

|empresas|

# PETZL: la historia de una pasión

La marca francesa, líder en el mundo de la escalada deportiva y profesional, y la gran referencia en el segmento de los frontales, apuesta por la calidad y la formación como pilares de su estrategia

Petzl es, indiscutiblemente, la marca de referencia en el mundo vertical. Con apenas tres décadas de historia empresarial, lo que comenzó como una pequeña empresa familiar se ha convertido en una multinacional que domina el mercado de material duro de escalada y de frontales. Escuchar constantemente a los especialistas y hacer de la innovación su principal objetivo, ha permitido a la marca lograr una progresión espectacular que la ha llevado a situarse en primera línea con la oferta más amplia de equipos para el mundo vertical.

Tradesport ha tenido el privilegio de charlar con Paul Petzl, Presidente de la empresa, y con algunos miembros de su equipo sobre el pasado, el presente y el futuro de la marca. Además, hemos podido visitar la sede central de la marca en Crolles (Francia) y algunas de las fábricas que posee en el país gallo.



La historia de la marca francesa Petzl es la historia de una pasión. Una pasión que comenzó en los años 30 y que hoy, ocho décadas después, ha convertido a la marca en una de las grandes empresas del mundo del outdoor.

Desde sus inicios, primero a nivel artesanal y, a partir de 1975, a nivel industrial, el objetivo de Petzl ha sido buscar soluciones y producir las herramientas necesarias para que el hombre pueda avanzar en altura y, también, en la oscuridad. Su capacidad de innovación, la búsqueda constante de nuevas respuestas y su compromiso con la calidad y la seguridad han convertido a la marca francesa en la empresa que más ha ayudado a mejorar las técnicas de progresión vertical, tanto a nivel deportivo como en tareas de salvamento o en trabajos en altura.

En sus más de 80 años de historia, desde que Fernand Petzl comenzase a fabricar herramientas artesanales para él y sus amigos espeleólogos, y hasta hoy, con más de 600 referencias en el catálogo y 85 millones de euros facturados en 2009, la marca siempre se ha apoyado en dos pilares fundamentales: innovación y calidad. Dos valores añadidos que han convertido a Petzl en una de las grandes marcas internacionales del poderoso universo del outdoor.

## PEQUEÑAS IDEAS, GRANDES SOLUCIONES

Aunque la empresa se constituyó formalmente a mediados de los años 70, la verdadera historia de Petzl comenzó mucho antes, a los pies de la mítica "Dent de Crolles", donde Fernand Petzl, un apasionado de la espeleología, comienza a buscar soluciones para mejorar la seguridad.

En 1936 Petzl cruza su camino con el espeleólogo Pierre Chevalier. Este encuentro será clave en la evolución de las técnicas de progresión vertical. Junto a Chevalier y un grupo de los mejores

espeleólogos del mundo, Petzl descubre los primeros 17 kilómetros de galerías de la sima de la Dent de Crolles. A principios de los 40, Petzl y Chevalier empiezan a trabajar con nuevas herramientas y nuevas técnicas desarrolladas por el propio Petzl. Es en esta época donde se empezarán a desarrollar los primeros productos para escalada, entre ellos la nueva cuerda de nylon ideada por Chevalier, que revolucionaría la escalada. Los 50 fueron los años de los grandes descubrimientos. Petzl lidera la expedición que bate el record del mundo de profundidad en la Gouffre Berger: -1122 metros. Petzl y su equipo se convierten en una leyenda de la espeleología.

En 1968 empieza la producción de los primeros bloqueadores y descendedores en el taller de Saint-Nazaire-les-Eymes. Esta pequeña fábrica se convierte en un punto de encuentro para escala-

Hace 35 años, Petzl tenía una pequeña fábrica cerca de Grenoble con 5 trabajadores. En la actualidad, cuenta con tres fábricas en Francia y una en Estados Unidos, y con más de 450 trabajadores. Está presente en dos mercados, el deporte y la industria de salvamento y exporta el 80% de su producción a más de 60 países

dores, espeleólogos y alpinistas del mundo entero. Las ideas fluyen y Petzl, poco a poco, va fabricando productos en función de las necesidades de sus clientes. Productos que son vendidos directamente a los clubes y a los deportistas bajo el nombre de "Productos Fernand Petzl".

A finales de los 70 Petzl y su equipo dan un paso más en el mundo del desplazamiento vertical con la mejora de los bloqueadores y descendedores. También diseñan la primera linterna frontal, una verdadera revolución en el mundo de la espeleología y del deporte en general. En 1975, con el traslado a una nueva fábrica en Crolles, empieza la verdadera historia de Petzl, pasando de la pro-

ducción artesanal a la producción industrial, bajo la dirección de Paul, el tercer hijo de Fernand.

