

Empresa

Printemps potencia su negocio online tras la compra de Place de Tendances

Modaes
11 nov 2013 - 10:32

Printemps quiere acelerar su negocio en la Red. El grupo francés de grandes almacenes, propiedad de la sociedad **Divine Investments (Disa)**, ha pasado de no contar con presencia online a querer que el 10% de sus ventas procedan del ecommerce en un plazo de entre tres y cuatro años.

Con este objetivo en mente, la compañía se hizo hace un mes con el control de la plataforma de ecommerce **Place de Tendances**, que era propiedad del grupo de comunicación TF1, y tiene previsto que la web se convierta en su principal vehículo de venta online, según ha explicado **Paolo de Cesare**, consejero delegado de **Printemps**.

De este modo, la enseña homónima del grupo seguirá los pasos de su marca más joven, **Citadium**, que puso en marcha su negocio de ecommerce en septiembre de 2012 y en un año ha conseguido que la facturación generada por su tienda online cope el 6% de sus ventas globales.

En el caso de **Printemps**, la compañía quiere duplicar el volumen de negocio de **Place de Tendances**, que actualmente se sitúa en torno a 25 millones de euros, en los próximos tres o cuatro años, según *WWD*.

Aunque la empresa no descarta fusionar las plataformas de **Printemps** y de **Place de Tendances**, De Cesare ha explicado que antes de decidir sobre ese aspecto la compañía quiere comprobar la reacción de los consumidores.

Modaes

Actualmente, **Printemps** cuenta con una red de 16 grandes almacenes y la red de puntos de venta de **Citadium**, que en 2014 se extenderá por todo el territorio galo. El pasado agosto, el tribunal galo de la Competencia dio luz verde a la operación de compra de **Printemps** por parte de **Divine Investments (Disa)**, sociedad con sede en Luxemburgo pero controlada por inversores qataríes. **Disa** se hizo con el control de **Printemps** por 1.600 millones de euros.