

Empresa

Paul Naude lanza sus propias marcas tras el intento fallido de compra de Billabong

Modaes
19 nov 2013 - 12:59

Paul Naude quería volver al negocio de la moda deportiva. El ex directivo de **Billabong**, que presentó una oferta para hacerse con **Billabong** que al final fue desestimada, ha decidido crear su propio *pool* de marcas. **Naude**, que creó la sociedad **Stochehouse Unlimited** para desarrollar sus nuevos proyectos, ha optado por lanzar sus dos primeras enseñas: **Vissla** y **D'Blanc**.

Ambas enseñas, que serán presentadas en las ferias del sector en enero, están centradas en el segmento de mercado en el que **Naude** está especializado: el surf. **Vissla** está especializada en moda masculina y su público objetivo va desde los 12 a los 25 años. La marca ofrece bañadores, camisetas, prendas de punto, chaquetas, pantalones y calzado.

Por otro lado está **D'Blanc**, una enseña de accesorios que en una primera fase se centrará en las gafas. Producidos en Italia, los productos de la marca tendrán un precio de entre 90 dólares y 120 dólares.

Naude ha explicado que a estas dos se añadirá una tercera enseña dedicada a un público más joven, que se lanzará en 2015. Por el momento, el directivo no ha dado más detalles al respecto porque el proyecto aún está en fase de desarrollo.

Stochehouse Unlimited tiene previsto iniciar la distribución de **Vissla** y **D'Blanc** en Estados Unidos, Australia, Japón y Canadá. Mientras que en Australia y Japón la compañía ha puesto en marcha filiales, en el caso de Canadá, la empresa trabajará de la mano de **No Limits**, compañía con la que ha firmado un acuerdo de distribución.