

Empresa

## Valentino se apunta a la moda 'uomo' y abre un 'flagship' dedicado a su colección masculina

Modaes  
15 ene 2014 - 11:40

**Valentino** se suma a la moda por las líneas dedicadas al hombre. La firma italiana, controlada por el vehículo inversor qatarí **Mayhoola for Investments**, ha puesto en marcha su primer *flagship store* dedicado en exclusiva a su colección masculina.

El establecimiento, ubicado en la conocida Rue Saint Honoré de París, forma parte del plan de la enseña de incrementar el peso de la línea masculina, según *WWD*. Como parte de esa apuesta, el punto de venta cuenta con un nuevo servicio de sastrería, con el que los clientes pueden encargar trajes a medida, así como abrigos, calzado y vaqueros.

Actualmente, la colección masculina representa entre el 7% y el 8% de la cifra de negocio global de **Valentino**, pero la compañía tiene previsto incrementar este porcentaje hasta el 10% o el 15% entre los próximos tres a cinco años.

Con la apertura de este punto de venta, **Valentino** sigue los pasos de otras compañías del sector, como **Prada** y **Gucci**, que también han apostado por desarrollar una red de tiendas dedicada al público masculino.

**Valentino** cerró el ejercicio 2012 con una cifra de negocio de 400 millones de euros, un 21% más que la registrada en 2011. El beneficio operativo de la compañía se situó en 32 millones de euros, un 43,3% más que el obtenido en el ejercicio precedente.

El objetivo de la firma es incrementar un 25% sus ventas a cierre de 2013 y alcanzar una facturación de 500 millones de euros.