

EQUIPAMIENTO

2017: un año en busca de músculo para plantar cara a Decathlon

La distribución deportiva enmarcará 2017 como un año en el que el retail se concentró todavía más para hacer frente al gigante galo de Decathlon, que tiene en España uno de sus principales mercados.

Lorenzo Molina
29 dic 2017 - 04:58

La fusión de JD Sports, Sprinter y Sport Zone quiere alcanzar a Decathlon, aunque sus c

Un escenario con menos operadores, pero más fuertes y con más cuota de mercado. Así se perfila el campo de batalla de la moda deportiva en España tras los acontecimientos que han tenido lugar en 2017. La británica JD Sports, propietaria de la cadena de tiendas deportivas Sprinter, selló una alianza el pasado marzo con la portuguesa Sport Zone, el **retailer** deportivo propiedad del grupo Sonae.

Las tres empresas sentaron las bases de la *joint venture* JD Sprinter Holdings, que aglutinará el negocio de las tres cadenas en la Península Ibérica. La operación, sujeta todavía a su aprobación por parte de la Comisión Europea, convertiría al nuevo grupo en un titán del sector. JD Sports, Sprinter y Sport Zone suman una red comercial que asciende a más de 300 tiendas en España y Portugal, así como una facturación conjunta que rebasa los 450 millones de euros.

El grupo tiene a JD Sports como accionista de referencia, con una participación del 50%. Sonae controla el 30% del capital, mientras que Balaiko, el brazo inversor de la familia Segarra, cofundadora de Sprinter, cuenta con el 20% restante.

El reparto accionarial de la nueva sociedad responde al distinto grado de rentabilidad de cada una de las empresas. Mientras que JD Sports y Sprinter presentan beneficios, Sport Zone cerró 2016 con unos números rojos de 27 millones de euros.

En el punto de mira de las tres compañías a la hora de unir sus fuerzas está Decathlon, su mayor competidor en España. El gigante galo, que facturó 1.639 millones de euros en el país en 2016, tampoco ha frenado su expansión en este mercado en los últimos doce meses.

La fusión de JD Sports, Sprinter y Sport Zone quiere alcanzar a Decathlon, aunque sus cifras están lejos del gigante galo

La empresa dio un giro de 180 grados a su estrategia comercial, alejándose de las ubicaciones en la periferia y apostando de lleno por locales en los ejes prime de las ciudades españolas más codiciadas. Madrid fue la urbe española en la que Decathlon afianzó su presencia con más fuerza: el grupo puso en marcha tres macrotiendas en el último trimestre de 2017.

La de mayor envergadura se encuentra en el antiguo Mercado de Fuencarral, donde Decathlon instaló un establecimiento de tres plantas con una superficie de 2.400 metros cuadrados. En 2017, se quedaron a las puertas de las 170 tiendas en el país.

Ante el avance imparable de operadores extranjeros como Foot Locker, AW Lab y Deichmann, los principales grupos españoles de moda y equipamiento deportivo han lanzado nuevos conceptos a lo largo de 2017 con un denominador común: las *sneakers* como eje vertebrador de la oferta.

El primero de ellos en debutar fue Wanna Sneakers, la nueva cadena de tiendas de la central catalana de compras Base. La empresa subió la persiana de su primer establecimiento el pasado febrero en la calle Gambo de Benidorm y, en los meses posteriores, puso en marcha otros siete puntos de venta en ciudades como Vic (Barcelona), La Orotava (Santa Cruz de Tenerife), Jaén, Madrid y Mogán (Gran Canaria), entre otras.

Los planes a largo plazo de Base pasan por convertir Wanna Sneakers en la punta de lanza de su expansión en los próximos años. La central de compras prevé superar las doce tiendas en el mercado español hasta 2019.

Las centrales de compra han apostado por la

fiebre de las *sneakers* con nuevos conceptos de tiendas

Twinner también amplió su abanico de conceptos en 2017 de la mano de N°1. Este nuevo modelo de tienda, donde las zapatillas copan el 65% del surtido, contaba a cierre del año pasado con más de quince establecimientos por toda la geografía española. La cadena operaba con puntos de venta en Basauri (Vizcaya), A Coruña, Granollers (Barcelona), La Garrucha (Almería), y Navalmoral de la Mata (Cáceres), entre otras ciudades. La central de compras zaragozana espera llegar a operar con 200 establecimientos de N°1 en el país en 2025, mientras impulsa en paralelo la expansión de Foot on Mars, otro de los conceptos de Twinner que tiene en las *sneakers* su mayor baza.

