

Visítalo en:

<http://www.labolsa.com/noticias/20060622180454001/economia-empresas-cortefiel-preve-entrar-en-china-japon-e-india-con-todas-sus-enseñas>

Cortefiel prevé entrar en China, Japón e India con todas sus enseññas.

22 de Junio de 2006, 18:04|

El Grupo Cortefiel prevé entrar en China, Japón e India con el conjunto de sus enseññas, dentro del plan de expansión con el que prevé duplicar su red de establecimientos en los próximos cinco años, informaron hoy a Europa Press en fuentes de la compañía.

Además de implantarse en nuevos mercados, el grupo textil que engloba las marcas Cortefiel, Springfield, Women's Secret, Pedro del Hierro y Milano, aspira a reforzar su presencia en los países en que ya está presente.

"El Grupo Cortefiel y sus marcas están en pleno proceso de expansión mundial", subrayó la empresa, que dispone de una red de 1.234 puntos de venta y acaba de inaugurar su segunda y tercera tienda Springfield en Egipto y Luxemburgo, respectivamente.

Asimismo, la compañía controlada por los fondos de capital riesgo PAI, Permira y CVC, ha reforzado recientemente la posición de su marca de lencería Women's Secret en Kuwait con la apertura del tercer establecimiento.

Entre sus proyectos de crecimiento corporativo destaca el lanzamiento el próximo mes de septiembre de la nueva marca Springfield Woman, que se introducirá en un total de 62 tiendas en España y el extranjero. Concretamente, España contará con 31 puntos de venta con la versión femenina de Springfield, mientras que los otros 31 establecimientos en los que se comercializará se encuentran en Portugal, Francia, Bélgica, Luxemburgo, Alemania, Austria, Polonia y Hungría.

La creación de esta línea para mujer se inscribe en su intención de potenciar su negocio de moda femenina y avanzar en la captación de la clientela más joven, segmento en el que otros grupos textiles como Inditex o el sueco H&M cuentan con gran implantación.

Asimismo, poco después de que culminara la toma de control de la compañía por parte de los fondos de capital riesgo en 2005, los nuevos propietarios anunciaron su intención de inaugurar más de 60 establecimientos propios al año en España y Portugal a partir de febrero de 2006.