

Modaes

Empresa

Armani extiende su lujo en Colombia con una tienda Emporio Armani en Bogotá

La compañía italiana ha puesto en marcha un nuevo establecimiento en el centro comercial Parque la Colina de la capital colombiana, donde opera de la mano de Marcas Europeas.

M. Cantini
6 sep 2017 - 00:00

Armani extiende su lujo en Colombia con una tienda Emporio Armani en Bogotá

Armani gana posiciones en Colombia. La compañía italiana de lujo ha puesto en marcha una nueva tienda de Emporio Armani en la capital del país cafetero. **El nuevo establecimiento está ubicado en el centro comercial Parque la Colina de Bogotá y será operado por la empresa Marcas Europeas**, especializada en distribución de moda de lujo en el mercado colombiano.

La nueva tienda de Emporio Armani abrió sus puertas la semana pasada, según informaron fuentes de Marcas Europeas, a Modaes. El punto de venta cuenta con una superficie comercial de 120 metros cuadrados donde se podrán adquirir las distintas líneas de la cadena italiana, así como también prendas de Armani Collezioni y Armani Jeans. Los planes del socio colombiano de Armani, que también opera en el mercado cafetero con Hugo Boss, pasan por poner en marcha nuevos puntos de venta del grupo italiano el próximo año.

En 2011, Armani abrió las puertas de su primera tienda Emporio en Colombia. El cuenta con una superficie de 300 metros cuadrados y está ubicado en la zona T de Bogotá. En la capital colombiana, el grupo italiano también opera con dos puntos de venta monomarca de su concepto Exchange, ubicados en los centros comerciales Titán Plaza y Gran Estación. Estos tres establecimientos son operados por otro socio local.

Armani opera en Colombia de la mano de distintos

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/armani-extiende-su-lujo-en-colombia-con-una-tienda-emporio-armani-en-bogota>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

socios locales, uno de ellos Marcas Europeas

El grupo también opera en Colombia con su concepto Armani Collezioni de la mano de la tienda colombiana multimarca Le Collezioni, con quien suma más de diez puntos de venta en el país con este formato.

Latinoamérica ha estado en el punto de mira de la compañía italiana este año. Recientemente, Armani puso en marcha los primeros establecimientos de EA7 en la región, cadena especializada en moda deportiva. El grupo llevó dicho concepto a México, donde ya cuenta con dos puntos de venta: uno en el centro comercial Santa Fe de Ciudad de México y otro en La Isla Puerto Vallarta.

En Panamá, Armani puso en marcha la segunda tienda de EA7 en la región, ubicada en el centro comercial Multiplaza Pacific de la capital panameña. Por otro lado, el grupo italiano también impulsó la presencia de su cadena Exchange en el país centroamericano, con la apertura del tercer establecimiento de la marca juvenil en el complejo **Atrio Mall**, ubicado en el sector de Costa del Este en Ciudad de Panamá.

Armani obtuvo un resultado neto de 315 millones de dólares en su ejercicio 2016

A comienzos de año, Armani firmó una alianza con el grupo constructor argentino ABV para la construcción de un exclusivo complejo habitacional en Buenos Aires. El proyecto estará ubicado en el barrio de Recoleta y se espera que entre en funcionamiento en 2020. **La capital argentina, se convierte en la primera ciudad latinoamericana donde el grupo italiano da un paso más allá de la moda**, sumándose a Dubai, Pekín, Estambul, Manila y Miami, donde Armani ha llevado a cabo grandes proyectos arquitectónicos.

Fundado en 1975 por Giorgio Armani, **el grupo italiano se ha posicionado como uno de los mayores operadores de lujo en el mundo**, debido a la diversificación de sus cadenas en las que se encuentra Giorgio Armani, marca ancla de la compañía; Armani Collezioni; Emporio Armani; Armani Exchange; Armani Jeans; Armani Casa y EA7, entre otras. Además, la empresa ha desarrollado otras líneas de negocio como la hostelería, la repostería o la floristería.

Recientemente, el grupo entró en proceso de reestructuración en su oferta de marcas. El pasado febrero, **Armani comunicó su decisión de concretar su oferta bajo los paraguas de tres únicas**

Modaes

marcas: **Giorgio Armani**, **Emporio Armani** y **Armani Exchange**. El cambio, que comenzará a implementarse a partir de la colección primavera-verano 2018, supondrá el cierre de otras dos líneas del grupo: **Armani Collezioni** y **Armani Jeans**, que se fusionarán con las tres marcas principales

La compañía, que continúa siendo controlada al 100% por su fundador, cerró su ejercicio 2016 con un resultado neto de 271 millones de euros (315 millones de dólares), un 12,4% más que el año anterior. En cambio, las ventas retrocedieron un 5,2%, hasta 2.510 millones de euros (2.924,2 millones de dólares).