

BrandBook

MUNICH



MUNICH

1

Historia

Historia de la marca.....03



2

Visión y valores de marca

Valores.....07
Diseño.....09



Fabricación y distribución propia.....10
Innovación.....11
Sostenibilidad.....12
Marketing.....13

3

Categorías

Moda.....14
Sport.....16
STB.....17
Kids.....18
Bags.....19
Textil.....20



4

Expansión



Retail.....21
Exportación.....23

5

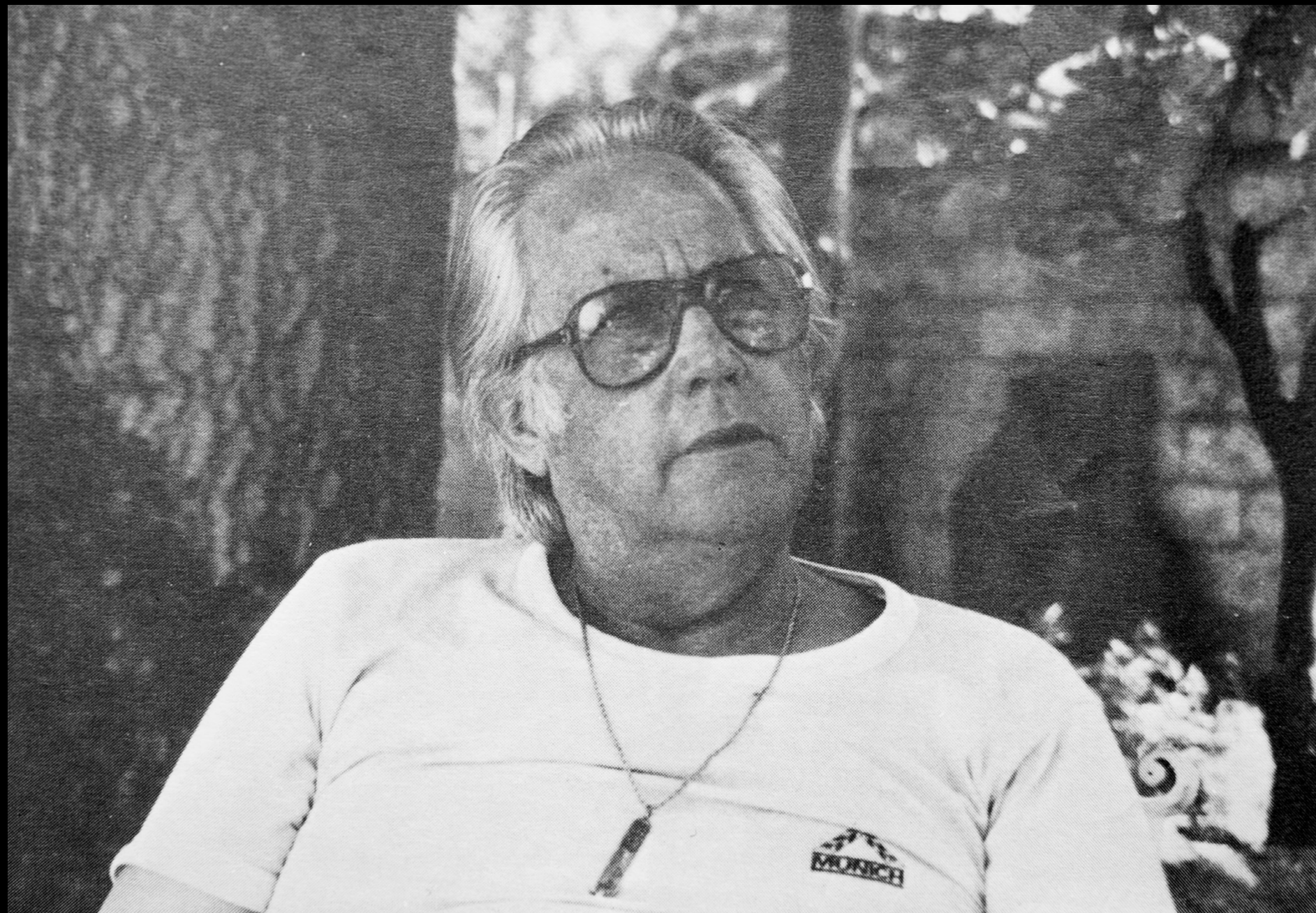
Contacto



Contacto.....26

Historia de la marca

La primera fábrica de la marca MUNICH, ahora abandonada, fue el origen de un negocio familiar que evolucionó hasta convertirse en un referente del calzado deportivo y de moda urbana. Fundada por Lluís Berneda en 1939, tras una época difícil, la empresa pasó de ser un taller de zapateros a una marca consolidada. Su nieto, Xavier Berneda, actual CEO de Bern2Run, creció entre suelas y cordones, aprendiendo los valores del esfuerzo, la innovación y el trabajo en equipo. Con el cambio de nombre a MUNICH y la icónica “X”, la empresa se transformó en una marca con identidad propia. La familia Berneda ha creado un legado basado en la tradición, el diseño y la pasión, demostrando que el éxito es fruto del trabajo constante y la visión emprendedora.



Lluís Berneda,
fundador de MUNICH

1939

- **Lluís Berneda** funda una pequeña fábrica de calzado en Sant Boi de Llobregat tras la Guerra Civil española.

-Nace el origen de lo que más adelante sería la marca **MUNICH**.



Antigua ubicación en Sant Boi de Llobregat del primer taller de zapateros.

Años 40

- Lanzamiento de la primera bota baja de fútbol, marcando un hito en su evolución.



Años 50

(1950–1960)

- En 1950, la marca se especializa en calzado técnico deportivo.
- En 1953, entra en el mundo del atletismo.
- Se convierte en pionera en España en la fabricación de zapatillas para rugby, balonmano y boxeo.

