

## EQUIPAMIENTO

# Kelme inicia su mayor ofensiva en China con una 'macrotienda' y portales en Tmall y JD.com

El fabricante ilicitano de artículos deportivos se ha lanzado a la conquista del mercado asiático con un establecimiento propio en Jinjiang y una mayor ofensiva internacional de la mano de su nuevo accionista.

Álvaro Carretero

28 mar 2019 - 04:59



De Barcelona 92 al Real Madrid, pasando por la creación de su propio equipo ciclista. Entre los 90 y los 2000, Kelme se situó en la élite del deporte y compitió con las grandes marcas multinacionales. Sin embargo, los problemas económicos llegaron a poner en riesgo la continuidad de la empresa, hasta que el capital chino salió al rescate para devolverla al tablero del fútbol internacional. Yuanxiang, su nuevo máximo accionista, no sólo ha reflatado a Kelme, sino que ha abierto las fronteras del mercado asiático y ha construido una **macrotienda** de 1.100 metros cuadrados para que ejerza de motor en la región.

El establecimiento está ubicado en la ciudad Jinjiang, al suroeste del país, y fue

inaugurado en diciembre con motivo de la conferencia internacional *One world, one Kelme*, celebrada por la compañía en el país asiático. La macrotienda está dotada de alta tecnología y acerca a China un nuevo concepto de *boutique* de grandes dimensiones, que cuenta con todos los productos oficiales de la marca, desde las equipaciones de fútbol hasta las líneas *outdoor*, donde esperan que se produzca el mayor crecimiento con una nueva línea de moda deportiva.

Este proyecto fue el primer ejemplo visible de esta nueva etapa, en la que no sólo será el distribuidor de la marca en China, sino que se ha convertido en el dueño del 80% de toda la compañía. La operación valoró a la empresa en 300 millones de yuanes (39 millones de euros), según la agencia oficial de noticias china *Xinhua*.

## **El establecimiento, inaugurado en diciembre, cuenta con 1.100 metros cuadrados y está previsto que sea el motor de la marca en China**

“Esperamos aprovechar el desarrollo de China y que el enorme potencial del consumo deportivo permita promover la presencia de Kelme para convertirla de nuevo en una marca global”, ha afirmado Ke Yongxiang, director general del nuevo propietario de la marca española.

Se prevé que esta nueva tienda sea la punta de lanza en el mercado asiático, donde ha entrado progresivamente a través del comercio digital, de la mano de portales como Tmall y JD.com, dos de las principales plataformas de ecommerce del país.. De hecho, China se ha convertido en uno de los principales mercados para la industria del deporte durante los últimos años, que en 2017 movió 2.200 billones de yuanes (285.295 millones de euros), un crecimiento del 15,7%.

El despegue deportivo en China ha logrado que Kelme haya encontrado en este mercado la influencia que había perdido en el territorio español. Gracias al impulso financiero de su nuevo dueño, ha regresado al panorama futbolístico, donde patrocina a cuatro clubes de LaLiga Santander.

La marca ilicitana tiene incluso más representados que Nike y Adidas, aunque los contratos con los grandes clubes aún son monopolizados por ambas multinacionales. Se estima que esta temporada la compañía invertirá unos cuatro millones de euros entre el RCD Espanyol, SD Huesca, Rayo Vallecano y Deportivo Alavés.

## **Kelme ha regresado a LaLiga de la mano de equipos como el Espanyol, Alavés, Huesca y Rayo Vallecano y espera firmar nuevos patrocinios**

Sin embargo, la española no es la única competición en la que Kelme tiene mayor presencia. La marca firmó un acuerdo a principios de 2019 para ser el patrocinador oficial de diez equipos de la League One y vestir a los árbitros y el resto de personal, además de ser balón oficial del torneo.

Desde Yuanxiang se ha redirigido la estrategia de patrocinios en un doble sentido. Por un lado, se ha apostado por un plan de crecimiento en materia de esponsorización como puerta de entrada para firmar acuerdos de mayor entidad en el fútbol internacional. Por otro lado, la visibilidad que otorga lucir el logotipo de Kelme en las camisetas de los equipos contribuye a recuperar el terreno perdido en España y a aumentar la reputación en China. Además de su retorno al fútbol, Kelme también ha sacado el talonario de yuanes en el baloncesto, convirtiéndose en el socio del Baskonia y a la selección turca de baloncesto.

“En 2019 iniciamos una nueva etapa en la que trabajaremos por desarrollar los mercados nacionales e internacionales, así como la imagen de la marca a nivel global, la cual vamos a desarrollar en colaboración con la filial española”, ha afirmado Ke Yongxiang. ¿Veremos unos futuros Juegos con España y China vestidas por Kelme?