

Empresa

Nautica apuesta por México e implanta un nuevo concepto de retail

Modaes
20 oct 2014 - 18:29

Nautica renueva su imagen en México. La marca, especializada en moda deportiva inspirada en deportes náuticos, ha implantado su nuevo concepto de retail en dos de sus establecimientos en el país. Concretamente, **Nautica** ha introducido su nueva imagen comercial en las tiendas que tiene en México DF y en el complejo comercial Real Plaza Salaverry. La firma, propiedad del grupo estadounidense **VF**, suma alrededor de una decena de establecimientos en México.

Wave Rider 2014 es el nombre del nuevo concepto de retail de **Nautica**, que la compañía renueva cada cinco o seis años. Esta imagen, desarrollada en la sede central de la marca en Nueva York, es la que actualmente se está implantando en todos los establecimientos de **Nautica** alrededor del mundo, según *G de Gestión*.

La introducción del nuevo concepto de retail de **Nautica** en México, liderada por **Antonio Youssif**, se ha traducido en un incremento de las ventas de entre el 30% y el 40%, mientras que en el mismo periodo del año anterior, **Nautica** obtuvo un aumento del 15% en su facturación.