

Silbon avanza en su estrategia internacional e inaugura su segunda tienda en París

[Multimedia](#)

La marca de moda española vuelve al retail francés con una nueva apertura en el distrito 16 de la capital gala, tras el éxito de la tienda abierta en 2021 junto al canal de Sant Martín

La marca de moda cordobesa [Silbon](#), una de firmas pujantes del retail en España, ha inaugurado su segundo punto de ventas en París. Esta segunda apertura en Francia se ha producido en un contexto en el que la marca está experimentando "el mayor crecimiento de su historia" y está llevando a cabo una "auténtica estrategia de expansión internacional".

El nuevo punto de venta físico en la capital gala está situado en el número 3 de la rue Benjamin Franklin, en una 'tienda boutique' de 33 metros cuadrados de una de las mayores zonas económicas de París, en pleno distrito 16. En esta zona se concentran las oficinas centrales de "grandes empresas" y es el lugar donde, según ha expuesto el CEO y director general de Silbon, "tenemos un público objetivo que demanda nuestras prendas de vestir más formales y con carácter más ejecutivo".

En pleno barrio de Passy, este establecimiento encuentra el lugar "perfecto" para encajar su línea 'Tailoring Man' de sastrería, a la cual se le va a dedicar el 90% del espacio de este establecimiento, dejando el resto a su línea casual.

Con su marcado carácter estratégico, Silbon ha apostado por situarse en esta área comercial ubicada en la margen derecha del río Sena, en la que confluyen grandes firmas de sastrería, pero con precios muy superiores a los ofertados por la cordobesa.

Por ello, el director de operaciones y recursos humanos de Silbon, Juan Jurado, ha subrayado que "creemos que podemos encajar muy bien por nuestra relación calidad, precio y confección". Además, otra de las ventajas comerciales de esta privilegiada ubicación consiste en estar en una zona noble de la ciudad, cercana al barrio del Trocadero y a la Torre Eiffel, por lo que, según ha apuntado Jurado, "también esperamos atraer al cliente procedente del turismo francés e internacional".

La segunda apertura de Silbon en París ha seguido una línea similar a la del primer punto de venta que fue inaugurado hace ya dos años y para cuyo acceso solo hay que cruzar el Sena hasta su orilla izquierda y desplazarse hasta el número 14 de la rue de Marseille. En este punto se encuentra el exitoso

establecimiento que abrió la firma en 2021 y que la ha llevado a seguir apostando por la capital gala en su expansión internacional de puntos de venta físicos.

La localización de esta tienda en el distrito 13, una de las áreas comerciales y sociales más modernas y juveniles, situada en una 'zona trendy' junto al Canal de Saint-Martin, ha sido "un acierto dada la gran aceptación de un producto que gusta mucho y sobre todo en el vestir formal, donde somos muy competitivos versus las marcas locales", según ha explicado el CEO de Silbon.

Asimismo, Pablo López, también Director General y co-fundador de la firma cordobesa, ha considerado que el consumidor galo tiene en cuenta el "carácter solidario y sostenible" de la marca, ya que "valoran muy positivamente que seamos una compañía con un ADN de compromiso social muy marcado".

De esta forma, Silbon vuelve al retail francés con cifras favorables, ya que, a pesar de la situación social tan compleja, las ventas en tienda están siendo similares a las del año pasado y en digital el crecimiento es de un 40%. Así, desde la directiva se ha apuntado a seguir creciendo en Francia, en donde "no se descartan nuevas aperturas".

En cuanto a estilo, la nueva tienda, presenta una línea estética acorde a la imagen del resto de espacios de venta de la marca, con los símbolos icónicos de la enseña cordobesa como son las dos raquetas cruzadas de tenis vintage o el frontón como elementos decorativos. Además de una atractiva atmósfera realzada por los rótulos corporativos iluminados en color blanco y negro con el logo de Silbon.

"El cliente Silbon contará también con todas las ventajas tecnológicas que ofrece la marca en toda su red de tiendas a pie de calle", con el objetivo de que el consumidor tenga una "experiencia única y personalizada" de compra en la medida que combina elementos físicos y digitales con la atención y el asesoramiento personalizado características de Silbon.

Desde que comenzara el año la compañía cordobesa ha abierto 14 nuevos establecimientos; siendo esta última apertura de tienda Boutique en París la número 64 del cómputo global de puntos de venta físicos de Silbon. Una empresa que actualmente cuenta con unos 380 trabajadores en su plantilla.

Esta red de tiendas se refuerza con el mayor de sus espacios de ventas: la tienda online de Silbon, que ofrece servicio a nivel internacional. A estos puntos de ventas físicos hay que sumar la tienda Silbon en el Metaverso Decentraland y los puntos de ventas telemáticos: el ecommerce de Silbon, las tiendas 'on line' de El Corte Inglés, y Cortefiel y las plataformas de comercio electrónico como Amazon y Miravia.

Silbon inició su andadura en 2009 con el hombre como protagonista para convertirse en una firma nacional en plena expansión: Un producto exclusivo, de alta calidad, a un precio competitivo y un cuidado trato al cliente. En 2018 se

abría al guardarropa infantil, en 2021, al de la mujer y llega a 2023 con Oxygen, la línea versátil más comprometida con el medioambiente.

Esta empresa española cerraba 2022 con una facturación bruta de 30 millones de euros. El reto de la compañía pasa por seguir creciendo y superar los cincuenta millones de euros en ventas en 2023, frente a los cuarenta y cinco millones que había previsto inicialmente.

Igualmente, el plan de expansión prevé superar las setenta aperturas de tiendas prevista a principios de años, hasta llegar a los ochenta puntos de venta físicos en el presente ejercicio.
