

Eventi - *Moda. Sergio Rossi punta sul digitale globale: b2x guiderà lo sviluppo dell'eCommerce internazionale*

Roma - 04 giu 2026 (Prima Notizia 24) **Sergio Rossi intensifica la sua strategia digitale collaborando con b2x per gestire e sviluppare l'eCommerce globale. Questo accordo mira a potenziare la presenza online della storica maison di calzature di lusso, mantenendo gli elevati standard qualitativi.**

Sergio Rossi accelera la propria strategia digitale e sceglie b2x come partner per la gestione e lo sviluppo dell'eCommerce globale. L'accordo segna un nuovo passo nel percorso di crescita internazionale della storica maison italiana di calzature di lusso, che punta a rafforzare la propria presenza online mantenendo gli elevati standard qualitativi che da oltre settant'anni contraddistinguono il marchio. Fondata nel 1951, Sergio Rossi rappresenta una delle eccellenze del Luxury Made in Italy nel mondo. Le sue creazioni sono il risultato di una lavorazione altamente specializzata che richiede oltre 120 passaggi artigianali e circa 14 ore di lavoro per ogni singolo paio di scarpe, un patrimonio di competenze che continua a essere il cuore dell'identità del brand. Nell'ambito della partnership, b2x supporterà la maison nella gestione operativa dell'eCommerce e nello sviluppo delle vendite dirette sui mercati internazionali. La società opererà come Merchant of Record globale, mettendo a disposizione il proprio ecosistema tecnologico basato sulla piattaforma proprietaria b.com, che integra logistica, gestione delle spedizioni e servizi avanzati per il commercio digitale internazionale. L'obiettivo è offrire ai clienti un'esperienza online all'altezza dell'esclusività del marchio, garantendo continuità tra la qualità artigianale del prodotto e l'interazione digitale. "Nel settore del lusso l'esperienza digitale deve rispecchiare la stessa attenzione ai dettagli che caratterizza la produzione artigianale", ha sottolineato Valentina Mirenda, Chief Communication Officer di b2x, evidenziando come ogni fase del percorso d'acquisto, dalla navigazione alla consegna, debba rappresentare fedelmente i valori e l'identità del brand. Soddisfazione anche da parte di Sergio Rossi. Andrea Delle Donne, DTC Director EMEA della maison, ha spiegato che la scelta di b2x nasce dalla volontà di affidarsi a un partner in grado di coniugare innovazione tecnologica e approccio umano, elementi ritenuti fondamentali per sostenere progetti di crescita nel mercato del lusso contemporaneo. L'intesa conferma come il settore fashion di alta gamma stia investendo sempre più nell'evoluzione dei canali digitali, trasformando l'eCommerce in uno strumento strategico per rafforzare la relazione con i clienti e consolidare la presenza dei brand sui mercati globali.

di Paola Pucciatti Giovedì 04 Giugno 2026