

## GIGLIO GROUP – Cresce a doppia cifra nell'e-commerce nei primi 9 mesi



Giglio Group, società media attiva nel campo del commercio elettronico, potrebbe mettersi in luce in Borsa a seguito della pubblicazione dei risultati di bilancio.

La società, nei primi nove mesi del 2018, ha registrato una crescita del 28% dei ricavi su base annua (35,5 milioni di euro contro 27,8). In aumento anche l'Ebitda, che si attesta a 6,8 milioni (+16,5%).

Facendo uno zoom sull'area e-commerce, il valore derivante dalle vendite arriva a 53 milioni di euro, +15% rispetto all'anno scorso. Giglio, inoltre, ha avviato la cessione di una delle divisioni che si occupa di servizi per la TV, M3 Satcom, da cui si aspetta un beneficio economico entro il primo trimestre del 2019. Operazione effettuata per concentrarsi sulle attività nel commercio elettronico.

Relativamente alla posizione finanziaria netta, il dato si attesta a -20,3 milioni contro i -14,8 al 31 dicembre 2017. La società ha fatto sapere che la variazione è legata alla stagionalità del business e agli investimenti per lo sviluppo dell'e-commerce.

Ricordiamo che Giglio, tramite IBox digital, ha lanciato a settembre tre progetti con marchi del luxury fashion come "The Blonde Salad" di Chiara Ferragni, Tosca Blu e Bomberg.

[www.websim.it](http://www.websim.it)  
[www.websimaction.it](http://www.websimaction.it)



## ARTICOLI RECENTI

QUVI – La tecnologia Made in Italy che proietterà ologrammi ad alta quota

BANCA IFIS – Continua la crescita nel business degli NPL

GIGLIO GROUP – Cresce a doppia cifra nell'e-commerce nei primi 9 mesi

AEDES – Ricavi in aumento del 7% nei primi nove mesi

AZIONI – Banche, auto e materie prime, per cavalcare un ciclo ancora espansivo



## GIGLIO GROUP – CRESCE A DOPPIA CIFRA NELL'E-COMMERCE NEI PRIMI 9 MESI

♡ 0

15 NOVEMBRE 2018

BY REDAZIONE WEBSIM ACTION IN IN EVIDENZA, SMALL CAP

TAGS GIGLIO GROUP

**GIGLIO**  
**GROUP S.p.A.**

Giglio Group, società media attiva nel campo del commercio elettronico, potrebbe mettersi in luce in Borsa a seguito della pubblicazione dei risultati di bilancio.

La società, nei primi nove mesi del 2018, ha registrato una crescita del 28% dei ricavi su base annua (35,5 milioni di euro contro 27,8). In aumento anche l'Ebitda, che si attesta a 6,8 milioni (+16,5%).

Facendo uno zoom sull'area e-commerce, il valore derivante dalle vendite arriva a 53 milioni di euro, +15% rispetto all'anno scorso. Giglio, inoltre, ha avviato la cessione di una delle divisioni che si occupa di servizi per la TV, M3 Satcom, da cui si aspetta un beneficio economico entro il primo trimestre del 2019. Operazione effettuata per concentrarsi sulle attività nel commercio elettronico.

Relativamente alla posizione finanziaria netta, il dato si attesta a -20,3 milioni contro i -14,8 al 31 dicembre 2017. La società ha fatto sapere che la variazione è legata alla stagionalità del business e agli investimenti per lo sviluppo dell'e-commerce.

Ricordiamo che Giglio, tramite IBox digital, ha lanciato a settembre tre progetti con marchi del luxury fashion come "The Blonde Salad" di Chiara Ferragni, Tosca Blu e Bomberg.

www.websim.it  
www.websimaction.it

