

SANDRO FERRONE, la firma italiana de moda femenina desembarca en España

La cadena de franquicias que produce "sólo lo que vende" y que cuenta 450 puntos de venta en Italia y 50 en el extranjero inicia su expansión de negocio en nuestro país

A partir de ahora además de volverse locas con la pizza, la pasta o el encanto de los paisajes de toda Italia las mujeres españolas van a aprender y a repetir casi como un mantra un término que les servirá para vestirse con la elegancia y el estilo de aquel país trasalpino: la "fast-fashion". O lo que es lo mismo, la moda rápida abanderada por la firma italiana SANDRO FERRONE que se adapta a los gustos del momento y donde se produce sólo lo que se vende.

Reinventando el modelo de la franquicia

Y es que la compañía textil romana acaba de aterrizar en España con el objetivo de convertirse en la marca preferida por la mujer de entre 35 y 50 años que quiera vestirse con elegancia y estilo 100% "Made in Italy" así como para lograr que su filosofía de trabajo de reinventar la franquicia se convierta en una oportunidad de negocio y autoempleo. "Tras un año de investigación en el mercado español hemos decidido volcarnos en el mercado español ya que estamos convencidos de que es el lugar más adecuado para instalar el sistema de venta fast-fashion que tanto éxito nos ha deparado a través del modelo de la franquicia", comenta Luca Gambato, Director General para España. "Estamos convencidos que nuestra experiencia como firma de moda femenina fundada en 1967 y que en la actualidad cuenta con 500 puntos de venta -de los cuales 450 se encuentran en Italia y 50 en el extranjero-, triunfará también aquí".

Así es una boutique SANDRO FERRONE

Pero, ¿cuál es el secreto del éxito que quiere importar en España?. La respuesta no es otra que la filosofía de franquicia fast-fashion. "Nos adaptamos a los gustos y a las tendencias de las mujeres de entre 30 y 45 años a través de un producto con un precio atractivo ya que no tiene intermediarios y colección en tienda se renueva semanalmente. La clave está en la cadena de distribución lineal y sencilla en la que está inspirada el", añade Gambato. "Es decir se produce sólo lo que se vende".

- Colección basada en 800 modelos. Cada temporada el 60% de la colección gira constantemente, de modo que siempre hay algo nuevo. "Al franquiciado nunca le queda más del 10% del volumen de la mercancía adquirida. Además al realizar una compra fraccionada en pequeñas cantidades semanales no necesita invertir gran cantidad de dinero"

- En comparación con el modelo tradicional de dos colecciones por año se trabaja con el concepto de "colecciones vivas" que se producen, distribuyen con la consiguiente optimización de los almacenes de las tiendas, ya que al final de la temporada venden con la misma rapidez con que cambian las actitudes y el comportamiento del mercado. "Los usuarios finales saben que Sandro Ferrone renueva la oferta cada semana y con frecuencia visitan los puntos de venta (al menos 12 veces al año, frente a las 4 de la competencia)", finaliza el directivo.

Quién es SANDRO FERRONE

Ferrone S.p.A. se fundó en Roma en 1967 por el empresario Alessandro Ferrone. Desde entonces representa en el panorama de la moda femenina tanto de Italia como de otros países un marca que ha sabido consolidar su imagen y su presencia en la comercialización del traje para la mujer como sinónimo de un tipo de elegancia que no tiene otro lugar.

En 1958, en la posguerra, Sandro Ferrone funda su primer taller de costura, con género de punto, contando entonces con tres empleados y produciendo un máximo de quince vestidos al día. No podría imaginar entonces, que medio siglo después se convertiría en el dueño de uno de los grupos más cotizados de ropa en Italia; más de 90 franquicias ubicadas principalmente en el centro y sur de Italia, Portugal y Oriente Medio, y muchas solicitudes de apertura en el norte de Italia y en el extranjero.

Ferrone S.p.A. cuenta con un volumen de negocio de rápido crecimiento y tres puntos de fuerza: la inigualable relación calidad / precio, la actualización de la colección en tienda sobre una base semanal, y la lealtad de los consumidores de la marca. La filosofía de la empresa es el adaptarse a los gustos cambiantes, al día, y a las tendencias de las mujeres. Del producto al consumidor no hay intermediarios: gana la intuición, la columna vertebral de una filosofía que se centra en una cadena de distribución lineal, sencilla y muy rápida, De hay la denominación de FAST FASHION.

Nota para los periodistas

Para más información, gestión de entrevistas o envío de material gráfico no dudes en contactar con su Gabinete de Prensa.

María Tejedor prensa@salviacomunicacion.com

Nuria Coronado nuria@salviacomunicacion.com

Tel. 91 657 42 81 / 667 022 566

www.salviacomunicacion.com

Datos de contacto:

Nuria Coronado

916574281

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

Categorías: [Franquicias Emprendedores](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>