

Back Stage

Giorgio Armani crea una fundación para “salvaguardar” el futuro de su compañía

Tras años de especulaciones, finalmente el diseñador y empresario italiano ha dado un paso para preparar su sucesión.

Modaes
29 jul 2016 - 12:59

Giorgio Armani crea una fundación para “salvaguardar” el futuro de su compañía

Giorgio Armani asegura el futuro de su imperio. El diseñador y empresario italiano ha constituido una fundación que lleva su nombre para “salvaguardar” el futuro de la empresa. Los rumores sobre esta posibilidad saltaron por primera vez hace cuatro años, en tanto que el diseñador no cuenta con descendencia.

La Giorgio Armani Foundation “salvaguardará los activos de gestión de Armani Group y asegurará que estos activos se mantienen estables a lo largo del tiempo, respetando algunos principios que son particularmente importantes para mí y que siempre han inspirado mis actividades como diseñador y emprendedor”, ha señalado Armani a *WWD*.

“Estos principios fundacionales están basados en: autonomía e independencia, un enfoque ético a la gestión con integridad y honestidad, atención a la innovación y la excelencia, una absoluta prioridad al desarrollo continuo de la marca Armani sostenida con inversiones apropiadas, una gestión prudente, un uso limitado de la deuda y una cuidadosa política de adquisiciones”, ha añadido.

La Giorgio Armani Foundation “salvaguardará los activos de gestión de Armani Group”, ha señalado el

Modaes

diseñador

Armani Group está controlado al cien por cien por Giorgio Armani. Durante los últimos años, el sector ha especulado con el futuro de la empresa, pues el diseñador no cuenta con descendencia. La empresa concluyó el ejercicio de 2015 con un resultado bruto de explotación (ebitda) de 513 millones de euros, un 1,2% más que el año anterior.

El grupo concluyó 2015 con ventas de 6.650 millones de euros, gracias sobre todo al tirón del canal wholesale y de las licencias, que representan el 60% de su facturación. Las ventas de la compañía a través de sus propios canales generaron en 2015 un total de 2.650 millones de euros, un 4,5% más que el año anterior.

Giorgio Armani contaba a finales de año con 2.983 puntos de venta, de los cuales 165 son tiendas **Giorgio Armani**; 338 de Emporio Armani; 754 de **Armani Collezioni**; 238 de **A/X Armani Exchange**; 880 de **AJ Armani Jeans**; 198 de **Armani Junior**, y 56 de **Armani Casa**. En total, el grupo está presente en sesenta países.