

Borsa

Aeffe porta a casa l'e-commerce

Il gruppo da 312,6 milioni si occuperà direttamente dei nuovi online store dei brand di proprietà, prima affidati a Ynap, che saranno lanciati a settembre in collaborazione con Triboo. **Federica Camurati**

Aeffe ha deciso di rafforzare la sua distribuzione omnichannel coordinando internamente l'integrazione dei canali di vendita online e offline. Il gruppo del lusso si occuperà direttamente degli e-commerce dei brand di sua proprietà, che comprendono **Alberta Ferretti, Moschino e Philosophy di Lorenzo Serafini**, prima affidati a **Ynap**. I nuovi flagship online debutteranno a settembre e saranno strutturati come piattaforme interattive volte a offrire servizi personalizzati al cliente. La nuova strategia verrà sviluppata su scala globale grazie al contributo di **Triboo**,



Una campagna di Alberta Ferretti, di proprietà di Aeffe

società quotata sul mercato **Aim** (per le piccole e medie imprese in via di sviluppo) attiva nei segmen-

ti dell'e-commerce, advertising e comunicazione online, che supporterà Aeffe nella realizzazione delle

piattaforme e nell'implementazione del piano di digitalizzazione. Questa strategia di innovazione è volta al rafforzamento della presenza internazionale dei marchi del gruppo, la cui priorità è rappresentata dai mercati a elevata crescita come Stati Uniti, Greater China e Asia Pacific. «Aeffe sta investendo molto nell'implementazione di strategie volte a rafforzare il posizionamento dei propri brand a livello internazionale, puntando su creatività, dinamicità e su una distintiva customer experience», ha commentato il direttore generale **Marcello Tassinari**. «Con il lancio di questo progetto digitale, sfruttando al meglio le innova-

zioni tecnologiche, Aeffe mira a un'ottimizzazione dell'integrazione tra i canali di vendita, fisico e online, al fine di rendere il dialogo con i consumatori finali dei nostri brand di proprietà sempre più fluido anche attraverso un efficace servizio personalizzato». Aeffe ha chiuso l'anno fiscale 2017 con ricavi consolidati pari a 312,6 milioni di euro, in aumento dell'11,4%. Record per l'utile netto, volato a +216% a 11,5 milioni, rispetto ai 3,6 milioni del 2016. Anche l'ebitda è salito a 36,6 milioni rispetto ai 25,2 dell'esercizio precedente, con un incremento del 45% (vedere **MFF** del 9 marzo). (riproduzione riservata)

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

