

EQUIPAMIENTO

Adidas planta cara a The North Face: cuarta mayor marca de 'outdoor' en 2025

La empresa se centrará en una de las actividades deportivas de mayor crecimiento y se replegará en deportes de nicho como el lacrosse o el cricket.

Palco23

24 mar 2021 - 12:05



Adidas busca su hueco en uno de los sectores ganadores de la pandemia. El grupo alemán, número dos de la distribución de moda deportiva, se volcará en outdoor para convertirse en una de las cuatro mayores marcas de esta categoría en 2025, según ha explicado su consejero delegado, Kasper Rorsted, a Financial Times.

Actualmente, Adidas es la sexta o séptima firma en este segmento, dominado por marcas especializadas como The North Face, propiedad de VF Corporation, Patagonia o Arc'teryx.

“El outdoor es el tercer mayor segmento en moda deportiva en el mundo”, explicó Rorsted al diario británico. Adidas opera en outdoor con su submarca Terrex. Aunque la empresa no desagrega datos por líneas, explica que las ventas de productos para escalar y caminar aumentaron el año pasado, mientras que las del grupo en su conjunto cayeron un 16%.

El ‘outdoor’ es el tercer mayor segmento de la moda deportiva en el mundo

En el marco de esta estrategia, el grupo fichó el año pasado a Carla Murphy, ex ejecutiva de Icebreaker (propiedad de VF) como nueva responsable de su división de outdoor. Mientras se vuelca en este negocio, Adidas se replegará en deportes de nicho como el lacrosse o el fútbol australiano y reducirá su presencia en otros como el wrestling y el cricket.

Otro de los objetivos en el plan estratégico de Adidas es mejorar su margen operativo, que antes de la pandemia se situó en el 11,3% de las ventas. El objetivo de Rorsted es elevarlo hasta entre el 12% y el 14% de las ventas para 2025, en línea con el de su rival Nike.

En 2015, antes de que la incorporación de Rorsted, el margen de Adidas era de sólo el 6,5%. Para lograr su nueva meta, será clave la venta de Reebok, prevista para este año. Para los ingresos, el objetivo es un crecimiento de entre el 8% y el 10% al año hasta 2025.

Adidas cerró el ejercicio 2020 (finalizado el 31 de diciembre) con una contracción de su cifra de negocio del 16%, hasta 19.844 millones de euros. El resultado neto se mantuvo en negro, con ganancias de 443 millones de euros, frente a los 1.977 millones de euros del año anterior.

PALCO23

Antes del estallido de la pandemia, el negocio de la moda y equipamiento para la práctica deportiva al aire libre ascendía a 5.680 millones de euros en Europa, según European Outdoor Group (EOG). La mitad corresponde a prendas técnicas y un 29% a calzado.