

CLUBES

El Barça abrirá dos 'pop ups' en Japón para acelerar la venta de productos en su gira

El club blaugrana se ha aliado con Rakuten, patrocinador principal y socio para su ecommerce en el país, para instalar tiendas temporales en las ciudades de Tokio y Kobe.

M.Menchén
19 jul 2019 - 04:58



El FC Barcelona da un nuevo paso en su estrategia de retail. El club ha ampliado su alianza con Rakuten para abrir dos tiendas **pop up** en Japón durante su gira estival por el país, de manera que por primera vez tendrá establecimientos físicos en este mercado. Así, refuerza su relación en este ámbito, pues el gigante tecnológico ya estaba apoyando la distribución de artículos blaugrana a través de su ecommerce Rakuten Global Market.

Las dos Barça Store se han abierto en Kobe y Tokio, ciudades donde el reciente campeón de LaLiga Santander disputará sus encuentros durante la gira de este verano. La apertura de los establecimientos se produjo el pasado día 13 y se mantendrán abiertas hasta el 28 de julio en el caso de Harajuku, uno de los barrios más

famosos de la capital, y hasta el 4 de agosto en el caso de Kobe.

Los puntos de venta se han decorado con la misma estética que se utiliza en Cataluña, donde actualmente se concentra la red de distribución a pie de calle del club. Eso sí, la superficie de los locales es mucho más restringida y en la oferta se han priorizado las equipaciones oficiales de 2019-2020 y algunos artículos de *merchandising* vinculados a la línea de moda de calle, entre otros. En total, habrá cuarenta referencias disponibles.

Las dos tiendas temporales del Barça en Japón estarán en las ciudades de Tokio y Kobe, donde disputará sendos partidos

“Las tiendas emergentes del FC Barcelona se han lanzado como parte de iniciativas diseñadas para fusionar los deportes y los negocios”, señalan desde Rakuten, que también da nombre a la gira de partidos amistosos en los que el Barça se enfrentará al Chelsea FC y al Vissel Kobe, equipo nipón que es propiedad del gigante tecnológico.

Esta primera experiencia a pie de calle es importante, porque hasta ahora su anterior incursión en Asia es el punto de venta que hay dentro del gran complejo de formación y entretenimiento que abrieron en la isla de Hainan (China). De hecho, el recorrido en el exterior del Barça es limitado, pues toda su ofensiva se ha basado en el apoyo de Nike a través de su portal de ecommerce.

Por el contrario, en Barcelona sí hay una clara estrategia de crecimiento en el canal físico, tras la recuperación de la gestión de la tienda en la Terminal 2 del Aeropuerto de Barcelona-El Prat y la planificación de una *flagship store* en Las Ramblas, donde se estrenará un nuevo concepto de tienda. Se trata de un establecimiento de 1.900 metros cuadrados en el número 124 de la calle, a escasos metros del local de gran tamaño que ya tiene Nike y también del NBA Café.

Esta es la primera tienda propia que abrirá el club presidido por Josep Maria Bartomeu desde la recuperación del negocio de retail. Esa es una de las claves del nuevo contrato de patrocinio con Nike, que se inició en 2018-2019 y ha supuesto la integración de una plantilla de 250 personas. En 2017, último año con datos disponibles, la sociedad que explotaba el *merchandising* blaugrana facturó 62 millones de euros y ganó 1,8 millones.

La sociedad encargada de explotar el *merchandising* del Barça factura más de 62 millones de euros anuales

El local ocupará tres niveles, con la planta baja dedicada al hombre, la primera a la mujer y un espacio subterráneo en el que habrá una zona para niños y un laboratorio de estampación de camisetas, según ha informado hoy el club. El interior del establecimiento se inspirará en lugares emblemáticos de la ciudad, e incluso habrá una reproducción de la fuente de Canaletes, donde los aficionados celebran los títulos.

La nueva Barça Store será la segunda más grande del club, sólo superada por la Megastore del Camp Nou, que también es una de las tiendas vinculadas a Nike que más factura en todo el mundo. Ahora, el entorno del estadio es sustituido por un edificio protegido de la capital catalana.

Con este nuevo punto de venta, la red estará formada por 19 locales, de los cuales sólo cuatro serán propios: a los del Camp Nou y Las Ramblas, hay que añadir los de Paseo de Gracia y el *outlet* situado en La Roca Village. En la capital catalana hay otras nueve Barça Store gestionadas por franquiciados, tres de las cuales se emplazan en el Aeropuerto. En la Costa Brava está presente en tres municipios distintos, y cuenta con socios en Ibiza y Palma de Mallorca.