

Modaes

Back Stage

De Al Majid a Chalhoub: los 'jeques' de la moda en Oriente Medio

Inditex, Hermès, Mango, Armani o All Saints confían a estos gigantes árabes su distribución en países como Arabia Saudí, Líbano e Irán.

Iria P. Gestal
11 ago 2016 - 05:00



En los últimos años, Oriente Medio se ha convertido en uno de los puntos clave en la expansión internacional de los grupos de moda. Con un poder adquisitivo creciente, una población joven muy numerosa y un público potencial deseoso de moda occidental, la región está considerado desde hace años como un *caramelo* para el sector. Con todo, las diferencias culturales, la complejidad burocrática y la estructura de la distribución dificultan el acceso a estos mercados; para salvar las barreras, las empresas planean su desembarco de la mano de titanes como **Al Mana** o **Alshaya Retail**, los grupos que mueven los hilos de la moda en Oriente Medio.

En la mayoría de los casos, los grupos occidentales se alían con diferentes socios para

Modaes

cada región, aunque algunos de estos gigantes tienen una amplia área de influencia. Es el caso de **Chalhoub**, que opera en catorce países de todo Oriente Medio y Próximo.

Los orígenes del grupo se sitúan en Damasco (Siria), donde **Michel** y **Widad Chalhoub** fundaron en 1955 un pequeño establecimiento que vendía sólo tres marcas: **Baccarat**, **Christofle** y **Jean Patou**. Tras el descubrimiento de las reservas de petróleo en el Golfo, los clientes de los **Chalhoub** se multiplicaron y la familia decidió expandirse y presentarse a los jeques de Kuwait, Dubái, Abu Dhabi, Qatar, Omán y Arabia Saudí.

Uno de los grupos con más compañías españolas en cartera es Azadea, el socio de Inditex, Mango, Pronovias o Pepe Jeans en Oriente Medio

A su regreso a Siria, el país se había unido a Egipto en la efímera República Árabe Unida y los hermanos **Chalhoub** decidieron trasladar sus negocios a Beirut. Sólo una década después de establecerse en Líbano estalló la guerra civil, así que la familia hizo de nuevo las maletas y se instaló en Kuwait, donde la segunda generación, formada por **Antony** y **Patrick Chalhoub**, se incorporó a la gestión de la empresa.

La familia todavía tuvo que hacer frente a una última vuelta de tuerca a su trayectoria cuando, a principios de los noventa, Saddam Hussein invadió Kuwait. Entonces, **Michel** y **Widad Chalhoub** decidieron mantener un perfil bajo mientras que **Patrick** y **Anthony Chalhoub** retomaron el negocio en el exilio, en París.

Actualmente, el grupo **Chalhoub** tiene su sede central en Dubái y cuenta con oficinas en toda la región de Oriente Medio. La compañía, que se ha convertido en uno de los mayores distribuidores de moda y lujo de la región, gestiona 400 tiendas en catorce países.

El grupo es el socio de compañías como **Saks Fifth Avenue**, **Céline**, **Christian Dior** o **Lacoste**, y opera también con varios conceptos propios de retail como **Level**, dedicadas a un solo sector. Este formato se puso en marcha en 2012 con la creación de **Level Shoes**, especializada en calzado.

Modaes



Patrick Chalhoub, co-consejero delegado de Chalhoub

El grupo opera también con las tiendas **Tryano**, dedicada a la venta de cosmética, bolsos y moda infantil, **Katakeet**, especializada también en moda infantil, **WojooH**, de cosmética, y **Tanagra**, especializada en moda femenina y masculina y que suma ya nueve establecimientos en Oriente Medio.

Aunque no todos los socios de la moda en Oriente Medio tienen una historia tan épica como la de **Chalhoub**, todos han tenido un papel clave en el desarrollo del retail en la región. En los países del Consejo de Cooperación para los Estados Árabes del Golfo, mercados como Kuwait, Qatar, Bahréin y los Emiratos Árabes Unidos limitan la inversión extranjera en una empresa local al 49%, lo que obliga a las marcas internacionales a aliarse con un socio local que, de hecho, termina controlando el negocio.

El competidor directo de **Chalhoub** es **Al Tayer**, con sede en los Emiratos Árabes Unidos y que suma más de sesenta tiendas de lujo de compañías como **Bottega Veneta**, **Dolce&Gabbana**, **Giorgio Armani**, **Gucci** o **Balenciaga**. Además, la compañía tiene la licencia en exclusiva de **Bloomingdale's** y **Harvey Nichols** en los Emiratos Árabes Unidos.

A diferencia de **Chalhoub**, **Al Tayer** tiene intereses en otros sectores más allá de la moda. De hecho, en sus orígenes el conglomerado estaba especializado en los sectores

Modaes

de la construcción y la automoción. En retail, el grueso de su negocio se concentra en los Emiratos, aunque la compañía también opera en Bahreín, Arabia Saudí, Kuwait, Qatar y Omán.



