

Modaes

Empresa

Santini dispara un 40% su negocio en España, hasta el 'top 3' mundial

La compañía de textil para ciclismo elevó sus ventas globales un 20%. Para 2021, la empresa prevé mantener el ritmo de crecimiento con un alza de entre un 10% y un 20%.

Laura Juanes
18 feb 2021 - 04:55



Santini se impone en la escapada del ciclismo. La compañía italiana de equipamiento deportivo de ciclismo ha cerrado el ejercicio 2020 **disparando sus ventas un 38% en el país, hasta 2,5 millones de euros**. Actualmente, España se encuentra entre el *top 3* de mercados más importantes para la empresa, que opera de forma directa en el país.

La compañía, que patrocina varias competiciones deportivas de élite, como La Vuelta a España o algunas pruebas Ironman, ha aprovechado el tirón del ciclismo tras el confinamiento decretado en varios países para contener el avance de la pandemia. Tras el estallido de la crisis en Italia, el primer país europeo afectado por el Covid-19, **Santini echó el cierre a su fábrica y dio una vuelta a su negocio para adaptarse al contexto**. Como otros operadores del sector, la empresa empezó a producir

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/santini-dispara-un-40-su-negocio-en-espana-hasta-el-top-3-mundial>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

mascarillas sanitarias, pudiendo esquivar el impacto de la crisis y manteniendo la totalidad de su plantilla.

Después del impacto inicial, con el inicio de la desescalada en varios países de Europa, que coincidió con la llegada del buen tiempo, **Santini empezó a registrar un crecimiento sostenido que se mantuvo hasta finales de año.** “El sector de la bicicleta experimentó un *boom* porque la persona que sale en bici, siempre puede hacerlo”, argumenta Noemí Rossi, máxima responsable de la compañía en el país. La ejecutiva señala que la industria viene experimentando un auge desde hace varios años: “el ciclismo es el nuevo golf”, sentencia.

Santini prevé seguir creciendo hasta un 20% a lo largo de este año

Santini fue fundada en 1965 en la localidad italiana de Bérgamo, donde se ubica su sede, de la mano de Pietro Santini, que actualmente es presidente honorario de la empresa. La compañía dio el salto a escala nacional en 1970, y unos años después empezó su expansión internacional. Pese a que empezó como una marca de ciclismo, Santini se ha expandido también al triatlón. **Actualmente, la compañía está dirigida por las hijas del fundador, que se reparten el capital a partes iguales:** Monica, que ejerce de consejera delegada; y Paola, que es la directora de márketing.

Santini planea mantener un ritmo de crecimiento sostenido a lo largo de este año, entre un 10% y un 20%. “Esperamos que se vuelvan a retomar los eventos a partir de junio, cuando avance la campaña de vacunación”, explica Rossi. **“Pensamos que 2021 puede ser un buen año”**, concluye la ejecutiva.

La compañía concentra el 20% de las ventas en Italia, mientras el grueso del negocio lo copa el mercado internacional. La empresa está presente en todos los países europeos, además de otros mercados importantes para el sector como Australia, Estados Unidos, Canadá, Japón o Chile, entre otros.

Los mercados más importantes para Santini son Italia, España, Francia, Alemania y Reino Unido. En estos tres últimos países, la empresa ha experimentado un crecimiento de ventas similar al registrado en el territorio español.

“El sector, hasta hace cinco años, se desarrollaba

Modaes

principalmente en tienda física”, argumenta Rossi

Santini distribuye a través de tres canales: **las tiendas físicas multimarca, su plataforma de ecommerce y el patrocinio a clubes y peñas deportivas**. En la actualidad, el canal online copa el 40% del total. “Hasta hace cinco años, el sector se desarrollaba principalmente en tienda física”, explica Rossi, añadiendo que la Red ha pasado a tener un gran peso en la distribución de los productos de la empresa.

La compañía también distribuye en establecimientos multimarca en varios países a través de representantes o distribuidores. **En España, por ejemplo, Santini está presente con corners en El Corte Inglés**, así como en cincuenta establecimientos multimarca o en *marketplaces* como Deporvillage. La empresa también colabora con unos cien clubes en el país, para los que personaliza prendas, como *maillots*.

La tercera pata de la distribución son los patrocinios y los productos personalizados para entidades deportivas. “Aunque en los primeros meses de 2020 las ventas fueron bien, tras el decreto de confinamiento empezaron a caer”, explica Rossi. La ejecutiva ha señalado que, pese a que los eventos deportivos fueron cancelados en 2020, **“todo lo que perdimos en este canal lo compensamos a través de las ventas en tiendas y en el online”**.

En la actualidad, la compañía ha diversificado su oferta de producto con el lanzamiento de mascarillas personalizadas, que, según Rossi, **están teniendo buena acogida entre los clubes y peñas ciclistas**.

Ciclismo ‘made in Italy’

Santini concentra toda su producción en su fábrica ubicada en Bérgamo, aunque **también trabaja con dos laboratorios externos**, uno de los cuales se encuentra en Albania, donde se fabrican los *maillots* para grandes eventos. “De esta forma, podemos distribuirlos a un precio más bajo”, indica Rossi.

La logística de la empresa, por su parte, también se realiza desde la misma fábrica. En la actualidad, **Santini cuenta con una plantilla de unos 250 trabajadores**, repartidos entre la fábrica y oficinas. La compañía tiene un *showroom* en Bérgamo, aunque no planea abrir tiendas.