

Tv. A marzo nuovo piano industriale Giglio Group fa shopping e cresce nell'e-commerce

Andrea Blondi

■ Il sistema sarà operativo entro fine anno: cliccando sulle immagini in onda il telespettatore potrà accedere al prodotto e finalizzare l'acquisto. Miracoli del "second screen" che Giglio Group, network tv e multimediale nato

nel 2003, guidato dall'imprenditore genovese Alessandro Giglio, attivo in 45 Paesi e quotato a Piazza Affari (Aim), ora conta di trasformare in realtà, inizialmente in Cina e Usa, dopo aver acquisito MfFashion, distributore B2B specializzato nella moda online.

L'operazione (5 milioni di euro, per metà in azioni) è stata annunciata ieri, assieme ai conti 2015: ricavi per 13,9 milioni (+20%), Ebitda di 4,6 milioni (+43%) e utile netto di 1,1 milioni. Altre indicazioni emerse nell'incontro con la stampa: non si è escluso di antici-

pare (di un anno rispetto ai piani) la distribuzione della cedola al 2016; sarà rivisto il business plan, che sarà presentato il 15 marzo alla Star Conference e traguarderà al 2019 o 2020; l'azienda intende approdare al segmento Star.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

