

SECTOR ARTÍCULOS DEPORTIVOS 2021



EMPRESAS SECTOR DEPORTE (Sell-in)

903
EMPRESAS



415 Fabricantes

45,96%

El 45,96% de las empresas son exclusivamente Fabricantes nacionales, es decir, que su actividad se limita a la producción de marcas nacionales, aunque ésta pueda estar total o parcialmente subcontratada a terceros, tanto fuera como dentro de España.



397 Importadores

43,96%

El 43,96% son únicamente Importadores de marcas internacionales.



91 Fabricantes / Importadores

10,08%

El 10,08% restante corresponde a aquellas compañías que, además de ser productores nacionales, dedican parte de su actividad a la Importación.

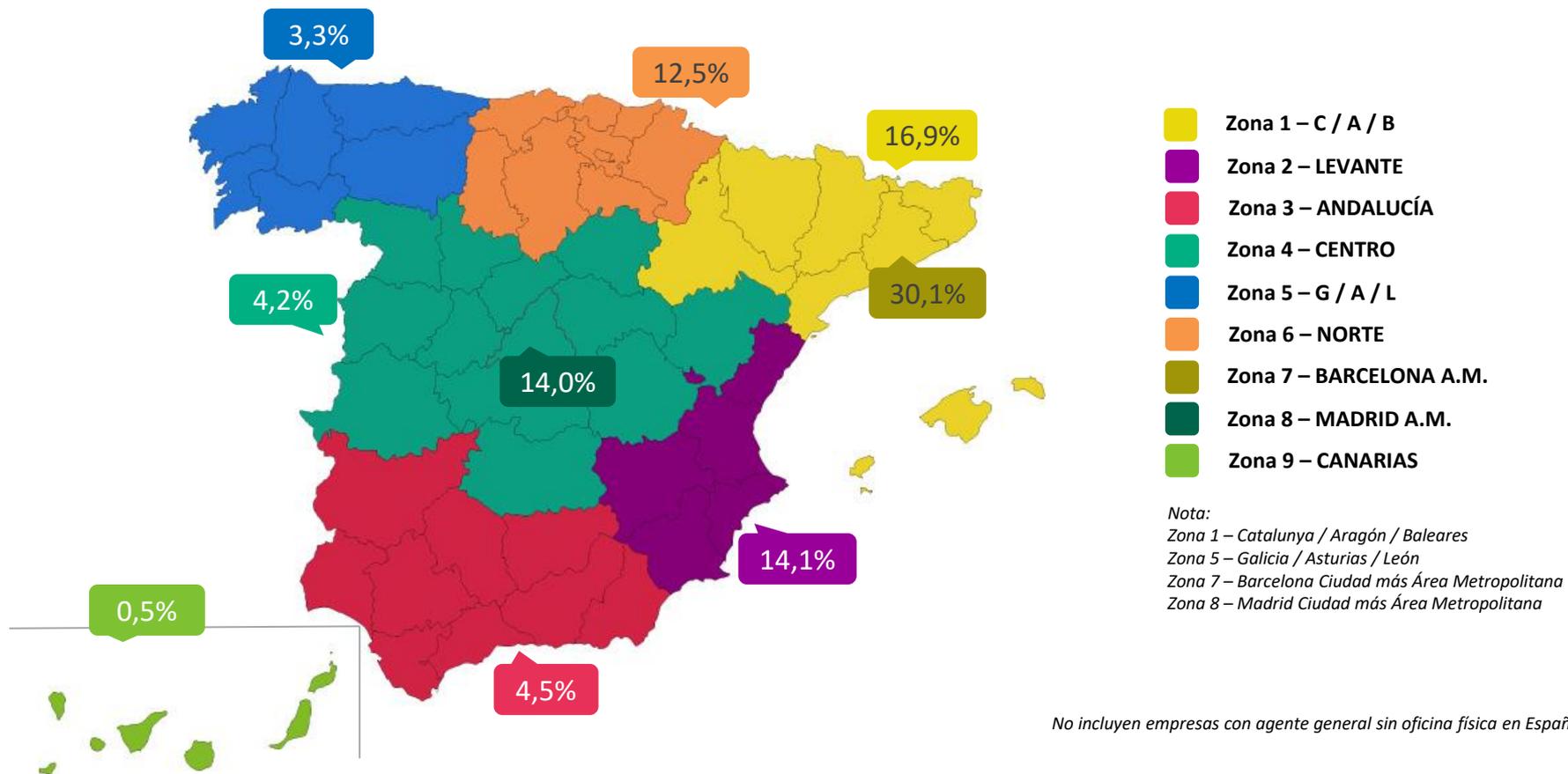
2021 se ha cerrado con 20 empresas más que en 2020 (+2,27%) pero 51 menos que hace 5 años (-5,35%)



