

Modaes

Empresa

Grupo David sube su apuesta por Victoria's Secret en Argentina con la línea de íntimo

El gigante estadounidense de la moda íntima, tras anunciar la entrada en el país sudamericano con la línea de belleza y accesorios, ampliará su presencia con su propuesta *full concept*.

Modaes
17 may 2019 - 00:00

Grupo David sube su apuesta por Victoria's Secret en Argentina con la apertura de 'flag

Grupo David eleva la apuesta por Victoria's Secret en Argentina. Tras anunciar la entrada en el país sudamericano bajo el formato *beauty&accessories*, el gigante estadounidense de la moda íntima ha confirmado que entrará en el país sudamericano con su propuesta *full concept store*.

Este movimiento se produce justo después que Grupo David anunciara en febrero que **Victoria's Secret abrirá sus primeras tiendas en Argentina, Paraguay y Uruguay, tal y como avanzó Modaes.es**.

El socio del grupo estadounidense en Latinoamérica ha confirmado que han apostado por este formato en Argentina ya que se trata de un mercado grande a diferencia de otros países latinoamericanos, que el grupo ha apostado por formatos más pequeños.

En este sentido, **Grupo David abrirá los primeros *flagships stores* de Victoria's Secret en Buenos Aires a partir de 2020** con una inversión por establecimiento de hasta seis millones de dólares.

El formato de las tiendas *full concept*, que Victoria's Secret ya maneja a nivel internacional, cuenta con una superficie comercial entre 400 y 1000 metros cuadrados donde se distribuirán todas las colecciones de la marca, incluyendo **las líneas de lencería y su línea homónima, su propuesta juvenil Pink y una amplia gama de belleza, accesorios y perfumería**.

En la actualidad Victoria's Secret ya opera en Chile de la mano de la compañía

Modaes

mexicana Grupo Axo que proyecta inaugurar la primera *flagship store* de la marca durante esta temporada de otoño dentro del centro comercial Parque Arauco de Las Condes.

A escala global, Victoria's Secret se encuentra inmersa en un proceso de reorganización tras perdido el pasado noviembre a Jan Singer, su consejera delegada, quien fue sustituida por John Mehas. Sin embargo, la firma acumula una cifra de negocio de 4.843 millones de dólares en el periodo comprendido entre febrero y noviembre, lo que supuso un ascenso del 2,6%.