

[rating]

Las cien marcas más rentables de 2010

Eureda, Fred Perry, adidas, Ecko Unltd. y la española Mosconi lideran el ranking que ofrece al comercio deportivo una referencia de las marcas que tuvieron un mejor comportamiento en el mercado

Un año más, Tradesport publica un rating con las 100 marcas de textil, calzado y material duro que, según este indicador, han sido más rentables para el detallista en el último año (2010).

Para elaborar dicho rating de marcas, Sport Data ha confeccionado seis variables clave del comportamiento de las ventas de las marcas a través del comercio deportivo. Los seis indicadores utilizados para llevar a cabo este ranking son: la cuota de mercado en valor, IEVNP (Índice de Eficiencia de Ventas no Promocionales, que indica el porcentaje total de ventas sin rebajas ni descuentos), el IENP (Índice de Eficiencia No Promocional, que indica el efecto neto positivo de venta no promocional o de descuento), el margen final obtenido sobre las ventas, el IEP (Índice de Eficiencia Promocional, que indica el efecto neto positivo de venta sobre el margen), y el Índice de margen sobre compras. El valor de la columna ra-

ting del cuadro es el resultado sobre cien de la media de estos seis indicadores. Para elaborar la lista no se han tenido en cuenta todas las marcas deportivas sino que sólo se han elegido aquellas marcas con una cuota de mercado en valor superior al 0,05 % (en sell-out).

En cuanto a los resultados, y como podrán comprobar en el cuadro adjunto, la marca Eureda ocupa la primera posición, seguida de Fred Perry,

adidas, Ecko Unltd. y, cerrando el top 5, la española Mosconi. Respecto al año 2009, las variaciones en las 10 primeras posiciones son importantes y sólo cinco marcas (Eureda, Fred Perry, adidas, Mosconi y Nike) repiten en el Top Ten. Y como en los ra-

tings anteriores, los resultados siguen confirmando el buen comportamiento de las marcas gliss, street y lifestyle, con mayoría considerable en las primeras 25 posiciones. Respecto a las marcas españolas, este año sólo dos se "cuelan" en el Top 10. Eureda, como marca más rentable, y Mosconi -5ª-, mientras que otras cuatro (Gamo, Nico Boco, Matt y Lorpen) consiguen colocarse entre los 25 primeros

Para elaborar la lista de las 100 marcas con mayor rentabilidad sólo se han tenido en cuenta aquellas marcas con una cuota de mercado en valor superior al 0,05 % (en sell-out)

adidas, Ecko Unltd. y, cerrando el top 5, la española Mosconi.

Respecto al año 2009, las variaciones en las 10 primeras posiciones son importantes y sólo cinco marcas (Eureda, Fred Perry, adidas, Mosconi y Nike) repiten en el Top Ten. Y como en los ra-

tings anteriores, los resultados siguen confirmando el buen comportamiento de las marcas gliss, street y lifestyle, con mayoría considerable en las primeras 25 posiciones. Respecto a las marcas españolas, este año sólo dos se "cuelan" en el Top 10. Eureda, como marca más rentable, y Mosconi -5ª-, mientras que otras cuatro (Gamo, Nico Boco, Matt y Lorpen) consiguen colocarse entre los 25 primeros

RANKING 2010

Marca	Rating	IENP	Marca	Rating	IENP
1ª EUREDA	70,09%	97,13%	16ª KOALAROO	63,20%	92,50%
2ª FRED PERRY	69,13%	82,32%	17ª SPEEDO	63,04%	74,33%
3ª ADIDAS	68,48%	86,20%	18ª FRANKLIN	62,93%	83,38%
4ª ECKO UNLTD.	66,74%	74,54%	19ª CARHARTT	62,89%	91,28%
5ª MOSCONI	66,17%	83,94%	20ª MATT	62,05%	81,97%
6ª NIXON	65,93%	99,68%	21ª DC SHOES	61,56%	87,82%
7ª NIKE	65,88%	85,27%	22ª VOLCOM	61,42%	94,90%
8ª ELEMENT	65,17%	91,42%	23ª LOREAK	61,17%	71,07%
9ª AQUA SPHERE	65,08%	87,50%	24ª SHIMANO	60,97%	84,68%
10ª SKECHERS	64,97%	95,04%	25ª LORPEN	60,59%	73,23%
11ª ASICS	64,43%	87,12%	26ª VANS	60,39%	91,82%
12ª MATIX	64,36%	82,94%	27ª CONVERSE	60,37%	91,29%
13ª GAMO	63,83%	73,37%	28ª RIDER	60,10%	92,84%
14ª NICO BOCO	63,66%	84,45%	29ª QUIKSILVER	60,07%	83,66%
15ª EASTPAK	63,45%	88,82%	30ª FERRINO	59,95%	91,35%