
Modaes

Back Stage

El Mapa de la Moda (V): Los grandes de la moda urbana

Silvia Riera
12 jun 2013 - 04:52

Quinta entrega de la edición de 2013 de la serie El Mapa de la Moda, que Modaes.es comenzó el año pasado con el objetivo de convertirse en una guía para comprender cuáles son los principales actores del negocio de la moda alrededor del mundo. Segmentado por sectores, El Mapa de la Moda es un documento de consulta para los empresarios, directivos y profesionales del negocio de la moda y de sus sectores auxiliares.

Patrocinado por Infor (proveedor líder en software empresarial y servicios), el cuarto número de El Mapa de la Moda 2013 representa una radiografía sobre los diez mayores grupos de distribución de moda del mundo.

Todos los miércoles, Modaes.es abordará un nuevo segmento: gran distribución mundial, lujo, grandes almacenes, moda urbana, moda deportiva, calzado, moda infantil, industria auxiliar y cosmética y perfumería. Por el momento, Modaes.es ha abordado los mayores grupos de moda de España y los líderes mundiales de la gran distribución de moda y los gigantes de la industria internacional del lujo.

Cada capítulo figurará en Modaes.es como un artículo de análisis, para más tarde pasar a formar parte de un documento conjunto de consulta disponible en la tienda online de Modaes.es.

Modaes



MARCAS DE MODA URBANA

LEVI'S
FACTURACIÓN 2012 3.415 M €
TIENDAS 2.300 (Levi's y Dockers)
SEDE San Francisco (EEUU)
OTROS DATOS Cotiza en Bolsa

DIESEL
FACTURACIÓN 2012 1.500 M €
(Only the Brave)
SEDE Molvena (Italia)
OTROS DATOS Pertenece a Only the Brave

G-STAR
FACTURACIÓN 2012 764 M €
TIENDAS 200 monomarca, 6.000 multimarca
SEDE Amsterdam (Holanda)

ABERCROMBIE&FITCH
FACTURACIÓN 2012 3.408 M €
TIENDAS 1.051
SEDE New Albany (EEUU)
OTROS DATOS Cotiza en Bolsa

CALVIN KLEIN JEANS
FACTURACIÓN 2011 1.498 M €
(junto con CK Underwear)
TIENDAS 1.900
(junto con CK Underwear)
SEDE Nueva York (EEUU)
OTROS DATOS Pertenece a PVH Corp.

SUPERDRY
FACTURACIÓN 2012 397,5 M €
(SuperGroup)
TIENDAS 204 (103 propias y 101 franquicias)
SEDE Londres (Reino Unido)
OTROS DATOS Pertenece a SuperGroup

WRANGLER
FACTURACIÓN 2012 2.170 M €
(junto con Lee)
TIENDAS Sólo multimarca
SEDE Greensboro (EEUU)
OTROS DATOS Pertenece a VF Corporation

HILFIGER DENIM
FACTURACIÓN 2011 844M €
TIENDAS 1.200
(Tommy Hilfiger)
SEDE Nueva York (EEUU)
OTROS DATOS Pertenece a PVH

REPLAY
FACTURACIÓN 2010 244 M €
TIENDAS 220 monomarca, 5.000 multimarca
SEDE Asolo (Italia)
OTROS DATOS Pertenece a Fashion Box

GUESS
FACTURACIÓN 2012 2.100 M €
TIENDAS 1.055
SEDE Delaware (EEUU)
OTROS DATOS Cotiza en Bolsa

Modaes

El universo de la moda urbana continúa liderado por los grandes grupos estadounidenses. La histórica **Levi Strauss** se mantiene al frente de un sector que en las últimas décadas ha ganado protagonismo en el negocio de la moda abriéndose a nuevos usos y segmentos de mercado. Los vaqueros, que empezaron como prenda de trabajo y atuendo característico del *cowboy*, son hoy pieza indispensable en todos los armarios.

