

Modaes

Look

Dior se pone en forma

La compañía se ha aliado con el fabricante de equipos de fitness Technogym para complementar su nueva línea *Dior Vibe*, de moda deportiva.

Modaes
12 ene 2022 - 05:00



Dior se pone en forma. La compañía francesa de lujo, propiedad del gigante LVMH, **se ha aliado con el fabricante de equipos de fitness Technogym** para abrir tiendas efímeras dedicadas a la línea *Dior Vibe*, de moda deportiva.

Los equipos de Technogym, como mancuernas, balones medicinales o una cinta de correr con el logotipo de Dior, compartirán espacio con artículos como leggings, zapatillas deportivas o incluso bolsos inspirados en la estética deportiva. **El precio de los productos de Technogym oscilarán entre los 1.300 dólares y los 12.000 dólares.** Todas las piezas de la colección están fabricadas en Italia.

La colección se estrenará en varias tiendas efímeras que abrirán en las próximas semanas en Asia. Los establecimientos estarán ubicados en Shanghái, Sanya, Pekín y Hong Kong mientras que en el resto de la región los puntos de venta se encontrarán en Seúl (Corea del Sur), Taipéi (Taiwán), Bangkok (Tailandia) y Tokio (Japón). Las tiendas estarán abiertas entre el 9 y el 25 de febrero. En paralelo, la

1/2

<https://www.modaes.com/look/dior-se-pone-en-forma>

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.

empresa abrirá otros *pop up stores* en Nueva York, Londres, París o Milán.

Dior presentará ambas colecciones en los establecimientos 'pop up' del 9 al 25 de febrero

La colección *Dior Vibe*, presentada en la última edición crucero de Dior el pasado junio, en el Panathenaic Stadium de Grecia, está compuesta por accesorios, bolsos y prendas como *leggings* y anoraks, entre otros productos, además de bolsas de deporte y distintos tipos de calzado.

El grupo LVMH facturó 44.200 millones de euros en los nueve primeros meses del ejercicio 2021, lo que supuso un crecimiento interanual del 46% y del 11% con respecto a 2019, año previo al estallido de la pandemia.

Technogym, por su parte, cerró los nueve primeros meses con un crecimiento del 20,8%, hasta 424,8 millones de euros, gracias al crecimiento del negocio de maquinaria para entrenar en casa, que se disparó un 26%.