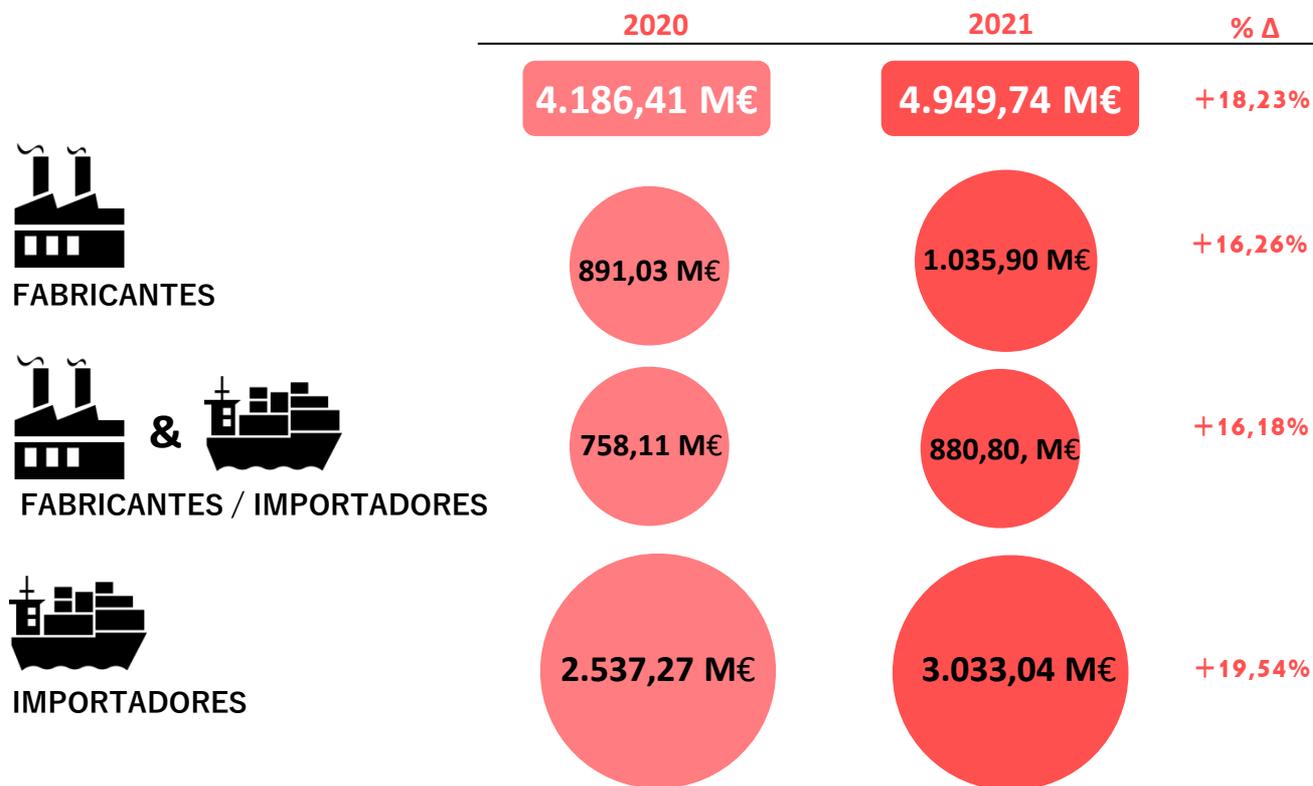
afydad

Spanish Sport
Association

DISTRIBUCIÓN EMPRESAS SECTOR DEPORTE por ZONAS



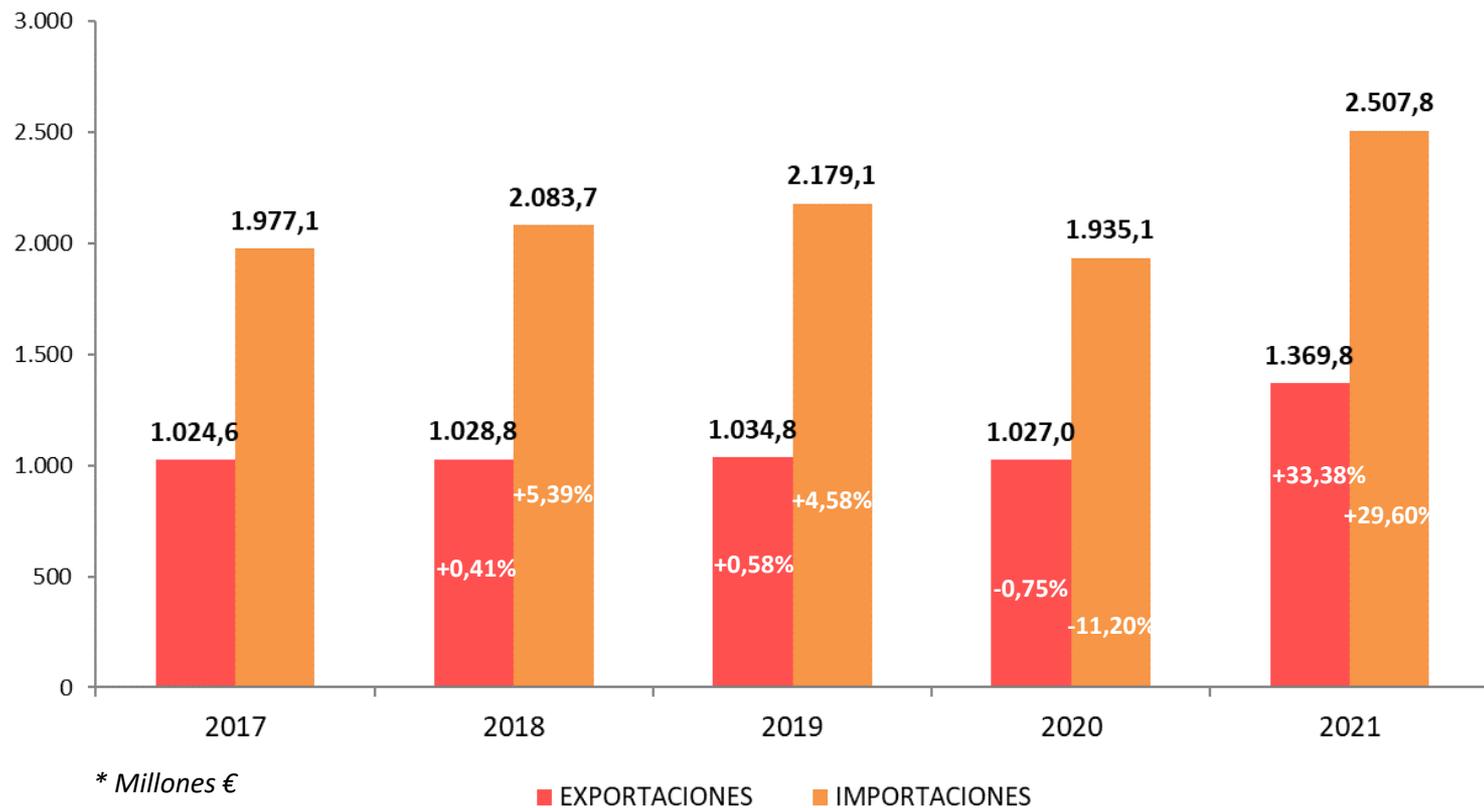
FACTURACIÓN INDUSTRIA DEPORTIVA (Sell-in)



