

Empresa

VFB desembarca con Vanity Fair en Galeries Lafayette en el marco del relanzamiento de la marca

Modaes
8 abr 2014 - 13:50

VFB prosigue con el plan de relanzamiento de **Vanity Fair**. La compañía, propiedad de **Fruit of the Loom** desde 2007, ha firmado un acuerdo para empezar a distribuir los productos de la nueva **Vanity Fair** en los complejos comerciales de **Galeries Lafayette** en Francia.

La primera colección de **Vanity Fair**, correspondiente a la temporada otoño-invierno 2014, estará disponible a partir del próximo verano en los centros que **Galeries Lafayette** tiene en localidades como Belle Epine, Reims, Burdeos y Marsella, así como en el *flagship store* que la compañía tiene en París.

El objetivo de **VFB** es alcanzar el millar de clientes multimarca en la primera temporada de **Vanity Fair 1919**, rebautizada y relanzada tras el plan de reestructuración que ha llevado a cabo el grupo.

El relanzamiento de **Vanity Fair** forma parte del plan de reorganización llevado a cabo por la empresa, que incluye la supresión de las marcas españolas **Intima Cherry**, **Belcor** y **Gemma**. En el caso de esta última, parte de sus productos más vendidos se incorporarán a la oferta de **Vanity Fair 1919**, así como la totalidad de la línea *Perfect*.

VFB Lingerie Europe concluyó el ejercicio 2012 con una cifra de negocio de 75 millones de euros. La compañía, que todavía no ha presentado sus resultados de 2013, se había marcado el objetivo de consolidar su cifra de negocio. No obstante, desde la empresa señalan que el cambio de marcas puede penalizar el resultado. De cara a 2014, las previsiones de **VFB Lingerie Europe** pasan por facturar entre 65 millones de euros y 70 millones de euros.