Desde entonces, más de 35 años de evolución, de innovación, de liderazgo... 35 años cumpliendo un compromiso con la calidad y con el cliente para convertir una pequeña empresa que en 1975 contaba con 5 trabajadores en una multinacional con tres fábricas en Francia y una en Estados Unidos, y con más de 450 trabajadores. Una empresa que, en apenas tres décadas, se ha convertido en la gran referencia mundial en la verticalidad deportiva y profesional y, también, en el segmento de los frontales.

En la actualidad Petzl tiene un catálogo con más de 600 referencias divididas en dos grandes familias: los frontales y el material de progresión vertical. Está presente en dos mercados, el deporte y la industria de salvamento; exporta el

80% de su producción a más de 60 países, y cuenta con dos Departamentos Comerciales, uno en Crolles (Francia), que gestiona todas las distribuciones a nivel internacional, y otro en Salt Lake City (Estados Unidos), para el importante mercado norteamericano, que representa el 40% de las ventas.

## LA FORMACIÓN: UNA ESTRATEGIA CLAVE Y DIFERENCIADORA

Petzl tiene muy claro, desde sus orígenes, que tan importante como el diseño y fabricación de un nuevo producto es la formación para explicar en qué consiste y cómo se usa cada uno de es-



En todas las factorías Petzl podemos ver este cartel que reza: "Su vida también depende de la calidad de su trabajo"

tos productos. En la mayoría de casos, la oferta de Petzl se centra en equipos de protección individual, y conocer perfectamente cómo se utilizan este tipo de equipos es fundamental para no asumir más riesgos de los necesarios.

En este sentido, la marca francesa no sólo acompaña cada producto con una detallada ficha técnica, sino que además ha apostado muy fuerte por la formación a través, tanto de la web como, sobre todo, con la creación del V.axess, un edificio anexo a la fábrica de Crolles donde se llevan a cabo cursos de formación teóricos y prácticos.

La idea de crear este espacio formativo la tuvo Peter Popall, actual director de marketing y Comunicación de Petzl y hasta hace poco Director Técnico de la marca francesa. Popall creyó conveniente construir un foro para el intercambio y la experimentación donde poner en común la experiencia y la inteligencia para imaginar y desarrollar las técnicas del mañana. Para alcanzar estos objetivos, como señala Popall, "es necesario aumentar nuestra comprensión de los diversos componentes de la verticalidad. La experimentación es clave en actividades de riesgo." Materializada por un nuevo edificio de usos múltiples de 500 m<sup>2</sup>, V.axess ofrece soluciones modulares diseñadas para permitir la simulación de la mayoría de las situaciones surgidas en el ámbito de la verticalidad. Por ello dispone, además de tres salas para la formación teórica, de una torre equipada con una altura de 20 metros, así como paredes inclinadas y equipadas para reproducir todo tipo de condiciones de escalada. "Esta nueva herramienta, totalmente adaptable a todas las necesidades, nos ayuda a analizar y comprender mejor los diferentes fenómenos observados sobre el terreno. Este nuevo conocimiento nos permitirá inventar y experimentar las prácticas del siglo XXI".

Esta formación, además, no está limitada únicamente a guías, detallistas o controladores (en el caso de material de salvamento o de trabajo en altura); todos los trabajadores de Petzl reciben un curso de formación –teórico y práctico- sobre los

diferentes productos de la empresa para conocer no sólo cómo funcionan sino, sobre todo, la importancia que tiene su trabajo teniendo en cuenta que se trata de productos que, en un momento dado, pueden ayudar a salvar una vida. En todas las fábricas de la marca francesa hay un cartel que corona el taller con la imagen de un deportista y con un texto que reza: "Su vida depende también de la calidad de su trabajo". Y tanto Popall como el resto del equipo directivo de Petzl tiene muy claro que la mejor manera de concienciarse de ello "es conocer muy bien el producto con el que se está trabajando". Marc Galy, director del V.axess y alpinista de reconocido prestigio internacional, insiste también en la importancia de la formación: "La gente retiene el 20% de lo que escucha o lee; en cambio, si lo prueba y practica con ello, este porcentaje de retención llega al 70%, por eso es tan importante la formación práctica".

