

Brandsdistribution.com arriva a 90.000 iscritti e con Stocklot.com apre alle aste online

Continua la crescita dell'azienda torinese Brandsdistribution.com, uno dei leader mondiali nella distribuzione B2B online di abbigliamento e accessori firmati attraverso l'e-commerce, che ha superato la soglia i 90 mila rivenditori iscritti al portale e ha confermato il trend positivo di crescita con un fatturato che, nel primo trimestre dell'anno, è raddoppiato rispetto al 2014.



Angelo Muratore, Presidente di Brandsdistribution.com...

Alla base del successo dell'azienda piemontese, fondata da Carlo Tafuri, c'è un modello di business innovativo basato su un servizio logistico che permette di abbattere tempi e costi di distribuzione. Un modello che Brandsdistribution mette al servizio delle eccellenze produttive internazionali e dei marchi storici del Made in Italy, offrendo un vantaggio competitivo ai piccoli rivenditori così come ai grossi gruppi online e alle case di moda.

Con Brandsdistribution.com, i retailer, oltre ad azzerare i costi di magazzino e il rischio di invenduto, fruiscono di riassortimenti in tempo reale e di consegne garantite in tutta Europa entro i 3 giorni lavorativi, senza l'obbligo di acquistare prodotti un anno prima della messa in vendita. Caratteristiche, queste, che offrono ai rivenditori non solo un grosso risparmio e una maggior sicurezza in termini economici, ma anche la possibilità di competere con i colossi del Fast Fashion.

I brand, invece, possono affacciarsi a una finestra aperta in 170 mercati e godere dei tanti benefici garantiti dall'e-commerce, tra cui la possibilità di avere una risposta immediata sull'andamento delle nuove collezioni lanciate.

"Se il mondo del fashion fatica ancora a uscire dalle secche della crisi economica, le caratteristiche del nostro modello distributivo danno a Brandsdistribution.com un vantaggio competitivo che permette all'azienda di essere leader nel mercato del fashion B2B, e confermano che nel nostro settore il mezzo che sempre più crescerà come canale di acquisto è uno solo: il Web", commenta Carlo Tafuri, COO e Fondatore di Brandsdistribution.com.

Nato nel 2008 come servizio per outlet, piccoli negozi, siti Web e *power seller* eBay, il Gruppo Brandsdistribution.com ha chiuso il 2014 con un fatturato pari a 20 milioni di euro. Presente in 170 mercati, con 88 mila rivenditori iscritti, annovera tra i suoi marchi le migliori firme italiane e internazionali che rivende a prezzi scontati. L'azienda ha creato due brand, Ana Lublin e Made In Italia, che oggi esporta in oltre 60 Paesi, ed è partner unico per la distribuzione online degli occhiali da sole Columbia, oltre a possedere la licenza esclusiva dei marchi di occhiali da sole e orologi No Limits, Rochas, Fontana 2.0, Viamaestra e Sparco. Brandsdistribution.com è il portale di proprietà di IDT SpA. Oltre a Carlo Tafuri, i leader aziendali sono Angelo Muratore, il presidente, e Ida Tafuri, l'amministratore delegato.

Intanto, Stocklot.com, il marketplace di moda dedicato a piccoli e grandi rivenditori per la compravendita online di stock griffati, di proprietà di Brandsdistribution.com, si apre al mondo delle aste online.

Nato come servizio per outlet e rivenditori di moda, Stocklot.com apre di fatto le porte del marketplace a chiunque abbia una partita IVA e voglia fare business nel mondo della moda, grazie alla possibilità di acquistare stock griffati a prezzi accessibili a tutte le tasche: la base d'asta è infatti soltanto 1 euro.

Il processo di acquisto è sicuro e semplice, grazie al supporto di un servizio clienti dedicato, a cui si affianca anche un team di buyer, a tutela dell'autenticità dei beni acquistati.

"Stocklot.com, con il nuovo sistema di aste online che abbiamo implementato, permette di sfruttare ancor di più gli enormi vantaggi garantiti dall'e-commerce", commenta Angelo Muratore. "Si tratta di un mercato che vale oltre 13 miliardi di euro solo in Italia e che ogni anno registra una crescita a doppia cifra: in un contesto così virtuoso, il nostro marketplace consente di ridurre al minimo i costi, azzerando quelli di magazzino, e di vendere e acquistare brand di qualità a prezzi molto vantaggiosi".

Di **Gianluca Bolelli**