

Munich ultima su entrada en Madrid tras crecer un 18% en 2011

<http://www.modaes.es/empresa/20120509/munich-ultima-su-entrada-en-madrid-tras-crecer-un-18-en-2011.html>

La compañía catalana especializada en calzado **Munich** continúa aumentando la presencia de su marca en España. La firma pondrá en marcha el próximo septiembre la primera tienda **Munich** en la capital española, tal y como ha explicado **Xavier Berneda**, director de márketing de la empresa, a Modaes.es.

“Madrid es una ciudad en la que hemos estado buscando ubicaciones durante mucho tiempo y ya tenemos un local comercial donde poder abrir nuestro primer *flagship store*”, asegura **Berneda**. Desde la compañía aún no quieren facilitar la ubicación exacta de la tienda, que se pondrá en marcha el próximo 1 de septiembre.

Munich registró en 2010 una facturación de 28 millones de euros, y en 2011 la empresa ha aumentado sus ventas un 18%. “La caída del consumo nos ha afectado, como a todas las compañías del sector –asegura Berneda–; pero al estar presentes en tantos canales de venta, hemos podido cerrar el año con una cifra positiva”.

La empresa, que prevé aumentar su facturación un 10% durante este año, frenará su estrategia de aperturas internacionales. “Abrimos una tienda en Irlanda el pasado año, pero no tenemos previsto poner en marcha ningún establecimiento más fuera de España”, dice **Berneda**, miembro de la tercera generación familiar de **Munich**.

En paralelo a la apertura de tiendas propias en mercados internacionales, **Munich** sigue viendo a los mercados internacionales como un objetivo claro en el desarrollo del crecimiento de la compañía. “Ya estamos en negociaciones con clientes de Brasil, Rusia, India y China para desembarcar en estos países”, concluye **Berneda**.

Munich obtiene más del 40% de su facturación anual de los mercados internacionales.

Munich diversifica

Otra de las estrategias que ha seguido la compañía, con sede en Capellades (Barcelona), ha sido lanzar nuevos modelos de zapatillas para diversificar y alcanzar una mayor cuota de mercado.

“El precio de unas zapatillas **Munich Goal** ronda los 120 euros, y hemos lanzado nuevos modelos, como el **Osaka**, que cuesta aproximadamente 80 euros, un precio más económico”, explica Berneda.

Además, **Munich** prepara el lanzamiento de su primera colección de calzado que se separa del leitmotiv deportivo que caracteriza a la marca y apuesta más por la tendencia. Este proyecto se lanzará a través de **x-munich**, su plataforma online de venta de stocks.

El fabricante de Munich prescinde de Xavier Berneda como director

<http://www.eleconomista.es/interstitial/volver/aciertodic13/catalunya/noticias/4068635/06/12/El-fabricante-de-Munich-prescinde-de-Xavier-Berneda-como-director.html>

Jordi Sacristán, Barcelona.

25/06/2012 - 6:00

Diferencias familiares obligan a separar el negocio de producción del de distribución

El productor de zapatillas deportivas Munich decidió la semana pasada prescindir de su director, Xavier Berneda, debido a diferencias de criterio a la hora de gestionar el conglomerado de empresas que conforman este grupo familiar catalán.

Según la compañía, "Xavier Berneda Martín, actual director de marketing, y David Berneda Martín, actual director financiero, dejarán de formar parte de las empresas Berneda, Bernher y Munich a partir del próximo 2 de julio de 2012 para emprender nuevos proyectos profesionales". El cargo de director de marketing "será ocupado a partir de esta fecha por Màrius Cirera Giménez, actual Strategic Planer Media Online de la empresa".

Los hermanos Berneda Martín son propietarios de la compañía La Tormenta Perfecta, que es la titular de la red de tiendas propias que distribuye la marca Munich. Las dos partes no han definido aún si mantendrán la relación comercial entre las dos sociedades.

Grupo Munich está controlado accionarialmente por la segunda generación de los Berneda, dos hermanos que controlan un 50 por ciento de las acciones cada uno. Xavier y David Berneda Martí son miembros de la tercera generación y desde hace años eran los responsables de la gestión de todo el grupo. Las diferencias de los gestores con los accionistas han llevado al despido del actual equipo directivo.

