

MEDIA

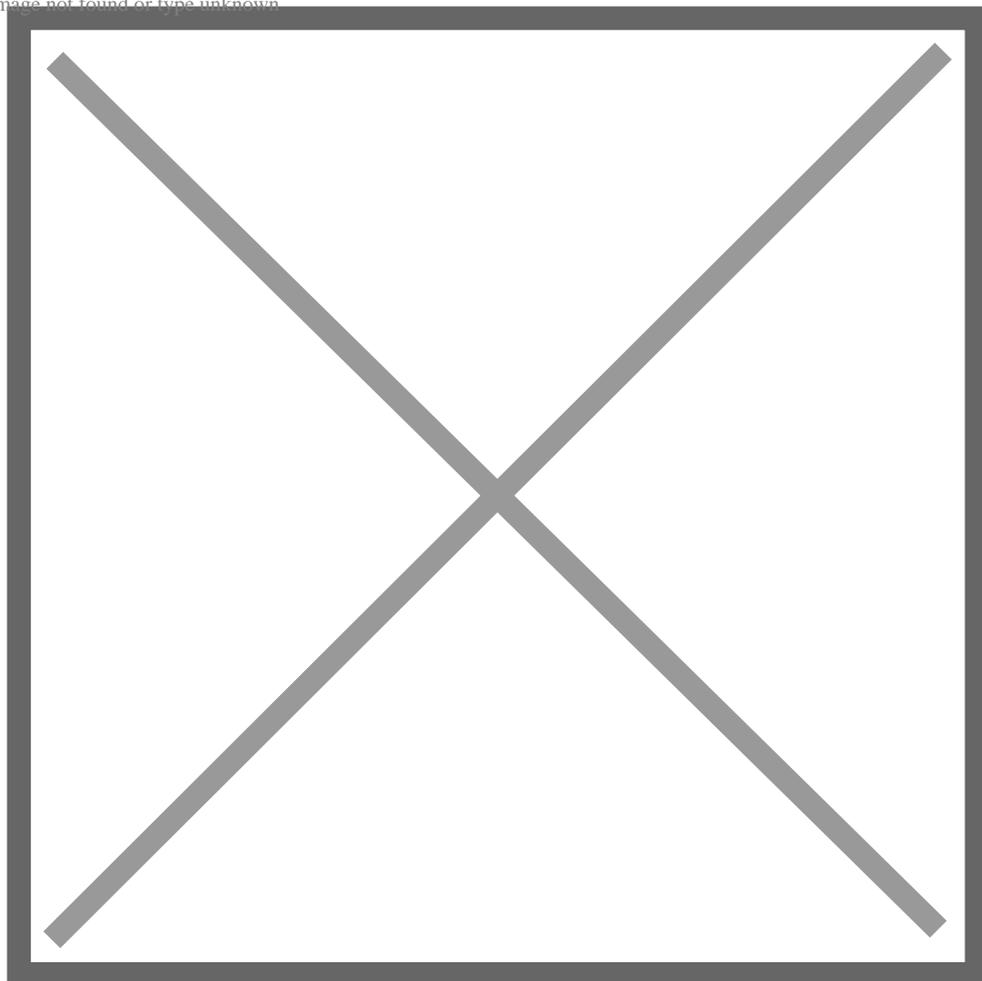
Alibaba fomentará el esquí en China tras aliarse con la federación internacional

La marca Alisports ha firmado un acuerdo de colaboración con la Federación Internacional de Esquí para alcanzar los 30 millones de practicantes en el gigante asiático.

Palco23

15 jun 2017 - 12:50

Image not found or type unknown



Alibaba estrecha lazos con la Federación Internacional de Esquí. A través de su marca Alisports, el gigante asiático del *e-commerce* ha cerrado un acuerdo con el FIS para conseguir que 30 millones de chinos practiquen deportes de nieve.

Por un lado, esta colaboración se ubica en el marco de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Invierno que Pekín albergará en 2022, y que pretende ampliar el número de aficionados a este deporte para aumentar a su vez la audiencia y el seguimiento de ese certamen. Por otro lado, el FIS se ha marcado como objetivo que ese país, que a día de hoy cuenta con 15 millones de practicantes, crezca hasta los 300 millones de esquiadores y *snowboarders* en el largo plazo. El convenio con Alisports es el primer paso para conseguir este reto.

El acuerdo establece que Alisports se encargará de la comercialización, la promoción, la venta y la organización de una campaña para fomentar esta disciplina a través de varios canales. Por su parte, la federación aportará la experiencia en la formación mediante la FIS World Academy, que emitirá sistemas de certificación del programa y trabajará conjuntamente con la Beijing Sports University.

“El esquí chino ha experimentado un gran crecimiento, pero queremos alcanzar los 300 millones de amantes de los deportes de nieve”, ha explicado el fundador y consejero delegado, Zhang Dazhong. Según el directivo, el programa se centrará en aportar “formación científica estandarizada a la ciudadanía y en hacerles sentir el espíritu de los Juegos Olímpicos de Invierno y la pasión por la nieve”.

“En los últimos quince años hemos notado un crecimiento orgánico y en popularidad de este tipo de deportes, y el país ha organizado eventos muy innovadores como el FIS Big Air y el Aerials World Cup. Ahora, con este programa también queremos acercarnos a los niños y niñas”, ha detallado la secretaria general de la federación, Sarah Lewis.

El esquí se ha consolidado como una parte relevante del negocio del deporte chino. Según un estudio elaborado por *The Economist* con la colaboración del fabricante de artículos deportivos Anta, desde el año 2000 China ha multiplicado por diez el número de estaciones de esquí, hasta alcanzar las 600. Sin embargo, en un país con 1.400 millones de habitantes esta disciplina deportiva aún tiene margen de penetración en la sociedad: las estaciones no alcanzaron las 13 millones de visitas.