

Digital

LAZADA PORTA IL LUSO UE NEL SUD-EST ASIATICO

L'e-commerce locale di Alibaba vara **LazMall luxury**. Entro il 2030 prevede di raggiungere fino a 300 milioni di clienti

Il lusso europeo arriva sull'e-commerce di **Alibaba, Lazada**. La piattaforma attiva nel Sud est asiatico e di proprietà del colosso cinese ha svelato il progetto **LazMall luxury**, un canale interamente dedicato ai brand di lusso italiani ed europei. Nato dall'intenzione

di mettere in collegamento questi ultimi con il crescente mercato in cui l'e-tailer opera, il canale entro il 2030 raggiungerà 300 milioni di nuovi clienti secondo le stime della società. «Sono entusiasta di portare evidenza a un mercato in forte crescita come quello del sud-est asiatico e le sue enormi potenzialità», ha dichiarato **Jason Chen**, chief business officer di **Lazada group**. «Collaborando con **Lazada**, i brand europei possono rafforzare le loro strategie di export e aumentare le loro opportunità di business all'estero, intercettando le necessità di una classe media sempre e sempre più benestante. Con focus sull'autenticità, lo shopping personalizzato e la creazione di un ecosistema affidabile per brand e consumatori, **LazMall** non è solo una piattaforma di e-commerce ma una destinazione lifestyle per i consumatori attenti nell'era digitale di oggi», ha spiegato. (riproduzione riservata)



Alice Prospero