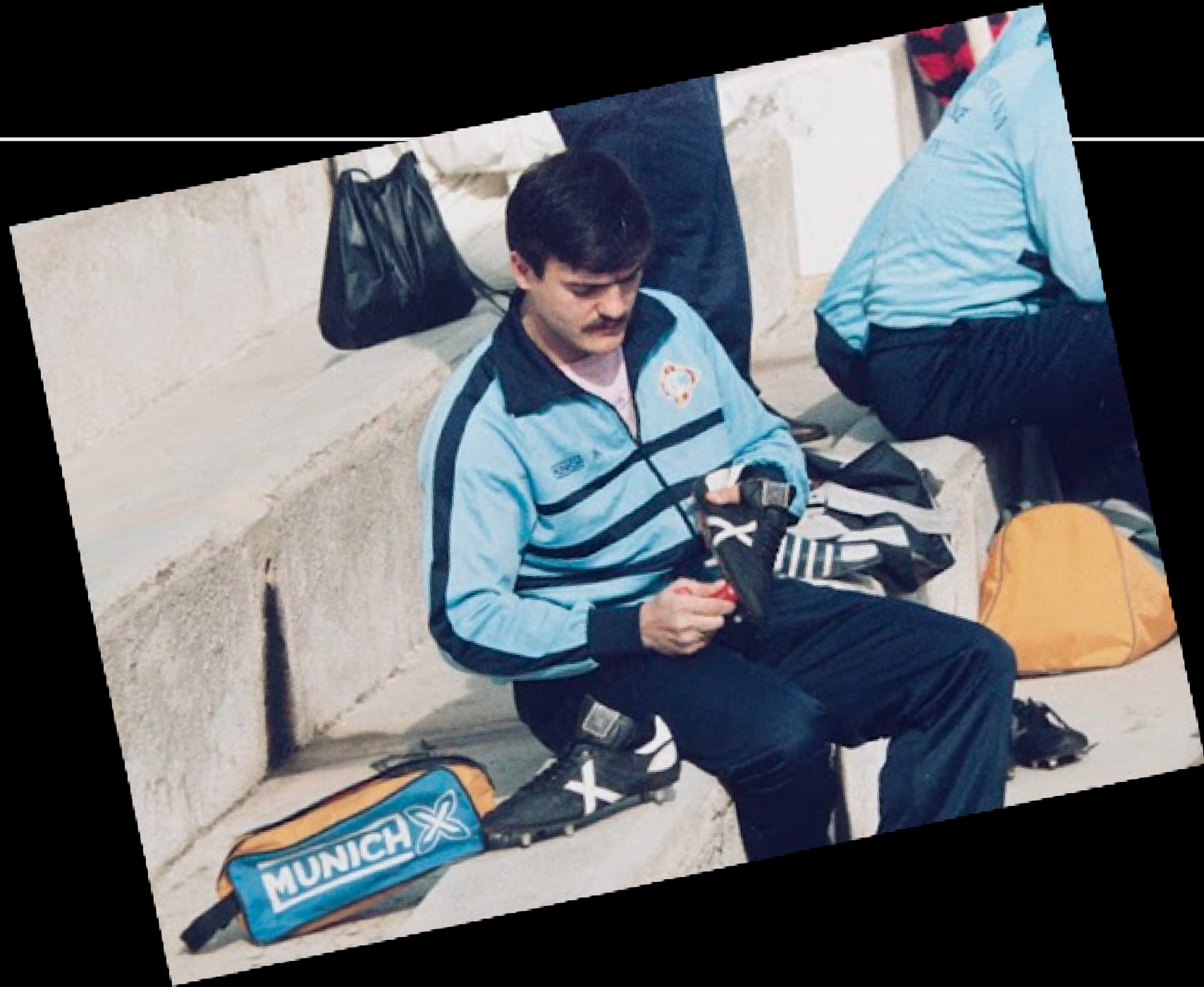
Esbozos y dibujos de las primeras botas



Años 60

(1960–1970)

- En 1964, **BERNEDA S.A.