

Actualidad

## Brandsdistribution factura €30 millones en 2017, un 20% más que el año anterior

(2 JULIO 2018)

0



Por Ana María Esteban

**Brandsdistribution.com**, la plataforma online de distribución de moda entre profesionales más grande del mundo, cumple en julio de 2018 su primer año de andadura en España. Y lo hace publicando unos datos de crecimiento de lo más halagueños. El grupo ha registrado una facturación de 30 millones de euros a nivel global en 2017, un 20% más que el año anterior. Además ha alcanzado la cifra de 274.000 clientes en los 173 mercados en los que opera. **En España, ya cuenta con 33.000 clientes entre tiendas físicas y online, lo que supone un incremento de un 140% respecto a julio de 2017**, momento en que tuvo lugar el lanzamiento oficial en nuestro país (anteriormente, y desde su inicio de operaciones en 2009, la empresa recibía peticiones de empresas españolas después de conocer sus servicios en ferias del sector).

La apuesta de la compañía por el mercado español es cada vez mayor. **Desde principios de 2018, forma parte de ACOTEX** (Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel) y desde el mes de mayo, ya cuenta con su primer showroom omnichannel en España, en concreto en la ciudad de Zaragoza (gracias a su acuerdo con la compañía española Iniciativas Societarias Europa 2007).

El interés de Brandsdistribution y otros grandes operadores internacionales por España ha sido fundamental para el crecimiento del sector. **La facturación total del comercio textil superó los 18.000 millones de euros en 2017**, según datos de ACOTEX. De acuerdo con la "Encuesta sobre equipamiento y uso de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares" publicada por el INE, 9,2 millones de españoles compraron moda online en 2017 (un 23,2% de la población española mayor de 15 años). La moda se convierte así en el producto más comprado online, por delante de otros clásicos como electrodomésticos, tecnología, operadores turísticos y aerolíneas.

El auge del comercio electrónico de moda en nuestro país está muy relacionado con los modelos de negocio que proponen operadores como Brandsdistribution. Disponen de marcas de primer nivel de manera rápida, flexible y sin gastos logísticos ni de almacén. Los 274.000 clientes de la plataforma compran ya un total de 50.000 productos al mes de 120 marcas internacionales como Moschino, Guess, Ralph Lauren, Cavalli Class, Sparco, Diesel, o sus marcas propias Made in Italia, Ana Lublin y las colecciones de las celebrities Paris Hilton Shoes Collection y CR7 Underwear. Además, Brandsdistribution ha sido pionera en la introducción del **dropshipping** en nuestro país (en el que el envío se realiza una vez el cliente ha hecho la compra online) eliminando así el riesgo de sobre-stockaje para las tiendas online y todos los gastos derivados de la logística de envío.

El **director de operaciones de Brandsdistribution, Carlo Tafuri**, se muestra muy satisfecho por los datos de crecimiento de la marca en el mercado español: *"Nuestra expansión en España es una evidencia más de la tendencia del sector de la moda hacia la transformación digital, tanto entre los mayoristas como entre los minoristas y las tiendas físicas. Desde Brandsdistribution, como pioneros de este modelo, estamos revolucionando la distribución de moda a nivel global. El modelo clásico de la moda basado en la compra de colecciones con un año de antelación está claramente obsoleto"*

El **CEO y fundador de Esdemarca.com, Esteban Blázquez**, explica las razones por las que **www.esdemarca.com** se convirtió en uno de los primeros clientes de Brandsdistribution en nuestro país y los beneficios resultantes de este acuerdo: *"La atención al cliente y la internacionalización son las claves de la filosofía de Esdemarca. Por este motivo el acuerdo que mantenemos con Brandsdistribution, nos permite crecer día tras día ofreciendo a nuestros clientes moda y complementos de las mejores marcas, en un tiempo de entrega récord y hacerlo en un mercado internacional. El número de pedidos que gestionamos en 2017 creció un 50% algo que no sería posible sin nuestras alianzas con operadores internacionales como Brandsdistribution"*.

NEGOCIOS

## Brandsdistribution factura 30 millones de euros en 2017, un 20% más

12/07/2018



### Brandsdistribution.com, la plataforma online de distribución de moda entre profesionales más grande del mundo, cumple en julio de 2018 su primer año de andadura en España.

Y lo hace publicando unos datos de crecimiento de lo más halagüeños. El grupo ha registrado una facturación de 30 millones de euros a nivel global en 2017, un 20% más que el año anterior. Además ha alcanzado la cifra de 274.500 clientes en los 173 mercados en los que opera. En España ya cuenta con 33.000 clientes entre tiendas físicas y online, lo que supone un incremento de casi 140% respecto a julio de 2017, momento en que tuvo lugar el lanzamiento oficial en nuestro país (anteriormente, y desde su inicio de operaciones en 2009, la empresa recibía peticiones de empresas españolas después de conocer sus servicios en ferias del sector).

