

Modaes

Empresa

Grupo Cortefiel contrata al gigante del 'branding' Saffron para reposicionar su cadena Cortefiel

P. Riaño
6 oct 2014 - 05:00



Grupo Cortefiel le da una vuelta a su estructura de marcas. La compañía de distribución de moda, tercera mayor compañía española del sector por volumen de negocio, ha puesto en marcha un estudio de reposicionamiento de Cortefiel, su cadena principal. Para ello, la compañía se ha aliado con **Saffron**, una de las mayores consultoras de *branding* del mundo.

Según han confirmado a Modaes.es fuentes de la empresa, el grupo ha comenzado ya el proceso de revisión de marca con **Saffron**, que se limita a **Cortefiel**. La compañía, propietaria también de las cadenas **Women'secret** y **Springfield**, quiere analizar el

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/grupo-cortefiel-contrata-al-gigante-del-branding-saffron-para-reposicionar-su-cadena-cortefiel>

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.

Modaes

posicionamiento de Cortefiel.

Con oficinas en Madrid, Londres o Miami, **Saffron** cuenta con clientes como **C&A** en el sector de la moda o con marcas como Coca-Cola en la gran distribución. Fundada en 2001, la empresa está liderada por Wally Olins. No es la primera ocasión en que **Cortefiel** trabaja con **Saffron**, que ya colaboró con el grupo español para analizar su cadena **Springfield**.

La enseña **Cortefiel** es el origen del grupo, controlado hoy por los fondos **CVC**, **Pai** y **Permira**. La empresa nació en 1880 como un negocio familiar de mercería en la calle Romanones de Madrid. Con el paso de los años, el comercio evolucionó hacia la producción textil, hasta centrar su actividad en la distribución en décadas recientes. En 1933 nació la factoría de camisas La Palma y en 1945 se puso en marcha la fábrica de sastrería, de donde salieron en 1946 los primeros trajes de caballero con la etiqueta **Cortefiel**.

La cadena **Cortefiel** representa un 34% del negocio del grupo, que en el último ejercicio (finalizado en febrero de 2014) alcanzó una cifra de negocio de 964,21 millones de euros, con un crecimiento de sólo el 1% respecto al año anterior.

La enseña que da nombre al grupo de distribución ha reducido un 2,39% sus ventas en el último ejercicio, hasta 328,24 millones de euros. Esta caída de la facturación es consecuencia de la alta dependencia de la cadena de España, país en el que el consumo de moda se ha visto especialmente afectado por la situación económica.

Creada en 1945, la marca Cortefiel se dirige, según la propia compañía, “a hombres y mujeres de entre 35 y 45 años, jóvenes en sus hábitos y de mente abierta y exploradora”. En la actualidad, Cortefiel está presente en 33 países con 404 puntos de venta. Así, **Cortefiel** es la cadena del grupo que se dirige a un segmento de público de mayor edad y poder adquisitivo.

Springfield es actualmente la primera cadena por volumen de negocio del grupo. El concepto, que comenzó su trayectoria especializada en el público masculino, copa el 41,34% de las ventas de la compañía y en 2013 ha registrado un crecimiento cercano al 2%, hasta 398,66 millones de euros. **Women'secret**, especializada en moda íntima, es la tercera mayor cadena del grupo y representa cerca del 20% del negocio de la empresa, con unas ventas de 190,94 millones de euros.