

SHARING MEDIA™

Quotidiano Digitale | Reg. Trib. di Roma nro. 106/2021 del 09/06/2021 | Dir. Resp.: Viola Lala

Editore: SHARING MEDIA SRL - ROC 36886 - REA RM-1640967 - P. IVA IT-16193971005

Testata periodica telematica internazionale di attualità, politica, cultura ed economia

ISP: BT Italia S.p.A. - Via Tucidide 56 - 20134 Milano - Aut. DGSCER/1/FP/68284

Si riparte con Diletta Leotta

Il primo nuovo PostalMarket –vera e propria icona per le famiglie degli Anni Settanta e Ottanta del secolo scorso– ha scelto Diletta Leotta per la nuova copertina. L'obiettivo ambizioso basato su uno studio di mercato preliminare è quello di raggiungere un fatturato tra i 500 milioni ed il miliardo di euro entro i primi 5 anni.

«Vogliamo creare il più grande market place del made in Italy, dove trovare brand affermati, ma anche brand emergenti, l'importante è che i prodotti siano rigorosamente italiani» dichiara Francesco D'Avella, ceo di StoreDen, tech company che detiene il 4% del mercato ecommerce in Italia e che ora ha investito in PostalMarket con l'ambizioso obiettivo di creare il più grande market place 100% italiano.



Il ritorno di PostalMarket

Ha anticipato di decenni Amazon spedendo i suoi prodotti in ogni parte d'Italia: nel 1987 il fatturato era di **385 miliardi di lire** per un volume di oltre 1,25 milioni di pacchi spediti ogni anno, con punte di 45 mila spedizioni giornaliere.



In edicola per il prossimo autunno

PostalMarket conferma il suo ritorno in edicola per il prossimo autunno ed ha ufficialmente aperto la possibilità di prenotare già da ora a prezzo scontato la rivista, offrendo ai potenziali clienti un voucher per concludere il primo acquisto. A differenza del passato, però, lo sfoglio delle pagine interne non sarà più solo una raccolta di prodotti, bensì un magazine da leggere con contenuti suddivisi in 6 categorie: abbigliamento donna-uomo e accessori, intimo, casa, salute e bellezza, cibo e bevande, tempo libero. Oltre a curiosità e consigli sullo shopping. Il magazine sarà supportato anche dalla realtà aumentata, grazie ad un'apposita app che sta programmando la startup No-Gravity. Il catalogo supporterà anche l'e-commerce progettato da Storeden, comprendendo tutti i prodotti che, per motivi di spazio, non potranno trovare posto nelle 368 pagine dell'edizione cartacea in edicola. Il catalogo costerà 9,90 euro oppure 6,90 euro tramite il pre-ordine accompagnato da un voucher da 10 euro. Il tema conduttore del primo numero sarà la rinascita.

Postalmarket nasce nel 1959 da un'intuizione di Anna Bonomi Bolchini: 10 mila copie diffuse in edicola e centinaia di oggetti in vendita con la politica «soddisfatti o rimborsati».

Nel 1976 PostalMarket si trasferisce in una nuova sede di 37 mila metri quadri a San Bovio di Peschiera Borromeo, nel Milanese con un numero di dipendenti che arriva a 1.600.

Nel 1987 PostalMarket fattura appunto 385 miliardi di lire, quasi 200 milioni di euro che —considerando l'inflazione— sarebbero equivalenti a circa 500 milioni di euro di oggi.

A fare da traino l'abbigliamento femminile. Krizia, Fendi, Biagiotti, Enrico Coveri e Valentino realizzano addirittura capi appositamente pensati per PostalMarket.

Anche le cover girl dell'epoca sono tra le più note del momento: da Ornella Muti a Romina Power, da Alessandra Martines a Laura Antonelli, da Carla Bruni a Cindy Crawford e Claudia Schiffer.

Dopo gli anni Ottanta, è iniziato un lento declino. La vendita, nel 1993 da parte di Bonomi Bolchini al gruppo tedesco Otto e poi il passaggio a Eugenio Filograna, imprenditore che ne ha progettato una versione on line tuttavia senza successo. Poi ancora un nuovo passaggio al Gruppo Bernardi, fino al fallimento arrivato nel 2015.

Poi, nel 2018, l'acquisizione da parte di Stefano Bortolussi, promotore del rilancio e attuale amministratore delegato di PostalMarket e fondatore di Postalmarket Revolution, che detiene il 70% della nuova Postalmarket srl.

Il restante 30% è del gruppo informatico Projectmoon a capo della piattaforma e-commerce Storeden, startup fondata da Francesco D'Avella, ceo del gruppo. Una realtà che oggi si sviluppa anche grazie ad una rete di oltre 250 agenzie web tra le migliori in Italia, che hanno scelto di proporre la piattaforma ai propri clienti per supportare chi decide di utilizzare la soluzione con il marketing, ma anche con sviluppi personalizzati, in modo da soddisfare le esigenze di clienti in modo specifico.

«Con Storeden le aziende possono in pochi minuti realizzare un e-commerce professionale sincronizzato con i migliori market place, la piattaforma è infatti integrata con Amazon, Ebay, Facebook e Instagram, solo per citare alcune delle realtà più note» spiega Marco Orseoli, partner manager per il portale.