

MARCAS PARA EL FUTURO

ANDY LONG, CEO DE PENTLAND BRANDS

Klaus Vogel / Emily Norval

EN SU MAYOR ENTREVISTA TRAS SER NOMBRADO CEO DE **PENTLAND BRANDS**, ANDY LONG DISCUTE SOBRE LOS VALORES DE LA MARCA Y EL FUTURO DEL MERCADO

Pentland Brands es una compañía muy especial. El negocio familiar con su tercera generación al mando es propietario de marcas como **Speedo**, **Boxfresh**, **Ellesse**, **Berghaus** entre otras, además de las licencias globales de **Lacoste Chaussures** y **Ted Baker**. Pentland Group, su sociedad matriz, es la principal propietaria de **JD Sports Fashion** y accionista de compañías como **Hunter Boot**. Con unas ventas anuales de 3 billones de USD en 200 países, el grupo es una fuerza a tener en consideración.

Andy Long, anterior COO, fue nombrado CEO de Pentland Brands en enero de 2015, substituyendo a Andy Rubin, a su vez nombrado Presidente. Reunidos en las impresionantes oficinas en el norte de Londres, WeAr quiere conocer lo que Long considera la clave del éxito de Pentland Brands. Su respuesta es simple: sus valores. "Hablamos sobre construir una familia de marcas para que el mundo las ame generación tras generación", comenta Long, "Tengo la responsabilidad de dar continuidad a la generación de nuestros accionistas y hablamos de una "familia" de marcas. Todo consiste en valentía, creatividad, pasión y en cómo todos nosotros necesitamos aprender continuamente para enfrentarnos a un mercado cambiante".

Uno de estos cambios a los que la compañía ha respondido es el negocio de e-commerce. "En términos de lo que hacemos online, somos muy conscientes de que nuestra actividad principal es la de mayorista", dice Long. "En este punto no podía imaginar sacar nuestras marcas online con una distribución directa y compitiendo con nuestros clientes". Realmente, Pentland Brands centra su atención en el trabajo con minoristas multi-marca. "Antes o después a los consumidores les gusta que se les presenten opciones", dice Long cuando se le pregunta sobre su elección por una cultura minorista multi-marca sobre mono-marca. "Creo que el papel de minoristas multi-marca en capturar la imaginación del consumidor y ayudarles a identificarse con el producto, algo que marcas solas por sí mismas nunca pueden hacer del todo. Usamos la plataforma online de manera selectiva para vender historias de nuestras propias marcas, pero fundamentalmente vemos nuestro papel como los propietarios de las marcas, y nuestra estructura de distribución primaria es consecuentemente construida alrededor de minoristas multi-marca".

Una gran parte de esta estrategia de éxito puede atribuirse a la transferencia de conocimiento, visión del consumidor, formación de empleados, material promocional de apoyo y, por supuesto, inversión en sus marcas para proporcionar el producto más innovador en el mercado. Comprometiéndose con lo que Long llama "conexión emocional" con el consumidor, ha tenido particularmente gran éxito con marcas como **Lacoste**. La presentación de una colección con modelos únicos del extenso



Andy Long

archivo de la marca es tan solo uno de muchos ejemplos. Para Long, es igualmente importante mantener y comunicar el ADN de una marca. "La gente entiende lo que significa una marca", comenta Long. "Esta visión asegura, por ejemplo, que Lacoste sea fiel a sí mismo y nosotros lo comunicamos".

Realmente, el éxito global de Pentland Brands habla por sí mismo. Lo que hace tan solo una década era un negocio centrado en un 80% en Gran Bretaña, actualmente es 80% internacional. Long cita Brasil, Rusia, India y China como mercados emergentes donde el negocio ha funcionado bien, a pesar de la ralentización de los últimos 12 meses debido a factores como fluctuaciones en el mercado de divisas y la

recesión rusa. Sin embargo, se pueden encontrar nuevas oportunidades en EE.UU. y en las principales economías occidentales fuera de Gran Bretaña, particularmente dada la tendencia de la compañía a trabajar con socios fiables establecidos en los países en cuestión, lo que permite acceso a la experiencia local. Long está convencido que en el futuro los conceptos multi-marca continuarán teniendo un papel tanto en calles comerciales exclusivas como en centros comerciales en todo el mundo. "Nuestro deseo de trabajar con todos estos grandes minoristas para asegurar que tenemos tanto éxito mutuo como sea posible, yace en el corazón de los valores de nuestra familia. Es reconocer que nos necesitamos: por ello nuestro compromiso con los minoristas es hacer nuestra parte lo mejor que podamos para prosperar conjuntamente".



Pentland Brands Headquarters