La gran distribución también se ha hecho un hueco en la moda urbana con cadenas como **Abercrombie&Fitch** y la inglesa **Superdry**, que van ganando terreno a las enseñas tradicionales del sector, como **Levi's**. Por otro lado, grandes grupos de moda, como **VF Corporation** o **PVH**, han ido entrando en este segmento con la compra de marcas insignia. Y por último, el sello europeo ha ido imponiéndose en la moda urbana con la llegada de **G-Star**, **Replay** o **Diesel**.

1. LEVI'S

Levi's es la marca más conocida del grupo Levi Strauss & Co, una de las compañías de moda de mayor trayectoria. Fundado en 1853, el grupo mantiene su sede en San Francisco (Estados Unidos), además de tener oficinas en Delaware (Estados Unidos), Bruselas (Bélgica) y Singapur. En 2012, la empresa redujo sus ventas un 3%, hasta los 4.610 millones de dólares (3.415 millones de euros), como consecuencia de la retirada de su marca Denizen en Asia. Además de Levi's, la compañía estadounidense es propietaria de la marca Dockers, Levi Strauss & Co y Denizen. El grupo distribuye sus enseñas en más de 50.000 puntos de venta multimarca y cuenta con una red de 2.500 establecimientos monomarca de Levi's y Dockers. Los jeans representaron en 2012 el 86% de las ventas de la empresa.

2. ABERCROMBIE & FITCH

Modaes

Abercrombie & Fitch es el mayor grupo de distribución especializado en moda urbana. La compañía estadounidense concentra su negocio en su mercado local, aunque desde el último ejercicio trata de impulsar su crecimiento internacional. La empresa, que distribuye sus colecciones a través de sus propias cadenas de tiendas, opera a través de las marcas Abercrombie & Fitch, Abercrombie Kids, Hollister y Gilly Hicks (especializada en íntimo). En 2012, el grupo facturó 4.510 millones de dólares (3.408 millones de euros), un 8,5% más que en el ejercicio anterior. En febrero de 2012, la compañía contaba con 1.051 tiendas, de las cuales 912 se encuentran en Estados Unidos y 139, en mercados externos.

3. WRANGLER

Wrangler es otra de las enseñas históricas de la ropa vaquera. Fundada en 1947 para vestir a los cowboys, hoy es reinterpretada de múltiples maneras según en los mercados en los que opera. Desde 1986, la marca forma parte del grupo VF Corporation junto con Lee, otra de las enseñas de mayor trayectoria de este segmento. Wrangler y Lee sumaron en 2012 una cifra de negocio de 2.789,3 millones de dólares (2.170 millones de euros). Su peso dentro de VF representa el 30% del total del volumen de negocio, que el año pasado alcanzó los 10.879 millones de dólares (8.462 millones de euros). La principal fuente de ingresos del grupo son las enseñas de equipamiento deportivo, como The North Face o Timberland. El año pasado, las ventas de Wrangler aumentaron un 5% gracias a los mercados estadounidense y latinoamericano, en cambio, retrocedieron en Europa.

4. GUESS

Guess incrementó un 8% su cifra de negocio en 2012, hasta los 2.700 millones de dólares (2.100 millones de euros). Guess? Inc, fundada en 1981 y con sede en Delaware (EEUU), suma nueve años de crecimiento constante. Además de la enseña que da nombre al grupo, la compañía cuenta con las marcas Guess by Marciano, más sofisticada, y la línea infantil Guess Kids. El año pasado, todas sus líneas incrementaron su facturación. El grupo distribuye a través de multimarca y cuenta con una red de establecimientos monomarca, entre propios, franquiciados y de licenciarios. Sólo en 2012, Guess puso en marcha 261 nuevos establecimientos, hasta alcanzar las 1.055 tiendas.

