

EQUIPAMIENTO

Nike acelera en el sur de Europa de la mano de Percassi: seis tiendas en el último mes

La compañía de equipamiento deportivo potencia su alianza con el propietario de Kiko Milano y abre seis establecimientos en Grecia, Italia y Portugal.

Isabel Carmona
20 jul 2021 - 04:57



Nike y Percassi siguen sumando. El grupo estadounidense ha abierto un total de seis locales en Grecia, Italia y Portugal el último mes, todos de la mano de Percassi, su socio preferente en el sur de Europa. La alianza con el grupo italiano forma parte de la reestructuración de franquiciados europeos que Nike puso en marcha hace cuatro años, reduciendo al mínimo su número de intermediarios y manteniendo el control de sólo sus tiendas más emblemáticas.

Los nuevos establecimientos se encuentran en Patras y Thessaloniki (Grecia), Lisboa y Oporto (Portugal) y Roma (Italia). Además, Percassi planea dos aperturas en Atenas y Génova en los próximos meses. Los tres nuevos establecimientos en Portugal son los primeros que Nike abre con Percassi en el país, e incluyen su primer *flagship store* en Chiado, Lisboa.

En noviembre del año pasado, la unión se materializó en España con la apertura de uno de los grandes proyectos de Nike en Europa: la apertura de un establecimiento de 2.000 metros cuadrados en el 17 de Paseo de Gracia, en Barcelona; su mayor tienda en el territorio español. Percassi, propietario de Kiko Milano y socio de Victoria's Secret en Europa, la describió como "la tienda más impresionante e innovadora de Nike".

Nike y Percassi planean la apertura de nuevos locales en Atenas y Génova

El plan de reducción de intermediarios de Nike comenzó con una división del continente europeo en tres regiones, y la asignación de un socio para cada una de ellas. Esta es la estrategia que siguen otros grandes grupos estadounidenses, como Starbucks. De este modo, un menor número de socios toma el control de un mayor porcentaje de tiendas, y la compañía reduce riesgos y aumenta su margen. Percassi, responsable del negocio de Nike en el sur de Europa, está en proceso de absorción de las franquicias independientes de la compañía a las que les vence el contrato.

No es la primera vez que Nike y Percassi trabajan juntos. Su alianza comenzó en 2002, cuando el gigante italiano de la distribución puso en marcha un establecimiento de Nike en Corso Buenos Aires, Milán. Actualmente, Percassi gestiona cerca de veinte tiendas de la empresa en Italia. En España, Nike ha trabajado tradicionalmente de la mano de Grupo Número 1, en las Islas Canarias, y Grupo Calcerán, cuyo acuerdo aún no ha caducado.

Según consta en las cuentas de la sociedad L'Innominato (una filial del grupo Percassi que gestiona los negocios de Nike, Lego y Armani AX), Percassi registró unos ingresos de 47,2 millones de euros en el ejercicio 2019 a través de Nike, frente a los 39,5 millones de euros del año anterior.

Percassi tomará el control de las franquicias independientes de Nike en el sur de Europa a medida que vayan venciendo sus contratos con la

compañía

El grupo italiano fue fundado en Bérgamo por Antonio Percassi, quien debutó con diecisiete años en el Atalanta, equipo de fútbol del cual ahora es propietario. Percassi entró posteriormente en la industria de la moda con una alianza con Benetton que duró tres décadas, y abrió la primera tienda del grupo en Bérgamo. Desde entonces, el empresario ha trabajado con Gucci, Guess, Lego, Limited Brands (Victoria's Secret) y Nike, entre otros.

En 2001, la compañía de distribución se alió con Inditex para la creación de un *joint venture* que murió cinco años después, pero que fue clave en el desembarque de la compañía española en Italia, un mercado enormemente competitivo. Antonio Percassi es también el responsable de la entrada de la cadena Starbucks en Italia, el país del *espresso*; y es el fundador de Kiko Milano, compañía de cosméticos que nació en 1997. El empresario italiano suma una fortuna estimada de 1.300 dólares.

Con la alianza con Nike en el sur de Europa, Percassi aumentó su negocio total a 81,5 millones de euros en 2019, lo que supuso un incremento del 16% gracias a la apertura de cuatro puntos de venta Nike y al “buen comportamiento de la marca”, según declaró la empresa.

Nike cerró el ejercicio 2021 (finalizado en mayo) con un crecimiento del 19% respecto al año anterior y del 14% en relación con 2019. La empresa facturó 44.538 millones de dólares y más que duplicó su resultado neto, hasta 5.727 millones de dólares.