Modaes

Empresa

Alianza post Covid-19: Bestseller y El Ganso se unen para vender online

El Ganso abre su *marketplace* The Community a marcas de moda de tamaño medio y grande, comenzando por el gigante danés. Mientras la primera diversifica, la segunda gana visibilidad en el mercado nacional.

Pilar Riaño
29 may 2020 - 00:00



Alianza en tiempos del coronavirus. Con los principales empresarios del negocio de la moda en España llamando a la colaboración para plantar cara al impacto del coronavirus en la economía, el gigante Bestseller y la compañía madrileña El Ganso se ponen manos a la obra. El grupo danés comenzará a distribuir sus marcas a través de The Community, el *marketplace* lanzado el pasado abril por El Ganso, que se ha propuesto potenciarlo para diversificar sus ingresos.

Según han explicado a Modaes.es el primer ejecutivo de Bestseller en España, Andrés Contreras, y el cofundador de El Ganso, Clemente Cebrián, la alianza entre ambas

https://www.modaes.com/empresa/alianza-post-covid-19-bestseller-y-el-ganso-se-unen-para-vender-online

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

compañías tiene como objetivo potenciar el posicionamiento de ambas compañías y generar nuevo negocio. “Tenemos clientes comunes, pero ambas compañías podemos aumentar nuestra clientela”, sostiene Contreras.

A finales de abril, **El Ganso puso en marcha el *marketplace* The Community**, con el objetivo de abrir su plataforma online a marcas independientes durante la crisis del coronavirus. Finalmente, esta iniciativa ganará importancia y se convertirá en una nueva línea de negocio de la empresa, que ofrece su tráfico, posicionamiento y estructura online y logística a cambios de un porcentaje de las ventas para cubrir gastos.

Las marcas de Bestseller se incorporarán al ‘marketplace’ The Community, de El Ganso

Bestseller es la primera empresa que se suma The Community en esta nueva etapa, si bien El Ganso se encuentra en negociaciones con marcas de tamaño medio y pequeño para incorporarlas a la plataforma. “Con este *site* independiente queremos crear una comunidad, cruzando marcas entre ellas tanto en la parte estética como en acciones comerciales”, señala Cebrián.

El grupo danés incorporará a The Community todas sus marcas, que cubren un amplio abanico de consumidores, desde Jack&Jones (la de mayor tamaño), hasta Pieces, Name it, Junarose, Mamalicious, Vila, Only, Object, Vero Mora, Selected, Jacqueline de Yong o Noisy May. El grupo danés acaba de reforzar su estructura en España para poder servir los pedidos en sólo cinco días.

El Ganso negocia con otras marcas para reforzar la plataforma, que se convertirá en una nueva línea de negocio

Inicialmente, **la plataforma ofrecerá las marcas de Bestseller (y las nuevas que se vayan incorporando)** en España y Portugal, pero el objetivo de El Ganso es ampliar la distribución a todos los países donde opera actualmente la marca.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Otro de los proyectos para ampliar la alianza entre El Ganso y Bestseller pasa por **el lanzamiento de colecciones conjuntas**, un movimiento que la empresa madrileña plantea ampliar a otras de las marcas que estén presentes en su *marketplace*.

Al frente de The Community estará Lola López Fernández, directora de desarrollo de negocio en El Ganso. Tal y como explica Cebrián, "The Community depende del área de innovación de El Ganso y se basa en generar sinergias a partir de la estructura de la compañía". A su vez, el proyecto se apoya en la estructura de ecommerce de la empresa, liderada por Andrés Fernández.

Con una cifra de negocio de alrededor de 68 millones de euros a cierre de 2019, El Ganso es una de las principales empresas españolas de moda masculina. La compañía finalizó el ejercicio con un resultado bruto de explotación (ebitda) positivo y las previsiones de regresar a beneficios en 2020.

Bestseller, por su parte, es uno de los mayores grupos de Europa de distribución de moda, con una cifra de negocio de 3.200 millones de euros, excluyendo la actividad en China. En España, la empresa opera con 500 tiendas y corners en El Corte Inglés y suma más de 3.000 clientes multimarca.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.