afydad

Spanish Sport
Association

EVOLUCIÓN FLUJO COMERCIAL – ARTÍCULOS DEPORTIVOS



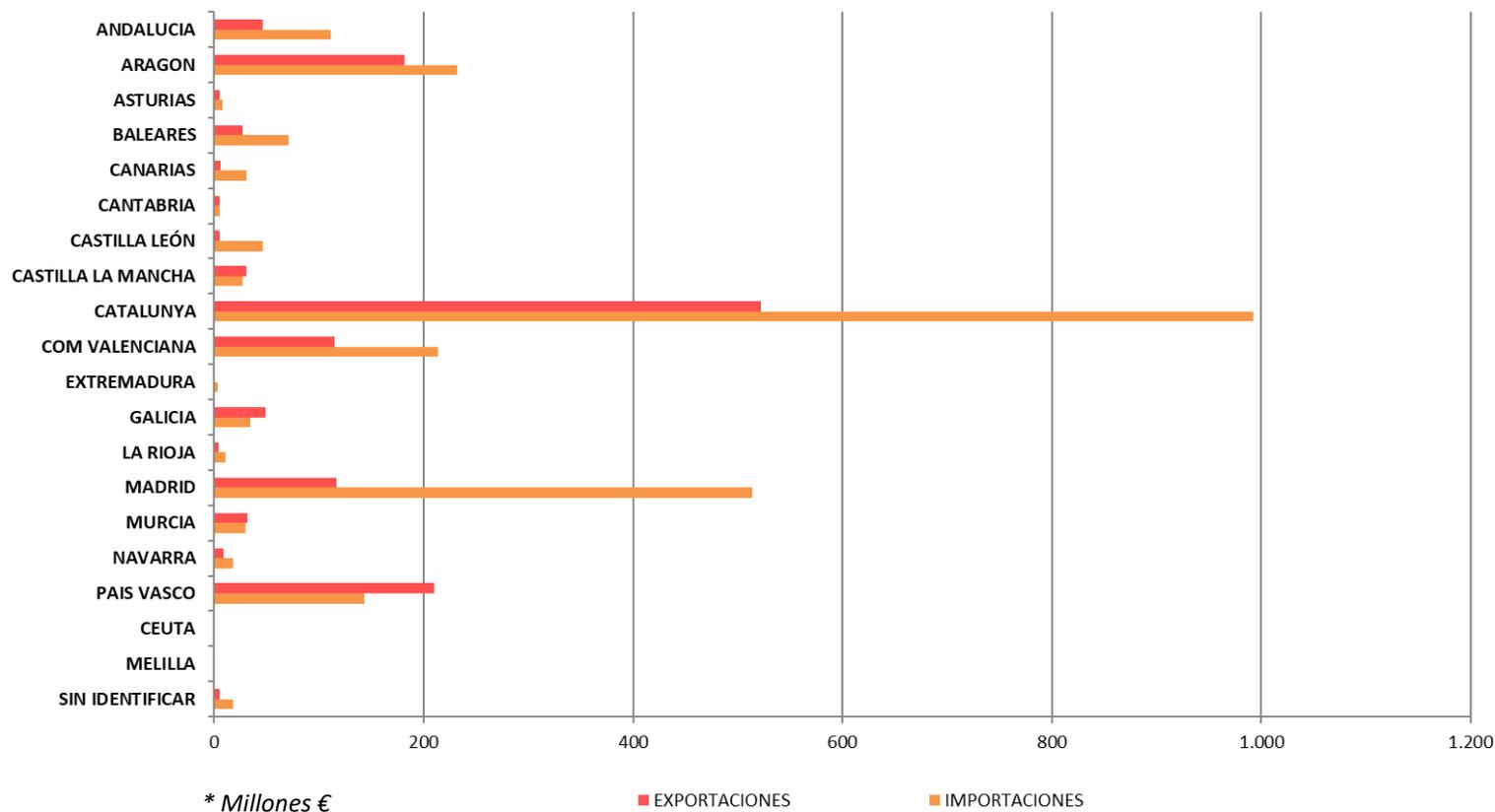
Fuente: MCUD – Anuario de Estadísticas Deportivas 2022 - ICEX (Estacom)



