Modaes

Empresa

Custo cierra su única tienda de moda infantil

8 sep 2011 - 00:00

Modaes.- Custo Barcelona recula con **Custo Growing**. La empresa catalana ha cerrado las puertas de la única tienda de su línea de moda infantil, que se abrió el pasado diciembre en la capital catalana. El establecimiento, que está ubicado en el número 95 de Rambla Catalunya, pasará a estar ocupado por la firma de moda infantil **Orchestra**.

Orchestra abrirá su nuevo establecimiento en Barcelona a finales de septiembre, según *Expansión*, tras abrir un flagship store en Madrid el pasado martes. **Custo Barcelona** se introdujo en el sector de la moda infantil para responder a una estrategia del grupo catalán para ampliar su público objetivo.

Ahora, tras cerrar el único establecimiento de **Custo Growing**, la línea infantil del diseñador catalán pasará a venderse de nuevo en los establecimientos de **Custo Barcelona** y puntos de venta multimarca.

https://www.modaes.com/empresa/custo-cierra-su-unica-tienda-de-moda-infantil

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.

La apertura del punto de venta de Rambla Catalunya debía ser el punto de partida al desarrollo de una red de tiendas para niños, tal y como explicó la compañía en el momento de la inauguración del establecimiento.

Aun así, **Custo Barcelona** continúa diversificando su negocio y probando suerte en otros terrenos. Tal y como adelantó Modaes el pasado agosto, los hermanos **Dalmau** preparan el lanzamiento de una cadena independiente dedicada a los complementos.

La compañía, que diseña, distribuye y gestiona la nueva línea de complementos con el nombre **Custo Accessories** mediante una empresa conjunta con otros socios, venderá el nuevo producto tanto en las tiendas actuales de la firma de moda como en una nueva red de establecimientos dedicados en exclusiva a los complementos, la misma manera con la que la empresa catalana operó en el mercado con **Custo Growing**.

Custo Barcelona, que desde hace años está inmersa en la búsqueda de un socio para potenciar su crecimiento, alcanzó en 2010 una facturación de 92 millones de euros, frente a los 77 millones de euros de 2009, según datos aportados por la compañía.

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.