Un caso de éxito

Munich registró en 2010 una facturación de 28 millones de euros, y en 2011 aumentó sus ventas un 18 por ciento, gracias a su apuesta por la venta a través de Internet. Para este ejercicio, el grupo preveía aumentar su facturación un 10 por ciento y entrar en los mercados de Brasil, Rusia, India y China. La firma obtiene más del 40 por ciento de su facturación anual de los mercados internacionales.

Estrategias de reinversión (VI): Munich

17 / 12 / 2012

<http://www.carlosquerrero.es/2012/12/17/estrategias-de-reinversion-vi-munich/>

Nueva entrada de la serie “[Estrategias de reinversión](#)”, con el caso de la firma de calzado deportivo **Munich**. Dos de los socios de la empresa se han hecho con el 100 % de la misma, **vía adquisición** de una parte a la otra rama familiar. Posteriormente, han comenzado una importante **reorganización del negocio**, abarcando todas las áreas del mismo, destacando la **internacionalización de la firma y el crecimiento vía adquisiciones**.



Reorganización societaria y nuevas adquisiciones de la firma Munich

Según publica hoy el diario Expansión, “*Los hermanos Berneda Martín han recuperado el control de la firma de calzado deportivo Munich y se han propuesto hacer crecer la compañía con la compra de nuevas marcas.*”

*Han integrado todas las sociedades de Munich en un solo **hólding** y ahora ultiman la incorporación de una firma de calzado y marroquinería y la entrada mayoritaria en el capital de una empresa del sector de la distribución en Internet.”*

Causas de la reorganización o reinversión empresarial

*“Los hermanos Xavier y David Berneda, que han liderado el crecimiento de Munich en los últimos años, **fueron despedidos el pasado junio por diferencias con la otra rama de la familia.***

*Seis meses después, los Berneda Martín **han comprado el 50% que poseían sus primas, que no participaban en la gestión diaria de la empresa.***

Negociación para la adquisición de empresas

*“Durante los seis meses que Xavier y David Berneda han estado apartados de la compañía, y sin saber si volverían a trabajar en ella, contactaron con numerosas empresas del sector de la moda y la distribución. **“El objetivo era comprar firmas pequeñas y hacerlas crecer gracias a nuestro conocimiento sobre el sector y a los contactos que tenemos a nivel internacional”**, dice el primer ejecutivo de la compañía, Xavier Berneda.*

La recuperación de su puesto en Munich y la compra de la totalidad del capital no han paralizado las negociaciones con otras empresas. Tras adquirir el 100% de la empresa, los hermanos Berneda han integrado todas las sociedades existentes en un holding que han bautizado como Bern2run. El objetivo no era solo ordenar la compañía, sino sentar las bases para la incorporación de otras marcas.

“Las firmas que compremos serán de nuestro sector -apunta Berneda-, y la entrada siempre será de forma mayoritaria”.

Objetivos de la reorganización o reinversión

La idea, añade, es “ganar volumen, abaratar costes y gestionar el negocio online de otras firmas que no saben cómo hacerlo o lo están haciendo de forma insuficiente”.

Volumen de negocio

Munich, que obtuvo 34 millones de euros de facturación en 2011, prevé que los ingresos caigan este año hasta los 30 millones, aproximadamente, “debido a la crisis y a los seis meses que hemos estado apartados de la gestión de la empresa”, justifica Xavier Berneda.

Endeudamiento

*Según su primer ejecutivo, el endeudamiento de Munich es **prácticamente nulo**, por lo que la compañía está preparada para acometer inversiones como la compra de otras empresas. “Los que nos hemos endeudado para comprar el 50% restante hemos sido los dos hermanos”, afirma Berneda. La sociedad propietaria de la red de diez tiendas de Munich ya pertenecía a los dos hermanos.*

Exportaciones e internacionalización

La firma de calzado deportivo se fundó en Capellades en 1939, al finalizar la Guerra Civil. A finales de los años 90, debido a la competencia de zapatillas deportivas procedentes de Asia, se reinventó hacia un modelo de negocio más de tendencia, con zapatillas para vestir en la calle.

