

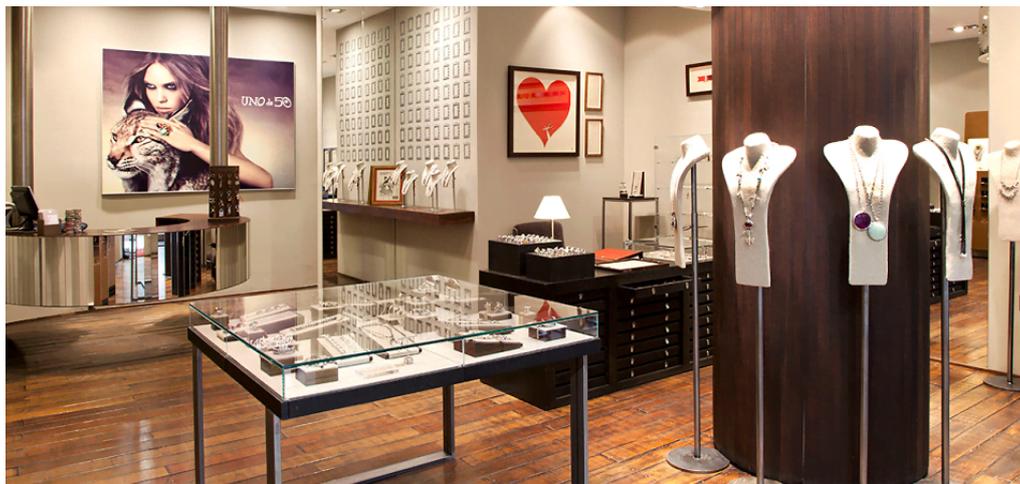
Modaes

Empresa

Uno de 50, salto adelante: ficha dos ex L'Oréal y Kiko, entra en Lafayette y desembarca en Australia

El grupo de joyería se encuentra inmerso en un proceso de renovación de su imagen corporativa, que incluirá también un cambio de logo y que se estrenará en su nuevo *flagship* de Nueva York.

Iria P. Gestal
5 abr 2017 - 05:00



Uno de 50 se pone guapa. El grupo de joyería, pilotado desde el año pasado por Javier Arrévola, ha reforzado su cúpula directiva con talento de dos gigantes de la cosmética. Las dos incorporaciones, que liderarán los equipos de ecommerce y retail, se producen en plena expansión internacional de la cadena, que tiene previsto este año su desembarco en el mercado australiano.

En global, **Uno de 50** prevé poner en marcha entre ocho y diez tiendas este año, según ha explicado Arrévola a Modaes.es. Actualmente, la empresa opera con alrededor de

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/uno-de-50-salto-adelante-ficha-dos-ex-loreal-y-kiko-entra-en-lafayette-y-desembarca-en-australia>

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.

Modaes

120 establecimientos en todo el mundo y está presente en una red de tiendas multimarca.

En paralelo, **Uno de 50** está llevando a cabo una renovación de su imagen corporativa, que implicará también un cambio en su logotipo y que se estrenará en su nuevo *flagship store* de Nueva York, que abrirá sus puertas en los próximos meses.

En el último año, la empresa ha renovado su equipo directivo con ejecutivos procedentes del sector de la joyería. En abril del año pasado, **Uno de 50** fichó a Arrévola, ex ejecutivo de **Loewe** y **Suárez**, como nuevo director general. A finales de 2016, la compañía volvió a recurrir a **Suárez** y nombró a **Marcelo Levit** como director general de estrategia.

La compañía quiere reforzar su expansión en México, donde opera de la mano de El Palacio de Hierro

Los nuevos fichajes están justo debajo de ambos en el organigrama. **Daniel Lovato**, procedente de **L'Oréal**, se pondrá al frente del departamento de ecommerce, mientras que **Nuno Gonçalves**, hasta ahora responsable de retail internacional de **Kiko Milano** (controlada por **Percassi**), asumirá la dirección de retail.

Gonçalves comenzó su carrera en **Inditex**, donde trabajó entre 1999 y 2002 basado en Portugal. En 2011, se incorporó a **Kiko Milano**, donde ha sido responsable de retail primero en España y, después, en todo el mundo.

Recurrir ahora al sector de la cosmética para reforzar el equipo se debe al “gran dinamismo” del sector, que en los últimos años se ha lanzado a competir también en el canal retail, según Arrévola.

Sus fichajes se producen en plena expansión internacional de **Uno de 50**, que continuará reforzando este año su expansión fuera de las fronteras españolas. Entre sus focos de desarrollo en el extranjero volverá a estar Estados Unidos, donde acaba de abrir un nuevo establecimiento en San Francisco.

Además, la empresa renovará su establecimiento en el centro comercial Century City, en Los Ángeles, donde se instalará en una mejor localización, y subirá la persiana en el centro comercial Carrefour La Valle de Montreal, en Canadá.

Modaes

Uno de sus proyectos estrella para este año es la reapertura de su tienda del Soho de Nueva York. “Nos reubicamos en la misma calle, en Prince Street, pero nos vamos a la mejor zona, entre Broadway y Mercer”, explica Arrévola.

Este establecimiento, que se convertirá en el *flagship* global de la marca, junto con el de Paseo de Gracia de Barcelona, estrenará la nueva imagen de la marca, que ha decidido emprender un proceso de renovación de toda su imagen corporativa.

El nuevo ‘flagship’ de Uno de 50 en Nueva York estará ubicado en Prince Street, entre Broadway y Mercer

“No es un cambio, sino una evolución hacia una marca contemporánea en línea con los nuevos tiempos, focalizándonos mucho en el valor del diseño y nuestro atractivo como marca de diseño”, asegura el directivo.

Otro de los focos de expansión será Latinoamérica. En particular, la compañía reforzará su alianza con **El Palacio de Hierro** en México, donde considera que puede llegar a tener quince nuevas tiendas. Actualmente, el grupo opera con una tienda en Monterrey y ultima la apertura de un nuevo establecimiento en Santa Fe.

Entre sus planes más ambiciosos de cara a este año se encuentra también su entrada en Australia, que se sumaría a los cuarenta países donde ya opera el grupo en todo el mundo.

En Europa, el eje de su desarrollo estará en Francia, donde **Uno de 50** ha firmado un acuerdo con **Galeries Lafayette** para impulsar su expansión en todo el país. Además, la empresa acaba de abrir dos nuevos establecimientos en Japón y Sudáfrica y quiere reforzarse en Oriente Medio a través del canal multimarca.