La apuesta de la compañía por el mercado español es cada vez mayor. Desde principios de 2018, forma parte de ACOATEX (Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel) y desde el mes de mayo, ya cuenta con su primer showroom permanente en España, en concreto en la ciudad de Zaragoza (gracias a su acuerdo con la compañía española Iniciativo Societario Europa 2017).

### El interés de Brandsdistribution y otros grandes operadores internacionales por España ha sido fundamental para el crecimiento del sector.

La facturación total del comercio textil superó los 18.000 millones de euros en 2017, según datos de ACOATEX. De acuerdo con la "Encuesta sobre equipamiento y uso de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares" publicada por el INE, 9,2 millones de españoles compraron moda online en 2017 (un 23,3% de la población española mayor de 16 años). La moda se convierte así en el producto más comprado online, por delante de otros clásicos como electrodomésticos, tecnología, operadores turísticos y aerolíneas.

El auge del comercio electrónico de moda en nuestro país está muy relacionado con los modelos de negocio que proponen operadores como Brandsdistribution. Disponen de marcas de primer nivel de manera rápida, flexible y sin gastos logísticos de almacén. Los 274.500 clientes de la plataforma compran ya un total de 50.000 productos de más de 120 marcas internacionales como Moschino, Gucci, Ralph Lauren, Calvin Klein, Spacco, Diesel, o sus marcas propias Mado in Italia, Aria Lublin y las colecciones de las celebridades Paris Hilton, Shoko Collection y CR7 Underwear.

### Además, Brandsdistribution ha sido pionera en la introducción del dropshipping en nuestro país (en el que el envío se realiza una vez el cliente ha hecho la compra online) eliminando así el riesgo de sobre-stockaje para las tiendas online y todos los gastos derivados de la logística de envío.

El director de operaciones de Brandsdistribution, Carlo Tifati, se muestra muy satisfecho por los datos de crecimiento de la marca en el mercado español: "Nuestra expansión en España es una evidencia más de la tendencia del sector de la moda hacia la transformación digital, tanto entre los mayoristas como entre los minoristas y las tiendas físicas. Desde Brandsdistribution, como pioneros de este modelo, estamos revolucionando la distribución de moda a nivel global. El modelo ciclico de la moda basado en la compra de colecciones con un año de antelación está claramente obsoleto".

El CEO y fundador de Esdamarca.com, Esteban Blázquez, explica las razones por las que <http://www.esdamarca.com> se convirtió en uno de los primeros clientes de Brandsdistribution en nuestro país y los beneficios resultantes de este acuerdo: "La atención al cliente y la internacionalización son las claves de la filosofía de Esdamarca. Por este motivo el acuerdo que mantenemos con Brandsdistribution nos permite crecer día tras día ofreciendo a nuestros clientes moda y complementos de las mejores marcas en un tiempo de entrega record y hacerlo en un mercado internacional. El número de pedidos que gestionamos en 2017 creció un 50%, algo que no sería posible sin nuestras alianzas con operadores internacionales como Brandsdistribution".

• EMPRESA

## La italiana Brandsdistribution crece un 20% en 2017 en plena ofensiva en España

La plataforma online de distribución de marcas de moda para el comercio multimarca ha puesto en marcha en el mercado español su primer *showroom* en Zaragoza de la mano de un socio local.

11 JUL 2018 — 04:52

S. RIERA

COMPARTIR



ME INTERESA



brandsdistribution }  
BEST YOUR FASHION BUSINESS

BUSCAR

[Marcas](#)
[Hombre](#)
[Mujer](#)
[Ropa](#)
[Ropa Interior](#)
[Zapatos](#)
[Bolsos](#)
[Accesorios](#)
[Novidades](#)
[Top 10](#)
[Dropshipping](#)



Brandsdistribution pisa el acelerador. La compañía italiana, especializada en la distribución online de marcas de moda para el comercio multimarca, ha disparado un 20% sus ventas en 2017 hasta situarlas en treinta millones de euros. La empresa, que desembarcó el año pasado en España, se encuentra en plena ofensiva en el país, donde ya suma más de 33.000 clientes.

**La compañía ha reforzado su estructura en el mercado español con la puesta en marcha de su primer *showroom* en Zaragoza.** Brandsdistribution abrió estas oficinas de la mano de la empresa local Inicativas Societarias Europa 2007. El socio español de Brandsdistribution está también especializado en la venta al por mayor.

Brandsdistribution ha lanzado también en España un modelo de franquicia online de moda para comercializar sus marcas propias, como Sparco Fashion y Skin Labo. La empresa se encuentra inmersa en la búsqueda de franquiciados en el país con experiencia en el negocio online.

**Brandsdistribution inició sus operaciones en España en 2009, a través de peticiones puntuales, pero fue hace un año cuando abordó el país.** En total, la compañía opera en la actualidad en 173 mercados, en los que suma 274.000 clientes.