afydad

Spanish Sport
Association

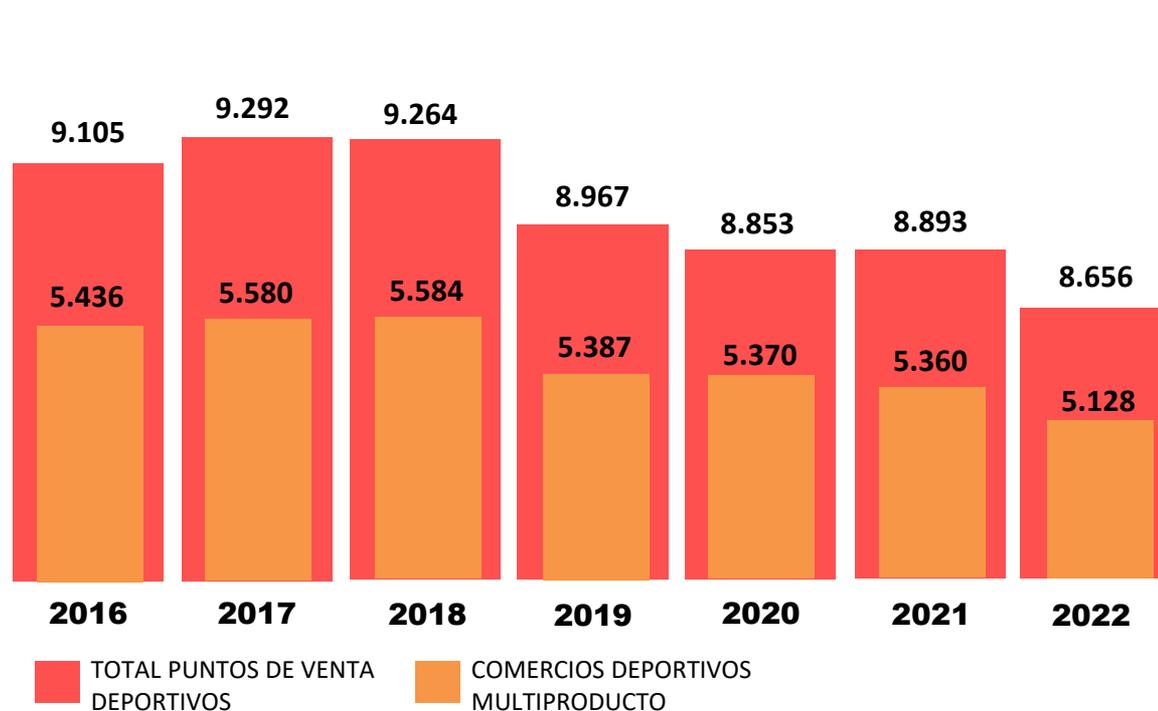
FLUJO COMERCIAL POR CCAA – ARTÍCULOS DEPORTIVOS



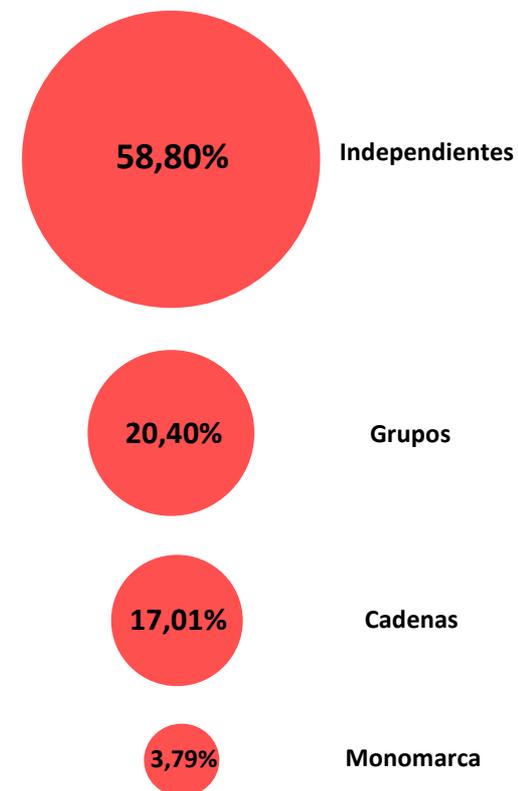
Fuente: ICEX (Estacom)

