
Modaes

Empresa

Blanco reinventa su producto para su "nuevo comienzo" de la mano de Alhokair

S. Riera/ C. Pareja
26 jun 2014 - 04:53

Líneas más arquitectónicas, siluetas definidas, básicos, más punto y más tendencia. **Blanco** trata de dar un giro a su estilo en su próxima colección de otoño. La compañía española, propiedad del grupo **Alhokair**, ha redefinido su producto para alejarse del público adolescente y abrirse a una consumidora más adulta, que hasta ahora había sido olvidada por la marca, según han explicado fuentes de la empresa a Modaes.es.

La primera colección de la era **Alhokair** se llamará *A new beginning* (un nuevo comienzo, en inglés) y empezará a distribuirse en las tiendas **Blanco** en septiembre. Por primera vez, **Blanco** ha organizado un *showroom* para la presentación de la próxima colección de la enseña ante los franquiciados y la prensa.

La compañía ha mostrado el que será su nuevo estilo en esta nueva etapa bajo el paraguas del grupo árabe Alhokair. La estrategia de producto de **Blanco** pasa por aumentar la calidad y la dosis de diseño en las prendas manteniendo precios e incluso bajándolos. El grupo ha mantenido el mismo equipo de diseño en su sede de Madrid, que continúa estructurado en áreas de producto: punto, plana o calzado, entre otras secciones.

La revisión del estilo es uno de los pilares sobre los que Blanco define su nueva estrategia de crecimiento. La nueva colección de la enseña aspira a conquistar a todas las franjas de edad al tiempo que trata de ser atractiva para todos los mercados en los que opera y en los que tiene previsto desarrollarse en los próximos años.

Además, Blanco ya asentó el pasado octubre las bases de su nuevo modelo de negocio con la desaparición de su línea masculina de todas sus tiendas, reafirmando su deseo de ser una cadena dirigida exclusivamente a mujeres.

Al margen de sus nuevas colecciones, **Blanco** también ha puesto en marcha una nueva

Modaes

fase de crecimiento. La cadena se prepara ya para poner en marcha sus primeros establecimientos tras pasar a manos del grupo saudí, tal y como adelantó Modaes.es.

El grupo planea la apertura de casi una veintena de puntos de venta en las próximas semanas en Oriente Medio. En este mercado, **Blanco** también hará hincapié en lanzar colecciones especiales. “Fortaleceremos esta estrategia para destacar esta colección en la semana previa al Ramadán, ya que es un buen momento para dar a conocer la marca y potenciar su imagen en este mercado”, explicaron desde la empresa.

En la primera tanda de aperturas, la cadena madrileña, liderada por **Bernardo Blanco**, abrirá dieciséis establecimientos nuevos en Arabia Saudí, en mercados como Riyadh, Jaddah o en Makkah.

Blanco también prevé para este año el desembarco en nuevos mercados. Uno de los pasos más importantes que dará Blanco en los próximos meses será su entrada en Estados Unidos, donde se ha marcado el objetivo de abrir seis tiendas, todas ellas en la costa este.

El grupo saudí **Alhokair** se hizo con Blanco a principios de año, tras rescatar a la cadena del concurso de acreedores. La adquisición, valorada en aproximadamente 40 millones de euros, supuso la asunción y el mantenimiento de la totalidad de la plantilla de Blanco (1.200 empleados), así como el parque de tiendas de la cadena, formado por 143 establecimientos.