Khalid Al Tayer, responsable de retail de Al Tayer

En Qatar, el trono del sector lo ocupa **Al Mana**, fundada en 1960. Durante las primeras décadas de su historia, el grupo se dedicó a la industria del acero, el turismo, la comunicación y el sector inmobiliario, y no fue hasta que el nuevo director general, **Wissam Al-Mana**, tomó las riendas cuando la compañía creó su actual división del retail. La empresa ha abierto tiendas en Doha de **Hermès**, **Balenciaga** y **Roberto Cavalli**, entre otros, y ha desarrollado complejos comerciales como **Porto Arabia**.

Uno de los conglomerados de mayor trayectoria es **Alshaya Retail**, fundado en 1890. El grupo ha extendido sus negocios a sectores como el farmacéutico, el de la alimentación o el hotelero y, además de moda, opera las franquicias de grupos como Starbucks u Office Depot.

Si **Chalhoub** es el *sultán* del lujo, **Alshaya** es el *jeque* de la gran distribución: la compañía cuenta con una importante cartera de marcas de *fast fashion* como **Tosphop**, **H&M**, **Cos**, **River Island** o **Next**. Además, gestiona la expansión de **Muji** y es el licenciatario de **Harvey Nichols** en Kuwait.

Modaes

También en el negocio del *fast fashion* opera **Al Majid Al Futtaim**, que cuenta con 135 establecimientos en siete mercados de Oriente Próximo y África. El grupo controla también 19 centros comerciales como el *macrocomplejo* **Mall of the Emirates**. A comienzos de este año, el grupo se alió con **Chalhoub** para la puesta en marcha de una cadena de grandes almacenes en Dubái que abrirá sus puertas el año que viene.



Wissam Al Mana, consejero delegado de Al Mana Fashion Group

Al Futtaim es el franquiciado de **Abercrombie&Fitch** y **Hollister** en la región (la primera tienda de **Hollister** en los Emiratos fue el punto de venta de la marca que más vendió en su día de estreno) y gestiona también la expansión de la española **Intropia** o de grupos internacionales como **All Saints**, **Lululemon** o **Juicy Couture**.

Entre los grupos españoles, uno de los nombres más repetidos es **Al Mana Fashion Group**, el aliado de empresas como **Mango** o **Shana** en Oriente Medio. Aunque su notoriedad en la región proviene de sus actividades en el sector metalúrgico, de los medios de comunicación y el inmobiliario, su cartera de marcas de moda es una de las más amplias, con empresas como **Hermès**, **Balenciaga** o **Roberto Cavalli**. Además, desde el mes pasado, el grupo es el propietario de todo el parque de tiendas del grupo británico de grandes almacenes **BHS** fuera de Reino Unido.

Pero si hay un grupo árabe con un vínculo estrecho con la moda española, ese es **Alhokair**

Modaes

. En enero de 2014, la compañía saudí compró la cadena madrileña **Blanco**, hasta entonces propiedad de **Bernardo Blanco** (hijo del fundador de la compañía) por cuarenta millones de euros.

A principios de junio, **Alhokair** anunció que había recibido una oferta por **Blanco**. El comprador es un fondo de inversión con base en Dubái en el que participa el presidente de **Alhokair**, por lo que la operación, valorada en 83 millones de euros, deberá ser aprobada ahora por los accionistas en junta general extraordinaria.

Al Futtaim es el dueño de una veintena de centros comerciales, entre ellos el Mall of the Emirates

Con **Inditex**, **Gap** o **Marks&Spencer** como clientes estratégicos, **Alhokair** inició su actividad vendiendo ropa confeccionada, calzado y perfumes, pero pronto comenzó a establecer acuerdos de franquicia para llevar marcas internacionales a Arabia Saudí. En 2004, **Alhokair** ya se había convertido en el mayor propietario de franquicias internacionales del país. La compañía opera también tiendas de **Marypaz**, con quien selló un acuerdo en 2013 para abrir 35 establecimientos en cinco años.

Además, el grupo saudí dio un paso más en su modelo negocio con el lanzamiento de la compañía **EB Designs International**, dedicada al equipamiento para retail. El grupo ha conseguido integrar así todos los procesos para la expansión de las marcas para las que ya trabajaba como distribuidor.

Otro de los grupos que más compañías españolas tiene en cartera es el libanés **Azadea**, cuya área de influencia se extiende por Oriente Medio y el Norte de África. El hólding es socio de compañías españolas como **Inditex** (con las cadenas **Zara**, **Massimo Dutti**, **Bershka** y **Stradivarius**), **Mango**, **Pepe Jeans**, **Pronovias** o **Punt Roma**.

El año pasado, el grupo inversor estadounidense **KKR** tanteó la compra del 25% de la compañía. Inicialmente, la operación se valoró entre 400 millones de dólares y 500 millones de dólares, pero finalmente no se llegó a un acuerdo.