

TOPPER



Mercado

Desde fines de la década del 80, la mayoría de las marcas internacionales de deportes se instalaron en la Argentina directamente o a través de licenciatarios.

Así llegaron Nike, Adidas, Avia, Asics, Etonic, Le Coq Sportif, New Balance y Saucony, entre otras, quienes pelearon por una participación en el mercado nacional.

Frente a este desafío, Topper tomó el compromiso de consolidar su presencia en el mercado, ofreciendo colecciones de excelencia y reforzando sus vínculos con la red comercial y los usuarios. La comunicación de la marca, orientada desde un principio ha-

tiendas de deporte, con una cartera que reúne a 400 clientes, que en conjunto operan 1.100 puntos de venta en todo el país.

La exitosa estrategia desarrollada le ha permitido competir con las marcas internacionales en el mercado local y le abrió el camino hacia otros mercados, convirtiéndose en una marca nacional con presencia internacional, en mercados de países sudamericanos como Brasil, Uruguay, Paraguay, Chile, Bolivia y Venezuela, y en Japón, Malasia y Singapur.

Logros

Desde su creación en el año 1975, Topper es una marca con un fuerte papel protagonista en el mercado deportivo nacional, siendo la marca argentina líder en el segmento deportivo.

Con un inicio basado en el tenis, Topper fue consolidando e incrementando su presencia en el fútbol, para luego incorporarse a otros deportes como el basket y el rugby, con productos adecuados para la práctica de cada uno de ellos.

La presencia de la marca acompañó triunfos de gran repercusión para el deporte argentino y también fue uno de los puntales que promovió la transformación de la cadena de distribución, evolucionando de la antigua zapatería a las actuales cadenas de tiendas de deportes.

A través de sus 30 años de existencia, Topper siempre permaneció activa y presente como un símbolo del deporte nacional.

Historia

El lanzamiento de la marca Topper fue uno de los mayores éxitos comerciales que tuvo la compañía Alpargatas S.A.I.C. desde su fundación a fines del siglo XIX.

Los años 70 eran tiempos de un mercado de-



portivo nacional incipiente, con pocas marcas deportivas y con un escaso desarrollo de la cadena de comercialización.

El primer modelo de Topper fue el denominado "Profesional", un calzado vulcanizado diseñado para la práctica del tenis.

Poco tiempo después, siendo la Argentina un país amante del fútbol y anfitrión de la Copa del Mundo de 1978, Topper lanzó una línea de productos vinculada a ese deporte.

Desde ese momento la marca se convirtió en un jugador de peso e influencia, siendo auspiciante de importantes equipos (Independiente, Racing y de Avellaneda, Vélez Sarsfield y Ferro Carril Oeste) y de grandes jugadores (Guillermo Vilas y José Luis Clerc).

Desde entonces continuó sin pausa con el crecimiento y expansión de sus líneas de productos, agregando indumentaria y dirigiéndose a otros segmentos del mundo del deporte.



cia el deporte, la llevó a apoyar a clubes e instituciones de todo el país mediante una intensa actividad de promoción del juego individual y de equipo.

Como resultado de este trabajo, Topper se ha convertido en un referente principal del negocio de calzado e indumentaria deportiva.

En la actualidad, en un mercado nacional del orden de los 15.000.000 de pares de zapatillas por año, Topper es la marca líder absoluta en ventas.

A su vez, es una de las de mayor cobertura en las





Producto

El modelo Profesional, creado hace 30 años para la práctica del tenis, posee la particularidad de seguir siendo el producto más vendido del mercado deportivo nacional.

A lo largo de los años, la colección de Topper ha evolucionado en prestaciones y diseño, contando actualmente con una amplia oferta de productos para la gran mayoría de los deportes, con modelos basados en las principales tecnologías de producción (inyección, vulcanizado y cementado).

Sus líneas de producto abarcan calzados de running, tenis, fútbol, rugby, indoor, basket, tanto para adultos (hombre y mujer), como para niños, además de una línea de calzados retro que se suman a la ya clásica línea casual.

La oferta de Topper se completa con una línea de indumentaria y accesorios, que ofrecen un amplio espectro de productos destinados a la práctica de los principales deportes, el tiempo libre en general y su uso como vestimenta casual.

