

Oxford Street: talento emergente para locales vacíos

El Ayuntamiento de Westminster ofrecerá un espacio, sin cobrar ningún tipo de alquiler, para marcas emergentes y diseñadores locales, en el número 500 de la calle Oxford Street, para remontar la actividad comercial de la capital británica.

Modaes
15 oct 2021 - 05:00



Oxford Street saca partido de los locales vacíos. Un antiguo *flagship store* de New Look albergará, en el número 500 de la calle Oxford Street, a marcas de moda de manera gratuita como parte del plan del Ayuntamiento de Westminster para reactivar una de las calles comerciales más importante de Londres.

Antes de que comience la época navideña, el Ayuntamiento está ofreciendo espacio emergente gratuito para nuevas marcas y diseñadores, sin cobrar

Modaes

ningún tipo de alquiler, y cubrirá más de 800.000 libras esterlinas (942.680 euros) en tarifas comerciales.

Con esta iniciativa, **la alcaldía espera mostrar los nuevos talentos del panorama local y atraer a nuevos turistas y compradores**, reactivando la economía nacional e impulsando el comercio tras la irrupción del Covid-19.

En los últimos meses, Oxford Street ha sufrido el impacto de la pandemia no sólo en la pérdida de visitantes, sino también de inquilinos. Varios operadores de moda han cerrado sus establecimientos en el eje, como Topshop que, tras la entrada de Arcadia en concurso, cerró su emblemático *flagship* en la calle; o Debenhams, que también se vio abocado a los juzgados y ha sido adquirido por Boohoo.

Oxford Street está en plena renovación para transformar el eje comercial de la ciudad británica y revivir el turismo y el comercio

En febrero de este año, el Ayuntamiento de Westminster también anunció la inversión de 150 millones de libras para transformar el eje comercial, uno de los más importantes de la capital británica y donde se concentran los principales operadores de moda.

Este plan de transformación también incluía tejer una red de transporte con cero emisiones, reutilizar y dar un lavado de cara a los edificios ya existentes y dar apoyo al comercio, oficinas, restaurantes y actividades de ocio ubicados en la vía, entre otras acciones.

Por otra parte, muchas marcas están apostando por abrir establecimientos en el corazón comercial de Londres. En marzo de este año, Mango se sumó a la renovación de Oxford Street con un nuevo *flagship*, ubicado en el número 223-235 del *eje prime* de la ciudad británica y, otra empresa que quiso sumarse fue Hugo Boss, que también abrió un *flagship* en Oxford Street durante el mismo mes.