Estadística Sport Panel.

PUNTOS DE VENTA DEPORTIVOS

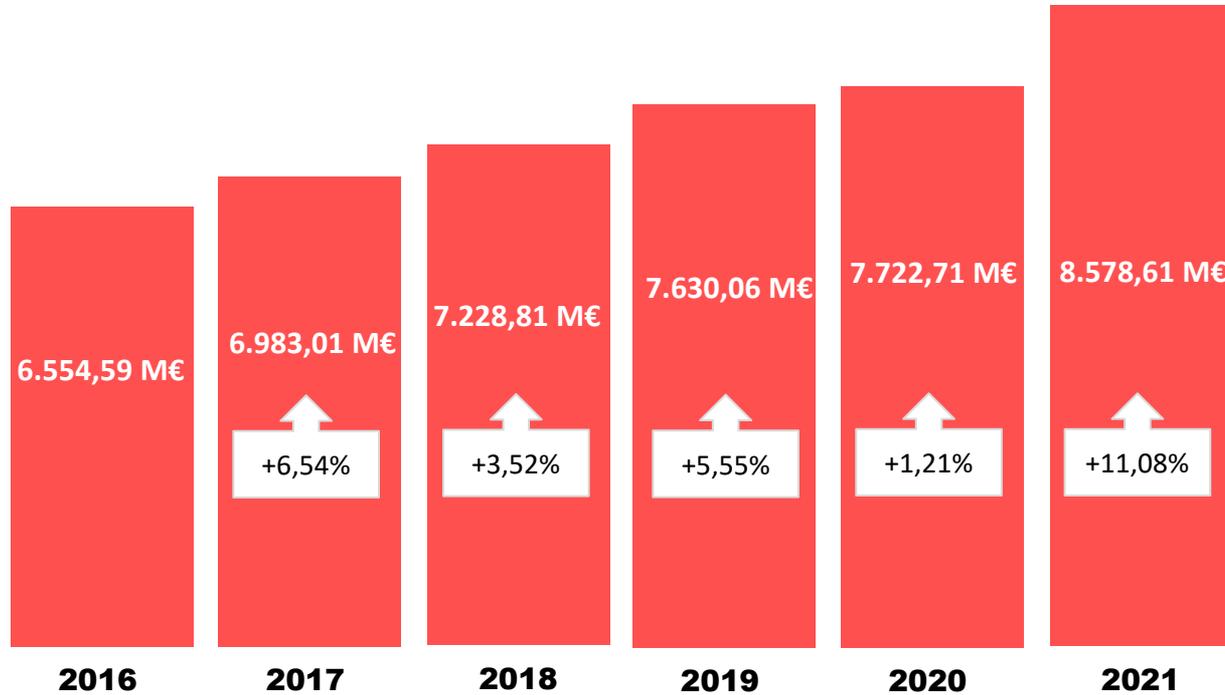


DISTRIBUCIÓN PUNTOS DE VENTA 2022 POR TIPOLOGÍA DISTRIBUTIVA



Datos a 1 de Enero de cada año

VENTAS SECTOR DEPORTE (Sell-out)



2021

SECTOR DEPORTE :

8.578,61 M€

SECTOR BIKE :

2.887,90 M€

33,66%

Las ventas del sector de artículos deportivos alcanzó en 2021 los 8.578,6 millones de ventas, un 11,08% más que el año anterior.

De esta cifra, 2.887,9 millones de euros pertenecen a las ventas del mercado del ciclismo, que representa el mayor porcentaje (33,66%) entre todas las disciplinas deportivas, con un incremento de ventas del 10,76%.



afydad

Spanish Sport
Association

VENTAS SECTOR DEPORTE POR CANALES (Sell-Out)

	2020	2021	
CANALES ALTERNATIVOS	882,45 M€	917,85 M€	+4,01%
CANALES DEPORTE	5.938,91 M€	6.629,67 M€	+11,63%
CANAL VERTICAL	901,35 M€	1.031,09 M€	+14,39%
TOTAL SECTOR DEPORTE	7.722,71 M€	8.578,61 M€	+11,08%

Canales Alternativos: Zapaterías, Boutiques, Jugueterías, Bazares...

