
Modaes

Empresa

De Rigo crece con Police en Oriente Medio y planea abrir cincuenta puntos de venta hasta 2017

S. García
9 jun 2014 - 04:45

De Rigo acelera en sus planes de expansión con su marca **Police**, que en 2013 diversificó y sumó la ropa a su oferta óptica. El grupo italiano, especializado en óptica, inició el año pasado un proyecto de retail de la mano de su marca propia y ya suma más de una decena de puntos de venta. Ahora, la compañía centra sus esfuerzos en Oriente Medio y planea poner en marcha medio centenar de puntos de venta más en los próximos tres años, tal y como explica **Michele Aracri**, consejero delegado de **De Rigo**, a Modaes.es.

“Actualmente contamos con trece puntos de venta de **Police** ubicados en los mejores centros comerciales de Dubái y estamos trabajando en un proyecto para poner en marcha una veintena más hasta final de año”, sostiene Aracri.

Además de crecer en Dubái, la compañía también está en negociaciones para desarrollar la red de distribución de **Police** más allá. “Tenemos previsto sumar una treintena de puntos de venta de la marca en Arabia Saudí en los próximos tres años”, señala el director general de **De Rigo**.

Mientras crece en Oriente Medio, **Police** prosigue con la búsqueda de ubicación en ciudades europeas como Londres, en las que poner en marcha *flagship stores*. El proyecto de **Police** se realiza mediante la concesión de una licencia a la empresa italiana **Moda Fashion**, con sede en Padua.

En paralelo al desarrollo de la colección de ropa de **Police**, **De Rigo** continúa engordando su negocio principal, el de la óptica. La compañía acaba de renovar tres años más el contrato que tenía con la firma de origen español **Loewe**, para seguir

Modaes

diseñando, fabricando y distribuyendo la colección de gafas de vista y de sol de la enseña, propiedad de LVMH, tal y como adelantó Modaes.es. Además de **Loewe**, **De Rigo** también gestiona la licencia de otra firma del grupo francés: **Givenchy**.

“Nuestra cartera de marcas se compone de quince enseñas divididas de manera estratégica por posicionamiento y área geográfica, así que cubrimos los diferentes mercados a nivel mundial”, explica Aracri. Pese a contar con una cartera abultada, **De Rigo** no descarta ampliarla más, tal y como sostiene el director general de la compañía: “no excluimos la posibilidad de ampliar la cartera si se presenta una buena oportunidad”.

En este sentido, **Aracri** confirma que actualmente se encuentran completando el proceso de adquisición de una nueva licencia y que 2015 comenzará con la firma de un contrato de licencia con una firma de moda internacional, por lo que **De Rigo** contará con dos marcas más en su lista. No obstante, el directivo no ha querido proporcionar el nombre de ninguna de las dos enseñas con las que está negociando **De Rigo**.

De Rigo concluyó el ejercicio 2013 con una cifra de negocio de 368 millones de euros. Por divisiones, la de *wholesale* (venta al por mayor), obtuvo unas ventas de 219,6 millones de euros, un 3,7% más que las registradas un año antes, mientras que la de retail alcanzó una facturación de 148,4 millones de euros.