Además, la formación también juega un papel clave en las estrategias de exportación. La marca, además de reforzar sus ventas a nivel internacional se ha propuesto la formación en aquellos países en los que está presente y uno de los proyectos que pueden ver la luz a corto plazo es la creación de centros V.axess en el extranjero. "Para formar y, también, para captar necesidades y soluciones. Puede ser una ayuda de doble dirección".

#### APORTAR SOLUCIONES: OBJETIVO PRIORITARIO

Desde que en los años 30, Fernand Petzl empezase a diseñar sus propias herramientas hasta hoy, la filosofía de Petzl a la hora de lanzar un nuevo producto al mercado ha sido la misma: cada producto tiene que satisfacer una necesidad concreta y aportar nuevas soluciones. Paul Petzl, lo tiene muy claro: "Nuestra misión es responder a las necesidades y a las demandas de los consumidores y ayudarles a progresar hacia lo inaccesible. Y tenemos que hacerlo con productos de máxima calidad y fiabilidad".

El cliente, en este sentido, es la pieza sobre la que

Petzl siempre ha tenido muy claro que tan importante como el diseño y la fabricación de un nuevo producto es la formación para explicar en qué consiste y cómo se usa cada uno de estos productos.

La seguridad tiene un papel clave y para la marca francesa no basta con ajustarse a la normativa. Las exigencias de los ensayos de Petzl superan con creces los requisitos mínimos exigidos por las normas de seguridad.

"El punto de partida de un producto es el cliente, el consumidor. Nosotros escuchamos qué necesita e intentamos darle una respuesta. El cliente siempre quiere más, y esta exigencia es el motor de nuestra evolución. El departamento de I+D trabaja con prototipos que se van ajustando en función de las necesidades del consumidor hasta crear un producto que responde a una necesidad concreta".

(Bernard Bressoux)

"Los límites cambian y tenemos que evolucionar para intentar alcanzarlos. El cliente cada día exige más y nuestro compromiso es avanzar, junto a él, hacia el imposible".

(Paul Petzl)

"¿Por qué somos diferentes? Nuestros productos ofrecen una seguridad mucho más allá de lo que exige la normativa; somos líderes en innovación; llevamos a cabo un control muy riguroso de nuestros productos; fabricamos en Europa y garantizamos un excelente servicio, rápido y eficaz, con una gran disponibilidad; y sobre todo, llevamos 30 años construyendo una marca pionera a nivel mundial que lucha y seguirá luchando para dar respuestas y soluciones al consumidor".

(Paul Petzl)

giran todos y cada uno de los movimientos de Petzl. Como señala Bernard Bressoux, Director Técnico del departamento de I+D, “el punto de partida de un producto es el cliente, el consumidor. Nosotros escuchamos qué necesita e intentamos darle una respuesta. El cliente siempre quiere más, y esta exigencia es el motor de nuestra evolución. El departamento de I+D trabaja con prototipos que se van ajustando en función de las necesidades reales del consumidor hasta crear un producto de calidad que responde a una necesidad concreta”.

Para que así sea, para diseñar y producir productos que garanticen esta eficiencia y calidad, la marca francesa lleva a cabo un proceso de producción en el que se tienen en cuenta todos y cada uno de los detalles importantes y donde el control emerge como un elemento fundamental. Se imaginan todos los usos que se le pueden dar al producto, tanto los lógicos como los erróneos, y una vez diseñado el prototipo, se llevan a cabo innumerables pruebas en el laboratorio, reproduciendo las situaciones más extremas. La comprobación empírica de la calidad absoluta es clave y las exigencias de los ensayos de Petzl superan con creces (entre un 10% y un 30%), los requisitos mínimos exigidos por las normas.

La marca fabrica todos y cada uno de sus productos utilizando los materiales y las tecnologías más avanzadas, trabajando con los mejores proveedores del mundo para garantizar la fiabilidad y calidad de los productos. Pero pese a las exhaustivas pruebas que lleva a cabo Petzl y aunque sus productos garanticen como hemos dicho, un nivel de seguridad muy por encima de las normas, la empresa tiene muy claro que “nunca debe asegurarse que un producto ofrece seguridad absoluta. El riesgo siempre existe”.

#### MÁXIMO CONTROL

Para darse cuenta de la importancia que tiene el control y la seguridad para Petzl basta con visitar algunas de las fábricas de las que dispone la marca en Francia. Tradesport ha tenido el placer de conocer de cerca las factorías de Crolles, Eybens y Rotherens y descubrir, en ellas, como se producen arneses, mosquetones, cascos, frontales, piolets y muchos otros productos que han convertido a Petzl en el líder indiscutible del mercado.

