
Modaes

Empresa

Maje eleva su posicionamiento con una línea de 'lujo asequible'

Modaes
3 mar 2014 - 11:00

Maje sube de nivel. La enseña francesa, integrada dentro del grupo **SMCP** y propiedad del fondo **KKR**, ha presentado *Maje Paris*, una nueva colección independiente dirigida a un segmento más elevado.

La línea, formada por cuarenta piezas, lanzará su primera colección para la campaña otoño-invierno 2014, en una reducida red de 20 puntos de venta para esta temporada. El precio medio de *Maje Paris* será dos o tres veces más elevado que el de la marca homónima: 1.000 euros de media para un vestido, 550 euros para una camisa o 1.300 euros para un abrigo.

El proyecto de la nueva colección de **Maje** se presenta después de que el grupo **SMCP** diera a conocer los resultados correspondientes al ejercicio 2013. La compañía, que también es dueña de las marcas **Sandro** y **Claudie Pierlot**, concluyó el ejercicio con un incremento del 20,6% en su cifra de negocio, hasta 422 millones de euros.

En 2013, **SMCP** puso en marcha 169 establecimientos, alcanzando un total de 714 tiendas en catorce países. De la red de distribución del grupo, 270 tiendas corresponden a **Sandro**; 196, a **Maje**; 105, a **Claudie Pierlot**, y 31 a **Suite 341**, que distribuye las tres marcas y otras ajenas al grupo.

En junio de 2013, el fondo estadounidense **KKR** se hizo con el 65% del grupo **SMCP** por, aproximadamente, 650 millones de euros. Hasta entonces, **SMCP** contaba entre sus accionistas con **L Capital**, vehículo inversor del conglomerado francés de lujo **LVMH**.