PALCO23

EQUIPAMIENTO

AW Lab anticipa una caída de 25% en España por los cierres y se vuelca en la Red

La cadena de calzado deportivo, propiedad del gigante Bata, acaba de lanzar su nueva plataforma de *ecommerce* en el mercado español, con la que espera reanimar las ventas.

I.P.G
29 oct 2020 - 04:52



AW Lab hace balance del golpe en el mercado español. La cadena de calzado deportivo, propiedad del gigante Bata, prevé cerrar este ejercicio con una caída de ventas de entre el 25% y el 30% en el país debido al cierre de tiendas.

Sin embargo, desde la reapertura, AW Lab ha comenzado a revertir la tendencia y ha moderado la caída hasta entre el 5% y el 8%, según ha explicado David Pujolar, director general de AW Lab en España.

https://www.palco23.com/equipamiento/aw-lab-anticipa-una-caida-de-25-en-espana-por-los-cierres-y-se-vuelca-en-la-red

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

La compañía no comunica las ventas por país. Hasta 2019, España copaba un 20% de la facturación global, que ascendía a 300 millones de euros, pero el año pasado Italia ganó terreno por lo que la cuota ha descendido.

> **Descontando el periodo de cierres, la empresa cerrará el año con una caída de entre el 5% y el 8%**

"Ha sido un periodo muy intenso, hemos tenido que replantearnos lo que pensábamos del mundo y poner en marcha unos protocolos totalmente nuevos", explica Guiseppe Consiglio, director regional de operaciones de la compañía.

El ejecutivo reconoce que, si bien las *sneakers* continúan creciendo y han resistido mejor que otras categorías, el sector también se ha resentido por la pandemia. "Con el confinamiento, se siguió comprando moda deportiva porque la gente quería estar cómoda en casa, pero no al nivel que antes", dice el Consiglio.

"La dinámica es diferente: antes, podían gastarse 150 euros en unas zapatillas, pero hoy se lo piensan mucho más", dice. "En general, se gasta menos, y lo que prima es la marca: Nike, Converse o Vans son las que mejor están evolucionando", apunta.

Con todo, el directivo cree que lo peor podría estar por llegar. "En España, a veces sucede que se necesita un golpe fuerte para que el consumidor reaccione, ahora comienza a darse cuenta de la crisis que viene, y en Navidad se notará mucho más", añade.

Online y tiendas

Uno de los motores de la recuperación de AW Lab en España ha sido el canal online. La empresa acaba de relanzar su ecommerce en el país, implementando la misma plataforma con la que ya opera en Italia.

"Desde que implementamos esta plataforma, en Italia hemos crecido un 71% online y sigue avanzando; ya copa un 5% o 6% de las ventas totales", explica Consiglio.
En España, la base comparable era muy baja pero las ventas se están casi triplicando.

La logística continuará gestionándose desde Italia pero la empresa ha cambiado el

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

sistema para emplear las tiendas como *hubs* de distribución, recepcionando y enviando mercancía cada día.

En paralelo, la compañía prevé continuar expandiendo su red de tiendas en el mercado español apoyado por la fuerte demanda de su modelo de franquicias. La empresa cerrará el año con diez nuevos establecimientos, una vez que abra la tienda que falta en Canarias en noviembre.

La empresa considera que todavía tiene recorrido para crecer en España con tiendas

“Seguimos con la estrategia de abrir de la mano de socios, pero somos bastante selectivos porque no queremos crecer con una estrategia oportunista, sino crear una red de tiendas necesaria para la omnicanalidad”, señala Pujolar.

“En el pasado, cuando entrabas en un país decías: necesito tener ochenta tiendas, hoy se trata de cuántas realmente necesitas para un objetivo concreto -explica-; si en Madrid o Barcelona antes necesitaba diez, hoy quizás me hacen falta cinco pero que todas estén conectadas”.

En este sentido, la empresa empezó el año pasado un plan de reorganización de su red de retail en Italia, “porque tenemos una cantidad importante de tiendas que no son estratégicas a tres o cinco años”, sostiene. La cadena echó el cierre a siete establecimientos el año pasado y clausurará otros nueve en 2020.

En España, en cambio, AW Lab considera que todavía tiene recorrido para terminar de cubrir geográficamente el país y, “si la economía sigue yendo como hasta ahora”, prevé poner en marcha diez nuevos establecimientos el próximo año.

https://www.palco23.com/equipamiento/aw-lab-anticipa-una-caida-de-25-en-espana-por-los-cierres-y-se-vuelca-en-la-red

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.