Modaes

Empresa

Pronovias se vuelca en EEUU para elevar su imagen y convertirlo en mercado estratégico

P. Riaño
6 oct 2015 - 04:54

Pronovias se vuelca en EEUU para elevar su imagen y convertirlo en mercado estratég

Estados Unidos. Este país se convertirá en uno de los focos de crecimiento de **Pronovias** para los próximos años. La empresa, uno de los mayores grupos de Europa de moda nupcial, se vuelca en el mercado estadounidense para incrementar su notoriedad de marca y poner en marcha un plan de expansión en el país. El primer paso será un desfile en el marco de la semana de la moda nupcial de Nueva York.

El próximo 10 de octubre, **Pronovias** subirá sus vestidos de novia a la pasarela en la Gran Manzana. Lo hará coincidiendo con la New York International Bridal Week, que tendrá lugar del 10 al 12 de octubre y en la que participarán como expositores compañías europeas como la gala **Cymbeline** y la española **Yolan Cris**.

El desfile de **Pronovias** se celebrará en Park Avenue 583 y en él se presentarán las colecciones que la empresa mostró en su último desfile en España, además de un avance de la nueva colección. Los planes de **Pronovias** pasan por repetir anualmente su presentación en Nueva York, pero mantener su cita de Barcelona como la más importante.

Según han explicado a Modaes.es fuentes de la empresa, el desfile de Nueva York servirá como punta de lanza de la expansión de la empresa en Estados Unidos. La compañía pondrá en marcha un plan de marketing (con campañas de publicidad específicas para el mercado) para aumentar su notoriedad en el país, donde posee un único establecimiento.

Modaes

En mayo de 2008 **Pronovias** puso en marcha la que, hasta la fecha, es la única tienda propia de la marca en el país, donde opera, sin embargo, a través del canal multimarca. El establecimiento está ubicado en la calle 52 de Nueva York, entre Madison y la Quinta Avenida, y cuenta con 2.100 metros cuadrados distribuidos en siete plantas.

Estados Unidos y Asia son dos de las zonas identificadas por **Pronovias** como oportunidad de crecimiento. La compañía, que obtiene del mercado español alrededor del 20% de su negocio total, deberá lidiar en Estados Unidos con un mercado nupcial completamente diferente al europeo, con un mayor número de grandes operadores y redes de distribución menos sofisticadas.

Los principales grupos del mundo de moda nupcial son estadounidenses. Con una red de 300 tiendas propias y presencia en el canal multimarca, **David's Bridal** es la mayor compañía de moda nupcial del mundo, seguida por la también estadounidense **Mori Lee** y **Pronovias**. **Sottero & Midgley**, **Justin Alexander** y **Vera Wang**, las tres estadounidenses, figuran también entre las mayores compañías del mundo del sector.

Con una red de 155 establecimientos y presencia en un centenar países, **Pronovias** se ha marcado el objetivo de duplicar su tamaño en 2020, tanto a nivel de facturación como de tiendas. A cierre del ejercicio 2013 (finalizado en septiembre de dicho año), la cifra de negocio de la compañía se situó en 160 millones de euros.

Con una plantilla de 825 empleados (300 de ellos ubicados en la sede central del grupo), la empresa, presidida por **Alberto Palatchi** y dirigida por **Andrés Tejero**, tiene previsto invertir ochenta millones de euros entre 2014 y 2016, tanto en aperturas como en mejoras internas.

En Europa, la empresa está inmersa en un plan de desarrollo de macrotiendas en edificios singulares. El próximo que abrirá sus puertas estará ubicado en Madrid, en el número 29 de la calle Velázquez, tal y como adelantó [Modaes.es](http://www.modaes.es). Barcelona fue la primera ciudad que acogió el nuevo modelo de establecimiento de **Pronovias**, en un local ubicado en Rambla Catalunya. Más tarde, el grupo dio el salto a otras ciudades españolas y a Europa, con aperturas en Berlín, Bruselas y Roma.