## Brandsdistribution se ha aliado con la empresa zaragozana Inicativas Societarias Europa 2007 para apuntalar su negocio en España

**En la actualidad, el grupo suma en el mercado español el 12% de sus clientes y genera el 16% de su negocio.** Pese a llevar sólo un año, España se ha convertido ya en el segundo mayor mercado del grupo. Según explica la empresa, uno de los detonantes del negocio del grupo en España ha sido el auge del comercio online.

“Nuestra expansión en España es una evidencia más de la tendencia del sector de la moda hacia la transformación digital, tanto entre los mayoristas como entre los minoristas y las tiendas físicas”, explica Carlo Tafuri, socio fundador del grupo y responsable de operaciones. El empresario subraya que el modelo cíclico de la moda basado en la compra de colecciones con un año de antelación está “claramente obsoleto”.

La compañía distribuye 120 marcas internacionales como Moschino, Guess, Ralph Lauren, Cavalli Class, Sparco o Diesel, así como líneas de moda de celebridades, como el calzado Paris Hilton o la línea de íntimo CR7 Underwear. Uno de los pilares de su negocio es el *dropshipping*, la gestión del envío de la compra online, con el que elimina los stocks para las tiendas.

ME INTERESA

IMPRIMIR
 PDF
 CLIPPING

<< Volver

Miércoles, 11 de Julio de 2018

## Brandsdistribution factura 30 millones de euros en 2017, un 20% más que el año anterior

- La compañía celebra en julio su primer aniversario en España alcanzando la cifra de 33.000 clientes.
- El líder mundial en distribución de moda B2B ya cuenta con 274.000 clientes a nivel global.



Brandsdistribution.com, la plataforma online de distribución de moda entre profesionales más grande del mundo, cumple en julio de 2018 su primer año de andadura en España. Y lo hace publicando unos datos de crecimiento de lo más halagüeños. El grupo ha registrado una facturación de 30 millones de euros a nivel global en 2017, un 20% más que el año anterior. Además ha alcanzado la cifra de 274.000 clientes en los 173 mercados en los que opera. En España, ya cuenta con 33.000 clientes entre tiendas físicas y online, lo que supone un incremento de un 140% respecto a julio de 2017, momento en que tuvo lugar el lanzamiento oficial en nuestro país (anteriormente, y desde su inicio de operaciones en 2009, la empresa recibía peticiones de empresas españolas después de conocer sus servicios en ferias del sector).



La apuesta de la compañía por el mercado español es cada vez mayor. Desde principios de 2018, forma parte de ACOTEX (Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel) y desde el mes de mayo, ya cuenta con su primer showroom omnichannel en España, en concreto en la ciudad de Zaragoza (gracias a su acuerdo con la compañía española Iniciativas Societarias Europa 2007).

El interés de Brandsdistribution y otros grandes operadores internacionales por España ha sido fundamental para el crecimiento del sector. La facturación total del comercio textil superó los 18.000 millones de euros en 2017, según datos de ACOTEX. De acuerdo con la "Encuesta sobre equipamiento y uso de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares" publicada por el INE, 9,2 millones de españoles compraron moda online en 2017 (un 23,2% de la población española mayor de 15 años). La moda se convierte así en el producto más comprado online, por delante de otros clásicos como electrodomésticos, tecnología, operadores turísticos y aerolíneas.

El auge del comercio electrónico de moda en nuestro país está muy relacionado con los modelos de negocio que proponen operadores como Brandsdistribution. Disponen de marcas de primer nivel de manera rápida, flexible y sin gastos logísticos ni de almacén. Los 274.000 clientes de la plataforma compran ya un total de 50.000 productos al mes de 120 marcas internacionales como Moschino, Guess, Ralph Lauren, Cavalli Class, Sparco, Diesel, o sus marcas propias Made in Italia, Ana Lublin y las colecciones de las celebrities Paris Hilton Shoes Collection y CR7 Underwear. Además, Brandsdistribution ha sido pionera en la introducción del dropshipping en nuestro país (en el que el envío se realiza una vez el cliente ha hecho la compra online) eliminando así el riesgo de sobre-stockaje para las tiendas online y todos los gastos derivados de la logística de envío.

El director de operaciones de Brandsdistribution, Carlo Tafuri, se muestra muy satisfecho por los datos de crecimiento de la marca en el mercado español: "Nuestra expansión en España es una evidencia más de la tendencia del sector de la moda hacia la transformación digital, tanto entre los mayoristas como entre los minoristas y las tiendas físicas. Desde Brandsdistribution, como pioneros de este modelo, estamos revolucionando la distribución de moda a nivel global. El modelo cíclico de la moda basado en la compra de colecciones con un año de antelación está claramente obsoleto".

