



FRETTE

# Las COSAS van **SUAVES**

*Creada en 1860, la sociedad italiana Frette es el líder en ropa de cama y baño de lujo para la hostelería y el hogar. Su tradición como proveedor de reyes y nobles se perpetúa aún en nuestros días, viniendo a la par con una reputación de calidad y de servicio irreprochables. Preparada hoy para extender su presencia a nivel mundial y dar a conocer su marca, esta venerable casa no carece de ambición.*



**T**odo empieza en 1880 con un pedido memorable : a la entonces joven fábrica italiana de finas telas Frette, el Ministerio de Asuntos Exteriores del Reino de Italia le encarga el suministro de ropa de hogar para todas las embajadas que tiene alrededor del mundo, encargo que todavía hoy sigue cumpliendo fielmente. Al año siguiente, añade a su prestigio el estatus de proveedor oficial de la familia real italiana. Después, más de 500 familias de la nobleza europea hicieron tejer especialmente en Italia ropa de hogar con sus escudos de armas. *“Desde el siglo XIX, el nombre de Frette es sinónimo de calidad en su máximo*

exponente”, señala Giuseppe Sordi, director de logística e informática.

### Las exigencias del lujo

Esta sociedad sigue buscando aún hoy las materias primas más nobles del mundo, como el algodón de El Amria en Egipto, cuyas fibras son las más largas y que permite tejer unos jacquards increíblemente delicados. Los hilos se tiñen antes de ser tejidos, lo que permite utilizar briznas de colores diferentes para crear unos contrastes tan finos como los de un cuadro : otra diferencia importante de Frette. Después del tejido, un proceso exclusivo de ennoblecimiento, que necesita de un personal extremadamente cualificado y máquinas perfeccionadas, confiere a los productos un aspecto y un toque únicos.

“La ropa de cama Frette tiene fama de duradera”, señala Giuseppe Sordi. *Aparte del aura excepcional de nuestra marca, esta fama es el argumento de mayor venta en el sector de la hostelería.* Un argumento que ha convencido a varios de los mejores hoteles del mundo : el Savoy de Londres, el Ritz de París, el Raffles de Singapur y, desde hace poco, los hoteles Ritz-Carlton en Estados

con su historia. *“Es un producto de imagen, explica Giuseppe Sordi. Va a potenciar las ventas de todas nuestras colecciones.”*

En el 2006, Frette se ha lanzado al comercio electrónico, con su primera tienda en la red en Estados Unidos y cuyos resultados son “excepcionales”.

Frette quiere convertirse en una marca de lujo para la ropa de hogar. *“No queremos estar compitiendo con los otros fabricantes de ropa de hogar, señala Giuseppe Sordi. Nuestros clientes frecuentan también las tiendas de lujo prêt-à-porter, compran por impulso.”* La marca de ropa de hogar abarcará también ropa de vestir : Frette quiere invertir en el universo situado entre los pijamas y batas, su dominio tradicional, y la ropa de calle : *“Es un territorio inexplorado, que oculta un fuerte potencial.”*

En el 2006, Frette declaró unos beneficios “muy satisfactorios” en ventas, con un aumento del 16% en relación con el año anterior. La progresión que se espera para este año está al mismo nivel, y siete nuevas tiendas van a abrirse en todo el mundo. Es evidente que Frette vuela alto. Recientemente ha pedido a

## “Nuestros clientes frecuentan también las tiendas de lujo prêt-à-porter, compran por impulso.”

Unidos. *“Realizamos para nuestros clientes un programa completo, del diseño a la producción. Nuestra vasta experiencia en este servicio es otro de los puntos fuertes de Frette”,* destaca Giuseppe Sordi.

### Un enfoque diferente

Las competencias técnicas de Frette van a la par, desde siempre, con una subvención en métodos comerciales innovadores. En 1886, la casa lanza el primer catálogo de venta de Italia. Tres años más tarde, percibiendo la llegada de una nueva tendencia hacia la comodidad, el descanso y la intimidad en el hogar, produce una colección completa de ropa de hogar. Hace dos años una nueva innovación, con sus primeras ediciones limitadas, como el lanzamiento del juego de cama *Sophia* en lino y jacquard de seda, en honor a la reina Sofía de Borbón : 200 ejemplares numerados, vendidos con un libretto explicativo

Norbert Dentressangle el estudio para la creación de nuevos almacenes, en Europa y otros lugares, a fin de continuar su expansión.



## Frette y Norbert Dentressangle

*En junio de 2006, después de haber organizado durante mucho tiempo sus propias operaciones de logística, Frette firmó un contrato de seis años con el Grupo Norbert Dentressangle. En su planta de Grezzago, a 20 km de la sede de Frette en Concorezzo cerca de Milán, el Grupo :*

- *recepiona y controla todos los hilos y otras materias primas antes de enviarlas a los tejedores subcontratados por Frette,*
- *recepiona, controla y almacena todos los productos acabados antes de enviarlos por transporte directo a los clientes (establecimientos hoteleros y tiendas de ropa de hogar) en todo el mundo.*

*El almacén gestiona cada año alrededor de 800 000 metros de tejidos ennoblecidos y dos millones de piezas acabadas.*

*“Escogimos a Norbert Dentressangle por su experiencia en el sector del lujo y por su capacidad de gestionar tanto la logística de las materias primas como la de los productos acabados, indica Giuseppe Sordi. Hoy, también admiramos su flexibilidad.”*

