

Modaes

Empresa

Calzedonia se repliega en México: rompe con su socio tras 20 años en el país

El gigante italiano de moda íntima cerrará antes de mediados de año los 125 puntos de venta que tiene en el mercado mexicano de su cadena homónima e Intimissimi.

María Bertero
13 feb 2019 - 00:00

Calzedonia se repliega en México: rompe con su socio tras 20 años en el país

Calzedonia se retira del mercado mexicano. El gigante italiano de la moda íntima comenzará este año a cerrar su red de tiendas de Intimissimi y Calzedonia en el país, tras dos décadas de operaciones en México.

El grupo ha roto con Emeah, su socio en México, según ha informado Lorenzo Vianello, director de Calzedonia en el país norteamericano, a Modaes. “Tenemos nueva mercancía, pero en cinco meses bajaremos la persiana de todas nuestras tiendas”.

El repliegue supondrá el cierre de 125 puntos de venta de las dos marcas, tanto las tiendas monomarca como los corners en las tiendas departamentales Liverpool. **Calzedonia no ha llegado a un acuerdo para comprar su negocio a Emeah**, quien ya está iniciando operaciones en otros sectores de retail ajenos a la moda.

Calzedonia operaba en México de la mano de Emeah con 125 puntos de venta

En 2018, el grupo italiano tenía previsto facturar 18 millones de dólares. Sin embargo, **las ventas de Calzedonia en México durante el último año cayeron un 4%**, debido a la incertidumbre política en el país, la baja confianza de los consumidores y

Modaes

la caída de las ventas de retail en noviembre y diciembre.

Desde la matriz italiana del grupo de moda íntima aseguraron que “ya no estamos interesados en México como mercado internacional”. Sin embargo, **Calzedonia podría retomar sus operaciones en el país, pero de manera directa**, repitiendo el formato con el que opera en Brasil, por ejemplo.

El repliegue en México no es el primero del grupo italiano en el extranjero. Hace algunos años, la compañía rompió también con sus socios en Polonia y Francia, aunque allí pudo comprar sus franquicias.

El grupo mantendrá sus operaciones en el resto de los mercados latinoamericanos en los que está presente

La salida del mercado mexicano no supone, hasta ahora, el cierre de Calzedonia en otros países de Latinoamérica. **El grupo opera de la mano de Falabella en Chile, mientras que en Colombia lo hace de la mano de otro socio local**, con quien tiene previsto otro plan de expansión.

A escala global, Calzedonia, que opera con su marca homónima, Intimissimi y Tezenis, elevó su beneficio un 20% en 2017, hasta 249 millones de euros (305,9 millones de dólares). La facturación del grupo fue de 2.300 millones de euros (2.825,8 millones de dólares), un 8,7% más que el año anterior.