El CEO y fundador de Esdemarca.com, Esteban Blázquez, explica las razones por las que www.esdemarca.com se convirtió en uno de los primeros clientes de Brandsdistribution en nuestro país y los beneficios resultantes de este acuerdo: "La atención al cliente y la internacionalización son las claves de la filosofía de Esdemarca. Por este motivo el acuerdo que mantenemos con Brandsdistribution, nos permite crecer día tras día ofreciendo a nuestros clientes moda y complementos de las mejores marcas, en un tiempo de entrega récord y hacerlo en un mercado internacional. El número de pedidos que gestionamos en 2017 creció un 50%, algo que no sería posible sin nuestras alianzas con operadores internacionales como Brandsdistribution".

### Brandsdistribution

Brandsdistribution es la plataforma líder mundial en distribución de B2B de moda y accesorios de diseño. Desde su lanzamiento en 2009, la empresa se ha distinguido por su desarrollo de soluciones innovadoras, maximizando el potencial de las ventas online y la transformación digital. El grupo Brandsdistribution facturó 30 millones de euros en 2017 (un 20% más que el año anterior), está presente en más de 170 países, envía más de 50.000 productos al mes desde 3 centros logísticos (en los que almacena más de 500.000 productos) y 3 oficinas de operaciones (estas últimas en Italia, Reino Unido y Estados Unidos).

En España cuenta con 33.000 tiendas y 274.000 en Europa, Estados Unidos, Rusia.

Tecnología, moda y excelencia en logística y distribución: gracias a su apuesta por estos cuatro componentes Brandsdistribution consigue aportar una experiencia única que ha convertido a la empresa en el punto de referencia para cualquier persona que desee transformar su idea de negocio en una realidad de éxito en el sector de la moda.

ACTUALIDAD INTERNACIONAL / 12 de Jul, 2018

## Brandsdistribution factura 30 millones de euros en 2017



Brandsdistribution.com, la plataforma online de distribución de moda entre profesionales más grande del mundo, cumple en julio de 2018 su primer año de andadura en España. Y lo hace publicando sus datos de crecimiento, que indican que en 2017 hubo una facturación de 30 millones de euros a nivel global, un 20% más que el año anterior.

El grupo ha alcanzado la cifra de 274.000 clientes en los 173 mercados en los que opera. En España, ya cuenta con 33.000 clientes entre tiendas físicas y online, lo que supone un incremento de un 140% respecto a julio de 2017, momento en que tuvo lugar el lanzamiento oficial en el país.

La apuesta de la compañía por el mercado español es cada vez mayor. Desde principios de 2018, forma parte de ACOTEX (Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel) y desde el mes de mayo, ya cuenta con su primer showroom omnichannel en España, en la ciudad de Zaragoza.

El interés de Brandsdistribution y otros grandes operadores internacionales por España ha sido fundamental para el crecimiento del sector. La facturación total del comercio textil superó los 18.000 millones de euros en 2017, según datos de ACOTEX. De acuerdo con la "Encuesta sobre equipamiento y uso de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares" publicada por el INE, 9,2 millones de españoles compraron moda online en 2017 (un 23,2% de la población española mayor de 15 años). La moda se convierte así en el producto más comprado online, por delante de otros clásicos como electrodomésticos, tecnología, operadores turísticos y aerolíneas.

El auge del comercio electrónico de moda en nuestro país está muy relacionado con los modelos de negocio que proponen operadores como Brandsdistribution. Disponen de marcas de primer nivel de manera rápida, flexible y sin gastos logísticos ni de almacén. Los 274.000 clientes de la plataforma compran ya un total de 50.000 productos al mes de 120 marcas internacionales como Moschino, Guess, Ralph Lauren, Cavalli Class, o sus marcas propias Made in Italia, Ana Lublin y las colecciones de las celebrities Paris Hilton Shoes Collection y CR7 Underwear.

Paralelamente, Brandsdistribution ha sido pionera en la introducción del dropshipping en España (en el que el envío se realiza una vez el cliente ha hecho la compra online) eliminando así el riesgo de sobre-stockaje para las tiendas online y todos los gastos derivados de la logística de envío.

El director de operaciones de Brandsdistribution, Carlo Tafuri, se muestra muy satisfecho por los datos de crecimiento de la marca en el mercado español: "Nuestra expansión en España es una evidencia más de la tendencia del sector de la moda hacia la transformación digital, tanto entre los mayoristas como entre los minoristas y las tiendas físicas. Desde Brandsdistribution, como pioneros de este modelo, estamos revolucionando la distribución de moda a nivel global. El modelo cíclico de la moda basado en la compra de colecciones con un año de antelación está claramente obsoleto".

 Enviar  Imprimir  Generar PDF  Comparte

Economía

Por: Francesc Almena

## Brandsdistribution factura un 20% más en 2017

13/7/2018

**Brandsdistribution.com, la plataforma online de distribución de moda entre profesionales, cumple en julio de 2018 su primer año de andadura en España. El grupo ha registrado una facturación de 30 millones de euros a nivel global en 2017, un 20% más que el año anterior.**

Además ha alcanzado la cifra de **274.000 clientes** en los 173 mercados en los que opera. En España, ya cuenta con 33.000 clientes entre tiendas físicas y online, lo que supone un incremento de un 140% respecto a julio de 2017, momento en que tuvo lugar el lanzamiento oficial en nuestro país.

