

EQUIPAMIENTO

Foot Locker estrena concepto en Barcelona y abre su 'flagship' en Plaza Cataluña

La compañía se ha instalado en un espacio de 550 metros cuadrados en el número 20 de Plaza Cataluña, con un concepto de tienda con enfoque local y apoyado en la tecnología.

Palco23
20 may 2021 - 15:42



Foot Locker conquista el corazón de Barcelona. La cadena estadounidense de *sneakers*, ha puesto en marcha su anticipado **flagship** en Plaza Cataluña, que incluye un nuevo concepto de retail apoyado en el arte y la tecnología y con un enfoque local.

El establecimiento se encuentra en el número 20 de la plaza, muy cerca del buque insignia que Primark abrió el año pasado, y cuenta con una superficie de 550 metros cuadrados en dos plantas.

Para crear el proyecto, Foot Locker se ha asociado con dos artistas de la ciudad, Dirty y Nuria Yubia, que también han creado una serie de monedas que los clientes podrán coleccionar durante su visita a la zona de niños a través de una experiencia de

gamificación.

Los clientes podrán recoger códigos QR durante su visita con su dispositivo móvil para ser recompensados con descuentos y ofertas especiales, o interactuando con las pantallas de la tienda con juegos como una cancha de baloncesto digital en la planta de House of Hoops, entre otras nuevas funcionalidades a través del móvil. La nueva función “escanea y aprende” también ofrece inspiración en directo al escanear los códigos de barras y sugerencias de zapatillas y ropa que coinciden con sus gustos.

Foot Locker ha incluido también un espacio House of Hoops, desarrollado con Nike y especializado en baloncesto

House of Hoops es una zona creada en colaboración con Nike que incluye artículos exclusivos de licencia de la NBA. Esta apertura coincide con la inauguración de la cancha de baloncesto recientemente renovada en el barrio de Poblenou.

“Esta nueva tienda en Barcelona sienta un precedente para nosotros en Europa por su innovadora tecnología para una mejor experiencia del cliente”, ha explicado Susie Kuhn, *senior vice president* y *general manager* de Foot Locker Europa.

“Crea una conexión más profunda con nuestra comunidad local, proporcionándoles un espacio que va más allá del espacio comercial tradicional y hace que los visitantes, los locales y los aficionados al baloncesto sean participantes activos”, continúa.

La cadena ha colaborado con artistas locales de Barcelona para el proyecto

Foot Locker también ha apostado por la sostenibilidad, añadiendo elementos de la tienda hechos con materiales reciclados, como los maniqués, creados a partir de zapatillas reutilizadas. Las perchas utilizadas en la tienda están hechas de plástico reciclado por el socio Arch&Hook, recogido principalmente de los cuatro ríos más contaminados del mundo.

Para celebrar la apertura, Foot Locker también ha desarrollado una serie de instalaciones de arte inmersivo por toda la ciudad, en colaboración con artistas como

PALCO23

Kenor, Ricard Guixà o Perrine Honore, y estudiantes de la Escuela Superior de Diseño BAU de Barcelona.

Foot Locker finalizó el ejercicio 2020, concluido el 30 de enero, con una facturación de 7.548 millones de dólares, sólo un 6% menos que el año anterior. La empresa registró un beneficio de 323 millones de dólares.