

Giglio lancia nuovo modello distributivo online



Un nuovo modello distributivo on line, che assicura ai brand il **100% di sell through**. Lo lancia **Giglio Group**, digital company quotata all'Aim di Borsa Italiana, con la sua divisione **Ibox Distribution**, che fornisce servizi 'su misura' b2c e b2b. **Alessandro Santamaria**, digital and strategic managing director, già pioniere dell'e-commerce nella società di Diego Della Valle, spiega all'Adnkronos il meccanismo: "Ci siamo accorti, parlando con i brand, che il digitale, l'e-commerce è ciò su cui tutti stanno spingendo, dove tutti vogliono fare più fatturato. Si sta considerando l'e-commerce come il primo canale di vendita del brand".

Dunque, per "**massimizzare ancora di più i risultati di vendita**", Giglio propone ai brand di "caricare quanto più possibile di prodotto on season sui propri siti". E questo con il chiaro proposito "di non andare mai a esaurimento taglie, soprattutto sui capi iconici. Caricare tanto prodotto - spiega Santamaria - consente di averne sempre disponibile e di aumentare la visibilità, per non rischiare di perdere delle vendite. Da parte nostra ci impegnamo, a fine stagione, terminato il periodo del full price e a conclusione dei saldi, a ritirare tutta la merce invenduta".

Sarà Ibox Distribution a farsi carico dell'invenduto e a impegnarsi a rivenderlo, quando ormai è off season, attraverso i suoi canali. Giglio, con la sua divisione Ibox è in grado di collegare simultaneamente oltre **40 piattaforme di marketplace nel mondo** (dall'America alla Cina) e di coprire, attraverso una propria struttura logistica composta da tre 3 hub principali in Italia, Usa e in Cina nella free trade zone, tutti i più importanti mercati online.

Il tutto, chiaramente, con la garanzia che con le aziende stesse si definiscono target di mercato e posizionamento, nonché politiche di pricing. Insomma, "garantiamo questa redistribuzione dell'invenduto dalla prima piattaforma b2c a un modello b2b. Per il brand - assicura - è un modello di sell through 100%. Carico dunque tanto prodotto, che vado poi a rivendere con marginalità più alta per il b2c e più bassa per il b2b. Ma la logica è totalmente win win tra noi e azienda. La quale, per altro, non si deve più occupare di nulla".

L'obiettivo è chiudere accordi "con 10 a 15 brand nel corso dell'anno, principalmente italiani". Operando come b2b e btc "già conosciamo tutte piattaforme anche le più piccole ma con ottime performance di vendita. Sappiamo esattamente - conclude Santamaria - con chi lavorare in tutto il mondo e dove distribuire".

Intanto il gruppo ha diffuso i numeri relativi al **2017: i ricavi sono stati pari a 78,8mln di euro, in crescita del 129%** rispetto ai 34,5 del 2016. L'ebitda si è attestato a 8,5 milioni (+8%). La posizione finanziaria netta è di 14,8 milioni in linea con il terzo trimestre.

f 412660 yt rss sfoglia le notizie 📖 Newsletter Ch


METEO Milano  SEGUI IL TUO OROSCOPO 

🏠 Fatti Soldi Lavoro Salute Sport Cultura Intrattenimento Magazine Sostenibilità Immediapress Multimedia

Speciali Benessere Cybernews Moda Meteo Turismo

Home . Magazine . Moda . Giglio lancia nuovo modello distributivo online

Giglio lancia nuovo modello distributivo online

📄 MODA
[Tweet](#)



Publicato il: 01/03/2018 17:03

Un nuovo modello distributivo online, che assicura ai brand il **100% di sell through**. Lo lancia **Giglio Group**, digital company quotata all'Aim di Borsa Italiana, con la sua divisione **Ibox Distribution**, che fornisce servizi 'su misura' b2c e b2b. **Alessandro Santamaria**, digital and strategic managing director, già pioniere dell'e-commerce nella società di Diego Della Valle, spiega all'Adnkronos il meccanismo: "Ci siamo accorti, parlando con i brand, che il digitale, l'e-commerce

è ciò su cui tutti stanno spingendo, dove tutti vogliono fare più fatturato. Si sta considerando l'e-commerce come il primo canale di vendita del brand".

Dunque, per "massimizzare ancora di più i risultati di vendita", Giglio propone ai brand di "caricare quanto più possibile di prodotto on season sui propri siti". E questo con il chiaro proposito "di non andare mai a esaurimento taglie, soprattutto sui capi iconici. Caricare tanto prodotto - spiega Santamaria - consente di averne sempre disponibile e di aumentare la visibilità, per non rischiare di perdere delle vendite. Da parte nostra ci impegnamo, a fine stagione, terminato il periodo del full price e a conclusione dei saldi, a ritirare tutta la merce invenduta".

Sarà Ibox Distribution a farsi carico dell'invenduto e a impegnarsi a rivenderlo, quando ormai è off season, attraverso i suoi canali. Giglio, con la sua divisione Ibox è in grado di collegare simultaneamente **oltre 40 piattaforme di marketplace nel mondo** (dall'America alla Cina) e di coprire, attraverso una propria struttura logistica composta da tre 3 hub principali in Italia, Usa e in Cina nella free trade zone, tutti i più importanti mercati online.

Il tutto, chiaramente, con la garanzia che con le aziende stesse si definiscono target di mercato e posizionamento, nonché politiche di pricing. Insomma, "garantiamo questa redistribuzione dell'invenduto dalla prima piattaforma b2c a un modello b2b. Per il brand - assicura - è un modello di sell through 100%. Carico dunque tanto prodotto, che vado poi a rivendere con marginalità più alta per il b2c e più bassa per il b2b. Ma la logica è totalmente win win tra noi e azienda. La quale, per altro, non si deve più occupare di nulla".

L'obiettivo è chiudere accordi "con 10 a 15 brand nel corso dell'anno, principalmente italiani". Operando come b2c e b2b "già conosciamo tutte piattaforme anche

adnkronostv
 Tg AdnKronos, 1 marzo 2018

Notizie Più Cliccate

1. 14enne gay ustionato e picchia famiglia
2. Arriva Big Snow
3. Corona sfida i giudici
4. Viveva da 30 anni con la mamma della madre
5. 'Morirà il 4 marzo', manifesti contro Renzi

Video



Fabio Gravina dal teatro al cinema con 'Un figlio a tutti i costi'



Nuovi test per l'aereo più grande del mondo



Lazio, Canitano: primo atto riunire territori e discutere con cittadini