

## **DOCUMENTAZIONE CONTENUTA NELLA CARTELLA STAMPA**

### **TRIBOO DIGITALE**

- Una realtà in forte crescita pag. 1
- L'e-Commerce di prodotti come piattaforma per l'export pag. 2
- Il mestiere di Triboo Digitale: eCommerce service provider pag. 2
- Una panoramica sui clienti pag. 3
- Scheda di sintesi pag. 4

Contact: Barabino & Partners  
Valeria Scaravelli  
v.scaravelli@barabino.it  
Tel. 02/72.02.35.35

*La cartella stampa è disponibile sul sito [www.barabino.it](http://www.barabino.it) dove può essere scaricata dalla sezione "Ufficio Stampa online". In questa sezione sono inoltre disponibili i comunicati stampa e il materiale fotografico sulla società.*

Milano, marzo 2014

## TRIBOO DIGITALE Una realtà in forte crescita

Triboo Digitale è la **eCommerce company** fondata nel 2011 da Giulio Corno e gestita dall'Amministratore Delegato Marco Realfonzo. Triboo Digitale nasce dalla fusione di tre realtà (Nascar, t-buy e t-shop) con un'esperienza consolidata e riconosciuta nell'ambito della consulenza e della gestione di negozi di commercio elettronico.

### La crescita di fatturato e ordini

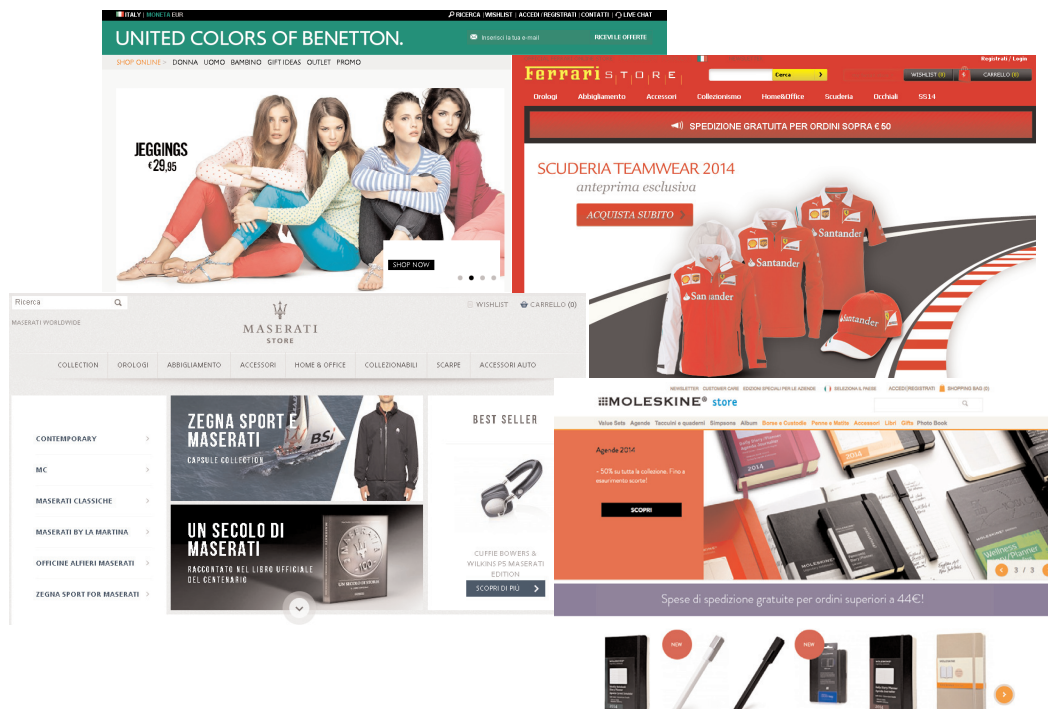
Con 160 addetti, nel 2013 ha fatturato 56 milioni di Euro, registrando in entrambi gli esercizi una forte crescita (40% nel 2013 rispetto all'anno precedente). Il grande dinamismo della società si manifesta anche in termini di ordini gestiti, che sono passati dai 170.000 del 2011 ai 350.000 del 2013, per un totale di 1.5 milioni di prodotti venduti online.

### I negozi più prestigiosi

Oggi, la società gestisce **35 flagship store digitali di prestigiosi brand principalmente in ambito moda e automotive merchandising.**

In quest'ultimo segmento, in particolare, Triboo Digitale è il player leader in Italia.

Tra i negozi online realizzati e gestiti da Triboo Digitale segnaliamo: Benetton, Sisley, High Everyday Couture, L'Autre Chose, Alviero Martini 1A Classe per quanto riguarda la moda e Ferrari, Maserati, Valentino Rossi (46) per quanto riguarda l'automotive merchandising.