5. DIESEL

Diesel es la mayor marca de moda urbana de fuera de los Estados Unidos. La enseña, fundada por el empresario Renzo Rosso, dio un giro a la prenda vaquera en la década

Modaes

de los noventa. Diesel convirtió el tejano en un artículo sofisticado y glamuroso, lanzándolo a una nueva dimensión, más allá del workwear, el cowboy o el rock. Rosso, que en 2011 entró en la lista Forbes de multimillonarios, entró en el negocio de la moda a finales de los setenta produciendo para otras marcas de vaqueros. Fue a mediados de los ochenta cuando el empresario lanzó la marca Diesel y el éxito le vino en los noventa gracias a agresivas campañas de publicidad, acompañadas de un ambicioso plan de expansión internacional. En el 2000, Rosso creó Staff International, la compañía que gestiona la producción y la distribución de marcas como DSquared, Just Cavalli o Marc Jacobs, y a través de la cual ha comprado enseñas referentes en el diseño de vanguardia, como Maison Martin Margiela o Viktor&Rolf, así como una participación en Marni. En 2012, Rosso facturó 1.500 millones de euros.

6. CALVIN KLEIN JEANS

El grupo PVH Corporation completó en febrero de 2013 la adquisición de Warnaco, la empresa propietaria de la licencia de producción y distribución de Calvin Klein Jeans y Calvin Klein Underwear, las dos principales áreas en facturación de Calvin Klein. En los resultados correspondientes al ejercicio 2012, PVH consolidó por primera vez las ventas de todo Calvin Klein, que ascendieron a 7.600 millones de dólares. En su informe anual, la compañía señalaba un ligero descenso en las ventas de la colección vaquera. Calvin Klein es, junto a Tommy Hilfiger, uno de los principales pilares de PVH Corporation. Ambas empresas representan el 75% de la facturación del grupo matriz. PVH Corporation compró Calvin Klein en 2003.

7. HILFIGER DENIM

Hilfiger Denim es la segunda línea de Tommy Hilfiger. La enseña se dirige a un público más joven que la colección principal, a jóvenes de entre 25 y 30 años, y está totalmente volcada al universo denim y casual. Tommy Hilfiger pertenece desde 2010 al grupo PVH Corporation. La compañía cerró 2012 con una facturación de 3.220 millones de dólares (2.463 millones de euros), un 24% más que en el ejercicio anterior. Europa es el principal mercado de la empresa, en el que concentra el 42% de sus ventas. El universo de Hilfiger Denim, como en Tommy Hilfiger o Tommy Girl, gira en torno al estilo Classic American Cool.

8. G-STAR

G-Star se fundó en 1989 con la voluntad de recuperar el aspecto más auténtico del denim, sin renunciar al diseño. La compañía, con sede en Amsterdam, trata de

Modaes

posicionarse en un segmento alto en el universo de la prenda vaquera. La empresa cuenta con un ambicioso plan de expansión internacional para los tres próximos años, con el que propone triplicar el número de establecimientos monomarca, de los 200 actuales a 750 en 2015. Por el momento, la principal red de distribución de G-Star continúa siendo el canal multimarca, que suma más de 6.000 puntos de venta en 65 países. En España, el grupo holandés continúa creciendo y alcanza los 34 establecimientos.

9. SUPERDRY

La compañía británica de distribución de moda Supergroup, que cotiza en la bolsa de Londres, lanzó la enseña Superdry en 2004. Superdry era la segunda marca del grupo, que inició su andadura a mediados de los ochenta con Cult. El éxito de Superdry en menos de diez años ha sido tal que, en 2012, la empresa propietaria decidió reconvertir una veintena de establecimientos Cult en Superdry. Actualmente, la cadena supera los 200 establecimientos en 54 países. En España, donde la marca opera a través de la distribuidora Osaka68, cuenta con una veintena de establecimientos y está presente en El Corte Inglés. Superdry aborda a un consumidor joven, de entre 15 y 25 años, con colecciones que fusionan un vintage americano y japonés con el estilo británico.

10. REPLAY

Replay es propiedad del grupo italiano Fashion Box, fundado en 1981 por la familia Buziol. La compañía, con sede en la localidad de Asolo, facturó 244 millones de euros en 2010, según los últimos datos disponibles. Más del 80% de las ventas de Fashion Box se generan en los mercados internacionales. Replay se distribuye en cincuenta países a través de 220 establecimientos y una red de más de 5.000 puntos de venta multimarca. Desde 2010, la compañía está controlada por Equibox Holding, propiedad de los hermanos Matteo y Massimo Sinigaglia. La familia fundadora todavía es propietaria del 40% del capital.