

EL OBJETIVO DE LA EMPRESA ES REPLICAR SU MODELO ITALIANO EN EL MERCADO NACIONAL

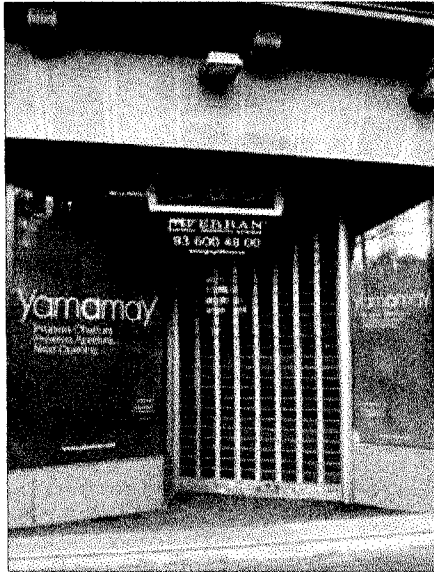
Yamamay luce su lencería en España

La firma italiana de ropa interior, que cuenta con una red de 491 tiendas en todo el mundo, ultima la apertura de dos puntos de venta en Barcelona. La compañía ha encargado a la consultora Ferran la búsqueda de doscientos locales.

PILARRIÑO, Barcelona

A pesar de la contracción del consumo, los consultores inmobiliarios consideran que, en 2008, los grupos extranjeros de moda aprovecharán para entrar en España. Uno de ellos es la marca italiana Yamamay, que distribuye ropa interior para mujer, hombre y niños, a través de 491 puntos de venta en todo el mundo. La firma ultima la apertura de dos tiendas propias en Barcelona.

Yamamay, propiedad de Inticom (controlada al 50% por las familias Garda y Cimmino, relacionadas con el sector textil), ha establecido en España la cuarta filial del grupo. La empresa, presente en once países, sólo cuenta con filiales en los países donde quiere controlar directamente su estrategia, como España, China (donde produce todas sus prendas), Alemania y Reino Unido. En julio, el grupo encargó a la consultora inmobiliaria Ferran la búsqueda de locales. Los dos primeros estarán en las calles Rambla Catalunya



Yamamay ultima la apertura de dos tiendas en Barcelona.

Una corta historia

- En 2001, las familias italianas Garda y Cimmino fundaron Inticom, firma dedicada a producción de ropa interior.
- Su marca comercial es Yamamay, que toma su nombre de un gusano de seda japonés.
- La empresa cuenta con una red de 460 tiendas en Italia y 31 en el extranjero, incluyendo Asia.
- Tras fundar una filial para España, Yamamay abrirá dos establecimientos en Barcelona.
- Este año, entrará en Madrid y su objetivo es consolidar una red de 200 tiendas en España hasta 2012.
- Sus principales competidores son Calzedonia e Intimissimi.
- Como Inditex, sus productos rotan rápido en los puntos de venta.

y Cucurulla. Matteo Zambardi, director general de la filial española de Inticom, sostiene que, en 2008, se abrirá una tienda propia en Madrid y doce más en régimen de franquicia. La compañía llega a España con el objetivo de "replicar el modelo de crecimiento de Italia" y su previsión es poner en marcha 200 tiendas hasta 2012.

Competidores

Yamamay está especializada en ropa interior de diseño a precio medio, con una rotación rápida en las tiendas, como Zara. Además de Women'Secret (Cortefiel) y Oysho (Inditex), las italianas Intimissimi (con 800 tiendas en 2005) y Calzedonia (con 1.100 puntos de venta) son sus principales competidores. Estas dos empresas italianas pertenecen al mismo grupo y se fundaron antes que Yamamay, en los años ochenta.

Inticom, que nació en Milán en 2002, registró una cifra de negocio de 94 millo-

nes en 2007. Las franquicias suponen el 84% de sus ventas y, además, le permiten crecer rápido. Intimissimi y Calzedonia utilizan también esta estrategia.

La empresa, que obtuvo un beneficio neto de 10,5 millones de euros en 2007 y tiene una previsión de crecimiento del 22% para este año, financia su desarrollo combinando fondos propios y deuda. El patrimonio del grupo asciende a 25,55 millones y la deuda financiera, a 13,1 millones de euros. Zambardi explica que, en un año, el mercado español podría facturar 10 millones de euros, la misma cantidad que Italia en su primer ejercicio de actividad.

El año pasado, la compañía invirtió el 12% de su facturación en marketing, un presupuesto que crecerá por la entrada en el mercado español. Para darse a conocer, la empresa utilizará la imagen de la cantante y actriz Jennifer López, de quien ha firmado la licencia mundial para ropa interior y baño.



EMPRESA Y SOCIEDAD

PREMIOS EMPRESA Y SOCIEDAD 2008

Productos y servicios

Actuaciones basadas en el Capital humano

Empleo

Trabajo en red

CAJA NAVARRA

GRUPO VIPS

DKV SEGUROS

MICROSOFT IBÉRICA

La entrega de los Premios se celebró el pasado 3 de abril, presidida por Sus Altezas Reales, los Príncipes de Asturias.