Modaes

Empresa

Rapsodia se muda de piel en Alto Palermo con un 'flagship' bajo su nuevo concepto

El grupo argentino de moda femenina, que en 2017 abrió su capital al brazo inversor de LVMH, pondrá en marcha un nuevo punto de venta de 125 metros cuadrados de superficie diseñado por el estudio de arquitectura James Mills.

C. J.
7 oct 2019 - 00:00

Rapsodia cambia de imagen. La compañía argentina de moda, que el año pasado abrió su capital a L Catterton, ha puesto en marcha un nuevo establecimiento en Alto Palermo en el que estrena nueva imagen.

La nueva tienda de la empresa, que cuenta con una superficie de 125 metros cuadrados, ha sido diseñada por el estudio estadounidense de arquitectura James Mills. "La nueva imagen del local es un reflejo de la evolución del espíritu de Rapsodia", ha explicado Josefina Helguera, fundadora de Rapsodia.

La compañía ha introducido en la tienda nuevos materiales como bronce, cedro y

https://www.modaes.com/empresa/rapsodia-se-muda-de-piel-en-alto-palermo-con-un-flagship-bajo-su-nuevo-concepto

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.

hormigón pulido con el objetivo de reflejar “modernidad”. Además, como parte del mobiliario Rapsodia ha contado con alfombras procedentes de Marruecos y mesas realizadas en Roma.

Rapsodia fichó en julio a Marc Leffman como nuevo director creativo

La compañía inicia así una nueva etapa después de que el pasado julio fichara a un nuevo responsable para el departamento de diseño. Marc Leffman se incorporó a Rapsodia tras haber trabajado ocho años para Michael Kors y en otras marcas internacionales como Ann Taylor, J.Crew y Anne Klein.

La estrategia actual de Rapsodia también pasa por afianzar su presencia en mercados extranjeros. El grupo argentino está presente en países como Chile, Colombia, Uruguay, México, Paraguay y Venezuela.

Uno de los últimos pasos que ha dado Rapsodia en ese sentido ha sido acelerar su expansión con la entrada en Perú, Ecuador y Estados Unidos en los próximos meses. En el mercado estadounidense, en concreto, la compañía tiene como objetivo reforzar su plataforma de comercio electrónico.

La compañía tiene previsto cerrar 2019 con una cifra de negocio de 140 millones de dólares

El grupo opera con tiendas propias y franquicias, como el caso de México, donde está presente de la mano de Grupo Axo. El mercado azteca también se ha colocado en el punto de mira de la empresa, donde pretende subir la persiana de un nuevo establecimiento y alcanzar así la decena de puntos de venta.

Rapsodia finalizó el ejercicio 2017 con una cifra de negocio neta de 120 millones de dólares. La compañía argentina prevé cerrar el ejercicio de 2019 con una cifra de negocio de 140 millones de dólares.

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.