

Van de Velde blijft kampen met dalende verkoopcijfers

Date : 30 augustus 2019



In de eerste helft van 2019 daalt de groepsomzet bij [lingerieproducent Van de Velde](#) met 2,2 % van 110,9 miljoen euro tot 108,5 miljoen. De verkoop als

groothandelaar bleef stabiel. Het verlies situeert zich vooral bij in de winkelverkoop. Daar daalt de verkoop met 6,7 %. In Europa daalt de omzet met 5,6% terwijl de VS een daling kent van 9,1%. Van de Velde, onder meer bekend van de merken Prima Donna en Marie Jo, kampt al enkele jaren met [teruglopende verkoopcijfers](#), onder meer als gevolg van de e-commerce. In de eerste helft van 2019 ligt de groepswinst 8,3% lager dan vorig jaar, met name 13,8 miljoen euro tegenover 15 miljoen euro in 2018. Met zijn sterke merken, Prima Donna, Marie Jo en Andres Sarda, is Van de Velde één van de wereldleiders in de lingerie, badmode en sportswear. Het bedrijf wil elke vrouw de ultieme persoonlijke paskamerervaring bieden. De langetermijnstrategie is gebaseerd op het bouwen van merken rond de Lingerie Styling paskamerfilosofie, die pasvorm, stijl en mode samenbrengt. De eigenaarsfamilie trok recent manager [Marleen Vaesen](#) aan om het bedrijf terug op de sporen te zetten.