

Modaes

Empresa

Gap lanza una nueva marca por primera vez en más de una década para abordar el 'athleisure' masculino

El grupo vuelve a apostar por el segmento deportivo diez años después de adquirir Athleta. Hill City se suma a la enseña homónoma, Banana Republic y Old Navy.

Modaes
20 sep 2018 - 18:01

Gap lanza la nueva marca Hill City para abordar el 'athleisure' masculino

Gap amplía de nuevo su cartera de marcas. El grupo estadounidense de distribución de moda, el cuarto del mundo por cifra de negocio, lanza una nueva firma Hill City para abordar el *athleisure* masculino. **Con esta enseña, la compañía quiere posicionarse en un segmento *premium* dentro de la moda deportiva.**

Hill City viene a ser la versión para hombre de Athleta, la enseña que Gap compró en 2008 para conquistar también este mismo segmento pero en la mujer, a través de pantalones de yoga, *leggings* y suéters. La primera colección de Hill City verá la luz el próximo octubre y, en un primer momento, sólo se comercializará a través de su página web, así como en una selección de cincuenta establecimientos de Athleta.

Hasta ahora el grupo estadounidense sólo había abordado este segmento de mercado a través de pantalones deportivos y camisetas de algodón a través de sus cadenas Gap y Old Navy. Al frente de la nueva marca se encuentra Noah Palmer, quien ha explicado que el *activewear* en hombre es la categoría del negocio de la moda que más rápido está creciendo.

La primera colección de Hill City se lanzará en

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/gap-lanza-la-nueva-marca-hill-city-para-abordar-el-athleisure-masculino>

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

octubre a través de su página web y en cincuenta tiendas Athleta

“Hill City trae una nueva perspectiva a la moda masculina que se complementa con nuestra icónica cartera de marcas”, ha explicado Art Peck, presidente y consejero delegado del grupo. **Peck ha señalado que el *activewear* es un área clave de crecimiento para Gap** y ha apuntado que Hill City es su respuesta a un *feedback* de sus clientes que buscan productos *premium* con acabados técnicos.

Gap hacía diez años que no ampliaba su cartera de marcas, desde que comprara Athleta. El grupo inició su diversificación en 1983 con la adquisición de Banana Republic. Más adelante, ya en la década de los noventa, la empresa lanzó Gap Warehouse, que más tarde se convirtió en Old Navy.

Ya con el nuevo siglo, Gap puso en marcha en 2005 con la puesta en marcha de Forth&Towne, una marca orientada a mujeres de más de 35 años, que cerró en un año y medio. Un año después, la empresa adquirió Piperlime, que cerró en 2015. En 2013, el grupo compró también la cadena de tiendas multimarca Intermix.