*Actualmente, **Munich exporta un 40% de su producción y el objetivo es seguir incrementando este porcentaje.** La mayoría de sus ventas internacionales se concentran en países europeos, es decir en mercados maduros, pero la firma también ha entrado en Asia y Latinoamérica.”*

Fuente: Expansión

28 ENE 2013 16:35

Empresa Modaes

Munich entra en Estados Unidos y Canadá de la mano de un socio local

<http://www.modaes.es/empresa/20130128/munich-entra-en-estados-unidos-y-canada-de-la-mano-de-un-socio-local.html>

Munich empieza a operar en Estados Unidos y Canadá de la mano de un distribuidor local, Sala USA. La compañía de calzado ha iniciado su comercialización en ambos mercados a través del canal online, tal y como adelantó Modaes.es.

Las zapatillas Munich han irrumpido en los dos países norteamericanos a través de los comercios online Soccer.com y Amazon. Las colecciones de la enseña también han empezado a distribuirse a través de algunas tiendas multimarca de ciudades como Nueva York o Montreal, entre otras.

La compañía, fundada en 1939, da un paso más en su expansión internacional. Munich, que ya está presente en varios países europeos, Rusia o Chile, entre otros, ultima la entrada en Dubai, México, Brasil, Japón y Corea. Sólo en España, la empresa cuenta con una red de distribución de más de 400 puntos de venta multimarca, además de once tiendas propias y siete córners en El Corte Inglés.

Munich cerró el ejercicio 2011 con un crecimiento del 18% respecto a 2010, cuando logró unas ventas de 28 millones de euros. Más del 40% del negocio de la compañía procede de los mercados internacionales.

16 ABR 2013 11:00

Empresa Modaes

Munich diversifica con el lanzamiento de su primera colección de complementos

<http://www.modaes.es/empresa/20130416/munich-diversifica-con-el-lanzamiento-de-su-primera-coleccion-de-complementos.html>

La compañía catalana de calzado Munich prosigue su proceso de diversificación. Tras llevar a cabo el año pasado una remodelación de su accionariado, la empresa lanza al mercado su primera colección de complementos, formada por bolsos y bolsas de deporte para niños, hombre y mujer.

La colección, que se estrena en la temporada primavera-verano 2013, está compuesta por cuatro líneas de bolsos para mujer, dos modelos para hombre y bolsas de deporte para adultos y niños.

Con el lanzamiento de complementos, Munich prosigue su proceso de diversificación, que comenzó en febrero de 2012 con el lanzamiento de una colección de zapatos, que solamente distribuyó a través de la Red. La compañía inició su actividad en 1939 especializada en calzado deportivo.

Munich continúa con sus planes de crecimiento cuatro meses después de que los hermanos Xavier y David Berneda Martín regresaran a la compañía tras comprar el 100% de su capital. Artífices del gran desarrollo experimentado por la marca de calzado durante los últimos años, Xavier y David Berneda abandonaron la gestión de la compañía el pasado julio por divergencias con una parte de la familia.

La empresa, que distribuye en Japón, Portugal, Italia, Francia o Alemania, cuenta con una decena de tiendas propias en el mercado español. La compañía cuenta con tiendas monomarca en Irlanda y Chile.

Munich cerró el ejercicio 2011 con un crecimiento del 18% respecto a 2010, cuando logró unas ventas de 28 millones de euros. Más del 40% del negocio de la compañía procede de los mercados internacionales.

21 JUN 2013 10:59

Back Stage Modaes

Munich y Umbro finalizan su disputa por el logo de la X

<http://www.modaes.es/back-stage/20130621/munich-y-umbro-finalizan-su-disputa-por-el-logo-de-la-x.html>

Munich y Umbro ponen fin a su disputa judicial por su logo en forma de X. Umbro retirará la solicitud de marca comunitaria, resolviendo así de forma amistosa el enfrentamiento que tuvieron ambas marcas a causa del logo en forma de X.

La Sala de lo Civil del Tribunal Supremo admitió a trámite el pasado 2010 el recurso de casación presentado por la empresa catana Munich, titular de la marca de las dos bandas cruzadas en forma de X, contra Umbro.

Munich consideraba que el uso de este distintivo por parte de Umbro, especializada en la distribución de calzado deportivo, inducía a confusión. Munich ya denunció estos hechos en 2005 por infracción de marca y competencia y publicidad desleal. Ahora Umbro ha asegurado no tener ningún interés comercial por este logo, por lo que se ha decidido a paralizar todo el proceso.

