

Italia-Cina

Lusso italiano sulle tv d'Oriente

Giglio Group, luxury digital company presente su tutte le piattaforme tv, mobile e web, porta i **grandi marchi** nelle case cinesi

ALESSANDRO GIGLIO È STATO TRA I PRIMI IMPRENDITORI italiani a credere nelle opportunità del mercato cinese. Fondata 15 anni fa, Giglio Group è la prima luxury digital company ad avere introdotto sul mercato internazionale la fusione tra media tradizionali ed e-commerce, diventando la prima società di e-commerce 4.0, oggi presente su tutte le piattaforme tv, mobile e web. Storicamente, è il primo ed unico gruppo televisivo italiano ad aver siglato un accordo di partnership con CCTV, il canale televisivo di stato in Cina, con cui Giglio co-produce il magazine settimanale *Made in Italy*. Il programma, trasmesso su tutte le principali piattaforme televisive e web cinesi, totalizza circa 100 milioni di telespettatori a puntata ed è l'unica finestra televisiva italiana presente in Cina dal 2014.

Negli anni, da puro broadcaster radiotelevisivo, Giglio Group ha sviluppato soluzioni all'avanguardia e rappresenta oggi, nel fashion online, un marketplace digitale a livello globale, che approvvigiona i 40 principali digital retailer del mondo. La scorsa estate il gruppo ha siglato accordi strategici con due dei principa-

li luxury store online cinesi, Secoo e il portale MEI.com, che contano rispettivamente 10 milioni di utenti attivi. A ottobre 2017, il gruppo ha rafforzato il proprio ruolo esclusivo di abilitatore digitale per i marchi di moda nel mercato cinese, siglando accordi con Amazon China e Amazon Hong Kong.

«La Cina è il paese asiatico che apprezza maggiormente la moda e il lusso italiani e noi per primi abbiamo creduto e scommesso sulle potenzialità di questo mercato», dichiara **Alessandro Giglio**, fondatore e ad del gruppo. «È quindi motivo di orgoglio essere veicolo di diffusione del brand Italia in Estremo Oriente e, soprattutto, essere riferimento per imprese italiane di successo che vogliono diffondere il proprio marchio in Cina, paese fortemente attrattivo e dove contiamo di crescere a doppia cifra già nel 2018», continua Giglio, che, proprio per il suo lavoro con la Cina, ha ricevuto il prestigioso riconoscimento Capital Elite (riquadro in basso).

Il gruppo italiano ha da tempo compreso le potenzialità del mercato cinese per i marchi nazionali, offrendo loro una capillare presenza sui net-

work televisivi e multimediali locali. Entro giugno sarà pienamente operativa Ibox, la piattaforma mondiale multibrand lanciata a dicembre 2017 per accelerare le vendite online e in grado di collegare simultaneamente oltre 40 piattaforme di marketplace nel mondo e di coprire, attraverso una propria struttura logistica composta da tre hub principali (Italia, Usa e Cina), tutti i più importanti mercati online, riducendo notevolmente i tempi di spedizione. **C**



Premiare le strategie vincenti e incoraggiare, dando visibilità, le imprese italiane che operano in Cina e quelle cinesi che operano in Italia. Con questa filosofia, durante la dodicesima edizione dei China Awards, Capital, in collaborazione con la Fondazione Italia Cina, ha insignito con i prestigiosi **Capital Elite** nove aziende che si sono distinte in questa nuova sfida. Nell'articolo in alto, Alessandro Giglio, ad e fondatore di Giglio Group. **1)** Alessandro Canese, managing director, e Rio Lam, assistant manager global management office, di Tuvia Italia-Kerry Logistics; **2)** Andrea Chiesi, director R&D portfolio management di Chiesi Farmaceutici; **3)** Giulio De Metrio, chief operating officer di Sea Aeroporti Milano; **4)** Maurizio Del Tenno, direttore generale di China Investment; **5)** Roberto Ferraro, ceo Giacomini Asia Pacific; **6)** Fausto Palombelli, chief commercial officer di ADR Aeroporti Roma; **7)** Liu Song, presidente di Tongling Dingliang Business Co. Ltd, con l'ad Luca Qiu; **8)** Luca Nicodemi, head of China Practice di Partners Spa.