Empresa

El grupo francés CWF se refuerza con Billybandit, su segunda marca propia

Modaes
19 may 2014 - 11:18

El grupo francés **Children Worldwide Fashion (CWF)** refuerza su cartera de marcas. La compañía, especializada en moda infantil, ha puesto en marcha el lanzamiento de **Billybandit**, una marca destinada a niños de 2 a 12 años que saldrá a la venta en la temporada primavera-verano 2015.

La compañía, que tiene previsto poner en marcha una nueva cadena de tiendas a nivel global para distribuir todas sus marcas, lanzó hace un año la enseña **Billieblush** para niñas de 0 a 12 años, y el objetivo de **Billybandit** es complementar la oferta.

Esta nueva línea tendrá un precio asequible y estará compuesta por colecciones cápsula. **Billybandit** será distribuida a nivel internacional y, en Francia, a través de puntos de venta multimarca, corners en grandes almacenes y la red de tiendas **Atelier de Courcelles** de CWF.

“El lanzamiento de **Billybandit** representa una gran oportunidad de crecimiento para nuestro grupo, ya que se complementa perfectamente con nuestra oferta **Billieblush**. Esta segunda marca beneficiará a toda la cadena de valor de CWF, desde la creación a la distribución”, explicó **Emilie Gaulupeau**, gerente de marca de CWF.

CWF es uno de los mayores operadores globales en el segmento de la moda infantil. La compañía trabaja con las licencias para las líneas infantiles de las marcas **Timberland, Boss, Burberry, Chloé, DKNY, Little Marc Jacobs y Lee**, entre otras.

La empresa tiene presencia en más de 2.700 puntos de venta multimarca, 170 corners en grandes almacenes y 18 tiendas propias y franquicias. CWF, con una trayectoria de 45 años, alcanza una facturación de más de 150 millones de euros anuales.