

Giglio group sposa Chiara Ferragni Gestirà l'e-commerce del sito

L'accordo firmato ieri. La fashion blogger: serviva un partner forte

ROMA

TUTTO ciò che indossa diventa oro e la corsa sembra inarrestabile. Già a capo di un impero milionario, 'Re Mida' dei social, Chiara Ferragni, ha deciso di potenziare l'e-commerce sulla sua piattaforma di lifestyle The Blonde Salad stringendo un accordo con Ibox Digital, controllata di Giglio Group e leader nello sviluppo di progetti digitali nel settore fashion. A conferma che il fenomeno Ferragni funziona, nel giorno dell'annuncio dell'accordo la società, fondata nel 2003 da Alessandro Giglio e quotata in Borsa al segmento Star, ha, infatti, guadagnato oltre il 10,5 per cento, posizionandosi tra i titoli migliori a Piazza Affari. E i vantaggi per la fashion blogger di Cremona non tarderanno ad arrivare.

VANTAGGI

**Il titolo sale in Borsa del 10%
The Blonde Salad potrà
gestire meglio i tanti utenti**

Tutto ruota attorno al concetto di e-commerce 4.0, frutto dell'evoluzione delle strategie di marketing

digitale messe a punto dal gruppo Giglio. Dopo aver acquisito MF Fashion nel 2016, la società, divenuta il primo market place mondiale online del settore moda, ha rilevato il 100 per cento delle quote di Evolve Service, un colosso nel panorama e-commerce nel campo fashion, beauty e design. Il passo successivo è stato quello di far convergere digitalmente il mondo dei media con quello del commercio online con il progetto Ibox Digital, lanciato lo scorso anno.

L'ULTIMA novità in casa Giglio è stata la nascita, pochi mesi fa, del Television commerce (T-commerce) iBox.it che permette ai telespettatori di acquistare un prodotto direttamente dalla tv, inquadrando con la fotocamera del proprio smartphone il QR Code che appare sullo schermo televisivo o inviando un messaggio con il codice del prodotto che interessa acquistare. Il sistema, collegato direttamente ai multi brand store, in pochi attimi, invia sul display del cellulare un link per procedere all'acquisto. Fondata nel 2009 dalla Ferragni e dal fidanzato dell'epoca, Riccardo Pozzoli, The Blonde Salad, nato

come semplice blog, ha aggiunto una sezione di e-commerce a partire dal 2016. L'obiettivo era quello di rendere acquistabili gli abiti indossati dalla blogger direttamente sul sito grazie alla collaborazione con l'agenzia Diana corp. Un business che ora, affidato alla gestione di Giglio Group, è destinato ad ampliarsi esponenzialmente.

LA SOCIETÀ svilupperà e gestirà a livello mondiale il portale della Ferragni, dalla strategia digitale fino alla consegna all'utente, mettendo a disposizione il proprio modello ultra evoluto di e-commerce strutturato che consente un'accelerazione delle vendite online. Annunciando «una nuova stagione di crescita per The Blonde Salad» la Ferragni, commentando l'accordo, ha affermato che la sua società, «in seguito ai cambiamenti di strategia digitale, prodotto e immagine che nell'ultimo anno hanno fatto aumentare vendite e utenti, ha bisogno di un partner capace di stare dietro a questa corsa». E Alessandro Santamaria, managing director digital and fashion di Giglio Group, ha raccolto la sfida dicendosi certo di «poterla vincere con enormi soddisfazioni».

Giulia Prosperetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Matrimonio social da 36 milioni

Chiara Ferragni e Fedez si sono sposati in Sicilia, il 1° settembre. Una società di monitoraggio ha calcolato che grazie ai 67 milioni di interazioni dei post legati all'evento, il matrimonio avrebbe creato un indotto di 36 milioni di dollari.



LANCIATA
L'accordo firmato ieri tra Chiara Ferragni e Giglio porta a un incremento degli affari per entrambi. La società ha visto decollare il titolo in Borsa. La blogger potrà gestire la crescita degli utenti

te al multi brand store, in pochi at- no alla consegna all'utente, mettend-