** adopta el nombre MUNICH.
- Nace la icónica “X” en sus zapatillas.



Años 70

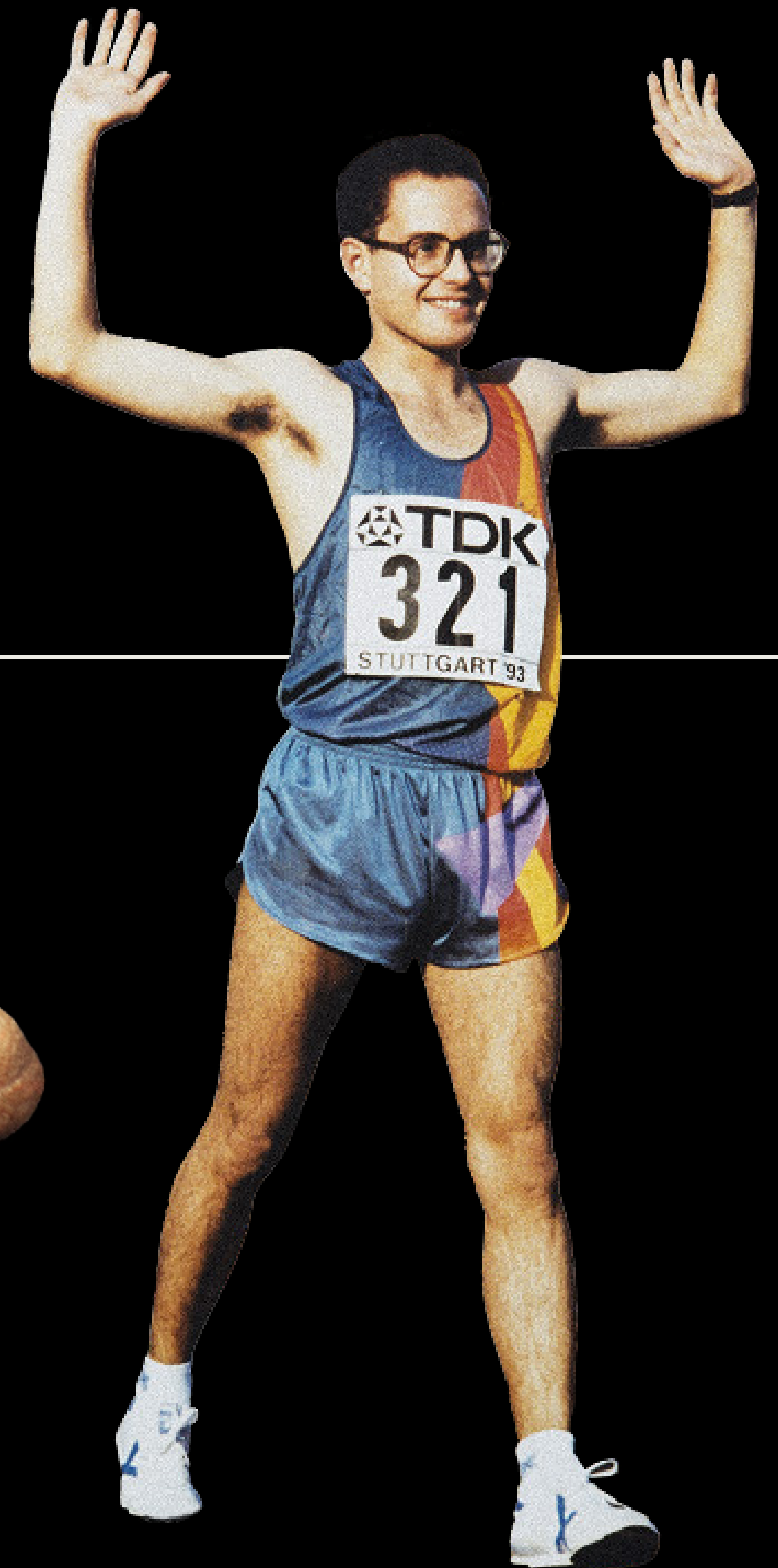
(1970–1980)

