

Valentino y Alibaba 'asaltan' Pekín a golpe de lujo y 3D

La compañía italiana ha creado una colección cápsula que se comercializará en exclusiva en un *pop up* de la marca en Pekín y en el pabellón de lujo de Tmall, la plataforma para marcas extranjeras de Alibaba.

Modaes
25 abr 2018 - 05:00

Valentino y Alibaba asaltan Pekín a golpe de lujo y 3D

Image not found of type unknown

Valentino se lanza a la conquista de China con Alibaba. **La compañía italiana ha creado *Garavani Candystud*, una colección cápsula** que se comercializará en exclusiva en el pabellón de lujo de Tmall, la plataforma para marcas extranjeras de Alibaba, así como en un *pop up* store de la marca en Pekín.

De la asociación entre Tmall y Valentino surge una colección que está compuesta por **dos bolsos de edición limitada, cuatro zapatillas y una selección de accesorios de cuero.**

La tienda virtual de la firma italiana en Tmall se mimetiza con el entorno de la tienda física para integrar las experiencias de compra online y offline. Por otro lado, La tienda física abrirá sus puertas en el distrito comercial Sanlitun de Pekín, mañana 26 de abril.

Valentino, fundada en 1960 y con sede en Roma, facturó 1.100 millones de euros en 2016 y ganó 206 millones de euros. El consejero delegado de la empresa, Stefano Sassi, aseguró que preveía un alza a doble dígito de las ventas en el año 2017.