

PAMBIANCONEWS.COM – 17 SETTEMBRE 2020

1/2

<https://www.pambianconews.com/2020/09/17/countdown-per-le-commerce-di-marbel-300363/>

PAMBIANCONews

Countdown per l'e-commerce di Marbel



Le collezioni di **Marbel** a portata di click. L'azienda di Bitonto specializzata in abbigliamento per bambini si appresta ad inaugurare il primo store e-commerce nel gennaio 2021. "Si tratta di un progetto partito già prima della pandemia da Covid-19 che però abbiamo voluto accelerare dato il successo del nostro sito B2B durante il lockdown. Dal prossimo anno i clienti finali italiani e stranieri potranno acquistare online tutte le nostre proposte", ha spiegato a *Pambianconews* **Giuseppe Cariello**, fondatore e CEO di Marbel.

L'azienda opera nel settore childrenswear da 30 anni. Oggi, in veste di licenziatario, l'ampio portafoglio clienti include i brand **Gaëlle Paris**, **Vicolo Girl**, **D.A. Daniele Alessandrini**, **Alviero Martini 1° Classe Junior**, **Refrigue** e **Sergio Tacchini** cui si aggiunge il marchio di proprietà **Aspen Polo Club**.

PAMBIANCONEWS.COM – 17 SETTEMBRE 2020

2/2

<https://www.pambianconews.com/2020/09/17/countdown-per-le-commerce-di-marbel-300363/>

PAMBIANCONews

Marbel ha chiuso il 2019 a quota 19 milioni di euro, in aumento del 40% rispetto all'anno precedente. Nonostante la pandemia da Covid-19 abbia rallentato la crescita, Cariello prevede che l'azienda dovrebbe avanzare di qualche punto anche nel 2020. Il lockdown ha bloccato sia la produzione sia la distribuzione delle collezioni impattando negativamente sulle vendite della stagione che si fondano in buona parte sull'abbigliamento da cerimonia, compensate tuttavia dai segmenti sportswear e casual che hanno goduto della ripresa grazie all'autorizzazione del Governo a riaprire le attività commerciali dedicate ai più piccoli.

Oggi il mercato nazionale ricopre circa l'80% del volume d'affari di Marbel. Le collezioni sono presenti sia in negozi multibrand di fascia media che alta. Il business oltre confine rappresenta circa il 20% e si concentra soprattutto in Europa, con focus su Belgio, Francia, Olanda, Germania, Russia, Emirati Arabi e Inghilterra. "Nel 2015 l'estero rappresentava solo il 5% del fatturato, in quattro anni abbiamo quadruplicato le vendite e speriamo di arrivare al 30% entro i prossimi due anni", ha spiegato il manager che anticipa la possibile collaborazione con nuove label entro la fine dell'anno.