

Empresa

Abercrombie&Fitch, a por los Z: lanza una nueva marca de la mano de dos 'tiktokers'

La compañía estadounidense de moda ha lanzado la nueva marca Social Tourist de la mano de las hermanas D'Amelio, conocidas por sus vídeos en la red social, para acercarse a los consumidores más digitales.

Modaes
6 may 2021 - 17:16



Abercrombie&Fitch quiere volver a seducir a los consumidores más jóvenes. La compañía de moda ha lanzado una nueva marca, llamada Social Tourist, de la mano de las dos *tiktokers* estadounidenses más populares, Charli y Dixie D'Amelio, según ha confirmado el grupo en un comunicado. El objetivo de la empresa es acercarse a los Z, la generación más digital.

Social Tourist verá la luz por primera vez el próximo 20 de mayo a través de la red global de puntos de venta de Hollister, la cadena del grupo dedicada a los adolescentes, y de la plataforma de ecommerce de la propia marca. La nueva firma cuenta con cuatro líneas de producto distintas, según ha subrayado el grupo: artículos unisex,

Modaes

piezas basadas en las tendencias que emerjan en redes sociales, productos básicos para el día a día y moda de baño.

“Cada colección incluirá un número de piezas limitado, con nuevos lanzamientos aproximadamente cada mes”, ha explicado el grupo, que también opera con las cadenas Abercrombie&Fitch, Hollister, Abercrombie Kids y Gilly Hicks.

Para su debut en el mercado, **Social Tourist** contará con una colección compuesta por **alrededor de ochenta artículos**, que incluirán camisetas, polares, vestidos, faldas, calcetines o botellas de agua, entre otros.

Abercrombie&Fitch lanzará la nueva marca, que califica de ‘premium’, a finales de este mes en todo el mundo

Como gancho, la compañía se ha aliado con las hermanas D’Amelio, dos de las *tiktokers* más conocidas de Estados Unidos. El objetivo con esta colaboración, que se extenderá durante varios años, es que las jóvenes, que han cocreado la marca, la den a conocer entre el público más digital.

El lanzamiento de Social Tourist se produce después de que Abercrombie cerrara el ejercicio 2020 disparando sus ventas a través del canal online un 54%. La compañía ha acelerado su viraje hacia la digitalización a la vez que concentra esfuerzos en reestructurar su *brick*: el año pasado, **la compañía echó el cierre a 119 tiendas en Estados Unidos y a otras dieciocho en el extranjero**.

Abercrombie&Fitch fue fundada en 1892 en Nueva York. La compañía, con sede en Ohio, se convirtió en una de las marcas de moda más populares entre los jóvenes en la **primera década de los 2000**, aunque en los últimos años ha experimentado horas bajas. El grupo cerró el ejercicio 2020 con **una caída de ventas del 14%, hasta 3.125 millones de dólares**, y con unas pérdidas de 114 millones de dólares.