

EQUIPAMIENTO

La Quinta Avenida pierde brillo: Asics cierra su 'flagship'

La compañía de moda y calzado deportivo ha bajado la persiana de su buque insignia en el *high street* de Nueva York, de donde también han salido Valentino, Gap o Tommy Hilffiger.

Palco23
5 ene 2021 - 11:12



La Quinta Avenida sigue vaciándose. Asics ha seguido los mismos pasos que otros operadores del sector de la moda y ha cerrado su **flagship store** de la Gran Manzana de Nueva York, según ha explicado la empresa en un comunicado.

Asics no es la única tienda que ha bajado la persiana en la Quinta Avenida. A lo largo de 2020, ya lo hicieron Valentino o L Brands con uno de los establecimientos de Victoria's Secret. En los últimos años, varios operadores de moda, como Tommy Hilffiger, Versace o Gap, también han cerrado sus *flagships* en el principal eje comercial de Nueva York.

Asics abrió su establecimiento en el número 579 de la mayor calle comercial de Nueva York en 2017, convirtiéndose en su primera tienda insignia en Estados Unidos. El *flagship store* contaba con 189 metros cuadrados y distribuía los artículos de las dos marcas de la empresa: Asics y Asics Tiger.

“En medio de las incertidumbres sobre cuándo terminará la pandemia del coronavirus, el cierre de esta tienda mejorará aún más la rentabilidad del negocio norteamericano, considerando el riesgo comercial de continuar operando el establecimiento y otros factores”, ha argumentado la compañía.

Asics cerró el ejercicio 2020 con un volumen de ventas superior al previsto a mitades de año

El cierre del establecimiento, tendrá un impacto de 2.300 millones de yenes (18,2 millones de euros). Tras la operación, la lista de locales en alquiler en la Quina Avenida sigue creciendo, a medida que sus inquilinos abandonan la calle y realizan ajustes en sus redes de tiendas.

Pese al impacto de la pandemia, el grupo se mostró optimista a cierre del ejercicio de 2020 (finalizado el 31 de diciembre). En noviembre, Asics preveía unos ingresos de ventas de 320.000 millones de yenes (2.605 millones de euros), tras lo que calificó como una evolución positiva del negocio en los últimos meses del año. Por su parte, la compañía situó las estimaciones de las pérdidas operativas en 6.000 millones de yenes (49 millones de euros).