Munich cerró el ejercicio 2011 con un crecimiento del 18% respecto a 2010, cuando logró unas ventas de 28 millones de euros. Más del 40% del negocio de la compañía procede de los mercados internacionales.

04 SEP 2013 10:51

Empresa Modaes

Munich diversifica y firma una licencia para lanzar su primera colección de gafas

<http://www.modaes.es/empresa/20130904/munich-diversifica-y-firma-una-licencia-para-lanzar-su-primera-coleccion-de-gafas.html>

La empresa catalana de calzado Munich continúa adelante con su proceso de diversificación. Tras llevar a cabo el año pasado una remodelación de su accionariado, y lanzar al mercado su primera colección de complementos, la compañía entra en el mundo de las licencias con un acuerdo en exclusiva con Óptica Universitaria, que será la encargada de comercializar la primera colección de gafas de marca.

Las gafas, que por el momento serán únicamente de visión y se lanzarán a mediados de septiembre, estarán producidas por el grupo Optim, con sede en Sant Just Desvern (Barcelona), según La Vanguardia. Grupo Optim cuenta con acuerdos de distribución de marcas como Levi's o Gant, y acuerdos de licencia con firmas como Guy Laroche.

Tras crear el holding Bern2Run a principios de año, propiedad de Xavier y David Berneda, Munich prosigue con su crecimiento en el mercado nacional e internacional. La compañía acaba de poner en marcha su tienda número doce en el centro comercial Maremagnum de Barcelona.

La empresa, con sede en Capellades (Barcelona), distribuye sus creaciones en Japón, Portugal, Italia, Francia o Alemania. La compañía cuenta con tiendas monomarca en Irlanda y Chile. Munich registró en 2012 una facturación de 30 millones de euros, casi un 12% menos que en 2011.

La previsión apunta a que la empresa, que emplea a más de 200 personas, registre unas ventas en 2013 de 32 millones de euros, impulsada por su presencia en los mercados internacionales.

14 OCT 2013 04:49

Back Stage C. Pareja

Màrius Cirera (Munich): “Más allá de la facturación, el gran cambio que aporta el ecommerce a la marca es la flexibilidad”

<http://www.modaes.es/back-stage/20131014/marius-cirera-munich-mas-alla-de-la-facturacion-el-gran-cambio-que-aporta-el-ecommerce-a-la-marca-es-la-flexibilidad.html>

Lleva quince años en la empresa y ha vivido en primera persona el cambio tecnológico que ha experimentado Munich a lo largo de los últimos años. Una de las compañías del sector pioneras en el ecommerce ha encontrado en Internet su mejor aliado para ganar...

12 DIC 2013 13:57

Empresa Modaes

La enseña de calzado Munich desembarca en Asia con aperturas en China, Japón y Corea

<http://www.modaes.es/empresa/20131212/la-ensena-de-calzado-munich-desembarca-en-asia-con-aperturas-en-china-japon-y-corea.html>

La empresa catalana Munich continúa adelante con su plan de expansión. La compañía, especializada en calzado y accesorios deportivos, se abre a nuevos mercados y desembarca en Asia, con la puesta en marcha de sus primeras tiendas en China, Japón y Corea.

En China, Munich abrirá dos puntos de venta antes de mayo de 2014 de la mano de un socio local. Por el momento, la compañía ya ha puesto en marcha dos tiendas, la primera ubicada en Shanghái, en el centro comercial Reel Shanghai, y en Nanjing, en el centro comercial Nanjing Deji Plaza.

Japón es otro de los mercados donde Munich acaba de desembarcar recientemente de la mano, también, de un socio local japonés. En cuanto a Corea, la enseña cuenta ya con un shop-in-shop en el centro comercial Lotte, en Seúl.

Munich, además de en Asia, ya está presente a nivel internacional en países como Estados Unidos, Francia, Portugal, Rusia o Italia. En España, Munich ya cuenta con presencia en más de 400 puntos de venta multimarca y con once tiendas propias en ciudades como Madrid o Barcelona.

La empresa, con sede en Capellades (Barcelona), registró en 2012 una facturación de 30 millones de euros, casi un 12% menos que en 2011. La previsión apunta a que la empresa, que emplea a más de 200 personas, registre unas ventas en 2013 de 32 millones de euros, impulsada por su presencia en los mercados internacionales.