La apuesta de la compañía por el mercado español es cada vez mayor. Desde principios de 2018, forma parte de **ACOTEX** (Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel) y, desde el mes de mayo, ya cuenta con su primer "showroom omnichannel" en España, en concreto en la ciudad de Zaragoza, gracias a su acuerdo con la compañía española Iniciativas Societarias Europa 2007.

El interés de Brandsdistribution y otros grandes operadores internacionales por España ha sido fundamental para el crecimiento del sector. La facturación total del comercio textil superó los **18.000 millones de euros en 2017**, según datos de ACOTEX.

De acuerdo con la "**Encuesta sobre equipamiento y uso de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares**" publicada por el INE, 9,2 millones de españoles compraron moda online en 2017 (un 23,2% de la población española mayor de 15 años). La moda se convierte así en el producto más comprado online, por delante de otros clásicos como electrodomésticos, tecnología, operadores turísticos y aerolíneas.

Los 274.000 clientes de la plataforma compran ya un total de **50.000 productos al mes** de 120 marcas internacionales como Moschino, Guess, Ralph Lauren, Cavalli Class, Sparco, Diesel, o sus marcas propias Made in Italia, Ana Lublin y las colecciones de las celebrities Paris Hilton Shoes Collection y CR7 Underwear.

Inicio | Inicio | Brandstribu

Menú



## Brandsdistribution celebra en Julio su primer aniversario en España con 33.000 clientes

Paula V. Pinuaga | jueves, 12 de julio de 2018

Brandsdistribution.com, la plataforma online de distribución de moda entre profesionales más grande del mundo, cumple en Julio de 2018 su primer año de andadura en España con datos alza.

### España, mercado con potencial creciente

El Grupo ha registrado una facturación de 30 millones de euros a nivel global en 2017, un 20 por ciento más que el año anterior. Además ha alcanzado la cifra de 274.000 clientes en los 173 mercados en los que opera.

En España, ya cuenta con 33.000 clientes entre tiendas físicas y online, lo que supone un incremento de un 140 por ciento respecto a Julio de 2017, momento en que tuvo lugar el lanzamiento oficial en nuestro país (anteriormente, y desde su inicio de operaciones en 2009, la empresa recibía peticiones de empresas españolas después de conocer sus servicios en ferias del sector).

La apuesta de la compañía por el mercado español es cada vez mayor. Desde principios de 2018, forma parte de ACOTEX (Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel) y desde el mes de mayo, ya cuenta con su primer showroom omnichannel en España, en concreto en la ciudad de Zaragoza (gracias a su acuerdo con la compañía española Iniciativas Societarias Europa 2007).

### La compra de moda online, una nueva realidad

El interés de Brandsdistribution y otros grandes operadores internacionales por España ha sido fundamental para el crecimiento del sector. La facturación total del comercio textil superó los 18.000 millones de euros en 2017, según datos de ACOTEX.

De acuerdo con la "Encuesta sobre equipamiento y uso de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares" publicada por el INE, 9,2 millones de españoles compraron moda online en 2017 (un 23,2 por ciento de la población española mayor de 15 años). La moda se convierte así en el producto más comprado online, por delante de otros clásicos como electrodomésticos, tecnología, operadores turísticos y aerolíneas.

### La venta online, un canal en crecimiento

En el caso de Brandsdistribution, los 274.000 clientes de la plataforma compran ya un total de 50.000 productos al mes de 120 marcas internacionales como Moschino, Guess, Ralph Lauren, Cavalli Clas... Además, el Grupo ha sido pionero en la introducción del "dropshipping" en nuestro país (en el que el envío se realiza una vez el cliente ha hecho la compra online) eliminando así el riesgo de sobre-stockaje para las tiendas online y todos los gastos derivados de la logística de envío.

En un comunicado oficial, el Director de Operaciones de Brandsdistribution, Carlo Tafuri, se ha mostrado muy satisfecho por los datos de crecimiento de la marca en el mercado español: "Nuestra expansión en España es una evidencia más de la tendencia del sector de la moda hacia la transformación digital, tanto entre los mayoristas como entre los minoristas y las tiendas físicas. El modelo cíclico de la moda basado en la compra de colecciones con un año de antelación está claramente obsoleto".

Photo Credits: P Brandsdistribution

+ BACK STAGE

## Carlo Tafuri (Brandsdistribution): “Los ‘millennial’ empiezan a comprar menos, pero de más calidad”

El socio fundador de la plataforma online de distribución al por mayor es también propietario del ecommerce rumano Infofashionup y de Stoklot, una plataforma B2B de subastas online.

