

EQUIPAMIENTO

El deporte escala posiciones entre las marcas de moda más valiosas

Nike continúa liderando el ránking. De las cincuenta firmas más valiosas del sector, doce son de moda deportiva. A la lista se han sumado este año Converse y Timberland.

Palco23
8 abr 2021 - 12:46



La moda más valiosa es la deportiva. Así se desprende del último ránking de las marcas más valiosas del sector de la moda, elaborado por Brand Finance. En él, seis firmas de deporte han escalado posiciones (frente a cuatro que han caído) y dos más han entrado en la lista.

De las cincuenta firmas más valiosas del sector, doce son de moda deportiva. A la cabeza del top 50 se mantiene Nike, que ya lideró la lista el año pasado. También figuran The North Face (15), Anta (17), Puma (20), Lululemon (25) y Fila (33), que han escalado posiciones.

Además, este año Brand Finance ha incluido en la lista dos nuevas marcas de moda deportiva: Converse y Timberland, especializada en calzado *outdoor*, uno de los deportes que mejor ha evolucionado en el año de la pandemia. En cambio, otras cuatro firmas de deporte (dos de ellas de *sneakers*) han perdido posiciones: Adidas,

Under Armour, New Balance y Skechers.

Nike es por séptimo año consecutivo la marca de moda más valiosa del mundo, a pesar de registrar una caída del valor de la marca del 17,5%, hasta 25.918 millones de euros. La marca aún mantiene una ventaja considerable sobre Gucci, segundo clasificado, con un valor de marca de 13.280 millones de euros, un 16,6% menos que en 2020. Rolex, por su parte, es la marca más fuerte del mundo según el Índice de Fortaleza de Marca (BSI en sus siglas en inglés), con 89,6 puntos sobre cien.

Adidas ha perdido una posición en el ránking y ha caído del podio

Nike se vio obligada a cerrar la mayoría de sus tiendas en América del Norte, Europa, Oriente Próximo y África (Emea) y Asia Pacífico debido a la pandemia. Sin embargo, la marca lo compensó con un impresionante aumento de ventas online, que casi se duplicó en Emea.

Por otro lado, Adidas ha perdido una posición en el ránking y ha caído del podio. La compañía alemana ocupa la cuarta posición con un valor de marca de 12.210 millones de euros, un 17,9% menos, tras ser superada por la francesa Louis Vuitton.

Asimismo, Fila, en la posición número 33, es la marca de más rápido crecimiento en el ranking de este año, después de un impresionante aumento del 68% en el valor de la marca, hasta 2.700 millones de dólares. La marca, que opera en setenta países a través de acuerdos de licencia, celebró un fuerte crecimiento de las ventas hacia fines del año pasado, particularmente en el mercado chino.

Desde que Fila Korea compró la marca Fila global en 2007, la marca ha trabajado para abrazar estratégicamente el regreso de las tendencias que la ayudaron a hacerse un nombre en todo el sector originalmente.

Tras Nike, el *top cinco* de marcas más valiosas de moda del mundo lo completan Louis Vuitton, con una valoración de 12.649 millones de euros; Adidas, con 12.210 millones, y Chanel, con 11.272 millones. Tras Zara, en sexto lugar, cierran la lista de las diez marcas más valiosas Uniqlo, H&M, Cartier y Hermès. Todas ellas han experimentado caídas en 2020 que oscilan entre el 4,4% de la japonesa Uniqlo hasta el 24,1% de Cartier.

Fila, en la posición número 33, es la marca de más rápido crecimiento en el ranking de este año

El calzado, en particular el deportivo, ha sido, entre las marcas del sector de la moda, el que mejor ha amortiguado los efectos de la pandemia, según el informe. Es el único que registra un aumento en el valor de la marca año con un crecimiento medio del 9% respecto al año anterior. Timberland, con un aumento de valor de marca del 30,9% ha liderado este apartado.

La firma china especializada en ropa de abrigo Bosideng es la que ha experimentado una mayor subida, no sólo en valor de marca, con un 31,2%, sino también en fortaleza de marca, con un crecimiento de 13,7 puntos. Puma y Fila también lideran las subidas. En cambio, las caídas más importantes en este campo son para J. Crew y Fossil.