

Empresa

Pronovias 'se viste de blanco' en Oriente Medio y planta su bandera en el Mall of Qatar

El grupo cuenta ya con otras dos tiendas en Doha, en los centros comerciales Lagoona Mall y Villaggio Shopping Mall.

I. P. Gestal
13 dic 2016 - 04:54



Pronovias se lanza a la conquista de las novias catarís. La compañía de moda nupcial, que ya cuenta con dos tiendas en Doha, ha subido su apuesta por la región con la puesta en marcha de un nuevo establecimiento en el **Mall of Qatar**, ubicado también en la capital del emirato.

La nueva tienda incluirá la colección principal de la compañía y sus líneas de accesorios, fiesta y Atelier. Hasta ahora, **Pronovias** operaba con otras dos tiendas en Doha, ubicadas en los centros comerciales **Villaggio Shopping Mall** y **Lagoona Mall**.

Su apertura en el **Mall of Qatar**, el mayor complejo comercial del país, supone un

Modaes

paso adelante en la ofensiva de **Pronovias** en la región. El centro comercial cuenta con 500.000 metros cuadrados y abrió sus puertas el pasado sábado con el 99% de su superficie alquilada y 220 tiendas abiertas.

En total, el complejo tiene capacidad para quinientas tiendas, cien restaurantes, 19 cines y un hotel operado por Curio Collection Hilton con 210 habitaciones. La inversión ascendió a 1.200 millones de dólares y se estima que reciba a unos veinte millones de clientes anuales.

En el Mall of Qatar también se instalarán otras firmas españolas como Oysho, Mayoral o Pili Carrera

“El **Mall of Qatar** abre una nueva era de compras en Qatar, fusionando compras y entretenimiento en nuestro súper centro comercial regional”, aseguró Ahmed Al Mulla, consejero delegado del complejo durante su apertura el pasado sábado.

Entre las firmas que ya han subido la persiana en el **Mall of Qatar** se encuentran algunas españolas como **Mayoral**, **Pablosky** o **Pili Carrera**, que compartirán espacio con gigantes internacionales del sector como **Carter’s**, **Mothercare** o **The Children’s Place**.

Otro de los sectores con mayor representación será la moda íntima, con firmas como **Oysho**, propiedad del gigante **Inditex**, **Etam**, **Calzedonia** o **Victoria’s Secret**, que ha abierto en el **Mall of Qatar** su primera tienda en la región.

Oriente Medio, la novia a la que todos cortejan

Oriente Medio se ha convertido en uno de los mercados más deseados para los operadores internacionales de moda nupcial. Si bien sus costumbres distan mucho de las de Occidente y sus tasas de nupcialidad y gasto medio están por debajo de otros mercados, el deseo por comprar moda occidental y su potencial de crecimiento a corto plazo han desencadenado la ofensiva internacional en el país.

En Qatar, la baja tasa de nupcialidad (de 1,9 bodas por cada mil habitantes), se compensa con su elevada renta per cápita, la más alta del planeta, que ascendió en 2015 a 132.900 dólares por habitante.

En el conjunto de Oriente Medio, **Pronovias** suma una veintena de tiendas, la mayoría

Modaes

en Arabia Saudí, donde suma siete establecimientos. La empresa, número uno de la moda nupcial en España, también opera en Kuwait con tres tiendas, Emiratos Árabes Unidos e Irán, con dos, y Azerbaiyán, Jordania y Líbano, con uno.

Con una red de 155 establecimientos y presencia en 105 países, **Pronovias** se ha marcado el objetivo de duplicar su tamaño en 2020, tanto en tiendas como en facturación. La empresa, presidida por **Alberto Palatchi** y dirigida por **Andrés Tejero**, cuenta con una plantilla de 825 empleados (300 de ellos en la sede central del grupo).