



Ecommerce: Giglio punta sulla Cina

(f. sav.) Dopo la tv — l'unica italiana in Cina — arriva per Giglio l'acquisizione di una società di ecommerce, la Mf Fashion, il cui nome deriva da quello dei due fondatori e non ha nulla a che vedere con attività del gruppo editoriale Class. L'idea di fondo è vendere moda e lusso made in Italy da smartphone e tablet attraverso il canale tv che Giglio ha in Cina dopo l'accordo con l'operatore nazionale Cctv. La società — quotata a Piazza Affari nel segmento Aim delle piccole e medie imprese — ha tra i suoi azionisti Tarek Ben Ammar (nella foto) e Sawiris, oltre che gli azionisti pubblici: il ministero dello Sviluppo e Simest. Il 70% degli acquisti cinesi già ora arriva da device mobili: l'intento è vendere made in Italy cliccando sui prodotti sponsorizzati dal canale tv utilizzando questo marketplace fornitore di Amazon, Yoox, Zalando, Vente-Privee. Prove di convergenza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