17 MAR 2014 11:23

Empresa Modaes

La enseña de calzado Munich planea entrar en quince nuevos países mientras se refuerza en Asia

<http://www.modaes.es/empresa/20140317/la-ensena-de-calzado-munich-planea-entrar-en-quince-nuevos-paises-mientras-se-refuerza-en-asia.html>

Munich prosigue con su plan de desarrollo internacional. La empresa catalana, especializada en calzado y accesorios deportivos, se ha marcado el objetivo de entrar en una quincena de nuevos países ubicados principalmente en el continente asiático, donde Munich desembarcó en 2013 con aperturas en China, Japón y Corea.

En este sentido, la compañía prevé abrir dos puntos de venta en China antes de mayo, y otra decena en el resto del continente asiático, según Europa Press. Actualmente, Munich cuenta con dos tiendas en centros comerciales de las ciudades chinas de Shanghai y Nanjing, con una red de puntos de venta multimarca en Japón y con un corner en un centro comercial de la ciudad coreana de Seúl.

Munich está presenta en más de sesenta países, entre los que están Estados Unidos, Francia, Portugal, Bélgica, Alemania, Rusia o Italia. En España, la empresa cuenta con más de 400 puntos de venta multimarca y con once tiendas propias en ciudades como Madrid y Barcelona.

La compañía, que tiene su sede central en Capellades (Barcelona), obtuvo en 2012 una cifra de negocio de 30 millones de euros. Munich prevé concluir el ejercicio 2013 con unas ventas de más de 31 millones de euros, un 4% más que las registradas en 2012.

15 ABR 2014 11:58

Entorno Modaes

El dueño de Munich, único candidato a la presidencia de la patronal española del deporte

<http://www.modaes.es/entorno/20140415/el-dueno-de-munich-unico-candidato-a-la-presidencia-de-la-patronal-espanola-del-deporte.html>

Xavier Berneda, dueño de la enseña de calzado deportivo Munich, encabeza la única candidatura que se ha presentado para optar a la presidencia de la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores de Artículos Deportivos (Afydad), la patronal española del deporte.

Ante la falta de más candidatos, el máximo responsable de Munich será reelegido presidente de la patronal, según Tradesport. Después de pasar cuatro años al frente de Afydad, Berneda volverá a liderar la asociación hasta el próximo 2018.

Al frente de la vicepresidencia de la patronal estarán Teo Prat y Andrés de la Dehesa. En los próximos días, la Junta Directiva nombrará el resto de miembros.

13 JUN 2014 04:55

Empresa S. Riera

Munich acelera en China con la apertura de siete tiendas en 2014 y veinte más en 2015

<http://www.modaes.es/empresa/20140613/munich-acelera-en-china-con-la-apertura-de-siete-tiendas-en-2014-y-veinte-mas-en-2015.html>

Munich pisa el acelerador en China. La compañía de calzado acaba de abrir sus dos primeros establecimientos en el gigante asiático y prevé finalizar el año con un total de siete tiendas en el país. Para el año que viene, la empresa catalana estima continuar su crecimiento en China con la puesta en marcha de veinte puntos de venta más, según ha explicado el director de márketing y propietario de Munich, Xavier Berneda, a Modaes.es.

La compañía focaliza en la actualidad su crecimiento en Asia. Además de impulsar nuevas aperturas en China, la empresa ha entrado en otros países, como Japón, Corea, Filipinas, Malasia o Indonesia, entre otros. Munich accede a todos estos mercados a través de acuerdos con máster franquiciados.

El grupo, que cerró 2013 con una cifra de negocio de alrededor de treinta millones de euros, impulsa su expansión en Asia para compensar la falta de dinamismo en los mercados europeos en los que está presente. "Nuestros principales mercados, como Italia, Holanda, Francia y España, están estancados", ha explicado Berneda.

Munich continúa presente en Estados Unidos, a través del ecommerce y mantiene su único establecimiento en Latinoamérica, en Chile. Por el momento, la compañía conservará estos dos ejes comerciales, pero sin profundizar más en estos mercados.

El grupo, con sede en Capellades (Barcelona) produce alrededor de un millón de unidades al año, contando calzado, bolsos y otros accesorios. La empresa empezó el año pasado un proceso de diversificación con el lanzamiento de una línea de complementos. La compañía también creó con el grupo óptico Optim una colección de gafas.