## **TRIBOO DIGITALE** **L'eCommerce di prodotti come piattaforma per l'export**

### **Il settore di riferimento: eCommerce di prodotti italiani nel mondo**

Il settore di riferimento è quello dell'**eCommerce di prodotti al dettaglio**, che sta crescendo molto e continuerà a registrare trend molto positivi anche nei prossimi anni. Alcuni dati: + 25% nel 2013, che sale a +30% per il segmento moda; la penetrazione dell'eCommerce prodotti sul totale del venduto in Italia è dell'1,5%, molto indietro rispetto ai mercati più maturi che crescono di più ed hanno un tasso di penetrazione tra il 10% ed il 15%.

Un fattore critico di successo di questo business è rappresentato dalla possibilità offerta alle aziende del Made in Italy di esportare in tutto il mondo con costi, complessità e rischi di gran lunga inferiori rispetto a quelli delle reti di vendita tradizionali. Interessante è quindi notare il forecast di crescita del mercato eCommerce cross border: dai 100 Miliardi di Dollari del 2013 ai 300 Miliardi del 2018.

Già oggi solo il 15% dei ricavi di Triboo Digitale proviene da vendite sul territorio nazionale, mentre il restante 85% proviene da vendite verso paesi dell'Unione Europea (50%) e non (35%).

## **TRIBOO DIGITALE** **Il mestiere di Triboo Digitale: eCommerce service provider**

### **Un'offerta unica e distintiva**

Con un'offerta integrata di servizi che comprendono lo sviluppo software, la creatività, la gestione della logistica e degli ordini, il marketing, la gestione del negozio e il customer care, **Triboo Digitale opera in tutto il mondo per conto dei propri clienti in qualità di franchisee.**

### **I punti di forza**

Tra i punti di forza riconosciuti, in particolare, segnaliamo la gestione della **logistica**, con tre piattaforme negli Stati Uniti, in Europa e in Asia, e il **marketing online a supporto delle vendite**, tramite la piattaforma proprietaria Adversy.



Dato il forte orientamento al commercio internazionale, Triboo Digitale è in grado di gestire **150 sistemi di pagamento** differenti e 5 valute.

### **La piattaforma tecnologica**

Per la realizzazione e la gestione dei negozi, Triboo Digitale ha messo a punto un'**infrastruttura tecnologica basata su standard di mercato** che le consente di essere molto efficace nella gestione degli store esistenti e, allo stesso tempo, di sviluppare quelli nuovi molto velocemente. Nel 2013 sono stati ben 12 i nuovi negozi realizzati, mentre per il 2014 se ne prevedono altri 18.

## **TRIBOO DIGITALE** **Una panoramica sui clienti**

### **Focus sulla moda e l'automotive merchandising**

Sono clienti di Triboo Digitale prestigiosi brand del Made in Italy e grandi multinazionali.

Di seguito una selezione dei principali:



#### **Clienti moda**

Gruppo Benetton (Benetton, Sisley, Stefanel, Killer Loop), L'Autre Chose, Alviero Martini 1A Classe, TOD's, Scarpe e Scarpe, Armata di Mare, Les Copains, High Everyday Couture, Testoni, Arena, Lanificio Colombo, Fay, Salvatore Ferragamo, Hogan, Piazza Italia.



#### **Clienti automotive merchandising**

Maserati, Alfa Romeo, Ferrari, Ducati, FIAT Abarth, Alfa Romeo, Lamborghini, Daimler, Vespa, Lotus, Daimler, Wheelup, 46 (Valentino Rossi).



#### **Altri clienti**

Morellato (Pianegonda, Sector, Bluespirit, ecc.), Henkel, 3M, Toy Watch, Agos, Alitalia, Farmaceutici Dottor Ciccarelli, Peck, Philip Watch, Roma mobilità, SNAV, Toy Watch, Unilever, Mole-skine.

**TRIBOO DIGITALE**  
**Scheda di sintesi**

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Anno di costituzione:</b> | 2011   |
| <b>Fatturato 2013:</b>       | 56 milioni di Euro   |
| <b>Addetti:</b>              | 160  |
| <b>Negozi gestiti:</b>       | 35   |
| <b>Management:</b>           | Giulio Corno, Presidente<br>Marco Realfonzo, Amministratore Delegato |
| <b>Compagine societaria:</b> | 78% Triboo S.p.A.<br>22% Management                                  |
| <b>Sede:</b>                 | Viale Sarca, 336 – Milano  |
| <b>Sito Internet:</b>        | <a href="http://www.triboodigitale.it">www.triboodigitale.it</a>     |