

EQUIPAMIENTO

Nike, a por las masas: se alía con Lidl para vender online

El gigante de la moda deportiva, que está reduciendo su red de distribuidores, ha comenzado a vender ropa para hombre y niño a través de la web de la cadena de supermercados.

Palco23
9 feb 2021 - 18:15



El titán del deporte y el gigante de los súper, unidos. Nike, el mayor grupo de distribución de moda y equipamiento deportivo del mundo, ha sellado un acuerdo con Lidl para vender una colección de prendas deportivas a través de su web.

La línea está disponible únicamente online e incluye sudaderas, camisetas y pantalones de chándal para hombre y niño, con precios que oscilan entre 12 euros y 40 euros. El acuerdo se produce tras el éxito de Lidl en su incursión en deporte con su marca propia, especialmente tras las zapatillas lanzadas el año pasado y que llegaron a revenderse por más de 200 euros.

En el caso de Nike, la alianza supone ampliar su distribución en la gama baja en un momento en que el grupo está reduciendo su red de distribuidores en el marco de su estrategia *direct to consumer* (D2C), por la que quiere priorizar la venta directa al cliente final, especialmente a través del canal online.

La compañía lleva años inmersa en un plan de reestructuración de su negocio, acelerando la verticalización a medida que el canal *wholesale* ha ido perdiendo fuerza en pro de la distribución propia.

Lidl se colocó el año pasado como el sexto mayor distribuidor de moda de España por número de clientes

De hecho, con el volumen como palanca, Nike obtiene casi diez puntos más de margen bruto de sus ventas online que del canal multimarca y, además, consigue fidelizar más a sus clientes. En 2020, la compañía registró un crecimiento del 30% en la Red, coronándose como ganadora en el ránking elaborado por Semrush, compañía de soluciones de marketing y SEO.

Nike, fundada en 1964 en Oregón, cerró el segundo trimestre de su ejercicio fiscal (periodo concluido en noviembre) con un incremento de las ventas del 9%, hasta 11.243 millones de dólares, y un alza en su resultado neto del 12%, hasta 1.251 millones de dólares.

El grupo Schwarz Group, propietario de Lidl, es uno de los mayores grupos de distribución de Europa y facturó 100.000 millones de euros en 2019. La cadena de supermercados copa el 80% de sus ingresos.

La empresa entró en España hace 25 años y cuenta con una red de 600 tiendas en el país. Entre enero y octubre de 2020, la cadena se coló entre los diez mayores distribuidores de moda de España por número de clientes, arrebatando la sexta posición a H&M con cinco millones de compradores, según Kantar.