

# Decathlon presenta KUIKMA, su nueva marca de pádel

13 febrero 19



- La empresa francesa quiere cubrir las exigencias de los jugadores a un precio justo centrándose en lo verdaderamente importante: el deporte
- La compañía busca posicionarse como marca de referencia del pádel en España, donde ya hay más de cuatro millones de practicantes

Madrid, 13 de febrero de 2019. - [Decathlon](#) ha lanzado una nueva marca especializada, KUIKMA, dedicada única y exclusivamente al pádel, y con ella, ya son más de 40 las firmas propias que posee la compañía francesa. Dentro de su firme compromiso de hacer accesible los beneficios del deporte al mayor número de personas, la empresa gala ha presentado su nueva gama de productos junto a 120 colaboradores de Decathlon apasionados del pádel.

El pádel se ha convertido en uno de los deportes con mayor crecimiento dentro de Europa y concretamente en nuestro país ocupa el primer puesto en la práctica de deportes de raqueta y el segundo en deportes colectivos, por detrás del fútbol. Con cuatro millones de practicantes, Decathlon no podía ser ajeno a esta tendencia creciente.

Sólo el año pasado, la compañía vendió 171.000 palas en todo el mundo, de las cuales 124.000 fueron en España. Por este motivo, y dentro de su estrategia de segmentación de marcas por deportes, la empresa de moda y equipamiento deportivo ha decidido pasar de una enseña generalista de deportes de raqueta a crear una nueva firma especializada, KUIKMA, con la que quiere dar respuesta a las necesidades de los jugadores de pádel más exigentes.

KUIKMA sale al mercado, de manera inicial, con una completa gama de palas dirigidas al usuario experto. La gama alta busca llegar al jugador más elitista a un precio muy competitivo. Progresivamente, la nueva insignia introducirá dos colecciones más desarrolladas para el jugador en nivel de perfeccionamiento e iniciación.

Debido a la fuerte demanda del pádel en España, Decathlon ha decidido establecer parte del equipo de KUIKMA en el territorio nacional. El Centro de Estudio de la nueva marca, ubicado en Madrid, trabaja con los mejores materiales del mercado en colaboración con el Centro de Investigación y Desarrollo de Lille (Francia).

*Play over the walls* es el lema escogido por la firma y tiene un significado muy especial para el equipo Kuikma, quien lo define como “jugar por encima de los muros es ser diferentes a lo que hoy existe y que el terreno de juego no se limita por cuatro paredes”.

## Exigencia e innovación

Con la gama KUIKMA, Decathlon quiere cubrir las expectativas y exigencias de los jugadores a un precio justo centrándose en lo verdaderamente importante: el deporte. Para la concepción de las primeras palas de la gama, la compañía ha utilizado los mejores materiales e innovaciones del mercado, como la fibra de carbono 12K. También ha contado con la colaboración del entrenador del World Padel Tour y ex número 1 del mundo, Horacio Álvarez Clementi, quien ha

aportado su experiencia y rigor a la concepción de los nuevos productos.