
Modaes

Empresa

Van de Velde gana un 18% más en 2016 pese a contraer sus ventas

El repunte del canal multimarca compensa la reducción de las tiendas propias de la compañía de moda íntima femenina, propietaria de las marcas PrimaDonna, Marie Jo y Andrés Sarda.

Modaes
20 feb 2017 - 10:41

Van de Velde gana un 18% más en 2016 pese a contraer sus ventas

Van de Velde aumenta su beneficio. La empresa matriz de las marcas de lencería femenina **PrimaDonna**, **Marie Jo** y **Andrés Sarda**, así como la cadena minorista holandesa **Lincherie**, ganó 33,6 millones de euros en 2016, un 18,1% más. El volumen de negocio de la compañía, en cambio, descendió un 1,1%, hasta 206,6 millones.

La caída de la facturación se explica por la reducción de las ventas de las tiendas propias en un 15,6%. Compensó esta reducción el avance del canal multimarca, que aumentó un 4,4% las ventas tanto en lencería como en moda de baño.

Van de Velde destaca el aumento del beneficio pese al efecto negativo del *Brexit*. “2017 será un año lleno de desafíos”, asegura la empresa, que apunta, además, que el clima en el comercio continúa siendo duro.