

Empresa

Moncler aterriza en Sudamérica con un 'flagship store' en Sao Paulo

Modaes
28 ene 2014 - 13:38

Moncler crece en el continente americano. La enseña italiana ha inaugurado un nuevo punto de venta en el centro comercial **JK Iguatemi** de Sao Paulo, en Brasil, sumando así un total de 122 establecimientos monomarca a nivel global.

El nuevo espacio de **Moncler**, que cuenta con 80 metros cuadrados de superficie comercial y fue diseñado por el estudio de arquitectura **Gilles & Boissier**, distribuye la colección de ropa, calzado y accesorios para hombre y mujer de la enseña, además de una selección de productos de la línea Moncler Grenoble, según *WWD*.

El presidente de **Moncler**, **Remo Ruffini**, definió la apertura en Brasil como “la primera en este vasto mercado que ofrece un enorme potencial”. **Andrea Tieghi**, director de retail y desarrollo de la empresa, aseguró el mes pasado que la compañía lleva abriendo 20 puntos de venta al año desde 2010 y que planea continuar con ese ritmo de crecimiento.

Actualmente, **Moncler** está presente en 66 países del mundo a través de una red de establecimientos multimarca y 122 puntos de venta monomarca en ciudades como Londres, Milán, Nueva York, París, Hong Kong y Tokio, además de tener presencia en centros de ski como Aspen, St. Moritz y Courmayeur.

La enseña italiana, especializada en prendas de abrigo y accesorios de lujo, salió a bolsa en diciembre de 2013. En su primera jornada de cotización, los títulos de **Moncler** registraron un crecimiento del 47%, convirtiendo la salida a bolsa de la empresa en la mejor de todo el 2013, dentro de la categoría de compañías con una valoración superior a los 1.000 millones de dólares.

Moncler inició su trayectoria en 1952 en Grenoble (Francia), pero en 2003, cuando la enseña facturaba sólo 45 millones de euros, su actual presidente inició el

Modaes

relanzamiento de la firma. En 2008, **Ruffini** vendió el 48% de los títulos a **Carlyle** y, en 2011, **Carlyle** y **Ruffini** vendieron el 45% a **Eurazeo**. A cierre de 2012, la compañía registró un ebitda de 170 millones de euros y unas ventas de 624 millones de euros.