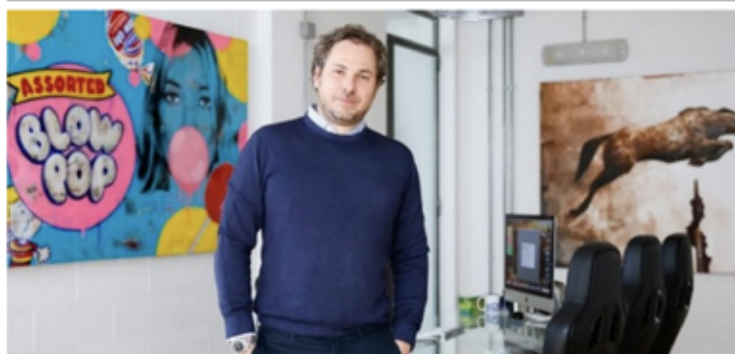
11 JUL 2018 — 04:45

S. RIERA

COMPARTIR



ME INTERESA



Carlo Tafuri, socio fundador de la plataforma online de distribución al por mayor Brandsdistribution, ha evolucionado el negocio de la venta al por mayor en la Red. El empresario italiano, propietario también del ecommerce rumano Infofashionup y de Stoklot, una plataforma B2B de subastas online, asegura que la distribución organizada y el modelo *fast fashion* empiezan a dar síntomas de agotamiento ante un consumidor que empieza a comprar menos pero de más calidad.

**Pregunta:** ¿Hay diferencias entre el comercio online y offline en su operativa?

**Respuesta:** El vendedor online tiene una capacidad de reacción más rápida a las demandas del mercado. Pongamos que una *influencer* de tu país ha salido esta mañana con un vestido en color verde manzana y no tienes ninguno en tu catálogo. El comercio online puede tardar una hora en chequear qué hay disponible en ese momento entre nuestras marcas que cumplan esas características y en un par de horas más está vendiendo en su página web una alternativa al modelo de la *influencer*.

**P:** La rapidez es el gran hándicap del offline...

**R.:** Esta capacidad de reacción, y sobre todo a esa velocidad, es imposible para un negocio más tradicional. Es cierto que los márgenes de beneficio para un negocio online son ligeramente menores, pero eso se puede suplir con el volumen de los pedidos, la reducción de costes y con la posibilidad de vender en todo el mundo en unos pocos clicks.

**P:** El comercio multimarca en España ha pasado de generar el 60% de las ventas del sector a apenas el 20%. ¿Considera que ha conseguido profesionalizarse?

**R.:** Después de nuestro primer año trabajando en España de manera oficial, sólo puedo decir que tenemos un buen *feeling* sobre el país. En general, todo el mercado español ha respondido muy bien a los cambios que implican nuestro modelo. Los negocios independientes y pequeñas pymes de moda están acercándose de manera tímida a nuestra plataforma. Si una cosa tenemos clara en este negocio es que todo el mundo tiene que mantenerse al día, porque lo que vale hoy podría no valer mañana.

### “En este negocio todo el mundo tiene que mantenerse al día, porque lo que vale hoy podría no valer mañana”

**P:** No obstante, ¿es un sector competitivo en comparación a otros países?

**R.:** En el sistema tradicional de distribución de moda, que todavía está bastante asentado en España, las tiendas tienen que encargar los productos con mucha antelación y teniendo en cuenta la variedad de modelos, tallas o colores. Y esto conlleva gastos de almacenamiento y el riesgo de que ese producto no guste y termine en stock durante meses. Nosotros intentamos reducir al máximo el riesgo de acumular stocks con pedidos mínimos de grandes marcas y, para el comercio online, *dropshipping*, en el que solamente se registra el pedido cuando el cliente final lo ha comprado a través de la web.

**P:** La fortaleza de la gran distribución ha arrinconado al comercio tradicional a calles y ciudades secundarias. ¿Cómo casa la estrategia de estas marcas con la ubicación de las tiendas?

**R.:** Este es el primer año en que grandes grupos como H&M han perdido cuota de mercado. Aunque es un poco pronto para evaluarlo, parece que los hábitos de compra de moda de los *millennials* están cambiando. Hasta ahora se ha preferido ropa de menos calidad para cambiarla más a menudo, pero en los últimos dos años parece que se están decantando por comprar menos ropa pero de mayor calidad con la intención de que les dure más. Este cambio en el consumo es tremendamente positivo para nuestro modelo de negocio.

**P:** ¿La gestión de un multimarca online y offline es la misma?

**R.:** Cuando hablamos de un mercado offline es importante trabajar de manera local: conocer el gusto de la ciudad en la que se habita, los ciclos de consumo, la capacidad económica de los clientes, y se debe adecuar los artículos que ofrece en la tienda a esa realidad. Dos tiendas iguales en la misma ciudad pueden ser un éxito o un fracaso dependiendo de su contexto. Con los comercios online la estrategia es completamente distinta porque tienes que pensar de manera global: no importa si tu web opera desde París o Málaga porque tus clientes pueden comprar desde cualquier punto del planeta.

