

Modaes

Empresa

Uno de 50, a por China: entra con el socio de Armani y desembarca en Tmall

La compañía abrirá sus primeras tiendas en Pekín, Shanghái y Shenzhen este año con el objetivo de poner en marcha entre 25 y 50 establecimientos hasta 2022.

Iria P. Gestal
19 mar 2018 - 05:00

Uno de 50 entra en China con el socio de Armani y desembarca en Tmall

Image not found or type unknown

Uno de 50 lleva sus joyas a China. El grupo madrileño de joyería, pilotado por José Azulay, ha firmado un acuerdo con un grupo local para dar este año sus primeros pasos en el gigante asiático. En paralelo, la firma ha comenzado a operar online en el país a través de Tmall.

La empresa se ha aliado con Hemei, el socio en el país de grupos como Armani o Dolce&Gabbana, para poner en marcha sus tres primeras tiendas en China este año. A medio plazo, el acuerdo contempla abrir entre 25 y 50 establecimientos en tres años.

Las tres primeras tiendas de Uno de 50 en China se abrirán en tres de las mayores ciudades del país: Pekín, Shanghái y Shenzhen. En paralelo, la empresa ha firmado un acuerdo con Alibaba para comenzar a vender a través de Tmall Global.

Uno de 50 prevé abrir entre 25 y 50 tiendas en tres años en China

“Nosotros controlaremos el producto y el marketing y hemos puesto en marcha un plan de comunicación para situar a Uno de 50 en el lugar que creemos que se merece en el país”, ha explicado Javier Arrévola, director general del grupo, a Modaes.es.

A medio plazo, **Uno de 50 no descarta poner en marcha también oficinas en el gigante asiático para gestionar su expansión en la región**

. Por el momento, el grupo trabaja con una persona en Hong Kong que se encarga de buscar oportunidades en otros mercados maduros del Sudeste Asiático como Corea del Sur.

Asia se convierte así en el tercer eje de la estrategia global de Uno de 50, junto con Europa y Norteamérica. En el mercado europeo, la empresa también tiene previstas nuevas aperturas este año, con el foco puesto en Italia, donde estima poner en marcha al menos cinco tiendas más en 2018.

Asia se ha convertido en el tercer eje de la estrategia global de la compañía de joyería

En Norteamérica, por su parte, el grupo acaba de fichar a Jason McNary, ex de Intropia, como nuevo consejero delegado para la región, donde está presente en Canadá, México y, en especial, Estados Unidos, donde la marca suma ya casi treinta tiendas. La empresa también ha incorporado este año a Javier Gala, ex director general de Carrera y Carrera, como nuevo director financiero y de operaciones.

En total, **Uno de 50 opera con una red de en torno a cien tiendas monomarca en cuarenta países** y genera el 60% de su facturación fuera de España. Uno de 50 completa su distribución con más de 2.500 puntos de venta multimarca. De los cuarenta países donde está presente, la compañía opera con tiendas propias en veinte mercados y opera con una filial en Estados Unidos.