

Empresa

Tendam rompe esquemas y venderá también las marcas de Levi Strauss y Bestseller

El grupo español convierte su tienda online en una plataforma multimarca. Además de gigante estadounidense y el danés, el dueño de Cortefiel distribuirá también firmas independientes como Hemper.

Pilar Riaño
8 sep 2020 - 05:00



Tendam rompe las reglas no escritas de la gran distribución. El grupo español incorpora marcas de terceros a su oferta, comenzado por su tienda online, que transforma en una plataforma multimarca. La compañía controlada por los fondos CVC y Pai **acaba de sellar alianzas con dos gigantes internacionales del sector**: el grupo estadounidense Levi Strauss y el danés Bestseller.

Según han confirmado a Modaes.es fuentes de la empresa, el próximo otoño las tiendas online de sus conceptos Cortefiel, Women'Secret y Springfield, **distribuirán también Levi's y Dockers, propiedad de Levi Strauss, y Jack&Jones, Only, Vero Moda, Mamalicious y Selected Home**, controladas por Bestseller. Algunos productos se

venderán también en tiendas físicas.

La empresa, liderada por Jaume Miquel, su presidente y consejero delegado, **ha realizado ya algunas pruebas de esta estrategia con marcas como Wrangler, Champion** o la firma independiente Hemper. El grupo pretende seguir expandiendo de manera selectiva el abanico de productos ofrecidos en sus plataformas de comercio electrónico, por lo que está en conversaciones con otras marcas.

Tendam se convierte en una plataforma online multimarca, si bien algunos productos llegarán también a tienda

Los conceptos de Tendam distribuirán marcas de terceros en función de su posicionamiento y público objetivo. A esta estrategia se sumará en 2021, la página web de Fifty, la cadena de stocks de Tendam.

La decisión se enmarca en la estrategia de Tendam de ganar tamaño y maximizar eficiencias entre marcas. En lugar de sumar nuevas marcas a través de adquisiciones, la empresa opta así por una vía con menos costes: distribuir las.

Con este movimiento, **Tendam pasa a competir directamente no sólo con el canal multimarca, sino también con grandes almacenes, El Corte Inglés. Tendam quiere posicionarse como un socio tanto para grandes marcas internacionales** de moda que busquen nuevos canales para llegar a sus clientes en la Península Ibérica, como para pequeñas marcas locales que están buscando herramientas con las que ganar visibilidad y acelerar su crecimiento online.

Tras su alianza con marcas de terceros, **Tendam cuenta con la mayor plataforma de distribución omnicanal multimarca** de la Península Ibérica, pues combina su operativa online con una red de tiendas físicas formada por 950 establecimientos en España y Portugal. Más del 50% de los pedidos online de Tendam son recogidos en las tiendas del grupo y cerca de un 75% de las devoluciones se realizan por este canal.

Jack&Jones, Only, Vero Moda, Mamalicious, Selected Home, Levi's y Dockers son las marcas que distribuirá el grupo inicialmente

Las tiendas online de Tendam cuenta con más de 125 millones de visitantes al año, seis millones de clientes registrados y una facturación que supera los cien millones de euros. Entre marzo y mayo, los meses en que estuvo vigente el estado de alarma en España para contener la pandemia del Covid-19, Tendam disparó un 54% su negocio online.

La compañía está presente en más de setenta países y con cerca 2.000 puntos de venta de todas sus cadenas. La empresa, que finalizó el ejercicio 2019 (cerrado el pasado febrero) con unas ventas de 1.187 millones de euros, opera con los conceptos Cortefiel, Women'Secret, Springfield, Pedro del Hierro, Fifty Factory y la recién adquirida Hoss Intropia.