

# Modaes

Empresa

## Smash desembarca en Singapur de la mano de Isetan e inicia operaciones en México

La compañía catalana de moda femenina ha sellado un acuerdo con el grupo japonés de grandes almacenes para comercializar su colección de primavera-verano en el centro que opera en la ciudad asiática.

L. Molina  
2 feb 2018 - 04:55

Smash desembarca en Singapur de la mano de Isetan e inicia operaciones en México

Smash da nuevos pasos en el extranjero. La compañía catalana de moda femenina desembarcará en dos nuevos mercados exteriores en 2018: Singapur y México. En el caso del país asiático, la empresa comenzará a distribuirse de la mano de Isetan, el gigante japonés de los grandes almacenes, según ha explicado Philippe Bach, director general de Smash, a Modaes.es.

**La llegada de Smash a Singapur tendrá lugar con su próxima colección primavera-verano**, que se comercializará en el centro que Isetan opera en el número 350 de Orchard Road de la ciudad asiática. La compañía también mantiene conversaciones con otros operadores de grandes almacenes como Robinsons, que opera tiendas en Singapur y Malasia, aunque todavía no hay ningún acuerdo sellado.

**Posteriormente, en otoño, Smash iniciará su desembarco en el mercado mexicano**, donde operará de la mano de un socio local. Al contrario que en Estados Unidos, Bach señala que su intención es abordar no sólo el canal multimarca, sino también operadores locales de grandes almacenes.

**Smash operará en Singapur a través del centro que Isetan tiene en la Orchard Road**

---

# Modaes

---

**Los tres principales mercados para Smash por cifra de negocio son España, Francia e Italia.** El mercado doméstico representa alrededor del 30% de las ventas totales de la empresa. Por otra parte, la compañía ha llevado a cabo una reorganización de su red comercial en el territorio galo, donde trabajada con agentes locales. “Cuando empezamos éramos un marca muy colorista: seguimos apostando por los estampados, pero ahora tenemos líneas que permiten acceder a otro perfil de clientes”, explica Bach.

Junto a Asia, **Smash también quiere potenciar su desarrollo en Oriente Medio.** Para ello, la empresa ha vuelto a participar este año en el salón parisino Who’s Next, donde presentó su reciente colaboración con el diseñador vasco Ion Fiz.

“Es una forma de abrir ciertos puntos de venta que quizá no nos valoraban con la colección normal”, argumenta Bach. “Muchas veces a los clientes es difícil hacerles salir de sus prejuicios con una marca, esto es una forma de abrir la lata para enseñarles el resto de la colección”, añade.

## **La compañía cuenta con diez corners en centros de El Corte Inglés en España**

En España, Smash concentrará su negocio con su marca homónima y Missmash, también dedicada al público femenino. **De la mano de El Corte Inglés, la empresa opera diez corners en varias ciudades españolas.** Bach ve potencial para llegar hasta los cuarenta puntos de venta con el grupo español. “Hay una coincidencia de clientela importante y nos parece muy claro como canal”, sostiene.

En paralelo, el grupo cuenta con una tienda física en la calle Gran de Garcia de Barcelona. En el extranjero, además del canal multimarca, la empresa opera un establecimiento en la isla francesa de Martinica.

**Smash fue fundada en Ámsterdam en 1998.** La compañía opera con las marcas de moda femenina Smash, Missmash y Paramita, cuyas colecciones se producen mayoritariamente en Asia. El año pasado, la compañía trasladó su sede central del polígono de Montigalà en Badalona (Barcelona) a la calle Ramón Martí i Alsina del mismo municipio, a escasos metros de la línea de mar.