
Modaes

Empresa

Jennyfer y Celio desembarcan en Cuba de la mano de un nieto de Gucci

Giorgio Gucci lleva más de una década exportando marcas europeas al mercado cubano. Ahora llevará Celio con un corner en su cadena de tiendas multimarca Giorgio G. VIP en el centro comercial Plaza Carlos III y abrirá un establecimiento de Jennyfer en el mismo complejo.

I. P. Gestal
4 abr 2017 - 04:49



Dos generaciones de la industria de la moda se alían para conquistar Cuba. El grupo **Celio**, que opera con su marca homónima y con **Jennyfer**, se prepara para desembarcar en el mercado cubano de la mano de **Giorgio Gucci**, miembro de la tercera generación de la familia fundadora de la empresa florentina

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/jennyfer-y-celio-desembarcan-en-cuba-de-la-mano-de-un-nieto-de-gucci>

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

Giorgio Gucci opera desde hace una década con dos conceptos de tienda en el mercado cubano: **Giorgio G.**, en el que distribuye su propia colección de moda femenina y que suma quince tiendas en el país, y **Giorgio G. VIP**, un concepto multimarca en el que distribuye otras marcas europeas como **Armani** o **Versace Jeans**.

Además, la empresa también opera franquicias de otras marcas internacionales en el mercado cubano. **Jennyfer** y **Celio** se instalarán en el centro comercial **Plaza Carlos III**, el mayor complejo comercial de La Habana.

Jennyfer relevará a Blanco en el centro comercial Plaza Carlos III y Celio abrirá un corner en Giorgio G. VIP

La cadena de moda femenina reemplazará a la cadena española **Blanco**, que contaba con un establecimiento en el complejo también operado por **Giorgio Gucci**. El local tiene una superficie comercial de cien metros cuadrados. Por su parte, **Celio** abrirá un corner en el establecimiento de **Giorgio G. VIP** en el mismo centro comercial. **Celio** comenzó a operar en 1982 en Francia de la mano de los hermanos **Marc** y **Lauren Grossman**, que también controlan la cadena de moda femenina **Jennyfer**. La compañía, que actualmente cuenta con una red de distribución formada por más de 1.200 establecimientos en 65 países, puso en marcha sus primeros puntos de venta en España en 1985, aunque no fue hasta el año 2000 cuando la empresa creó una filial en el país, con **Abel Núñez**, procedente de **Adolfo Domínguez**, al frente.

En los próximos meses, **Giorgio G. VIP** también se instalará en el **Manzana Kempinski**, el primer hotel de cinco estrellas del país que estará ubicado en el casco histórico de la capital cubana. Ese ha sido el emplazamiento elegido por las españolas **Mango** y **Grupo Cortefiel** para dar sus primeros pasos en el país.

Una de las primeras empresas en anunciar su entrada en Cuba fue **Mango**, que cuenta desde hace más de veinte años con una tienda franquiciada en la capital. Ahora, la compañía catalana abrirá en la isla caribeña una *macrotienda*.

Por su parte, **Cortefiel** llevará a Cuba todas sus cadenas. La primera de ellas abrirá en el hotel **Manzana Kempinski** y corresponderá a la cadena **Women'secret**.

Posteriormente, la empresa llevará **Cortefiel**, **Springfield** y **Women'secret** a un centro

Modaes

comercial de la mano de un socio cubano.

Cortefiel, Lacoste, Guerlain o Mango son otras de las compañías que ya han confirmado su entrada en la isla

Junto a ellas se instalarán otras firmas internacionales como **Lacoste**, que estará presente en la galería comercial del complejo hotelero. A principios de año, **Guerlain** también anunció su regreso a Cuba, donde ya operó hace cincuenta años. La compañía francesa abrirá de la mano del operador local Saint Rémy Trading y se instalará en el Paseo del Prado.

Tras más de medio siglo de enfrentamiento, en diciembre de 2014 los gobiernos de Estados Unidos y Cuba anunciaron el inicio de un proceso de normalización de relaciones diplomáticas. Aquel paso hizo que la isla comenzara a ser observada de cerca por grupos de todo el mundo, muchos de ellos del sector del turismo, pero también de la moda.

Con todo, la libertad de mercado, las infraestructuras y sobre todo, el desarrollo económico, continúan siendo algunos de los hándicaps que persisten para las empresas de moda que quieren comenzar a operar en el país.