Alrededor del 10% de su producción continúa fabricándose en Igualada (Barcelona), mientras que el 90% restante se realiza a través de varios proveedores distribuidos por Marruecos, Túnez o Bulgaria, entre otros países. En la actualidad, Munich cuenta con una plantilla de más de 200 personas.

Xavier Berneda y su hermano David se hicieron con el control de la compañía en diciembre de 2012, después de haberla abandonado poco antes de manera súbita. Los dos hermanos y su padre controlaban el cincuenta por ciento de una de las sociedades con que opera la marca, y el otro cincuenta por ciento estaba en manos de otra rama de la familia.

Munich inició su actividad en 1939. La empresa comenzó especializada en la fabricación de calzado deportivo, pero de la mano de la tercera generación ha dado el salto a la moda.

20 JUN 2014 11:20

Empresa Modaes

Munich apuesta por la diversificación y entra en el ‘action wear’ con una nueva línea

<http://www.modaes.es/empresa/20140620/munich-apuesta-por-la-diversificacion-y-entra-en-el-action-wear-con-una-nueva-linea.html>

Munich entra en el action wear. La enseña de calzado sigue apostando por la diversificación y lanza una nueva línea de calzado que se enmarca en el universo del deporte activo. La primera colección verá la luz la próxima temporada otoño-invierno 2014-2015 y estará compuesta por tres modelos.

La nueva línea de Munich, que se mueve entre dos segmentos en los que la enseña ya opera, como son la moda deportiva y la moda urbana, toma como imagen al piloto de MotoGP Marc Márquez. La colección se llama MM93 by Munich, al tomar las siglas del nombre del piloto y el número de su dorsal en competición.

Con la entrada en el action wear, Munich da un paso más en su estrategia de diversificación. La enseña, que empezó en calzado deportivo, dio un nuevo impulso a su negocio hace una década con el lanzamiento de su línea urbana. En los últimos años, Munich se ha abierto a los complementos, con bolsos y bolsas de deporte, y al mundo de la óptica, con una línea de gafas.

Munich, en manos de los hermanos Xavier y David Berneda, cerró 2013 con una cifra de negocio de alrededor de 30 millones de euros. La enseña continúa potenciando su plan de expansión internacional, que focaliza en Asia, con aperturas de tiendas y córners en China, Japón, Corea, Filipinas, Malasia e Indonesia, entre otros países.

25 NOV 2014 16:37

Empresa Modaes

Munich alcanza seis tiendas en Barcelona con la apertura de un 'pop-up' en La Maquinista

<http://www.modaes.es/empresa/20141125/munich-alcanza-seis-tiendas-en-barcelona-con-la-apertura-de-un-pop-up-en-la-maquinista.html>

Munich lleva sus zapatillas a nuevos rincones de Barcelona. La compañía, que ya cuenta con cinco establecimientos en la capital catalana, abrirá el próximo viernes un punto de venta temporal en el centro comercial La Maquinista.

La tienda, que contará con una superficie comercial de 45 metros cuadrados, estará ubicada en el local número 25 en la planta calle del complejo comercial. El establecimiento permanecerá abierto hasta al próximo 30 de marzo.

Munich, en manos de los hermanos Xavier y David Berneda, cerró 2013 con una cifra de negocio de alrededor de 30 millones de euros. La enseña continúa potenciando su plan de expansión internacional, que focaliza en Asia, con aperturas de tiendas y córners en China, Japón, Corea, Filipinas, Malasia e Indonesia, entre otros países.

11 DIC 2014 04:55

Empresa S. García/ S. Riera

Munich inicia la creación de un grupo de distribución y se hace con una marca de Yamamay para España

<http://www.modaes.es/empresa/20141211/munich-inicia-la-creacion-de-un-grupo-de-distribucion-y-se-hace-con-una-marca-de-yamay-para-espana.html>

Un nuevo grupo se lanza a competir en la distribución en España de marcas internacionales. Los hermanos Berneda, propietarios de la marca de calzado Munich, preparan la creación de una compañía especializada en la gestión de marcas en el mercado español. En paralelo, Xavier y David Berneda acaba de hacerse con el control de la distribución de la marca de natación Jaked, que forma parte del mismo grupo que la italiana Yamamay.

