

EQUIPAMIENTO

Tennis-Point ultima un 'flagship' junto al Bernabéu y la compra de fábricas en España

El grupo alemán especializado en deportes de raqueta abrirá también una tienda en Valencia o Málaga antes de fin de año.

Albert Ferrer
20 jul 2021 - 05:00



Tennis-Point se marca un *ace*. La empresa alemana especializada en deportes de raqueta abrirá en septiembre su mayor tienda en España, concretamente un *flagship* en el Paseo de la Castellana. El local, de 1.200 metros cuadrados de superficie, se encuentra junto al estadio Santiago Bernabéu y, para ponerla en marcha, ha hecho falta una inversión de alrededor de 600.000 euros.

La división de Iberia, presidida por Miquel Just, se encuentra actualmente en negociaciones con distintas marcas de pádel para adquirir tanto fábricas como enseñas y, así, poder seguir creciendo en el sector del pádel, tras abrir su propio ecommerce especializado en pádel, llamado Padelpoint.

“La evolución del sector tanto en 2020 como en 2021 ha sido espectacular; el tenis y el pádel han salido muy beneficiados de la pandemia”, destaca Miquel Just, *general manager* de la compañía en Iberia.

Tennis-Point Iberia ha aumentado su negocio online un 86%

Tennis-Point Iberia tiene previsto facturar este curso diez millones de euros. Además, el negocio online de la empresa (que es la principal vía de negocio), ha crecido un 86% este 2021 respecto a los seis primeros meses del curso anterior. En 2020, el crecimiento de la compañía alcanzó el 83% respecto a 2019.

La empresa cuenta actualmente con una tienda física en Passeig de Gràcia (Barcelona) y Mataró (Barcelona). Antes de final de año, el grupo tendrá hasta cuatro tiendas en España y Portugal ya que, tras la apertura en Madrid, la empresa se instalará también en Valencia o Málaga.

“Nuestra idea radica en abrir tiendas en *high street*, ya que el formato de centros comerciales no nos ha funcionado en otros lugares”, avisa el ejecutivo, que busca abrir más tiendas en España en los próximos años en ciudades “con más de 100.00 habitantes”, comenta.

Tennis-Point contará con cuatro tiendas físicas en España antes de fin de año

El artículo que mayor porcentaje copa de la facturación del grupo es la raqueta, con prácticamente un 20% del total. Le siguen de cerca las zapatillas (18,5%), el textil (16,2%) y las pelotas de tenis (6,2%). El porcentaje restante procede de la venta de accesorios como pueden ser los cordajes, los raqueteros o equipo de entrenamiento para clubes y escuelas de tenis.

Para consolidar el crecimiento de la enseña en España, el grupo se encuentra en conversaciones con tiendas y otras marcas para adquirirlas e incluirlas bajo el nombre de Tennis-Point, como ha hecho recientemente con una tienda en Verona (Italia). Antes de final de año, el grupo tiene previsto lanzar su propia marca de equipamiento para pádel.

“Somos líderes en los cinco continentes, ya que facturamos un 50% más que nuestra competencia, Tennis Warehouse”, añade Just. En España no existen datos que confirmen qué empresa lidera las ventas del sector, aunque el propio ejecutivo apuesta por su grupo.

La empresa es propiedad de Signa Sports United, un holding que controla hasta trece empresas, tres de ellas son ecommerce especializados en el sector del ciclismo y otros cuatro negocios de tenis (Tennispro, Tennis-Point, Tennis-Peters y CenterCourt). Además, también tiene otras tres empresas enfocadas al *outdoor* y tres más para deportes de equipo y atletismo. En 2020, el grupo alcanzó una facturación de 800 millones de euros y la división de raqueta supone un 26% de sus ventas.