- La fábrica se traslada a **Vilanova de Espoia**.
- Producción diaria aumenta a **300 pares**.

Años 80–90

(1980–1990)

- Auge del fútbol sala en España.
- Lanzamiento del modelo **GOAL**, que se convierte en el producto estrella.



El atleta Valentí Massana

Años 2000 -2010

- La tercera generación de la familia Berneda impulsa la entrada de MUNICH en la **moda streetwear**.
- Se reedita el modelo GOAL para las calles.
- Se crea el departamento de **exportación**.

Imagen de
la campaña
"Notecortesunpelo"



Vista del interior
de Casa Munich



- Modelos icónicos: **ACROPOL, ROC, OSAKA**.
- 2008: inauguración de **Casa Munich**, la primera tienda propia.
- Expansión a más de 18 tiendas físicas y fuerte presencia online (incluyendo Munich My Way para personalización).

Años 2010 -2020



- 2013: se lanza la división de **accesorios** (bolsos, mochilas, etc.).

- 2017: nace la línea STB, **zapatillas lifestyle** con enfoque deportivo.

- Modelos destacados: **DASH PREMIUM, G3 JEANS, ARROW, MODULAR**.

Marco actual

- MUNICH se posiciona como **referente** en la tendencia **athleisure**, que fusiona moda y funcionalidad con un estilo urbano

Campaña
Stupa Pad X
y Soku



- MUNICH lanza su línea de **calzado de pádel** (modelos SMASH y BLOCK).

- 2019: se presenta ropa **sportwear** (sudaderas y chándales)

- Se desarrollan nuevas colecciones para **hockey hierba** (modelo HOOK) y **balonmano** (modelo IMPULSE, además de GOALKEPER y ARQUERO para porteros)

Valores

Los valores de MUNICH se centran en la búsqueda de la autenticidad, la innovación y la expresión personal. Desde sus raíces en Barcelona, la marca combina tradición y modernidad para ofrecer productos que conectan con un estilo de vida dinámico, creativo y cosmopolita.

Busca inspirar y expresar su estilo personal a través de sus valores y cualidades:

INTUICIÓN
Saber anticiparse y detectar nuevas tendencias del sector

PROVOCACIÓN Y ATREVIMIENTO
A través de su carácter y el diseño, no deja indiferente.

EXCELENCIA Y AUTENTICIDAD
Herederos del oficio de zapatero, de su experiencia y el saber hacer.

DIVERSIÓN
Adopta un tono desenfadado, cercano y casual

CREATIVIDAD Y COSMOPOLITA
Siempre está en la vanguardia del diseño y la innovación.



Diseño

La filosofía de diseño de MUNICH combina tradición artesanal, innovación constante y autenticidad. Con raíces en Barcelona, la marca fusiona su legado familiar con una visión moderna, destacando la icónica “X” como símbolo de estilo y funcionalidad.

Sus valores clave, autenticidad, creatividad y autoexpresión, se reflejan en diseños de alta calidad que mezclan moda y deporte. MUNICH no sigue tendencias, sino que crea identidad a través de cada una de sus zapatillas

