

EQUIPAMIENTO

Adidas entrará en Bilbao y A Coruña con tiendas propias mientras reordena su red de franquicias

El grupo alemán de artículos deportivos abrirá sus dos primeros establecimientos propios en estas ciudades y reforzará su presencia Portugal a la espera de resolver el futuro de 19 franquicias de un antiguo socio.

Álvaro Carretero
11 abr 2019 - 05:00

El grupo alemán de artículos deportivos abrirá sus dos primeros establecimientos propios

Adidas suma y sigue con la apertura de tiendas *outlet*. La marca alemana de equipamiento deportivo abrirá dos nuevos locales en A Coruña y en Bilbao, dos ciudades en las que no operaba con tiendas propias, según ha podido saber *Palco23*. Ambas inauguraciones estaban previstas antes de conocerse la ruptura con Valadri, su principal socio en la Península Ibérica, donde operaba 19 tiendas.

El centro de la capital de Vizcaya será un *outlet* multimarca de Adidas y Reebok que se ubicará en el centro comercial *Barakaldo Megapark*. El local, que abrirá el 6 de junio, será el de mayor superficie, con 1239 metros cuadrados. El de A Coruña, por su parte, ocupará 656 metros cuadrados y se inaugurará el 9 de mayo en el centro comercial *The Style Outlets*.

Estos dos proyectos se desarrollan de forma simultánea a la reordenación de su red de tiendas franquiciadas, después de que Valadri se declarase en concurso voluntario de acreedores. La filial dirigida por Marta Ríos prevé reabrir tres de las ocho tiendas afectadas en España y trabaja para encontrar nuevos socios que operen las cinco restantes, según han informado fuentes de la compañía a este diario. Por otro lado, en Portugal ha conseguido recuperar seis de los once establecimientos y negocia con tres nuevos licenciatarios para poner en funcionamiento otros tres.

El centro de Vizcaya será el de mayores

dimensiones, superando al que inauguró en San Sebastián de los Reyes el año pasado

A la espera de conocer el futuro de las franquicias embargadas, la marca alemana cuenta con una red de 31 franquicias y alcanzará la veintena de tiendas propias en España con estas dos aperturas. Contando los de Galicia y País Vasco, Adidas suma catorce *outlets*, que se reparten entre la Comunidad de Madrid, Andalucía, Aragón, Cataluña y la Comunidad Valenciana.

De hecho, las últimas inauguraciones que ha realizado la compañía alemana han sido siguiendo el modelo *outlet*. En 2018 abrió su primer *outlet* multimarca para distribuir artículos de Adidas y Reebok en San Sebastián de los Reyes (Madrid), que cuenta con una superficie de 1.167 metros cuadrados, el mayor hasta que se inaugure el de Bilbao. Este concepto de establecimiento también lo trabaja en el centro de Viladecans (Barcelona).

Este tipo de establecimientos son una opción recurrente para los *retailers* durante las crisis económicas, ya que “presentan menos riesgo que otros modelos de distribución física y son más resilientes a largo plazo frente al impacto del *ecommerce*”, según el informe *A-Z Report*, elaborado por *TH Real Estate*.

Los outlets son un modelo de tienda que presenta menos riesgo para los retailers frente al impacto del *ecommerce*

El impulso del comercio electrónico puede ser una de las razones que expliquen la estrategia de apertura de los *outlets* que Adidas ha llevado a cabo en España durante los últimos años. La marca ha anunciado en su último informe de presentación de resultados económicos que se centrará en reforzar sus canales de venta digital con el objetivo de restar aún más peso al volumen de facturación que aportan las tiendas físicas actualmente.

Además, Adidas ha apostado por disminuir el número de tiendas a nivel global en el futuro inmediato. “Con el tiempo tendremos menos establecimientos, pero serán mejores”, ha afirmado Kasper Rorsted, consejero delegado de Adidas, en una

entrevista con el *Financial Times*.

Para 2020, la compañía alemana espera que los ingresos a través de sus canales de *ecommerce* alcancen 4.000 millones de euros, lo que correspondería en torno a un 16% de su facturación, si se da por bueno el ritmo de crecimiento de entre el 5% y el 8% establecido por la compañía para los próximos dos años.

El Real Madrid, socio clave en España

En España, el negocio del retail incluye los derechos de explotación del *merchandising* del Real Madrid a través de sus tiendas oficiales. El club blanco reordenará la presencia de sus tiendas en Barcelona después de haber lanzado la mayor ofensiva de un equipo de fútbol en una ciudad distinta a la suya, según ha podido saber este diario.

De momento, el club ha decidido concentrar su actividad en los centros de Las Ramblas y en el centro comercial Maremágnum, mientras que el establecimiento ubicado en la calle Ferran dejará de distribuir en exclusiva los productos oficiales del Real Madrid y pasará a comercializar material de otros equipos con licencia Adidas.

La marca está pendiente de cerrar la renovación del acuerdo de patrocinio con los madridistas, en el que también se está negociando si se mantiene la actual fórmula de explotación de *merchandising*. En cualquier caso, el objetivo de la dirección es no bajar de 150 millones de euros anuales entre el *fee* del patrocinador y los ingresos que provienen del retail. Este último negocio creció un 5% durante la temporada 2017-201, hasta 26,47 millones de euros.

Adidas opera en 2.500 tiendas propias en todo el mundo y cuenta con 13.000 franquicias monomarca en todo el mundo. La compañía cerró con una facturación de 21.915 millones de euros, un 3% más que en 2017, mientras que su beneficio se disparó un 45%, hasta 1.702 millones de euros, aunque la compañía aseguró que este incremento se debe únicamente al impacto negativo que tuvo la reforma fiscal impulsada por Donald Trump el año anterior.