### “En los comercios online la estrategia es completamente distinta porque tienes que pensar de manera global”

**P:** En España, Brandsdistribution suma ya 33.000 clientes. ¿Hay espacio en el mercado para seguir creciendo?

**R.:** España es nuestro segundo mayor mercado y representa el 16% de nuestras ventas. Brandsdistribution tiene capacidad de crecimiento en España tanto entre las tiendas online como offline. Por ejemplo en Francia, otro país muy importante para nosotros y en el que el comercio está en un punto de madurez más avanzado, cuenta con 173.000 tiendas online. Por su parte, el número de plataformas de venta online en España no para de elevarse, lo que se traduce en un potencial de crecimiento muy importante en este mercado.

**P:** ¿Cuál es segmento de mercado con mayor recorrido en España?

**R.:** En España hay una gran demanda de marcas *premium*, pero a los comercios les suele costar encontrar stock de las mismas, especialmente si no cuentan con un comercio en las calles principales de las ciudades más importantes o si no pueden hacer frente al elevado precio del pedido mínimo que las grandes marcas suelen exigir. Para este tipo de retailers, nuestro sistema de distribución de moda es una gran solución porque el pedido mínimo es mucho más reducido que con una compra a la propia marca.

ME INTERESA





## PINKER MODA

REVISTA PROFESIONAL DEL TEXTIL Y DE LA MODA

Textil • Moda • Mercados Retail • Equipamiento • Ferias y Pasarelas • Tendencias • Creadores • Cultura • Empresas premium

Noticias » Actualidad » Brandsdistribution facturó en 2017 un 20% más que el año anterior

### BRANDSDISTRIBUTION FACTURÓ EN 2017 UN 20% MÁS QUE EL AÑO ANTERIOR

Brandsdistribution -plataforma de distribución B2B de moda y accesorios- facturó casi 30 millones de euros en 2017 y ha alcanzado los 274.000 clientes en los 173 mercados en los que opera.

18-07-2018.- En el caso de España, la plataforma cuenta ya con 33.000 clientes entre tiendas físicas y online. Esta cifra supone un incremento del 140% respecto a julio de 2017, momento en que tuvo lugar el lanzamiento oficial en nuestro país.

La apuesta de la compañía por el mercado español es cada vez mayor: forma parte de ACOTEX (Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel) desde principios de 2018 y cuenta con su primer showroom omnichannel en España desde el mes de mayo.



El director de operaciones de Brandsdistribution, Carlo Tafuri, ha asegurado: "nuestra expansión en España es una evidencia más de la tendencia del sector de la moda hacia la transformación digital, tanto entre los mayoristas como entre los minoristas y las tiendas físicas". Asimismo, Tafuri ha concluido que "el modelo cíclico de la moda basado en la compra de colecciones con un año de antelación está claramente obsoleto".

#### EL COMERCIO TEXTIL EN ESPAÑA

El interés de Brandsdistribution y otros grandes operadores internacionales por España ha sido fundamental para el crecimiento del sector. La facturación total del comercio textil superó los 18.000 millones de euros en 2017, según datos de ACOTEX.

De acuerdo con la encuesta sobre "equipamiento y uso de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares" -publicada por el INE- 9,2 millones de españoles compraron moda online en 2017 (un 23,2% de la población española mayor de 15 años). La moda se convierte así en el producto más comprado online, por delante de otros clásicos como electrodomésticos, tecnología, operadores turísticos y aerolíneas.

#### MODELOS DE NEGOCIO ONLINE

El auge del comercio electrónico de moda en nuestro país está muy relacionado con los modelos de negocio que proponen operadores como Brandsdistribution. Disponen de marcas de primer nivel de manera rápida, flexible y sin gastos logísticos ni de almacén.

Además, Brandsdistribution ha sido pionera en la introducción del dropshipping en España, una técnica según la cual el envío se realiza una vez el cliente ha hecho la compra online. De esta forma se elimina el riesgo de sobre-stockaje en tiendas online y todos los gastos derivados de la logística de envío.

