
Modaes

Empresa

Pronovias se hace fuerte en Europa con una 'macrotienda' en la antigua sede de 'Il Messaggero' en Roma

C. Pareja/ P. Riaño
21 nov 2014 - 05:00

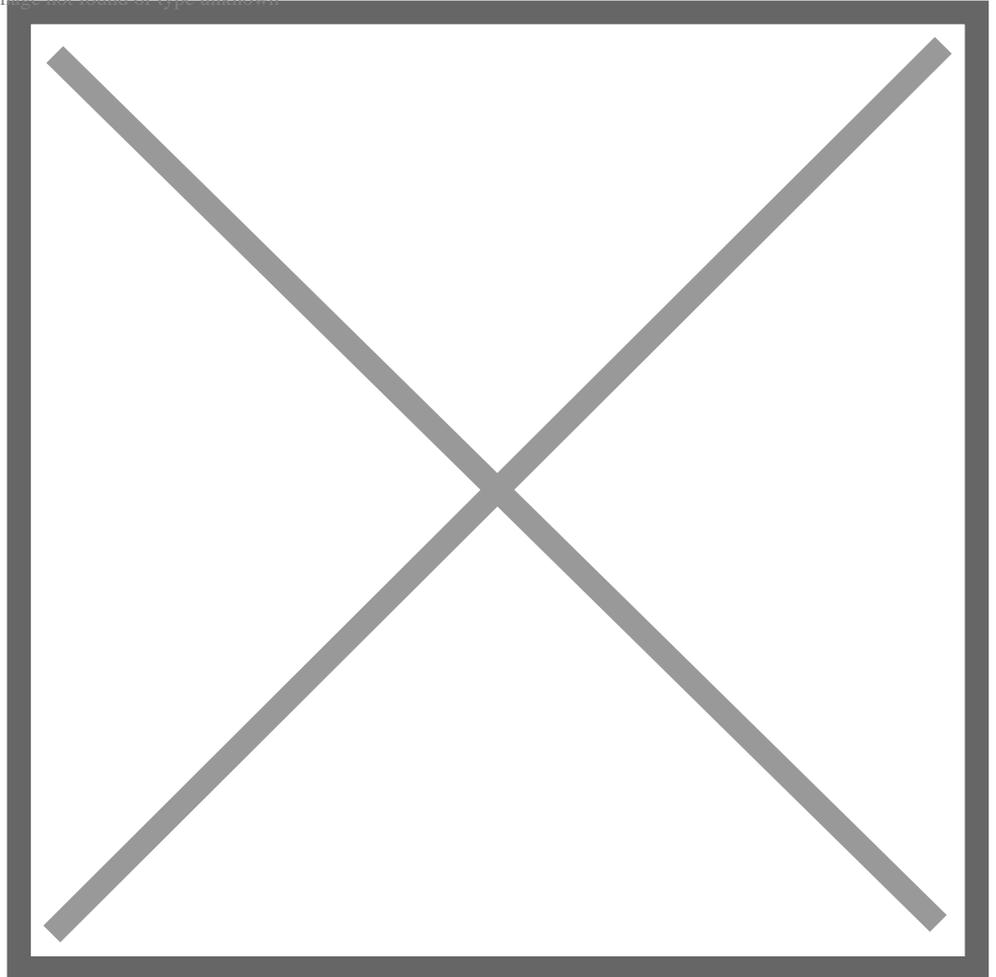
1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/pronovias-se-hace-fuerte-en-europa-con-una-macrotienda-en-la-antigua-sede-de-il-messaggero-en-roma>

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

Image not found or type unknown



Pronovias refuerza su presencia en Europa. La compañía de moda nupcial se hace grande en el continente y ultima la apertura de una *macrotienda* en el corazón de Roma. La empresa liderada por **Alberto Palatchi** se prepara para abrir sus puertas en la antigua sede del diario *Il Messaggero* en la capital de Italia en el tercer trimestre de 2015.

El nuevo establecimiento de la compañía española cuenta con 600 metros cuadrados y seguirá el modelo del último concepto de retail introducido por la compañía, según el cual los locales cuentan con mayor superficie. Con cuarenta metros de fachada a tres calles, el local está ubicado en Via Tritone esquina con Via Traforo. La operación

Modaes

ha sido intermediada por la consultora inmobiliaria **BSC**.

Junto a Berlín y Bruselas, Roma es una de las ciudades que figuraban en el plan estratégico de aperturas de **Pronovias** para los próximos años. Italia es actualmente el segundo mayor mercado de **Pronovias**, por detrás de España (que copó el 23% del negocio en 2013) y por delante de Estados Unidos, Francia, Alemania y Reino Unido.

Con una red de 164 establecimientos y presencia en 105 países, **Pronovias** se ha marcado el objetivo de duplicar su tamaño en 2020, tanto a nivel de facturación como de tiendas. La empresa ha puesto en marcha un plan de apertura de *macrotiendas*, en el marco del cual el pasado septiembre se puso en marcha en Barcelona la mayor tienda de Europa. Los nuevos establecimientos de **Pronovias** incorporan un nuevo concepto de retail creado por el interiorista **Lázaro Rosa-Violán**.

Pronovias es actualmente uno de los mayores grupos del mundo del sector de la moda nupcial, con una cifra de negocio de 160 millones de euros a cierre del ejercicio 2013 (finalizado en septiembre de dicho año). La compañía, que registró una caída de las ventas del 3% como consecuencia del retroceso del consumo en España, obtuvo un resultado bruto de explotación (ebitda) de 48,7 millones de euros.

Con una plantilla de 825 empleados (300 de ellos ubicados en la sede central del grupo), la empresa tiene previsto invertir ochenta millones de euros en los próximos tres años, tanto en aperturas como en mejoras internas. Europa, Estados Unidos y Asia (con China a la cabeza) serán los focos del crecimiento de **Pronovias** en los próximos años, que también se fija en mercados como Brasil, México y Rusia.

En los últimos meses, la compañía ha introducido cambios en su equipo directivo. El pasado septiembre, **Manuel Ehrensperger** abandonó el cargo de consejero delegado de la empresa, al que se incorporó en 2013. **Andrés Tejero** ocupó su lugar y fue nombrado vicepresidente y consejero delegado de **Pronovias**.

En paralelo, la compañía ha iniciado el proceso de relevo generacional con la incorporación de dos de los hijos de **Alberto Palatchi** a la compañía. En 2013, la hija mayor del matrimonio, Gabriela, pasó a formar parte del área de marketing del grupo, mientras en septiembre de 2014 fue el hijo mediano, Alberto, quien se incorporó a la plantilla.