

Empresa

El grupo europeo Di Piú Milano proyecta setenta tiendas en Latinoamérica bajo la marca Accessorissimo

F. Marín-Camp
16 ene 2015 - 12:00

Di Piú Milano Group lanza una nueva marca *low cost* para conquistar el mercado latinoamericano. Bajo el nombre de **Accessorissimo**, la compañía española proyecta la apertura de cien nuevas tiendas en México, Colombia, Brasil y España en los próximos tres años, tal y como asegura el director de la empresa, **Javier García**, a Modaes. Las aperturas irán a cargo de socios locales, a los que la compañía llama “asociados” y a los que ofrece condiciones contractuales “menos rígidas que las franquicias”.

La empresa viajará a México en los próximos días con el fin de ampliar el número de socios de la marca en todo el país. Las previsiones de **Di Piú Milano Group**, que está presente en países como Reino Unido, Alemania, Francia y Estados Unidos a través de la enseña del mismo nombre, pasan por inaugurar treinta tiendas de **Accessorissimo** en el mercado mexicano hasta 2017. Latinoamérica será uno de los focos de crecimiento del grupo, que también mira hacia otros países de la región para impulsar su crecimiento. Para los próximos tres años proyecta una veintena de establecimientos en Colombia, y otros veinte en Brasil. El grupo, que tiene sus oficinas centrales en Madrid, proyecta treinta tiendas más en España.

A la hora de abrir una tienda de **Accessorissimo**, la inversión por parte del asociado es de 14.000 euros, con un contrato de un año que, según García, “proporciona menos ataduras que las franquicias”. Los zapatos, bolsos y bisutería de **Accessorissimo** tienen un precio final que marcan los detallistas. El grupo no diseña ni produce estos artículos, la mayoría fabricados en China, sino que son productos de marca blanca etiquetados bajo el nombre de la enseña.

Modaes

La expansión del grupo

Para reducir costes, **Di Piú Milano** opera a través de empresas matrices situadas en Belice, Estados Unidos y Reino Unido, según cuenta su director gerente. Bajo el nombre de **Di Piú Milano**, el grupo cuenta con 16 franquicias en las islas españolas de Canarias y Baleares. Esta marca, a diferencia de **Accessorissimo**, se dirige a un consumidor potencial de nivel económico más elevado. Pero el negocio principal radica en la distribución al canal multimarca, tanto en México, Colombia y Brasil, como en los mercados europeos de Reino Unido, Alemania y Francia.

El grupo, que factura un millón de euros en España (1,1 millones de dólares), no facilita cifras de sus ventas a nivel global. **Di Piú Milano Group** da trabajo a 180 personas, la mayoría de ellas subcontratadas.