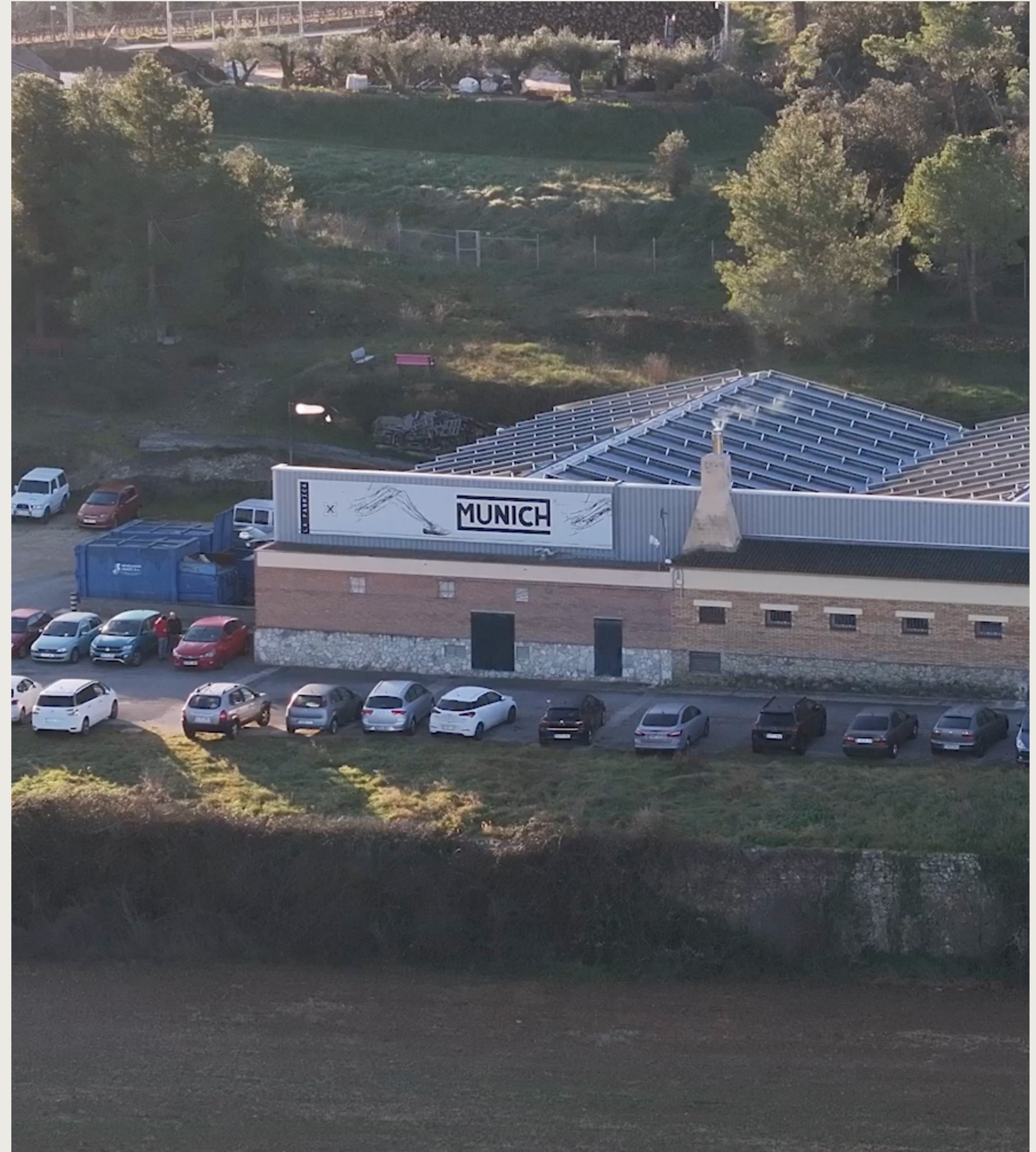


Fabricación y distribución propia

MUNICH ha consolidado su prestigio con una producción eficiente y sostenible. Su planta principal en Vilanova d'Espoia (Barcelona), de 1.750 m² y 54 empleados, combina artesanía y tecnología. También cuenta con una fábrica en Elche especializada en vulcanizado. Produce unos 250 pares diarios en 45 minutos por par y destaca por su capacidad de personalización, desde un solo par hasta grandes volúmenes.

Logística eficiente y global

MUNICH cuenta con una logística global para clientes B2B y B2C, con 6 almacenes y una capacidad de 281 contenedores anuales. Gestiona unas 21.900 expediciones al mes. En Cataluña, opera con 3 camiones propios para distribución interna y a tiendas. Su programa Second Life impulsa el reciclaje y la sostenibilidad, promoviendo un consumo responsable.



Innovación

MUNICH apuesta por la innovación como equilibrio entre estética, funcionalidad y carácter. Ha sido pionera en fusionar moda y deporte, adaptando modelos deportivos al streetwear. A través de su I+D, ha mejorado materiales y procesos, creando calzado y accesorios funcionales para disciplinas como fútbol, pádel o balonmano, compitiendo con las grandes marcas del sector.



Sostenibilidad

MUNICH trabaja para estar en el presente sin comprometer el futuro de las próximas generaciones. Nuestro objetivo es dejar una huella positiva en el planeta.

