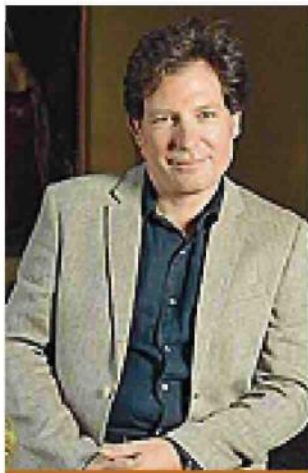


Modelli Acquisti online, è il momento del «vedi e compra»

Le porte del lusso globale si aprono sugli Emirati Arabi

Giglio e Ynap rafforzano l'e-commerce nei nuovi mercati



Network Il presidente Alessandro Giglio

E ntrare e uscire dalle boutique. Accalcarsi nei centri commerciali. Navigare sulla rete cercando il sito e la variante che interessa. Sono ormai «riti di passaggio» che portano alla moda 4.0 e al suo e-commerce, ideato e organizzato da Giglio Group, network televisivo e multimediale, prima e unica società con questa specializzazione, quotata al mercato Aim di Borsa italiana.

Sintesi

È una sintesi, questa tecnologia, che permette le interazioni di tutte le esperienze digitali. «Immaginiamo di vedere nella pubblicità su una rivista, o in onda in tv, o in streaming, l'oggetto che ci piace — spiega Alessandro Giglio, 51 anni, presidente del gruppo da lui fondato nel 2003 —. Si scatta la foto con il *mobile* e in tempo reale appaiono i dettagli e il prezzo dell'oggetto desiderato per procedere direttamente all'acquisto».

Come tutti i procedimenti in apparenza molto semplici è in realtà il risultato di una diplomazia dello shopping che ha richiesto accordi ad alto livello, ottimizzando la sinergia tra le società del gruppo che con i suoi canali digitali raggiunge ogni giorno 150 milioni di persone in 45 Paesi. «Questa evoluzione ci proietta sul mercato del lusso globale: il progetto riscuote grandi successi sul mercato asiatico, in Cina e Vietnam, e negli Usa».

Distribuendo l'eccellenza

del made in Italy ai principali *digital retailer*, Giglio Group attraverso Giglio Fashion trafighetta le giacenze di merce dagli spazi fisici verso i siti di vendita *flash sales*. E nel giro di poche stagioni per volumi di affari è diventato la prima società in Italia B2B, dedicata a questo canale online. Ma anche, grazie a rapporti diretti e privilegiati, genera ordini di stagione via catalogo o in showroom durante le campagne vendita.

Avviata l'attività per il passaggio entro l'estate 2017 al segmento Star di Borsa italiana, Alessandro Giglio dice che le aree di grande interesse sulle quali intende puntare sono Medio Oriente, dove è già ben presente in Oman, Israele e Libano, e l'Africa.

Joint venture

Nei giorni scorsi è stata annunciata la joint venture tra Ynap-Yoox net-a-porter group, il colosso dell'e-commerce di lusso con Symphony Investments, la società controllata dal fondatore del Dubai Mall, Mohamed Alab-

bar.

Imprenditore ad ampio raggio (immobiliarista con Emaar Properties), esperto del lusso e delle sue dinamiche, sostenitore convinto del digitale, è il socio ideale di Federico Marchetti, Ceo e fondatore del gigante dell'e-commerce sofisticato. Dove Mohamed Alabbar nell'aprile scorso ha già investito 100 milioni di euro attraverso un aumento di capitale. «Già oggi il Medio Oriente è una delle aree a più rapida crescita per il retail di lusso — commenta Marchetti — con una popolazione di 200 milioni di giovani *tech-savvy* e con la più alta *mobile penetration* al mondo. Per questo abbiamo deciso di scommettere anche su questo mercato nella nostra strategia per i prossimi cinque anni. Medio Oriente e la Cina sono già i mercati a più alto tasso di crescita del gruppo, nel 2015 hanno registrato ricavi complessivi pari a circa 80 milioni di euro, e contiamo di più che quadruplicarli entro il 2020».

GIUSI FERRÉ