También existe una línea de accesorios para el deporte que complementa exitosamente las de calzado e indumentaria, la que incluye, bolsos, mochilas, medias, balones (fútbol, rugby, basket) y protecciones (fútbol y rugby).

Desarrollos recientes

Siguiendo las tendencias de mercado, Topper incorporó tecnología a sus prendas deportivas con un material con sistema Dry Cool, logrando un producto que no retiene humedad, con lo que se obtiene una prenda muy confortable y de alta performance, de gran aplicación en los productos destinados a la alta competencia.

En abril de 2005 se incorporó una tecnología robótica a la línea de armado de calzados

inyectados en poliuretano en la planta industrial de La Pampa, logrando una mayor eficiencia en la producción y optimizando la calidad final del producto. Asimismo, se está trabajando en un proyecto para incorporar esta tecnología robótica a la planta de Tucumán.

Promoción

Topper siempre ha apoyado al deporte argentino. Varios de los principales clubes de fútbol de la ciudad de Buenos Aires y del interior del país han vestido la marca Topper y la visten actualmente, con diseños modernos y técnicamente muy funcionales que permiten que el jugador sienta el confort y durabilidad del producto.

Con Guillermo Vilas como representante internacional de nuestro país se inició la trayectoria de Topper en el tenis. Actualmente, clubes y profesores lucen la indumentaria y calzados específicos, pensados en función de las necesidades que este deporte exige dentro de la cancha.

En el basket, Topper auspicia a la Confederación Argentina de Basketball, que logró la medalla de oro en los Juegos Olímpicos de Atenas 2004 vistiendo la indumentaria Topper. Asimismo, siempre estuvo presente en la liga local y con auspicios a varios clubes en diferentes regiones del país.

En el año 2000, Topper se introdujo en el rugby con el auspicio de la selección nacional, Los Pumas, con un exitoso acuerdo que cubrió el mundial disputado en Australia. Actualmente continúa con el apoyo a este deporte mediante la presencia de la marca en equipos como Alumni, Hindú, CASI y de la entidad madre del rugby de Buenos Aires, la URBA, vistiendo también a todos sus seleccionados.

También tiene presencia en

el voley, a través del auspicio de los seleccionados nacionales de la Federación de Voley Argentina (FEVA).

Otros deportes donde la marca está incursionando con un proyecto a largo plazo son el hockey y el golf, dos rubros de gran relevancia en los últimos tiempos en el mercado argentino.

Este desempeño exitoso en el deporte, se materializó también en elementos promocionales y de exhibición en los puntos de venta de la red comercial, logrando una importante presencia de la marca en las casas de deportes del país y una unificación de imagen que potencia la venta de los productos y consolida el liderazgo de Topper en el mercado.

Valores de la marca

Topper ha heredado los valores fundamentales de Alpargatas S.A.I.C., su compañía madre. Éstos se basan en el compromiso mutuo de directivos y empleados, lo que logra un espíritu y ambiente laboral de gran cordialidad que se extiende hacia sus clientes.

La compañía orienta los recursos humanos a la concreción de sus objetivos de negocio, lo que se traduce en una excelente relación con el mercado deportivo y una ágil respuesta ante los inconvenientes.

La compañía posee cinco fábricas de calzado ubicadas en las provincias de Tucumán, La Pampa, San Luis, Catamarca y Buenos Aires, con más de 100.000 m², contando además con un sistema de logística y distribución de excelencia.

Hoy la compañía tiene 3.500 empleados abocados a la producción de los productos Topper, siendo la mayor empresa de fabricación de calzado deportivo en la Argentina.

www.topper.com.ar



Lo que usted no sabía sobre
Topper

- El primer producto Topper fue inspirado en la colección Pampero Tenis, primera marca nacional orientada al deporte, fabricada con suela de caucho premoldeada vulcanizada, con capellada de lona. Existía un modelo para cancha de polvo de ladrillo y otro para césped.
- El nombre de la marca, Topper, era el de la mascota de Eduardo Oxenford, presidente de Alpargatas en la época de su creación.

