

EQUIPAMIENTO

El deporte español se une para lanzar un 'marketplace' de moda y equipamiento

La asociación Afydad ha recibido luz verde del Icex para dedicar los recursos del plan sectorial al lanzamiento de Spain is Sport, una plataforma con la que quiere elevar la notoriedad de las marcas españolas de deporte.

Pilar Riaño
5 nov 2020 - 04:45



Un *marketplace* especializado en artículos españoles de moda y equipamiento deportivo. Este es el nuevo proyecto del sector español del deporte, que, capitaneado por la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores de Artículos Deportivos (Afydad), ha logrado luz verde del Icex para ponerlo en marcha. La plataforma online, que tiene como principal objetivo aumentar la notoriedad de las marcas españolas de deporte, se lanzará en enero bajo el nombre Spain is Sport.

La plataforma de distribución online (que Andrés de la Dehesa, presidente de Afydad, define como "la casa del deporte") estará gestionada por la asociación y funcionará bajo el modelo de *drop shipment*, de manera que cada marca gestionará su propio stock, buscando incluso la colaboración con los distribuidores.

Para poner en marcha este proyecto, Afydad utilizará los fondos recibidos del Ices en el marco del plan sectorial para internacionalización del sector a través de ferias y misiones comerciales. El plan sectorial del Ices para el sector de la moda y el equipamiento deportivo está dotado anualmente con alrededor de 100.000 euros.

En 2020, como consecuencia de la pandemia, sólo se ha consumido la parte proporcional a la asistencia a la edición de la feria Ispo, si bien estaba previsto apoyar la participación en otros eventos como Fibo, así como misiones comerciales a tres países. Afydad ha presentado una adenda y ha logrado luz verde del Ices para reasignar el presupuesto de este año.

Afydad gestionará la tienda online, que funcionará bajo el modelo de 'drop shipment'

En paralelo, Afydad trabaja ya en la definición del plan sectorial de 2021, que, como dice de la Dehesa, "estará más basado en la inversión en bits que en metros cuadrados". De este modo, una parte relevante del presupuesto de 2021 se basará en inversión online para posicionar el nuevo *marketplace* y, a la postre, las marcas españolas del sector.

Los segmentos de *outdoor* y pádel (con los *claims Spain is outdoor* y *Spain is padel*) serán los dos verticales por los que Afydad apostará en 2021, para ampliar posteriormente a otros deportes. La asociación ha decidido comenzar por estos dos segmentos por la relevancia que tienen en el país, tanto en número de empresas dedicadas a ellos (de Ternua a Buff o de Bullpadel a Jhayber) como en práctica deportiva.

Según ha explicado a Modaes.es el presidente de Afydad, "Spain is Sport debe ser el paraguas de la futura estrategia de internacionalización y difusión del conocimiento de las marcas españolas de deporte ante el consumidor final". Afydad está trabajando ahora en el proyecto de definición estratégica (de *branding* a infraestructura tecnológica), que será presentado a sus asociados el próximo 11 de noviembre.

La plataforma online se lanzará primero en España y en 2022 se internacionalizará

El objetivo de 2020 de Afydad es poner en marcha la plataforma, mientras que en 2021 la prioridad será dar a conocer las marcas entre el público español, y en 2022 abordar los mercados internacionales, consolidando proyectos de difusión en mercados como China y Oriente Próximo.

El lanzamiento de esta plataforma es parte del plan de digitalización a corto y medio plazo que quiere impulsar la entidad para el sector. Afydad pondrá en marcha también un **showroom** virtual profesional bajo el paraguas de Spain is Sports, en el que cada marca tendrá su propio espacio para mostrar sus productos al mundo.

“El objetivo del **showroom** es aumentar la visibilidad y promocionar las marcas españolas a escala internacional y llegar a nuevos compradores internacionales para impulsar las ventas de las empresas”, señala la entidad.

Afydad pondrá en marcha también un ‘showroom’ virtual profesional bajo el paraguas de Spain is Sports

Por otro lado, a través de una consultora, y con el apoyo de Icx, se está estudiando la posibilidad de que la asociación pueda disponer de un **hub** en China y que a medio plazo pueda utilizarse en este mercado el **showroom** virtual y el ecommerce.

De hecho, entre los planes de la asociación figura replicar la plataforma Spain is Sport en China, buscando abrir camino a las marcas españolas en el gigante chino Alibaba y otros distribuidores en el país.

Afydad, que tiene cincuenta años de historia, cuenta con un centenar de asociados. Uno de los principales objetivos de la entidad es aumentar esta base, teniendo en cuenta que en España existen 900 empresas vinculadas a artículos deportivos en España.