
Modaes

Empresa

Las gafas de Oliver Peoples se lanzan a la conquista de Europa y abren su primera tienda en Londres

La compañía de óptica, con sede en California subirá la persiana en Sloane Street, donde también operan Delpozo, Tiffany o Chloé.

Modaes
10 ago 2016 - 11:50



Oliver Peoples clava su bandera en Europa. El grupo estadounidense de óptica, con sede en Los Ángeles, ha puesto en marcha su primer establecimiento monomarca en suelo europeo. La tienda, ubicada en Londres, se enmarca en un plan de expansión que incluye más aperturas en otras capitales del continente.

La empresa ya operaba en Europa a través del canal multimarca de moda y ópticas, con el que también está presente en España. En Reino Unido, el grupo cuenta con treinta puntos de venta. El nuevo establecimiento de **Oliver Peoples** en la capital

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/oliver-peoples-a-la-conquista-de-europa-la-empresa-abre-su-primera-tienda-en-londres>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

británica está ubicado en Sloane Street, junto a las tiendas de **Chloé**, **Cartier**, **Tiffany** y **Hackett**. En el mismo enclave, en el tramo más cercano a Sloane Square, se encuentran **Delpozo**, **Red Valentino** y **Boutique 1**.

Esta es la segunda tienda de **Oliver Peoples** fuera de Estados Unidos, junto con la que tiene en Tokio (Japón). Además, el grupo cuenta con establecimientos en Nueva York, Los Ángeles, Malibú, Costa Mesa, San Diego, San Francisco y Chicago.

El siguiente paso de su plan de expansión pasa por abrir otras tiendas en ciudades europeas como París, Milán y Berlín. “Para posicionarnos como la marca más exclusiva de óptica en el mundo, que es nuestro objetivo, necesitamos la visibilidad del retail”, apunta **David Schulte**, consejero delegado de la marca, a *WWD*.