

Digitale

## DS Group cresce e apre in Francia

**DS** Group, l'azienda fondata nel 1991 a Milano da Romeo Quartiero per offrire soluzioni digitali su misura per brand di settori diversi, cresce ed è appena sbarcata a Parigi, per aprire la sua nuova subsidiary dal nome Distance Sales, capitanata da Moulay Bourazza, manager francese, con esperienze sia nel fashion che nel digitale. Per Quartiero non sarà l'unica apertura internazionale della sua azienda forte dell'esperienza trentennale con clienti che

spaziano in settori completamente diversi, dai servizi all'energia, al food, alla logistica, e ovviamente nel fashion, che fattura 12 milioni, con un team di 150 digital engineers, 200 mila utenti mobile, a cui si aggiungono circa 10 mila negozi: «Siamo molto orgogliosi di aprire una subsidiary a Parigi – spiega Quartiero – Il mercato della moda internazionale sta vivendo un'accelerazione senza precedenti che richiede nuovi strumenti tecnologici per affrontare il cambiamento in atto. L'opening francese consentirà a **DS Group** di penetrare in uno dei mercati più strategici e importanti per il luxury». Ma per avere successo non bisogna limitarsi a una tecnologia innovativa: «Vogliamo portare sui mercati internazionali la nostra visione *human-centric*, basata sull'offerta di tool tecnologici innovativi che anche a distanza permettano al consumatore di non rinunciare

all'emozionalità intima dell'esperienza di acquisto. Dopo la Francia abbiamo già in programma l'apertura di una subsidiary a Londra». Distance Sales è un ibrido tra store fisico ed e-commerce, con l'aiuto di un *sale assistant* che accompagnerà il cliente nella bellezza dell'acquisto anche in store. Il cliente potrà così vivere il piacere di un acquisto personalizzato, su misura, e nello stesso tempo immersivo, ben lontano dalla freddezza del virtuale. Il tutto sarà arricchito da video, rendering, 3D, mix and match, per oscillare continuamente tra virtuale e reale. Nello stesso tempo verrà promossa sul mercato internazionale anche l'applicazione b2b dal nome Wholli, per brand e wholesaler, inserendo in questa rete distributiva le dinamiche tipiche dei negozi retail, utili per fidelizzare maggiormente i propri clienti. – **b.bu.**