

EQUIPAMIENTO

La marca deportiva On se lanza al textil y prepara el salto al 'outdoor'

La compañía deportiva especializada en calzado, que patrocina a Javier Gómez Noya y factura dos millones de euros en España, prevé sumar un nuevo atleta que acelere su implantación en el país, donde ya está presente en 147 tiendas.

Álvaro Carretero
28 feb 2019 - 04:56

La compañía, que en España patrocina a Javier Gómez Noya, ha tenido unas ventas de

On *acelera* en la industria del calzado deportivo. La compañía suiza logró facturar 101,4 millones de euros en 2018, un crecimiento interanual del 57%. El fabricante se ha lanzado al textil, sector en el que espera duplicar sus ventas en 2019 y espera dar el salto definitivo al **outdoor** de cara a 2020. Para este año ya preparan el lanzamiento de una nueva colección de calzado y la búsqueda de otro atleta de primer nivel que acompañe a Javier Gómez Noya y acelere su expansión en España, donde ya ronda los dos millones de euros de facturación.

Contar con el pentacampeón del mundo de triatlón ha ayudado a afianzar el desarrollo de On en España, donde están presentes en 147 puntos de venta. La compañía ha aumentado sus ventas un 62% desde 2016 a nivel internacional, mientras que en España lo hacen a un ritmo del 48%, hasta 1,94 millones de euros. Entre las razones que explican este decalaje están "la cultura de consumo española, que está ligada a las rebajas y a los cambios estacionales, algo que no sucede en el norte de Europa y otros países", explica Rodrigo Mérida, director de marca de On España a *Palco23*.

"Las colecciones están pensadas para que duren el año completo, es decir, no están enfocadas al concepto actual de moda deportiva, por lo que nos resulta más difícil adaptarnos a las peculiaridades del mercado español", afirma Mérida. On España, además, cuenta con Siker Sports como distribuidor único, no con una filial directa de la marca internacional.

El triatleta Gómez Noya es el principal embajador

de On, afianzando su imagen de marca en España

Según Mérida, entre los objetivos marcados por la empresa para 2019 se encuentra "alcanzar un acuerdo con un corredor de máximo nivel de cara al Ultra Trail de Montblanc". Hasta ahora la estrategia de patrocinios de la compañía se había enfocado a los triatletas como Gómez Noya, quien les escogió personalmente tras acabar su contrato con Mizuno en 2017 y se ha convertido "el mejor embajador, especialmente para nosotros en España".

A nivel global, los planes de la marca en 2019 pasan por "segmentar los productos entre *outdoor* y *active life*", según el directivo. "En la temporada de otoño-invierno de este año vamos a lanzar una nueva colección de calzado *outdoor*, aunque el gran salto llegará el año que viene, en 2020", matiza.

Otro de los objetivos de la empresa suiza es ampliar su presencia en nuevos mercados emergentes, donde "hay proyectos en curso para abrir nuevas oficinas, como se hizo en China, Australia, Vietnam y Brasil en 2018, aunque salvo la oficina de Zurich en 2021, no hay nada cerrado", avanza Mérida. Actualmente, On cuenta con más de 5.000 tiendas en 55 países y con 25 distribuidores por todo el globo. En los últimos años han concentrado sus esfuerzos en el desarrollo de la marca en Estados Unidos, donde repiten por segundo año consecutivo como la marca de calzado de *running* que más ha crecido.

El calzado representa el 80% de sus ventas, aunque la compañía espera doblar las del sector textil con la nueva línea de ropa

El calzado representa el 80% de las ventas de la compañía con 81 millones de euros, aunque recientemente ha lanzado una nueva línea de productos textiles con la que esperan "doblar la facturación este año", explica Rodrigo Mérida. No obstante, añade, el objetivo principal continuará siendo "mantener el ritmo de crecimiento del calzado".

La apuesta por el *running* a través de atletas de élite no es sino otra muestra más de que el crecimiento de On en los próximos años vendrá de la mano del *outdoor*. Un sector donde ya han comenzado a dar los primeros pasos este año a través de su línea de textil y el lanzamiento de su futura colección de calzado, que saldrá el próximo

| otoño.