

Ξεκίνησε το ξήλωμα των αντιπροσωπειών της Folli Follie

20/Δεκ/2018 09:34

Της **Αλεξάνδρας Γκίτση**

Οκτώμηνες μετά το ξέσπασμα του σκανδάλου της Folli Follie, η οποία πέρα από το ομώνυμο brand και τη Links of London, αντιπροσωπεύει σειρά γνωστών διεθνών brands στην εγχώρια αγορά από τους κλάδους της ένδυσης, της υπόδησης και των καλλυντικών, οι πρώτες αντιπροσωπείες μετακινούνται σε άλλους παίκτες.

Αν και όπως υποστηρίζουν παράγοντες με γνώση της συγκεκριμένης αγοράς η αλλαγή σκυτάλης, στις αντιπροσωπείες της ένδυσης και της υπόδησης, θα πάρει χρόνο, περί τους 6 μήνες, καθώς συνδέεται με την αλλαγή στις σεζόν, η ουσία είναι πως η απώλεια των αντιπροσωπειών από τη Folli Follie περιορίζει σημαντικά το αντικείμενό της και τινάζει στον αέρα οποιαδήποτε σχεδιασμό για την επόμενη ημέρα του ομίλου, με βάση και το σχέδιο αναδιάρθρωσης που παρουσίασε προ ημερών και έστειλε προς έγκριση στους Ομολογιούχους της.

Ήδη σύμφωνα με πληροφορίες του Capital.gr, η αντιπροσώπευση του brand ένδυσης ένδυσης Scotch & Soda, πέρασε στον έλεγχο θυγατρικής της Αττικά Πολυκαταστήματα και συγκεκριμένα στην εταιρεία RUV Distribution στην οποία με ποσοστό 51% συμμετέχει και ο Αλ. Σταύρου. Σύμφωνα με τις ίδιες πληροφορίες, η συγκεκριμένη θυγατρική η οποία ιδρύθηκε εντός του έτους, στοχεύει να κάνει τζίρο το 2019 της τάξεως των 10 εκατ. ευρώ, εστιάζει στην αντιπροσώπευση ξένων brands στην Ελλάδα, όχι κατ' ανάγκη αυτών που αποδεδειγμένα από τη Folli Follie, αλλά σε brands τα οποία μπορεί να αναπτύξει η Αττικά Πολυκαταστήματα με corner μέσα στο δίκτυό της.

Εκτός από την Scotch & Soda που αποτελεί ένα μικρό κομμάτι του τζίρου της Folli Follie, το μεγάλο πλήγμα για την χειμαζόμενη εταιρεία είναι η απώλεια της Nike, η οποία όπως αναφέρουν πηγές της αγοράς, εξετάζει την περίπτωση να δραστηριοποιηθεί στην εσωτερική αγορά αυτόνομα. Κάτι πάντως που δεν έχει "κλειδώσει". Αντιθέτως υπάρχουν οκ ολίγοι ενδιαφερόμενοι μνηστήρες, κάποιοι εξ αυτών που είχαν και στο παρελθόν συνεργασία με τον διεθνή όμιλο, Σάμι Φάις, για την ανάληψη του brand, δηλαδή της χονδρικής και των 15 καταστημάτων που ελέγχει σήμερα η FF στην Ελλάδα. Την αυτόνομη παρουσία της στην εσωτερική φαίνεται να επιλέγει και ο οίκος Zegna. Στρατηγική την οποία είχε ακολουθήσει προ ετών και ο οίκος Burberry.

Σε ό,τι αφορά στον κλάδο των καλλυντικών, όπου η Folli Follie αντιπροσωπεύει μερικούς από τους

πιο γνωστούς διεθνείς οίκους, μεταξύ αυτών και την COTY, όμιλοι όπως ο Σαράντης, ο Χόντος αλλά και η Notos Com, εμφανίζονται να προηγούνται στην κούρσα διεκδίκησής τους.

Σημειώνεται πως η FF Cosmetics εκπροσωπεί το 8% των εσόδων της FF σε Ευρώπη, Μέση Ανατολή και Αφρική. Η δραστηριότητα ξεκίνησε το 2012, ενώ εξασφάλισε εφέτος τη διανομή των προϊόντων Burberry. Τα συμβόλαια που διαθέτει ο κλάδο συνέβαλαν στην αύξηση των εσόδων στην Ελλάδα από 7,5 εκατ. ευρώ το 2015 σε 21,5 εκατ. ευρώ το 2017 και με πρόβλεψη για 27 εκατ. ευρώ το 2018.

Ο κλάδος ένδυσης/υπόδησης διέκοψε πέρυσι τη λειτουργία 15 καταστημάτων και 9 το 2018, ενώ 11 νέα καταστήματα άνοιξαν, 11 ανακαινίστηκαν, και 5 νέες ιστοσελίδες ηλεκτρονικού εμπορίου εγκαινιάστηκαν το 2018. Η συγκεκριμένη δραστηριότητα ενίσχυσε τις πωλήσεις της 9% τους τελευταίους 12 μήνες, ενώ προχώρησε στην υπογραφή νέων συμβάσεων διανομής με τους οίκους Karl Lagerfeld, Calvin Klein Performance & MFO.

[Διαβάστε το άρθρο στο Capital.gr](#)