

## EQUIPAMIENTO

# Nike instalará en Barcelona su establecimiento más grande de Europa

La marca estadounidense, que ha situado a la capital catalana como una de sus palancas de crecimiento hasta 2020, está ampliando hasta 8.000 metros cuadrados el *outlet* que tiene junto a La Roca Village.



Guillermo G. Recio  
12 abr 2018 - 05:00

Nike tendrá una tienda dedicada únicamente a la marca del swoosh con 2.600 metros cuadrados.

Nike sigue sumando esfuerzos en Barcelona. La marca estadounidense hace tiempo que situó a la capital catalana como una de sus principales áreas estratégicas hasta 2020, y ahora ha decidido dar un paso más con la apertura de su tienda más grande de Europa dedicada a la marca del *swoosh*, tal y como ha confirmado la compañía a *Palco23*. La dirección ha apostado por reciclar un punto de venta ya existente y renombrarlo bajo el concepto Nike Factory Store Barcelona Big Box. La fecha prevista para su apertura es el 31 de mayo.

Según ha podido saber este diario, la compañía está ultimando la reapertura de su Factory en el Polígono Industrial Can Massaguer, que forma parte de la oferta que hay

en los alrededores del centro comercial La Roca Village, donde también tiene una tienda de pequeño formato. Otras compañías como Mango y Cortefiel también cuentan en esta zona con naves para vender productos de temporadas anteriores a precios rebajados.

El proyecto supondrá ampliar de 1.000 metros a 2.600 metros cuadrados la superficie de venta que actualmente tenía, aprovechando parte del espacio que ocupaba el parking. Según explica la constructora Beta Konkret en su página web, el aparcamiento ahora será subterráneo y de 4.000 metros cuadrados, complementado con una zona de para aparcar al aire libre de 1.400 metros cuadrados más.

## **Nike tendrá una tienda dedicada únicamente a la marca del *swoosh* con 2.600 metros cuadrados de superficie comercial**

La apuesta por este tipo de establecimientos donde la marca aprovecha para vender parte de su stock de otras temporadas es habitual. De hecho, 24 de las 41 tiendas propias que tiene la marca en el país son locales de formato **outlet**. Una de las últimas aperturas fue en 2014 en el Parque Oeste de Alcorcón, que entonces se calificó como la más grande de España.

El grupo estadounidense de moda y equipamiento deportivo también ha realizado una fuerte apuesta con El Corte Inglés, con el que ya tiene toda la primera planta de su centro de Portal de l'Àngel, en Barcelona. Ahora, ultima la puesta en marcha de una macrotienda en los grandes almacenes de Puerta del Sol, en Madrid, que se convertirá en uno de sus mayores establecimientos en España. La nueva tienda de Nike ocupará las cuatro plantas del centro, que suman 1.600 metros cuadrados.

Con esta reapertura de su **outlet** en La Roca del Vallés se refuerza el fuerte impulso de la marca en Barcelona, ya que hace unos meses puso en marcha un concepto único llamado Box Barcelona, un edificio de dos plantas situado en el barrio de la Barceloneta, frente a la playa de la capital catalana. La idea de la multinacional es que este local sea un punto de encuentro para los fans de la cultura del deporte, ya que cuenta con espacios de exposición y se celebran actividades deportivas.

## **La compañía abrió hace unos meses un club social**

## en la playa de Barcelona para interactuar con los deportistas de la ciudad

Su apuesta por la capital catalana, donde cuentan con un gran plan junto al FC Barcelona, responde a una de las líneas estratégicas del nuevo proyecto de Nike para llegar a los consumidores. Un proyecto en el que, según desveló la marca estadounidense, la capital catalana será una de las doce ciudades prioritarias para la multinacional. Según sus previsiones, estas doce ciudades distribuidas en diez países representarán más del 80% del crecimiento de la compañía hasta 2020.

La intención de Nike es desarrollar cada vez su propia red de establecimientos y acotar al máximo el negocio de sus distribuidores. La multinacional, que durante los últimos años ha desarrollado un gran plan de expansión de sus tiendas propias, ha decidido centrarse en el multimarca en tan sólo cuarenta *retailers* a escala global. La compañía facturó el pasado año algo más de 9.000 millones de dólares (7.500 millones de euros) a través de sus tiendas, tanto físicas como en Internet.

Esta misma semana, Nike anunció la adquisición de Invertex, una empresa israelí que ha desarrollado una tecnología de escaneo de artículos que aspira a mejorar la experiencia omnicanal de los usuarios. Además, recientemente, la marca ya reforzó esta estrategia con la compra de Zodiac, una empresa de análisis de datos sobre el consumidor.