Modaes

Empresa

Abercrombie&Fitch sigue transformándose y rediseña sus tiendas por primera vez en quince años

La compañía abrirá un total de siete establecimientos con una nueva estética en su lucha por reconquistar al público juvenil tras los malos resultados económicos del último ejercicio.

Modaes
6 feb 2017 - 15:58

Abercrombie&Fitch sigue transformándose y rediseña sus tiendas por primera vez en c

Abercrombie&Fitch continúa el reposicionamiento integral de su marca homónima. La compañía estadounidense de moda juvenil presentará un nuevo concepto de tienda en el marco del cambio de imagen que la compañía emprendió hace año y medio.

El debut del nuevo diseño tendrá lugar en su próxima apertura en el centro comercial Polaris Fashion Mall de Columbus, Ohio (Estados Unidos), programada para mediados de febrero. La tienda contará con una superficie de 452 metros cuadrados y será la primera de los siete establecimientos que la empresa abrirá con su nuevo concepto en 2017.

Entre otros rasgos, las próximas tiendas de **Abercrombie&Fitch** contarán con probadores dobles con un espacio dedicado a los acompañantes del comprador. Dentro de las cabinas, se podrá regular la intensidad de la luz y la música, así como recargar los teléfonos móviles. Las paneles del escaparate serán transparentes y presentarán una escultura metálica con el logo de la empresa.

El debut del nuevo diseño tendrá lugar en su próxima apertura en el centro comercial Polaris

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/abercrombiefitch-sigue-transformandose-y-redisena-sus-tiendas-por-primera-vez-en-quince-anos>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

Fashion Mall de Columbus, Ohio

Hace una semana, **Abercrombie&Fitch** puso fin a tres años de vacío en la cúpula del grupo y ascendió como nueva consejera delegado a **Fran Horowitz**, hasta entonces presidenta y directora de *merchandising*. Asimismo, la compañía anunció el fichaje de **Will A. Smith**, procedente de la firma de calzado **Brown Shoe Company**, como nuevo director de márketing.

En la primera mitad del ejercicio actual, **Abercrombie&Fitch** facturó 1.468,6 millones de dólares, un 3,8% menos que en los seis primeros meses de 2015. Por regiones geográficas, las ventas del grupo se contrajeron un 3% en Estados Unidos, donde continúa concentrando el grueso de su negocio, y se redujeron también en el resto del mundo, donde el descenso fue del 5%.