
Modaes

Empresa

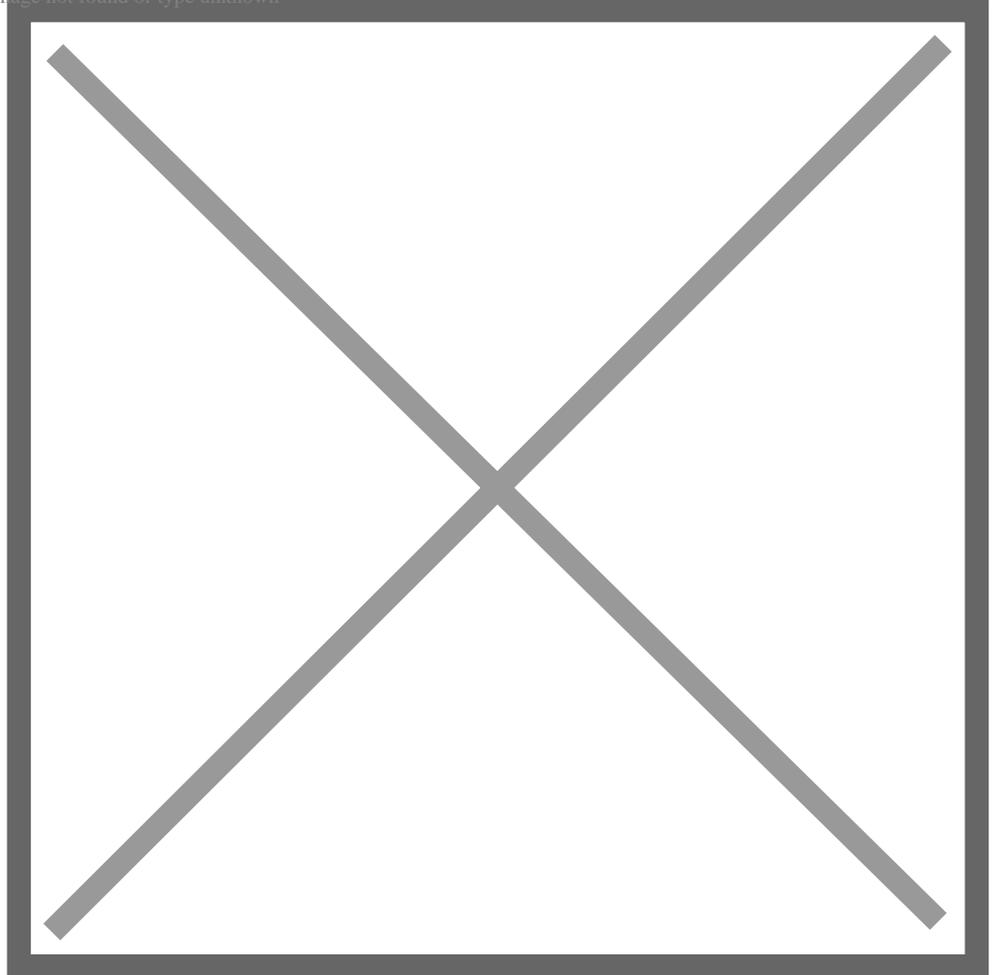
Uno de 50, ofensiva internacional: abre en Montreal, México y San Francisco y desembarca en Sudáfrica

La compañía, que opera en cuarenta países, ha triplicado sus ventas en los últimos cinco años. El grupo presidido por José Azulay también ultima la reapertura de su *flagship* en el Soho.

Iria P. Gestal
12 jun 2017 - 05:00

Modaes

Image not found or type unknown



Uno de 50 suma y sigue en el extranjero. La compañía española de joyería, que acaba de estrenar una nueva imagen corporativa, da un paso más en los mercados internacionales con aperturas en Estados Unidos, México y Canadá. Además, el grupo ha puesto un pie en dos nuevos mercados, Australia y Sudáfrica, y se ha aliado con grandes almacenes para impulsar su expansión en Francia y México.

La empresa, presidida por **Jose Azulay**, está pilotada desde el año pasado por **Javier Arrévola**, ex ejecutivo de **Loewe** y **Suarez**. La compañía genera la mitad de sus ventas en el extranjero.

Estados Unidos se ha convertido en uno de los ejes estratégicos de **Uno de 50** en el extranjero. La empresa, que en los últimos cinco años ha triplicado su facturación,

Modaes

acaba de poner en marcha una nueva tienda en San Francisco, ubicada en el centro comercial **Westfield**. Además, la compañía ultima la reapertura de sus tiendas en Los Ángeles y Nueva York, donde reubicará su tienda del Soho para convertirla en su *flagship store* global.

La empresa ultima la apertura de dos corners en Sudáfrica, donde hasta ahora operaba a través del canal multimarca

En Norteamérica, los planes de la empresa incluyen también a México y Canadá. En el mercado azteca, **Uno de 50** ha reforzado su alianza con El Palacio de Hierro para abrir quince nuevos corners. La compañía también está presente con tiendas en otros mercados latinoamericanos como Chile o Guatemala. En Canadá, por su parte, el grupo acaba de subir la persiana de su tercer establecimiento, ubicado en Montreal.

Además, la empresa, que opera ya en cuarenta países con un centenar de tiendas, ha sumado dos nuevos mercados a su red comercial: Australia y Sudáfrica, donde operaba a través de puntos de venta multimarca y ahora ultima la apertura de su primer corner.

Los planes de expansión internacional de **Uno de 50** los completan Oriente Medio, donde la empresa prevé impulsar su crecimiento a través de puntos de venta multimarca, y Japón, donde acaba de poner en marcha una nueva tienda monomarca en el barrio de Ginza (Tokio).

Pese a esta ambiciosa expansión en los mercados lejanos, Europa continúa siendo estratégico para el grupo. De hecho, **Uno de 50** abrirá este mes su cuarta tienda en el mercado italiano, ubicada en Turín, y ha firmado un acuerdo con los grandes almacenes **Galeries Lafayette** para impulsar su desarrollo en el país.

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.