

Empresa

La crisis china impacta en Louis Vuitton, que cierra un 'flagship' y tres tiendas en el país

Modaes
17 nov 2015 - 10:54

El lujo mueve posiciones en China para adaptarse a un nuevo escenario. **Louis Vuitton** ha sido el último retailer que, tras décadas de expansión masiva en el país, ha decidido reorganizar su presencia en el mercado chino. La compañía, propiedad de **LVMH**, ha bajado la persiana de un *flagship store* en Guangzhou y ha cerrado también tres tiendas en Guangzhou, Harbin y Urumqi.

El grupo continuará cerrando establecimientos hasta sumar sólo cincuenta tiendas en China continental, según el *Financial Times*. Durante la presentación de resultados correspondientes al tercer trimestre, **Jean-Jacques Guiony**, responsable financiero de **LVMH**, anunció que todos los cierres se producirían en ciudades secundarias.

LVMH se suma así a compañías como **Armani**, **Hermès** o **Versace**, que también han reducido su presencia en el mercado chino lastradas por la caída de las ventas. Según un estudio elaborado por la consultora **Bain&Co**, el consumo de lujo en china continental cayó en 2014 por primera vez. El informe apunta que, a diferencia de los dos últimos años, los cierres actuales son un ajuste estratégico al que se sumarán más marcas durante este año.

El grupo francés cerró los nueve primeros meses de su ejercicio con un crecimiento del 18% hasta 25.288 millones de euros, impulsada por Europa, Estados Unidos y Japón. El mayor impulso se produjo en joyería y relojería, con un alza del 22%, seguido por los vinos y espírituosos (con un 19%) y perfumería, cosmética, moda y artículos de cuero (ambos con un 16%).