Canales Deporte: Grandes Almacenes, tiendas Decathlon, tiendas del canal Multiproducto y del canal Específicos

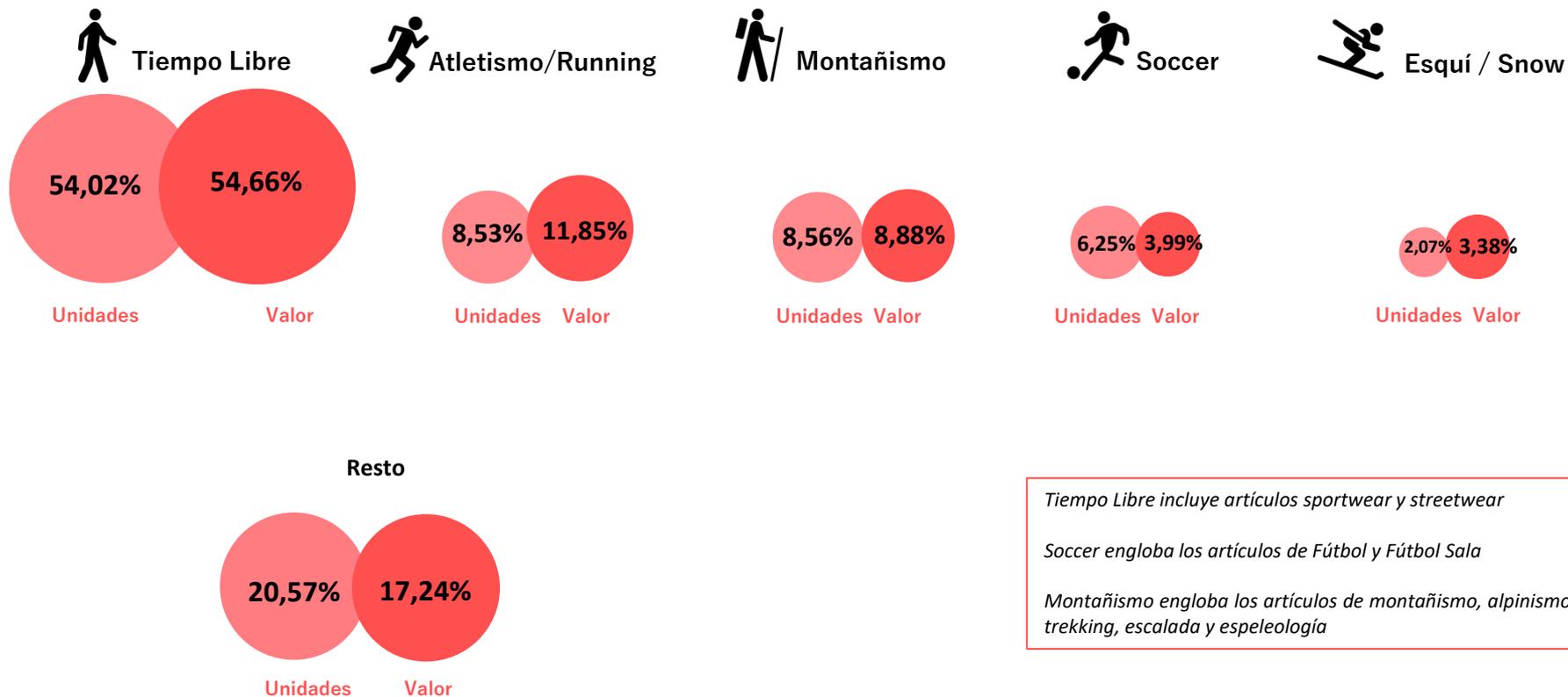
Canal Vertical: Clubs, Gimnasios, Venta por catálogo, Factory Outlets....



