Modaes

Empresa

Gap saca la tijera y cierra Hill City sólo dos años después

La marca, especializada en moda deportiva y *athleisure* para hombre, ha anunciado el cierre a través de su página web, sin fecha definitiva para el cierre.

Modaes
12 jun 2020 - 17:33



Llegan los duros ajustes a Gap. La compañía, que ha sufrido fuertemente el impacto del coronavirus, ha decidido echar el cierre a su marca de *athleisure* masculino Hill City, que lanzó hace sólo dos años.

La propia firma ha anunciado el cierre a través de su página web, aunque no ha detallado cuándo se producirá. "Estamos viviendo tiempos sin precedentes con consecuencias sin precedentes, forzándonos a tomar y afrontar decisiones difíciles", explica la empresa.

"Y **se ha tomado la difícil decisión de cerrar Hill City**", prosigue. "**Iremos cerrando poco a poco las operaciones** -añaden desde Hill City-; continuaremos reponiendo algunos productos e introduciendo nuevos para compartir las cosas en las que hemos estado

https://www.modaes.com/empresa/gap-saca-la-tijera-y-cierra-hill-city-solo-dos-anos-despues

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.

trabajando".

El lanzamiento de Hill City en 2018 supuso la primera ampliación en la cartera de marcas de Gap en más de diez años, desde que compró Athleta. **Hill City aspiraba a ser la réplica masculina a esta última marca**, la que mejor evoluciona del grupo.

Gap lanzó Hill City en 2018 con el objetivo de replicar el éxito de Athleta en hombre

La compañía estaba liderada por Noah Palmer y comenzó distribuyéndose a través de su página web y en cincuenta tiendas de Athleta. **El objetivo era posicionarse en el sector de mayor crecimiento de la moda con un posicionamiento *premium***: las sudaderas rondaban los cien dólares y los pantalones, 130 dólares.

Gap 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.

En sus últimos resultados, publicados el pasado 4 de junio, Gap ya no comunicó la evolución de las ventas de Hill City. **La empresa cerró el primer trimestre (finalizado el 2 de mayo) con una caída de las ventas del 43%** y en pérdidas.

Gap volvió a liderar la caída, con descensos incluso en el canal online, mientras que Old Navy y Athleta evolucionaron mejor en la Red, logrando amortiguar el desplome total de la facturación del grupo.

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.