La empresa tiene previsto ampliar su negocio a través de nuevos productos y nuevas marcas en 2015, según ha avanzado Xavier Berneda a Modaes.es. “El año que viene queremos continuar dando nuevos pasos, pero todavía estamos en negociaciones”, ha señalado el empresario, que comenzará a competir en un negocio en el que operan en España grupos como Ogoza o Via Emilia.

Los Berneda ya tienen experiencia en la distribución de marcas. Anteriormente, la compañía catalana comercializó en la Península Ibérica la enseña holandesa de calzado Warmbat Australia y una marca italiana de calzado femenino.

Xavier Berneda y su hermano David se hicieron con el control de la compañía a finales de 2012. Artífices del gran desarrollo de la marca de calzado en los últimos años, los hermanos abandonaron la compañía a mediados de 2012 por divergencias con una parte de la familia. En el periodo que los Berneda estuvieron fuera de la empresa abrieron negociaciones para hacerse con la gestión de otras marcas de calzado.

La compañía catalana se ha hecho ahora con el control de la distribución de Jaked para España, Portugal y Andorra a través de la sociedad Bernher. Jaked, especializada en material técnico para deportes como la natación, es propiedad del grupo italiano Pianoforte, que también controla Yamamay.

Hasta ahora, Aquatic Global Sports era la encargada de gestionar la distribución de Jaked en estos tres mercados. “La marca creció de forma exponencial y Aquatic Global Sports no contaba con los recursos suficientes para apoyar ese desarrollo, por lo que se decidió traspasar el negocio a Bernher y garantizar la continuidad de la distribución de Jaked en España, Portugal y Andorra”, explica Eduard Lorente, ex propietario de Aquatic Global Sports.

Lorente, que hasta ahora se responsabilizaba de la distribución de Jaked en los tres mercados, se ha incorporado a la estructura de Munich y continuará llevando las riendas del negocio de la enseña italiana en España, Portugal y Andorra como country manager.

Con sede en el municipio barcelonés de Capellades, Munich finalizó 2013 con una cifra de negocio de alrededor de treinta millones de euros. La empresa está centrada en su desarrollo internacional con la mirada puesta en mercado como China, al tiempo que diversifica con la entrada en nuevas categorías, como óptica o complementos.

Munich crece un 15% y alcanza unas ventas de 27 millones

La Vanguardia, 06/06/2018

MAR GALTÉS

Barcelona

La empresa de calzado de deporte y de moda Munich, propiedad de los hermanos Xavier y David Berneda, alcanzó en el 2017 (ejercicio cerrado a marzo del 2018) unas ventas netas de 27 millones de euros, con un crecimiento del 15% sobre los 23,5 millones del 2016. La facturación bruta (sin descontar el efecto grupo) se eleva a 34,9 millones.

Del total de ventas netas, más de 10 millones proceden de la red de 13 tiendas propias, que han crecido más del 20% sobre los 8,4 millones del año anterior. Las exportaciones han crecido un 9% y se han situado por encima de los 3,5 millones. Berneda asegura que "hemos vuelto a apostar por Italia: hemos duplicado las ventas en el país, que ya representa más del 30% de las exportaciones, y ayuda a proyectar la marca".

Las ventas en el mercado nacional han crecido un 21%, según datos de la empresa, gracias al buen comportamiento tanto de la división moda (+24%) como de deporte (+31%).

La empresa recupera la velocidad de crecimiento después de que en 2012 sufriera tensiones en el seno de la familia propietaria. En el 2013, Xavier y David Berne-

da recuperaron la gestión y la propiedad de la empresa que había fundado su abuelo en 1939 como fabricante de calzado deportivo. En los primeros 2000, Munich había realizado una fuerte apuesta por el mundo de la moda, que ahora continúa junto al desarrollo de productos deportivos.

Munich apuesta por crecer con tiendas propias y por la internacionalización. "Queremos crecer



Xavier Berneda

en todos los canales: las tiendas son el escaparate que ayuda a construir marca, y en el online, directamente y a través de otras plataformas" explica Berneda.

Munich, con sede en Capellades, *show-room* en Barcelona, y filial en Italia, tiene una fábrica en Vilanova d'Espoya, donde produce 120.000 pares de zapatillas al año; el resto, hasta el millón de pares, se fabrican en Túnez, China, Alicante, Albania, Tángier...●