

## EQUIPAMIENTO

# Intersport lanza una ofensiva comercial para abrir quince tiendas este año

M.Menchén

30 mar 2015 - 05:00

Intersport ha lanzado una importante ofensiva comercial para consolidar su posición en España en la fase inicial de recuperación económica del país. La central de compras acaba de fichar como asesor a Ángel Pardo, ex director general de Base, su principal rival en este segmento. Además, ha rebajado las cuotas que exige a sus asociados y nuevos clientes. ¿El objetivo? Sumar quince nuevos establecimientos a su red en 2015.

Ignasi Puig, consejero delegado de Intersport Spain, explica a *Palco23* que su plan para este ejercicio contempla la apertura de entre tres y cinco establecimientos propios, a los que se sumarían una decena de franquiciados. “Este buen final de año confirma un cambio de tendencia en el consumo, previendo una continuidad y mejora en 2015”, aseguraba a finales de 2014 Puig, tras la apertura de un establecimiento en Rambla Catalunya, una de las principales arterias comerciales de Barcelona. En lo que va de año ya se han inaugurado tiendas en Chiclana (Cádiz), Platja d’Aro (Girona) y Chafiras (Santa Cruz de Tenerife); en mayo inaugurará en Las Pirámides (Tenerife).



Establecimiento inaugurado en Chiclana este año.

La multinacional suiza, cuya subsidiaria en España tiene sede en Rubí (Barcelona), suma 111 licenciatarios en el país. En total, acumulan un total de 274 establecimientos

y unas ventas de 250 millones de euros en 2014 (un 3% más). La cuota de mercado de la marca estaría en torno al 9%, un peso que querrían mejorar con las nuevas aperturas.

Intersport en ningún caso tiene intención de quedarse en propiedad los establecimientos que abra, sino que es la nueva fórmula con la que quiere ayudar a sus clientes a seguir creciendo sin afrontar altas inversiones de una vez. El sistema consiste en que la central de compras, a través de su filial Intersport Expansión, asume la inversión y cede la gestión a un asociado o franquiciado. Éste, en un período de entre tres y cinco años, puede adquirir el punto de venta e integrarlo en su propia red. En la actualidad, la compañía controla nueve *outlets* y quince establecimientos, de los cuales algunos proceden de clientes que no pudieron mantener sus negocios a flote.

La actividad estricta de la central de compras generó unos ingresos de 85 millones de euros, lo que supone un incremento del 15% respecto al año anterior. La empresa emplea a noventa personas y su objetivo en los próximos meses es seguir absorbiendo costes de sus clientes, tanto con la reducción de cuotas como con la verticalización del *back office*. Es decir, seguir ampliando el número de servicios que se comparten, tanto a nivel logístico y de marketing, como en el ámbito informático y administrativo.

La buena evolución del grupo en España ha ido aparejada a la implantación de Intersport en Marruecos a través de la filial española. A finales de 2014 abrió su primer establecimiento en el país y este año abrirá otros tres puntos de venta. Para ello, se ha aliado con Hicham El Guerrouj, exatleta de conocido prestigio. Su objetivo es liderar el mercado de venta de equipamiento deportivo en el país africano en un plazo de cinco años.

#### Competencia internacional

Los planes de expansión de Intersport no son los únicos que se han anunciado en España. La cadena británica JD Sports duplicará su presencia en Andalucía con la apertura de una tienda en San Fernando (Cádiz) y otra en Sevilla, que se suman a las dos de Granada. Además, ya ha avisado que este año quiere crecer en la zona norte de España, ya que los otros ocho establecimientos que tiene se reparten entre la Comunidad de Madrid (6), Extremadura (1) y Comunidad Valenciana (1).

---

# PALCO23

---

Sport Zone, por su parte, ha alcanzado las 35 tiendas en España después de estancarse en 2014, cuando las tres aperturas se compensaron con el cierre de otros tres locales. Además, la cadena controlada por el grupo portugués Sonae ya ha realizado un primer tanteo a la fórmula de la franquicia en el país, con el punto de venta que licenció a mediados del año pasado en Ceuta. En su caso, aún tiene margen para crecer también en la zona norte, ya que casi la mitad de su red está entre Canarias y la costa de Levante y Madrid.