
Modaes

Back Stage

El Mapa de la Moda 2014 (V): Los grandes de la moda urbana

S. Riera
6 jun 2014 - 04:54

Quinta entrega de la edición de 2014 de la serie El Mapa de la Moda, un especial que Modaes.es elabora cada año con el objetivo de convertirse en una guía para conocer cuáles son los principales actores del negocio de la moda en todo el 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 la compañía logística Grupo Sevica, El Mapa de la Moda estrenó su edición de 2014 con una radiografía de las principales empresas del negocio de la moda en España por volumen de negocio y siguió desgranando a la industria con análisis de los gigantes internacionales de la gran distribución de moda, de los mayores operadores del negocio del lujo y de los principales grandes almacenes. A lo largo de las próximas semanas, todos los viernes, Modaes.es abordará un nuevo segmento: moda deportiva, calzado, moda infantil, industria auxiliar y cosmética y perfumería.

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

En el universo de la moda urbana, **Levi Strauss** sigue liderando el ranking, a pesar de haber emprendido un plan de contención de costes para mejorar su resultado. La compañía, de mayor trayectoria en el segmento de los vaqueros cuenta todavía con un abultado volumen de negocio, que le otorga una clara ventaja respecto a la competencia.

De hecho, **Abercrombie&Fitch** estuvo cerca de alcanzar a **Levi Strauss** en 2012, aunque la caída de las ventas en 2013 se lo ha impedido. El fenómeno **Abercrombie** pasa por un periodo de reposo, que ha obligado a la compañía a tomar medidas para impulsar de nuevo el ritmo de crecimiento.

Wrangler, otra de las enseñas de larga trayectoria, sigue asentada en el tercer puesto, gracias sobre todo al tirón de las ventas en el mercado estadounidense. Le sigue **Guess**, que también está inmersa en un proceso de reestructuración tras registrar un descenso de las ventas en 2013.

En el quinto lugar, **Diesel** es la primera compañía no americana del ranking. Le sigue de cerca **Calvin Klein Jeans**, a la que es difícil situar en este ranking porque su empresa matriz, **PVH Corporation**, sólo hace pública la cifra de negocio de todo **Calvin Klein**. Aun así, según datos de 2012, ambas empresas están a la par. A **Hilfiger Denim**

Modaes

, propiedad también de **PVH Corporation**, le ocurre lo mismo que a **Calvin Klein Jeans**

.

En la parte baja de la clasificación, **G-Star** se mantiene, a pesar de haber reducido las ventas en torno a un 2% respecto al año anterior. Le siguen **Superdry**, que continúa en la senda de crecimiento, y **Replay**, cuya cifra de negocio sigue en descenso.

Modaes



LOS GRANDES DE LA MODA URBANA

LEVI'S

FACTURACIÓN 2013 4.682 M€
TIENDAS 2.800 (Levi's, Dockers y Signature by Levi Strauss)
SEDE San Francisco (EEUU)
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

DIESEL

FACTURACIÓN 2013 1.570 M€ (Only the Brave)
SEDE Molvena (Italia)
OTROS DATOS Pertenece a Only the Brave

G-STAR

FACTURACIÓN 2013 750 M€ (previsión)
TIENDAS 250 monomarca, 6.000 multimarca
SEDE Ámsterdam (Holanda)
OTROS DATOS Sigue en manos de su fundador, Jos van Tilburg

ABERCROMBIE&FITCH

FACTURACIÓN 2013 2.995 M€
TIENDAS 1.006
SEDE New Albany (EEUU)
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

CALVIN KLEIN JEANS

FACTURACIÓN 2013 5.730 M€ (todo Calvin Klein)
TIENDAS 1.900 (junto con Calvin Klein Underwear)
SEDE Nueva York (EEUU)
OTROS DATOS Pertenece a PVH Corporation

SUPERDRY

FACTURACIÓN 2013 525,2 M€
TIENDAS 114
SEDE Londres (Reino Unido)
OTROS DATOS Pertenece a Supergroup

WRANGLER

FACTURACIÓN 2013 2.061 M€ (junto con Lee)
TIENDAS Sólo multimarca
SEDE Greensboro (EEUU)
OTROS DATOS Pertenece a VF Corporation

HILFIGER DENIM

FACTURACIÓN 2013 4.700 M€ (todo Tommy Hilfiger)
TIENDAS 1.200 (Tommy Hilfiger)
SEDE Nueva York (EEUU)
OTROS DATOS Pertenece a PVH Corporation

REPLAY

FACTURACIÓN 2012 219 M€
TIENDAS 220 monomarca, más de 5.000 multimarca
SEDE Asolo (Italia)
OTROS DATOS Pertenece a Fashion Box

GUESS

FACTURACIÓN 2013 1.949 M€
TIENDAS 1.178
SEDE Delancey (EEUU)
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

Modaes

1. LEVI'S

Levi's es la marca principal 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 2013, la empresa incrementó sus ventas un 2%, hasta 4.682 millones de dólares, gracias sobre todo a la evolución en América. En marzo de 2014, la compañía ha puesto en marcha un proceso de reestructuración para reducir costes, que implica la eliminación de 800 puestos de trabajo, el 20% de la plantilla del grupo. A largo plazo, Levi Strauss mantendrá la estrategia de contención del gasto en desarrollo de producto, planificación y distribución.