•Info: [www.brandsdistribution.com](http://www.brandsdistribution.com)

NOTICIAS

- StartUp
- Business
- Industria
- Tendencias
- Marketing
- Comercio
- Eventos
- Moda
- Materia de comunicación
- Campañas
- Deportes
- Eventos
- Marketing
- Tendencias

OFERTAS DE EMPLEO

FASHION WEEK

VIDEOS

AGENDA

Newsletters



Subscription gratuita  
Consulta la última newsletter

Página de Inicio | Noticias | Business | Brandsdistribution factura un 20% más que el año anterior



## Brandsdistribution factura un 20% más que el año anterior

By **Patricia García**  
17 de junio de 2018



Brandsdistribution.com, la plataforma online líder en la distribución de moda entre profesionales, ha registrado unas ventas por valor de 30 millones de euros a nivel global en 2017, lo que supone una subida del 20% respecto al año anterior. Este canal, que cumple en julio de 2018 su primer año de andadura en el territorio español, cuenta ya con 33.000 clientes en este mercado, tanto en tiendas físicas como online, lo que supone un incremento del 140% respecto a su fecha de lanzamiento en el mercado español. Dicho mercado es, de hecho, una de las grandes apuestas de la empresa, que forma parte de Acoris (Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel) y cuenta con un showroom omnicanal en Zaragoza a través de su acuerdo con Iniciativas Societarias Europa 2007.



Estos datos van en consonancia con el auge del e-commerce de moda en España. Según afirman desde la compañía, el canal online permite a los consumidores adquirir marcas Premium de manera rápida, flexible y sin hacerse cargo de gastos logísticos ni de almacén. Así, Brandsdistribution vende alrededor de 50.000 productos al mes a un total de 24.900 clientes de marcas como Moschino, Gucci, Ralph Lauren, Capelli Class o Diesel, además de su marca propia Made in Italy, Ana Lablón y colecciones en colaboración con celebrities, como Paris Hilton Shoes Collection y CKU Underwear.

Uno de los factores del éxito de Brandsdistribution en España radica en su introducción del dropshipping, estrategia según la cual el envío por parte de su proveedor se realiza una vez que el cliente final ha hecho la compra online, eliminando así los excedentes de almacén y los gastos derivados de la logística del envío.

Uno de los primeros partners de Brandsdistribution en España es Endemarca.com, cuyo CEO, Esteban Blázquez, afirma que su acuerdo le permite "crear día tras día ofreciendo a nuestros clientes moda y complementos de las mejores marcas, en un tiempo de entrega récord y en un mercado internacional". Añade Blázquez que el número de pedidos que su empresa facturó en 2017 creció un 50%, "algo que no sería posible sin nuestras alianzas con operadores internacionales como Brandsdistribution".

Fundada en 2009, Brandsdistribution ha apostado desde el principio por las posibilidades ofrecidas por la transformación digital y el potencial de las ventas online. Presente en 170 países, cuenta con tres centros logísticos que almacenan más de 300.000 productos, además de tres oficinas de operaciones en Italia, Reino Unido y Estados Unidos.

Por Patricia García

Copyright © 2018 brandsdistribution.com. Todos los derechos reservados.



Made in Italy | Gucci | Moschino | Dior | Burberry | Prada | Louis Vuitton | Chanel | Versace | Dolce & Gabbana | Fendi | Armani | Versace | Versace | Versace | Versace

#Moda #Gucci #Moschino #Prada #LouisVuitton #Chanel #Versace #DolceGabbana #Fendi #Armani #Versace #Versace #Versace #Versace

Archivos Brandsdistribution



**Brandsdistribution lanza primer modelo de franquicia online de moda en España**  
La plataforma italiana de distribución de moda online para profesionales ha abierto su primer espacio físico de este tipo en el país, ubicado en la capital aragonesa.  
17/06/2018



**Brandsdistribution abre su primer showroom en Zaragoza**  
La plataforma italiana de distribución de moda online para profesionales ha abierto su primer espacio físico de este tipo en el país, ubicado en la capital aragonesa.  
16/06/2018

**Hawkers, última firma española entre las diez marcas nativas digitales más valoradas**  
La firma de gafas de sol más en Internet en la única empresa española presente entre las diez marcas nativas digitales más valoradas a nivel internacional, según el ranking.  
16/06/2018



**La colección de zapatos de Paris Hilton llega a España de la mano de Brandsdistribution**  
La colección ha sido diseñada por la propia Hilton mientras que la plataforma online se encarga de la producción y venta a los clientes españoles.  
16/06/2018

THE RESULTS

FASHION WEEK



Mareamare Trad...  
Mareamare Trad...  
Mareamare Trad...  
Mareamare Trad...  
Mareamare Trad...

NOTICIAS



LVXVI gana un 40% más en el primer semestre  
16/06/18



Fast Retailing entra en el capital de la maison Lemaire  
16/06/18



Morfilab termina su asociación con Marcolin y se une a Kering Eyewear  
16/06/18



Moschino aumentará sus ventas y beneficios en el primer semestre gracias a Genio  
16/06/18



Kering continúa progresando gracias a Gucci  
16/06/18



L'Oréal aumentará sus beneficios con sólidas ventas en su división de lujo  
16/06/18



MACY continúa creciendo al tiempo que sus ventas globales también aumentan  
16/06/18



El beneficio trimestral de Ralph Lauren crece un 83%  
16/06/18



Las ventas sin condiciones a la creación de Besson Chaussures por parte de Viaero  
15/06/18