afydad

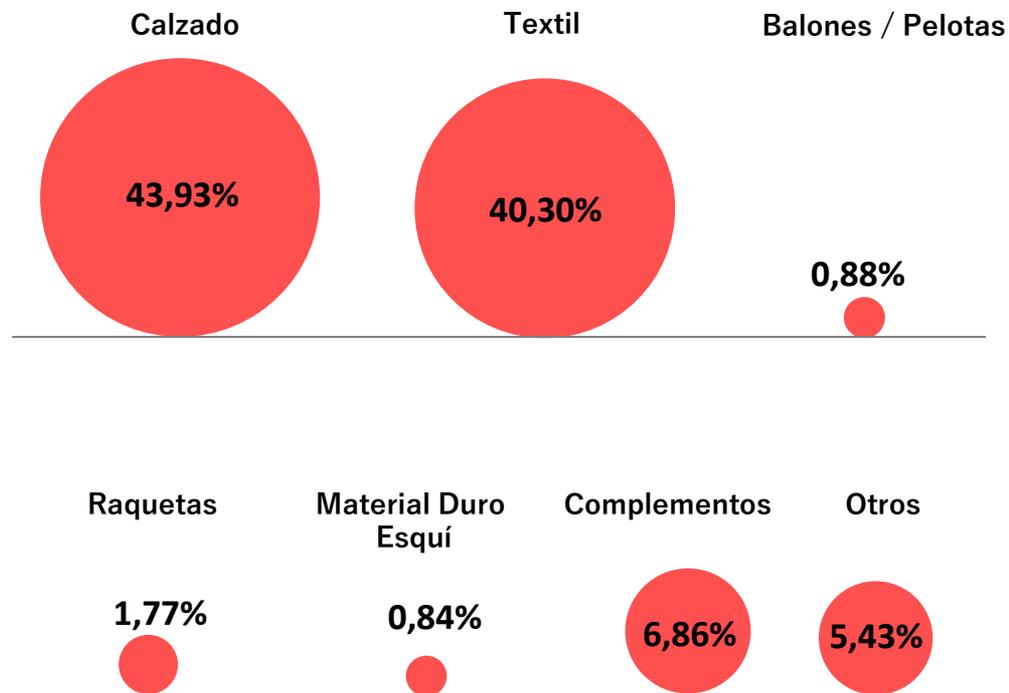
Spanish Sport
Association

VENTAS EN TIENDAS MULTIPRODUCTO – ACTIVIDADES DEPORTIVAS



VENTAS EN TIENDAS MULTIPRODUCTO - PRINCIPALES FAMILIAS DE PRODUCTO

% Ventas en Valor

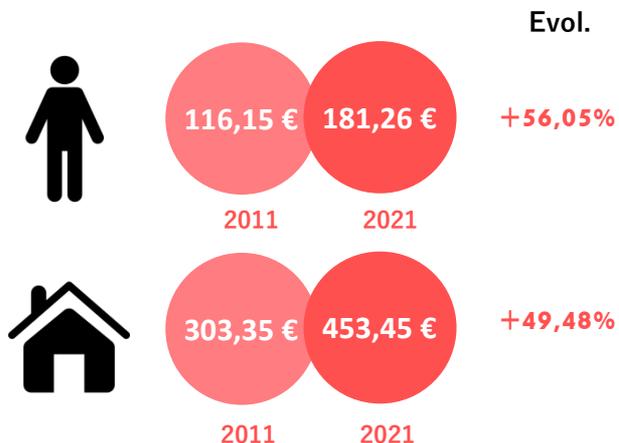


Otros incluye material duro de las distintas actividades deportivas como Caza y Pesca, Fitness, Ciclismo, Outdoor, etc.

Complementos incluyen artículos como bolsas, mochilas, calcetines, gorras, gorros, etc.

GASTO PER CÁPITA / HOGAR

Total Sector



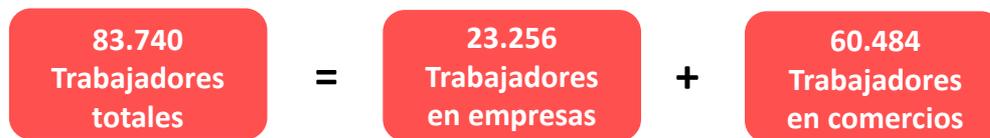
El gasto per cápita en el sector deporte es el promedio por persona de la cantidad de dinero destinada en la compra de artículos del sector deportivo

El Hogar lo constituye una persona o un grupo de 2 o más personas que, unidas o no por relación de parentesco participan de la formación y/o utilización de un mismo presupuesto y habitan en la misma vivienda o en parte de ella.

El gasto per cápita en 2021 para el total sector ha aumentado un 56,05% en los últimos 10 años, alcanzando los 181,26 euros. El gasto por hogar para el total sector alcanzó un valor de 453,45 euros.

Aproximadamente 6 de cada 10 personas de 15 años en adelante practicó deporte en el año 2020 (59,6%), ya sea de forma periódica u ocasional, cifra que supone un incremento de 6,1 puntos porcentuales respecto a 2015 (53,5%).

PANORAMA LABORAL DEL SECTOR 2022



Incremento de empleo en el Sector 2021-2022



A 1 de Enero de 2022 el sector de artículos deportivos ocupaba en España a un total de 83.740 personas. De éstas, 23.256 pertenecen a trabajadores en empresas y 60.484 en comercios.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Una vez cerrados los datos de 2021, ya se puede afirmar que el deporte ha sido uno de los sectores más “privilegiados” en un contexto tan complejo como el que estamos viviendo. Las cifras confirman que la pandemia ha sido un buen aliado para algunas actividades deportivas. La práctica se ha disparado y, por ende, también lo han hecho las ventas. Unas categorías más que otras, pero en el global, el sector ha cerrado el año con un crecimiento **excepcional después de hacerlo de forma más moderada en 2020**. Y para algunos deportes, ha sido el mejor año de su historia (como mínimo desde que se tienen datos).

Este crecimiento ha estado muy condicionado por la falta de producto, los problemas de suministro y el encarecimiento del transporte y las materias primas. La incertidumbre en las entregas de material ha seguido en las tiendas y el crecimiento hubiera podido ser superior con un suministro normal.

