valore principalmente commerciale e strategico, possa evolvere in futuro in una partnership di ben più ampio raggio e spessore. Dopo Secoo, ora con MEI.com scaliamo posizioni di mercato strategiche in un Paese fortemente attratto dal Made in Italy e da ciò che meglio identifica e rappresenta la qualità artigianale, il gusto per il bello e il ben fatto tipicamente italiano. Uno dei maggiori trend futuri sarà la crescita delle vendite dall’Europa verso la Cina, già oggi molto forte, e Giglio si sta posizionando al top per cogliere da subito i ritorni sia in termini di business, che di ricavi, mantenendo fede al nostro obiettivo primario: promuovere il Made in Italy nel mondo sui nostri canali tv, digitali, online, social e web”.

Informazioni su Giglio Group:

Fondata da Alessandro Giglio nel 2003 e quotata in Borsa sul mercato AIM dal 7 agosto 2015, Giglio Group è una società e-commerce 4.0 rivolta principalmente ai Millenials. Il gruppo è leader nel settore del broadcast radio televisivo, ha sviluppato soluzioni digitali all’avanguardia e rappresenta, nel fashion online, un market place digitale a livello globale, approvvigionando i trenta principali digital retailer del mondo. Giglio Group produce inoltre contenuti multimediali che vengono trasmessi, attraverso accordi con operatori e in larga parte attraverso una infrastruttura proprietaria di trasmissioni via fibra e satellite costituita dalla divisione M-Three Satcom, in 46 paesi, 5 continenti ed in sei lingue attraverso i propri canali televisivi (Nautical Channel, Giglio TV, Acqua e Playme), visibili su tutti i dispositivi televisivi, digitali, web e mobile. Nel 2016 il Gruppo ha lanciato il proprio modello di e-commerce 4.0, attualmente operativo in Cina e Usa: l’utente “vede e compra” cliccando sul proprio smartphone/tablet o scattando una fotografia del prodotto che sta guardando in tv, per una rivoluzionaria esperienza d’acquisto. Giglio Group ha sede a Milano, Roma, New York (Giglio USA) e Shanghai (Giglio Shanghai).

Ufficio stampa:

Spriano Communication
Matteo Russo e Cristina Tronconi
mob. 347/9834881
mrusso@sprianocommunication.com;
ctronconi@sprianocommunication.com;

Nomad:

Banca Finnat EuramericaS.p.A.
Palazzo Altieri, Piazza del Gesù 49
00186 Roma
Tel.: +39 06 699331

Investor Relations:

Francesca Cocco
Investor Relations
ir@giglio.org
(+39)0283974207