

Recuperació

Arquer refà la seva marca en la protecció esportiva

ARTICLES ESPORTIUS · La companyia del Maresme vol recuperar el nom de la seva marca en mercats com el 'fitness' i la protecció EXPORTAR · La firma vol estimular en el futur immediat la sortida comercial cap als mercats exteriors

JORDI GARRIGA

Molt sovint, millor que crear una empresa és aprofitar els fonaments d'una altra que el mal fat del mercat va dur cap a un precipici. Això és el que va fer l'economista Núria Fontanals amb la firma Arquer, una companyia dedicada al tèxtil tècnic fundada els anys 70 pel seu cosí Artur Arquer, i que aquests darrers anys està remuntant després d'una profunda reestructuració.

Com explica Fontanals, "l'empresa es va dedicar a fabricar productes de protecció mèdica, com ara faixes, en uns anys, els 70 i 80, en què no hi havia gaire competència". Tanmateix, afegeix, "a partir dels 90 la competència asiàtica va fer trontollar les bases de l'empresa, que gairebé s'ensorra". Fa cinc anys, Núria Fontanals, recollint els anys d'experiència en una multinacional, va decidir tornar a treure profit del negoci, contra el desànim que li volien encomanar els seus pròxims. Durant aquest període, la directora general Núria Fontanals s'ha dedicat a "capgirar una empresa amb costos poc competitius, la xarxa comercial desmantellada i, per acabar-ho d'adobar, tenint per competidors antics clients". Arquer, que treballa fonamentalment en els segments de *fitness*, proteccions esportives i medicina, s'ha dedicat a externalitzar la seva producció pertot arreu (UE, EUA i l'Àsia), "allà on ens garanteixin qualitat", i a mantenir la capacitat de disseny. Una tasca important aquests darrers anys ha sigut recompondre la xarxa comercial, amb multicarteres, i reordenar uns catàlegs massa dispersos, "separant els negocis i conceptualitzant molt bé les famílies de productes". De fet, d'un profund catàleg de 300 referències es vol passar a un de 75 a 100, que "seran molt ben explicades, amb un caràcter molt tècnic i arguments de venda molt potents, seguint el model que podem trobar en mercats com Alemanya i Holanda".

Redreçament comercial

D'aquest reimpuls d'Arquer, que l'any passat va facturar 450.000 euros, cal anotar que s'han aconseguit consolidar comptes tan importants com El Corte Inglés, Base i Intersport. Així, la companyia d'Argentina ja ha aconseguit que el nom de la marca tingui ressò al mercat. En el cas del *fitness*, que suposa el 35% de les vendes, la marca Arker pot presumir de ser la que ven més bandes elàstiques. En proteccions esportives, Arquer també s'ha situat com a referent i pel que fa a la línia de productes medicinals, Núria Fontanals té molta confiança en el seu futur, "atès que l'envelliment de la població fa que creixi el públic potencial que pot demanar els nostres productes". Val a dir que al mercat de la protecció ja hi comencen a entrar de manera decidida els grans monstres de l'esport com Nike, però això no fa por a Núria Fontanals: "Si hi entren, poden obrir tendència i això afavoreix els petits, que els podem acompanyar". Arquer també compta amb gammes de productes de protecció per a camps com les arts marcial i la protecció en el món laboral.

Un dels grans objectius d'Arquer per als anys vinents és fer molt més gran la geografia del seu mercat, abastant els àmbits d'exportació que fins ara no havien estat atesos. Ara mateix, un 90% de les vendes es realitzen al mercat espanyol, amb alguna incursió ocasional a Portugal i França, i l'empresa treballa per aconseguir muntar una xarxa de distribuïdors a fora.

Noves estratègies

Serà important aquests anys vinents posar imaginació a l'estratègia comercial de la marca. Així, es volen aprofitar oportunitats com les promocions d'articles en revistes, com ja ha fet Arquer amb articles com les canelleres. Una altra iniciativa que vol dur a terme Arquer és establir algun acord estratègic amb empreses amb les quals es poden fixar sinèrgies, firmes que es dediquen a la fabricació d'aparells de gimnàstica o a les begudes energètiques, per esmentar-ne dos exemples. També es vol treballar molt en el punt de venda, amb la presentació de productes, de manera molt atractiva, cosa que el consumidor valora molt, segons afirma Núria Fontanals.

Una altra de les idees de futur que bull al cap de Núria Fontanals és l'obertura d'una botiga, projecte que en tot cas "Arquer l'assumiria acompanyada d'altres marques, perquè sols no podríem".



Núria Fontanals és la directora general d'Arquer, empresa que fabrica la marca de tèxtil i proteccions per a esportistes Arker
CRISTINA FORÈS

AVUI+ Paper

Diumenge, 4 d'octubre del 2009



Tots els continguts de l'AVUI són consultables a través d'internet, de forma oberta i gratuïta. Les pàgines originals en paper, en canvi, no es podran consultar via PDF i només s'oferiran al quiosc.

Especials



Cooperació

Suplements



Cultura



Sortim



Plaers



A més a més



Medicina i salut



CatTV



El cèntim

Edicions locals



Terrassa



Sabadell



B30

Notícia publicada al diari AVUI, pàgina 20. Diumenge, 2 d'agost del 2009

Paraules clau: Arquer, Fontanals, Núria, Marca, Protecció, Empresa, Productes, Comercial, Mercat, Mercats

Octubre 2009

DL	DM	DC	DJ	DV	DS	DG
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18