La facturación del **sector (sell-out) ha crecido un 11,08%**, alcanzando los **8.578,61 millones de euros** (cabe recordar que en 2020 el sector solo obtuvo un moderado crecimiento del + 1,21%). De esta cifra, **2.887,89 millones de euros pertenecen** a las ventas del mercado del **ciclismo, el mayor porcentaje (33,66%)** entre todas las disciplinas deportivas, por encima de deportes tan mediáticos y populares como el fútbol o el running.

El pádel, con un crecimiento superior al 150%; el outdoor, con un crecimiento superior al 20%; y el bike, con un crecimiento del 10,76%; son las 3 actividades deportivas que obtuvieron mayores incrementos en los dos últimos años.

El número de empresas proveedoras ha crecido el último año un +2,27% (+20 empresas), mientras en bike fue del 6,78%, destacando los fabricantes nacionales que crecieron un 7,14%.

El margen medio s/v del sector creció casi dos puntos en el último año, después de ir cayendo paulatinamente durante los últimos 7 años.

El número de tiendas sigue descendiendo: 237 menos en 2022 (8.656 puntos de venta), y excepto en las tiendas especialistas de ciclismo -que siguen creciendo + 1,58%, sumando 3-028 puntos de venta-, el año se cerró con un balance negativo entre natalidad y mortalidad de comercios.

Por el contrario, se constata un crecimiento importante en metros cuadrados de la superficie de venta. También hay una clara tendencia al crecimiento de tiendas monomarca impulsadas por las propias marcas.

DATOS RELEVANTES

- 2022 debería ser un año de regulación donde, poco a poco, las entregas de producto se fueran normalizando y las programaciones empezaran a ser más realistas.
- El textil recupera terreno -como era previsible- y el calzado sigue manteniendo un buen nivel, sobre todo gracias al sostenido crecimiento de las sneakers, auspiciado por la fuerte demanda femenina de todas las edades.
- Es evidente que en este boom de las ventas la mujer ha tenido mucho que ver. Y no solo porque la práctica femenina haya repuntado (que lo ha hecho de forma importante), sino, también, porque se ha dado un crecimiento de las ventas en categorías en las que hasta hace poco la mujer no era precisamente uno de los perfiles fuertes.

DE COMPRADORA A CONSUMIDORA

- Pero lo más significativo es la paulatina incorporación del calzado deportivo en el devenir diario de la mujer. Si hace apenas 3 años la gran mayoría de las ventas de calzado lifestyle de marcas deportivas las “controlaba” el hombre, en estos últimos dos o tres años la mujer ha ganado un peso muy considerable

LA PRACTICA DEPORTIVA E INTERNET, claves del futuro

- El sector de artículos deportivos está muy ligado a la práctica deportiva, a pesar del fuerte protagonismo que tiene la categoría de Tiempo Libre-street (ropa urbana). La evolución de las ventas totales mantiene una relación directa con la evolución de los índices de práctica deportiva.
- La totalidad de estudios de tendencia indican que los deportes al aire libre se consolidarán en los próximos años a pesar de la desestructuración, a nivel nacional, del comercio de outdoor.
- A corto plazo, el sector también se enfrenta a muchos otros cambios: un nuevo paradigma que ya ha empezado en temas tan trascendentes como el logístico, la digitalización, la irrupción de los marketplaces, etc... Cambios que obligan al sector a modernizarse y a adaptarse a un mercado que, pese al crecimiento de este 2021, sigue yendo más rápido que el propio sector. Y a la hora de afrontar estos cambios, a la hora de prepararse para esta nueva etapa, es importante tener muy en cuenta dónde estábamos en 2019 a la hora de analizar los datos excepcionales de los últimos dos años.



afydad

Spanish Sport
Association



afydad

Spanish Sport
Association

**SPAIN^{IS}
SPORT**

AFYDAD, Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores de Artículos Deportivos, es una asociación profesional sin ánimo de lucro, fundada en 1968, cuyo objetivo es impulsar la competitividad de las empresas del sector del deporte a través de una oferta de servicios especializados y representar los intereses comunes del sector tanto a nivel nacional como internacional.

AFYDAD está constituida por más de 100 empresas que representan a más de 250 marcas vinculadas al sector del deporte. La asociación acoge empresas dedicadas a la fabricación, distribución, importación o comercialización de todo tipo de material o artículos de deporte, actividades de ocio y camping.

AFYDAD es miembro de **FESI**, Federation of the European Sporting Goods Industry, con sede en la House of Sports de Bruselas, incorporación que nos permite estar al día e incidir a todos los niveles junto al resto de países europeos, sobre las leyes y normativas que se generan desde la EU. **AFYDAD** también pertenece al **EOG**, European Outdoor Group, dedicado a los deportes al aire libre.

Sport Panel

Sport Panel empresa nacional especializada en la realización periódica de estudios de mercado del sector deportivo español desde 1988.



ICEX España
Exportación
e Inversiones



Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"

www.afydad.com / admin@afydad.com

Ronda Maiols, 1 - BMC

08192 Sant Quirze del Vallès -Barcelona

T. 934 51 67 77