

Empresa

La lencería de Van de Velde gana un 23% más en 2014, gracias a Europa y Estados Unidos

Modaes
24 feb 2015 - 10:58

El grupo belga **Van de Velde** cierra 2014 con buenos resultados. El grupo incrementó su beneficio un 22,8% en 2014, pasando de 47 millones de euros registrados en 2013 a 57,7 millones de euros. La compañía registró una cifra de negocio de 198,4 millones en 2014, un 8,7% más.

Van de Velde, especializada en lencería y moda íntima, atribuye este crecimiento a las ventas *wholesale* en mercados como Estados Unidos, Alemania, Gran Bretaña y los Países Bajos.

La compañía, propietaria de las marcas **PrimaDonna** y **Andrés Sardá**, se hizo el pasado año con una nueva enseña, **Intimacy**, cuya compra se completó en enero de 2015.

Otras enseñas del grupo, como **Rigby & Peller**, se han replegado en algunos mercados. En España, el grupo cerró el año pasado las puertas de su único establecimiento en el país.