Modaes

Empresa

Cacharel se reposiciona y baja precios en plena expansión en retail

Modaes
20 ene 2016 - 11:42

Cacharel abandona el lujo. La marca francesa emprende una nueva etapa enfocada al desarrollo de negocio retail y basada en el reposicionamiento de la firma, que baja sus precios. La firma pone en marcha esta nueva estrategia en pleno desarrollo de su negocio de retail con cuatro aperturas previstas en los próximos meses.

El fundador de la marca, **Jean Bousquet**, ha explicado la nueva apuesta por precios más accesibles, que consiste en estructuras más sencillas y materiales más económicos, pero de calidad, según *Le Figaro*.

Por otro lado, la enseña ha puesto en marcha su estrategia en retail, con las próximas cuatro aperturas a la vista, que tendrán lugar en París, Lille, Nimes y Marsella. La primera de ellas será la de la capital francesa.

Además, **Cacharel** impulsará también su desarrollo a través de grandes almacenes en mercados internacionales como Reino Unido, Alemania, Italia, Estados Unidos y Japón, y potenciará el canal multimarca tradicional, que actualmente genera el 75% de sus ingresos.

En los últimos años, la firma ha cambiado el rumbo de su estrategia para efectuar su relanzamiento. El primer paso fue la cesión al grupo italiano **Aeffe Group** de la fabricación y distribución de sus prendas en todo el mundo.

Un año más tarde, en julio de 2010, vendió al grupo turco **Aydinli Group** su división masculina y sus outlets para financiar una nueva etapa de crecimiento.

https://www.modaes.com/empresa/cacharel-se-reposiciona-y-baja-precios-en-plena-expansion-en-retail

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.