Cada una de estas fábricas tiene sus particularidades, pero los procesos son bastante similares y, como hemos dicho, todas tienen un elemento en común: el exhaustivo control de las piezas que componen los productos y, obviamente, del producto final.

El primer paso, antes del ensamblaje, es comprobar las piezas, analizando parámetros tan determinantes como la resistencia, la durabilidad o el peso. Hay que asegurarse que todas las piezas



Paul Petzl, a los pies de la mítica Dent de Crolles

han sido fabricadas según las directrices establecidas y que, en este sentido, garantizan la seguridad que exige Petzl. Este control absoluto —en el que cada pieza tiene un código individual para garantizar su trazabilidad— se mantiene durante la

producción y en el producto final.

A pesar de que los productos Petzl garantizan una gran durabilidad, desde la marca se insiste en que es importante saber cuándo es necesario renovar el material. “El cliente tiene que conocer cómo funciona el producto y, también, cuando está desgastado, por eso es tan importante que además del producto demos importancia a la formación y demos directrices a los consumidores. Petzl es sinónimo de calidad y control, y todos los procesos están encaminados a garantizar esta calidad técnica y de servicio, pero también tenemos la obligación de explicarle a nuestros clientes y consumidores cuándo conviene renovar el material”, señala Roland Cara, responsable de producción de la fábrica de Crolles.

#### ESPAÑA GANA PESO

A pesar de haber estancado su crecimiento en 2009, en gran parte por culpa de la crisis económica mundial, Petzl ha recuperado su línea ascendente en el primer semestre de 2010 con un crecimiento espectacular cercano al 30%. Esta progresión también se ha dado en España, uno de los mercados donde la marca tiene mayor potencial a corto y medio plazo. Vertical, distribuidora de la marca en España, ha experimentado un fuerte crecimiento en este primer semestre y las previsiones señalan que este comportamiento se mantendrá todo el año.

Para Paul Petzl, España es un mercado con un

gran potencial y puede convertirse, en breve, en uno de los mercados más importantes de la marca. “Es un país con mar y con montaña, con un clima muy bueno y donde deportes como la espeleología, la escalada o el trail-running van a ir ganando cuota progresivamente. Estamos convencidos de que las ventas van a crecer en España y el trabajo que está haciendo la distribuidora es una garantía de que Petzl sabrá aprovechar las oportunidades que ofrece este mercado”. Esta opinión es compartida por Toni Nubiola, máximo responsable de Vertical Sports, que se muestra convencido de que “el potencial de la marca en España es considerable. El cliente y el consumidor saben que Petzl es una marca líder en innovación que cada año lanza al mercado un producto evolucionado y tiene confianza absoluta en la marca. Deportes como la escalada o la espeleología van a ganar protagonismo en los próximos años y cuando estos nuevos practicantes busquen material estoy seguro de que no dudarán en apostar por nosotros”.

“España es un mercado con un gran potencial y puede convertirse, en breve, en uno de los mercados más importantes de la marca. Estamos convencidos de que las ventas van a crecer y el trabajo que está haciendo Vertical es una garantía de que Petzl sabrá aprovechar las oportunidades que ofrece este mercado”.

#### UN LÍDER CON UN GRAN FUTURO

Tras conocer un poco más a fondo como se diseñan y producen algunos de los productos de Petzl, y tras comprobar los exhaustivos controles que llevan a cabo en sus laboratorios, sólo nos queda hacerle una pregunta a su máximo responsable, Paul Petzl: ¿Si todas las marcas cumplen los requisitos mínimos de seguridad, qué diferencia a unas de otras? ¿Por qué Petzl es diferente? “Porque nuestros productos ofrecen una seguridad mucho más allá de lo que exige la normativa; porque somos líderes en innovación; porque llevamos a cabo un control muy riguroso de nuestros productos; porque fabricamos en Europa y garantizamos un excelente servicio, rápido y eficaz, con una gran disponibilidad; y sobre todo, porque llevamos 30 años construyendo una marca pionera a nivel mundial que lucha y seguirá luchando para dar respuestas y soluciones al consumidor”. Se puede decir más alto, pero no más claro.

¿El futuro de Petzl? A priori, sobre todo viendo el ritmo de mejora de la marca francesa, uno puede pensar que la innovación puede tener un techo y que habrá un punto en el que será muy complicado mejorar los productos. Sin embargo, Paul Petzl, tiene muy claro que este límite no existe: “Los límites cambian y tenemos que evolucionar para intentar alcanzarlos. El cliente cada día exige más y nuestro compromiso es avanzar, junto a él, hacia el imposible”.