

EQUIPAMIENTO

Grifone 'escala' en la distribución de montaña con tres nuevas tiendas

Guillermo G. Recio
24 dic 2015 - 05:00

El 2015 representará un punto de inflexión para Grifone. La empresa textil, que nació en 1984 y está especializada en prendas técnicas *outdoor*, ha abierto durante este periodo cuatro tiendas en España, además de una en Argentina. Este hecho es importante ya que hace tan sólo un año solamente se encontraban en puntos oficiales de El Corte Inglés, los cuales todavía mantienen. Es decir, que desde ahora empieza a tener presencia física a pie de calle para reforzar su imagen de marca.

Tras anunciar antes del verano la apertura de su *flagship* en el exclusivo barrio de Sarriá, en Barcelona, se han puesto en marcha otros tres establecimientos, según explican fuentes de la compañía catalana a *Palco23*. Además, también ha abierto un punto de venta propio en la estación de invierno de San Martín de los Andes, donde opera bajo la marca Chamonix by Grifone.



La nueva tienda de la marca de montaña está localizada en la calle Rocafort de Barcelona./ Grifone

La última tienda en abrir se encuentra en el corazón del Eixample de Barcelona, en la calle Rocafort, ya que fue inaugurada este martes. Las otras dos están ubicadas en La Seu d'Urgell (Lleida), el municipio donde también tiene su sede, y en la estación de esquí de Sierra Nevada, para aprovechar la incipiente recuperación del sector del esquí. Además, Grifone ha asegurado a algunos de sus clientes a través de las redes sociales que esperan anunciar nuevas aperturas muy pronto.

La empresa, participada por el expresidente del FC Barcelona Sandro Rosell y uno de los miembros de la familia fundadora de Banca Privada de Andorra, Ramon Cierco, también negocia entrar en Chile a través de Komax. En México, según trascendió hace unos meses, tienen relaciones con Grupo Martí, una de las compañías más importantes del país en la distribución de material deportivo a través del canal minorista y que ya explota la primera tienda oficial del Real Madrid que hay fuera de España.

Aun así, la marca no se olvida de sus orígenes y ha firmado una colaboración con la Generalitat para reforzar y mejorar el posicionamiento de Catalunya como destino turístico destacando sus atractivos de naturaleza y montaña. Con este acuerdo, Grifone facilitará a la Agència Catalana de Turisme un espacio promocional en la tienda de Sarriá.

Uno de los principales atractivos de Grifone es que es una de las pocas marcas autorizadas en España a producir prendas con fibras Gore-Tex, que son impermeables, cortavientos y transpirables. Esta especificación es la que les dio reconocimiento de marca entre los practicantes de deportes de montaña, aunque ahora también han conseguido seducir a los consumidores con prendas de diseño que incluso son utilizadas para vestir de calle.

La compañía cerró 2014 con unas ventas de 3,5 millones, frente a los 2,7 millones registrados un año antes. Para el ejercicio en curso, se espera que la cifra de negocio pueda situarse ya en 3,8 millones. Con planta de producción en La Seu d'Urgell (Lleida), la empresa ya obtiene el 30% de todas sus ventas fuera de España.

El *outdoor*, un negocio que apunta alto

El crecimiento de esta compañía va en línea con la tendencia al alza del sector, ya que los deportes al aire libre (montaña e invierno, principalmente) se han convertido en una de las disciplinas que más de moda se han puesto entre los ciudadanos para ponerse en forma sin necesidad de entrar a un gimnasio. Además, muchas de las marcas de ropa *outdoor* han sabido diversificarse para abrirse hueco en los estilismos urbanos y ello se ha notado en su evolución. En un entorno marcado por el retroceso del consumo a todos los niveles, el sector logró crecer un 1,4% en 2014 y alcanzar un valor de 4.830 millones de euros.

Muestra también de que esta industria sigue creciendo es la expansión de los competidores de Grifone. Arcteryx, la marca canadiense de productos *outdoor* controlada por el grupo Amer Sports, ya ha puesto en marcha en Londres su primera tienda de bandera en Europa, que se suma al establecimiento abierto en Zurich hace unos años. Esta apertura llegó a finales de septiembre, una semana después de que también instalara en Shanghái su primer punto de venta en China y toda Asia.

Y en España, Ternua Group ha anunciado hace unas semanas sus previsiones de crecimiento a medio plazo, que contemplan alcanzar una facturación de 40 millones de euros en 2018. La compañía vasca, especializada en moda de deportes de montaña,

| confía en cumplir su plan de negocio gracias a su internacionalización.