Décimas fue la última de las grandes empresas españolas en el sector deportivo que apostó por nuevas fórmulas para sacar partido a la fiebre del calzado deportivo en el país. La compañía madrileña debutó el pasado octubre con Invain, que abrió su primera tienda en el centro comercial Plaza Río 2 de Madrid. El grupo gestiona el negocio de Invain a través de la sociedad Invain Store, que echó a andar con un capital social de 300.000 euros y tiene a Alfonso Tejero Bados, fundador de Décimas, como administrador único.

New Balance y Under Armour se vuelcan en el *retail*

Tras años focalizadas en su expansión a través del canal multimarca y delegando su distribución en manos de terceros, los principales operadores extranjeros del deporte con presencia en España apostaron a lo largo de 2017 por la puesta en marcha de tiendas a través de sus propias filiales.

Tal fue el caso de New Balance, que en 2017 superó la barrera de los diez establecimientos en el mercado español. El grupo estadounidense subió la persiana de un punto de venta en el centro comercial Mallorca Fashion Outlet, situado en el municipio mallorquín de Marratxí. El complejo también despertó el interés de otros gigantes del sector a escala global como Under Armour y Converse, que pusieron en marcha puntos de venta en el mismo lugar.

New Balance también puso en marcha una tienda en Málaga el pasado verano, coincidiendo con el primer aniversario de la absorción de su distribuidor en el país, el grupo Alfico. La operación se produjo tan sólo un año después de la puesta en marcha

de su filial española, orientada al *retail*.

Under Armour también reemprendió su apuesta por el *retail* físico en el país. La compañía estadounidense, que rompió en 2016 con su distribuidor en el mercado español, Alnisa Sport, reabrió el pasado junio su establecimiento en el complejo The Style Outlet de San Sebastián de los Reyes (Madrid). Unos meses más tarde, en noviembre, la empresa se instaló en La Roca Village de Barcelona, donde puso en marcha otra tienda.

Under Armour ha fichado a un ex de Nike y Asics para abrir tiendas en España. De momento ya cuenta con cuatro establecimientos

En el marco de su estrategia de expansión mediante *retail*, el grupo, liderado por Jens Ulbrich en España, fichó el pasado abril a Alfonso de Inés como coordinador de su red de tiendas en el país. Antes de su incorporación a Under Armour, el ejecutivo trabajó durante siete años en Asics, donde inició su trayectoria como responsable de tienda y terminó por ejercer el mismo cargo que asumió en la estadounidense. Previamente, De Inés trabajó para Nike en Madrid, siempre vinculado a la gestión de tienda.

Skechers es otra de las empresas internacionales que apostó por engordar su red comercial en el mercado español a lo largo de 2017. En el último trimestre del año, la compañía abrió un establecimiento a pie de calle en Las Palmas de Gran Canaria y otro en el centro comercial Alisios de la misma ciudad. Además, el grupo subió la persiana de otra tienda en el complejo Plaza Río 2 de Madrid, que se inauguró el pasado octubre. Tras estas aperturas, Skechers se ha quedado a las puertas de alcanzar los veinticinco establecimientos en el país. La empresa opera con tiendas en otras ciudades españolas como Madrid, Tenerife, Barcelona, A Coruña y Baracaldo (Vizcaya).

Otro de los ejes de expansión de Under Armour en España en 2017 fue la puesta en marcha de nuevos corners de la mano de El Corte Inglés. El pasado diciembre, la compañía estrenó nuevos espacios de venta en los centros de Portal de l'Àngel (Barcelona), Pintor Sorolla de Valencia y Puerto Banús de Marbella (Málaga). La apuesta por la cadena española de grandes almacenes allanará el terreno para la distribución de Perpetual, una colección de moda deportiva para el público urbano que se lanzará en 2018 y será distribuida en España sólo en los corners de El Corte Inglés.