2. ABERCROMBIE&FITCH

Abercrombie & Fitch es el mayor grupo de distribución especializado en moda urbana. La compañía estadounidense concentra su negocio en su mercado local, aunque en los últimos años está tratando de impulsar su crecimiento internacional. La empresa, que distribuye sus colecciones a través de su propia red de tiendas, opera con las marcas Abercrombie & Fitch, Abercrombie Kids y Hollister. En 2013, la empresa cerró la cadena Gilly Hicks, especializada en íntimo. El grupo concluyó el pasado ejercicio con ventas de 4.117 millones de dólares, un 9% menos que en 2012. La compañía se ha marcado 2014 como un año de cambio. En los últimos meses, la empresa ha reorganizado su cúpula directiva y ha impulsado el reposicionamiento de su enseña insignia, Abercrombie & Fitch, para recuperar a su público inicial.

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 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 2013 una cifra de negocio de 2.811 millones de dólares. El peso de las dos enseñas dentro de VF representa alrededor del 30% del total del volumen de negocio, que el año pasado alcanzó los 11.400 millones de dólares.

4. GUESS

Guess tuvo un mal 2013. La debilidad de Estados Unidos y Europa lastraron los resultados de la compañía, que redujo un 14% su beneficio neto, hasta 153,4 millones de dólares. La compañía cerró el pasado ejercicio con ventas de 2.658,6 millones de dólares, un 1% menos que en 2012. Guess? Inc, fundada en 1981 y con sede en Delaware (EEUU), no prevé para 2014 una mejora en su cuenta de resultados. La compañía tiene previsto continuar invirtiendo en nuevos mercados, como Japón y

Modaes

Brasil, además de apostar por la estrategia omnicanal. El pasado abril, la empresa incorporó a su consejo de dirección a Joseph Gromek, presidente de Warnaco (licenciataria de Calvin Klein, ahora integrado en PVH) hasta 2012.

5. DIESEL

Diesel es la mayor marca de moda urbana de fuera de los Estados Unidos. La enseña, fundada por el empresario Renzo Rosso en la década de los ochenta, obtuvo el éxito en los noventa gracias a agresivas campañas de publicidad, que se acompañaron de un ambicioso plan de expansión internacional. Diesel pertenece al grupo italiano Only the Brave, propietario también de Maison Martin Margiela, Victor&Rolf y Marni. La compañía concluyó 2013 con una cifra de negocio de 1.570 millones de euros, un 2% más que en el anterior ejercicio. El 70% del negocio del grupo depende de Diesel. En 2014, Asia concentrará la expansión de la compañía. Por otro lado, Renzo Rosso ha emprendido el relevo generacional con la incorporación de sus hijos a la dirección.

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. 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, que cerró 2013 con una cifra de negocio de 8.200 millones de dólares. Con la incorporación de Calvin Klein Jeans y Underwear al conjunto de Calvin Klein, PVH Corporation ha consolidado los resultados de la marca. Sin embargo, el grupo recuerda que las áreas de negocio de los jeans y del íntimo son el grueso de la facturación de Calvin Klein. De hecho, la entrada de estas dos unidades de negocio ha repercutido en una mejora de las ventas del 140% de Calvin Klein respecto al año anterior. Para este año, el grupo tiene previsto elevar el posicionamiento de Calvin Klein Jeans.

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. Del mismo modo que ocurre con Calvin Klein, la compañía matriz consolida los resultados de Tommy Hilfiger. En 2013, Tommy Hilfiger le reportó a la empresa matriz ventas por valor de 3.400 millones de dólares, un 6% más que en el año anterior. A pesar de la caída del consumo, Europa sigue

Modaes

siendo el principal mercado de la empresa estadounidense. 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 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. El pasado diciembre, la compañía puso en marcha un flagship store en la londinense Oxford Street, con una superficie comercial de 540 metros cuadrados distribuidos en dos plantas. Las previsiones de la compañía era cerrar el ejercicio de 2013 con ventas de 750 millones de euros.

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. En la actualidad, Superdry es la enseña insignia de la empresa londinense. En España, la marca opera a través de la sociedad Supergroup Retail Spain (tras absorber a su distribuidor local) y tiene previsto alcanzar los treinta establecimientos en el país en el primer semestre del año. La filial española del grupo ha asumido también la expansión de la marca en el mercado portugués. Superdry empezó a operar en el mercado español en 2010 y, desde entonces, ha crecido a un ritmo de diez aperturas por año. La marca 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 italiana de Asolo, facturó 219 millones de euros en 2012, 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 49% del capital.