

Primadonna Collection cumple previsiones en mercado español y se enfoca en 10 nuevas aperturas para 2018

La compañía italiana de calzado y accesorios de mujer reafirma su apuesta en el mercado español con el cumplimiento de sus objetivos para este año 2017 de apertura de diez nuevas tiendas en territorio nacional. Su alianza con Klepierre y Unibail Rodamco aumenta su presencia en centros comerciales en España

Con el impulso dado por las nuevas aperturas, la empresa prevé acelerar su crecimiento, consiguiendo que aumente su facturación en nuestro mercado hasta superar los nueve millones de euros, superando los siete millones con que cerraron el año pasado.

Dada la alianza entre Primadonna Collection y Klepierre y Unibail Rodamco para seguir creciendo en los centros comerciales españoles, se acelera el proceso de apertura de tiendas en este tipo de complejos. Además, la empresa abrió las puertas de su nueva flagship store en Valencia, en la Calle Colón, una de las más comerciales de la ciudad, convirtiéndose en el buque insignia de la marca en nuestro país.

La firma utiliza dos formas de negocio, uno de tiendas propias y otro de tiendas franquiciadas, en las cuales la firma se está apoyando en su proyecto de expansión fuera de las fronteras italianas. De esta manera, un 30% serían tiendas gestionadas directamente por Primadonna Collection y un 70% franquicias.

A medio plazo, Primadonna Collection prevé alcanzar las ochenta tiendas en el mercado español hasta 2020. Para esta etapa de transición y crecimiento, la empresa incorpora en 2015 a Antonio Pirruccio, ex manager de Celio, Guess, Calzedonia y Morato, como nuevo director general para España y Portugal. En los últimos años, la compañía, que genera el 10% de sus ventas en el extranjero, ha potenciado su expansión en Italia, Luxemburgo, Francia y los países árabes. Además, Primadonna se ha diversificado lanzando al mercado dos nuevas marcas, Valerio 1966, fabricado en Italia y de gama más alta, y Centmark, de moda de hombre, mujer y niño.

Primadonna Collection nace en el año 2000 de la mano de Valerio Tatarella. El objetivo de la firma es convertirse en referente mundial en el sector retail de calzado y accesorios a través de la fórmula moda – calidad – precio, desbancándose de la mayoría de marcas competidoras.

Décadas de experiencia de la familia Tatarella en el sector de calzado avalan a Primadonna Collection como marca que abandera el “Italian Style” alrededor del mundo. Por ello el producto estrella de la casa son los zapatos. La marca ofrece dos colecciones al año, primavera – verano y otoño – invierno, siguiendo las tendencias de las pasarelas de la moda internacional y apostando por la moda más austera hasta las creaciones más arriesgadas para llegar a un amplio sector de público.

17 años después de su apertura, Primadonna Collection cuenta con más de 370 tiendas propias en todo el mundo. En España, se puede acceder a la colección en 30 puntos de venta repartidos por las ciudades más comerciales de nuestra geografía.

Datos de contacto:

Mamen Comunicación

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Franquicias](#) [Moda](#) [Sociedad](#) [Entretenimiento](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>