
Modaes

Back Stage

Printemps tiente a la Mona Lisa

Modaes
14 ene 2014 - 13:20

Le Printemps se convierte en vecino de la Mona Lisa. La cadena francesa de grandes almacenes inaugurará su primer outlet en la zona comercial del **Museo del Louvre**, con la expectativa de atraer turistas que ayuden a repuntar la desaceleración de las ventas en el sector del lujo. Esta será la primera apertura de **Printemps** en 32 años, una compañía emblemática de Francia que nació en 1865 y hoy emplea a 3.500 personas en 16 tiendas en el país.

La nueva tienda, que ocupa un 10% del total del área comercial subterránea del **Museo del Louvre**, cuenta con 2.500 metros cuadrados y forma parte del plan de **Printemps** de invertir 270 millones de euros en los próximos cinco años para elevar la facturación del grupo a 2.000 millones de euros para 2017, desde los 1.500 millones de euros que registraron en su último ejercicio.

Con casi diez millones de visitantes en 2012, el **Museo del Louvre** es el más visitado del mundo y **Printemps** espera que la afluencia de turistas extranjeros en la nueva tienda aumente las ventas de la empresa en un 60%. En el punto de venta del museo se distribuirán las líneas de joyería y complementos de **Printemps**.

En el año fiscal 2012/2013, **Printemps** reportó un aumento del 5,7% en las ventas del grupo, que alcanzaron los 1.513 millones de euros. **Deutsche Bank** y el **Grupo Borletti** compraron **Printemps** en 2006. En 2013, los inversores de Qatar compraron el 30% de participación del **Grupo Borletti** en **Printemps**, así como el 70% de participación de la unidad inmobiliaria **RREEF** de **Deutsche Bank** en la compañía francesa por 1.750 millones de euros.