Empresa

Coach ultima la puesta en marcha de un nuevo concepto de retail en plena apuesta por el 'lifestyle'

Modaes
7 abr 2014 - 11:11

Cambio de imagen para **Coach**. La compañía estadounidense, que en España opera a través de la sociedad **Coach Spain**, se ha aliado con la agencia creativa **Studio Sofield** para desarrollar su nuevo concepto de retail. El grupo estadounidense, que el pasado junio fichó a **Stuart Vevers**, procedente de **Loewe**, como director de diseño, se encuentra en plena apuesta por convertirse en una marca de *lifestyle*, para dar el salto más allá de los complementos.

La enseña busca con este nuevo concepto dar un lavado de cara a sus puntos de venta, para brindar una experiencia de compra más sofisticada al consumidor. El primer establecimiento de **Coach** que aplicará el nuevo concepto será el *flagship* de Rodeo Drive en Beverly Hills, una tienda con visibilidad a nivel nacional e internacional.

El segundo en acoger el cambio de imagen será el punto de venta del Time Warner Center de Nueva York. Adicionalmente, **Coach** abrirá las puertas de un nuevo establecimiento en el distrito Shinjuku de Tokio, que será la primera tienda nacida completamente en el marco del nuevo concepto.

Coach, que hasta 2013 operaba en Europa con la compañía española **Pepe Jeans**, realizó su última renovación en retail el pasado noviembre en su punto de venta de la Quinta Avenida neoyorquina, que sirvió como experiencia para poner a prueba futuros cambios.

Coach concluyó los tres primeros meses del ejercicio (periodo finalizado el pasado 28 de septiembre) con una cifra de negocio de 2.570 millones de dólares (1.897 millones de euros), un 3,75% menos que la alcanzada en el primer semestre del ejercicio

Modaes

anterior, cuando Coach registró una facturación de 2.670 millones de dólares (1.971 millones de euros).