Ecodiseño y materiales sostenibles

Uso de materiales reciclados, algodón orgánico y textiles sostenibles para reducir el impacto ambiental. La colección Recycled de accesorios está fabricada con materiales reciclados provenientes de las botellas de plástico.

Reparación, reutilización y cuidado del producto

Servicios de reparación y cuidado para alargar la vida útil del producto.

Trazabilidad y transparencia

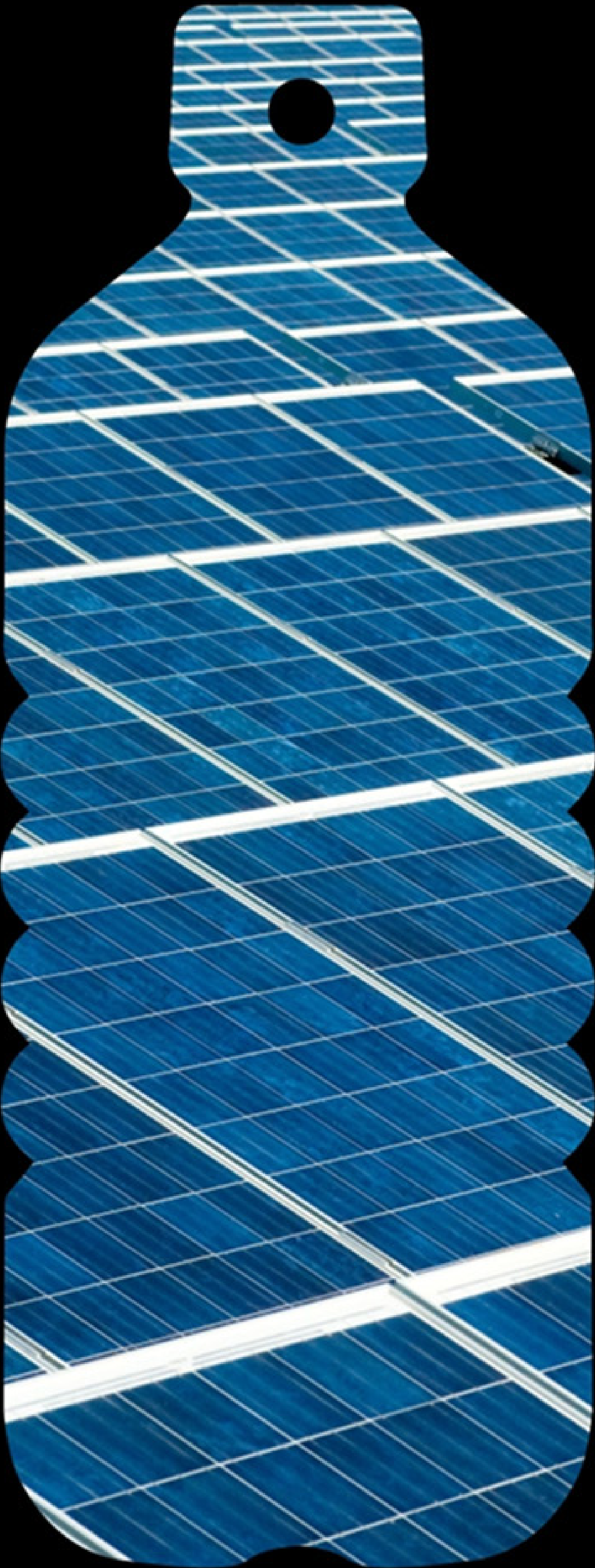
Trabajamos la transparencia mediante el desarrollo del pasaporte digital con el análisis del ciclo de vida del producto y trazabilidad de nuestros proveedores.

Reducción de huella de carbono

Uso de materiales reciclados, algodón orgánico y textiles sostenibles para reducir el impacto ambiental. La colección Recycled está fabricada con materiales reciclados procedentes de botellas de plástico, que representan aproximadamente el 80% de la composición de cada bolso.

Ética y responsabilidad social

Auditorías laborales y colaboración con fundaciones para ampliar su impacto social.



Marketing

MUNICH ha construido su estrategia de marketing sobre una identidad sólida que fusiona deporte y moda posicionándose como una marca con personalidad propia.

Apuesta por el marketing experiencial en tiendas físicas y opera con una estrategia multicanal, combinando presencia en tiendas, ecommerce y redes sociales.



Moda

MUNICH MODA refleja el espíritu innovador y creativo de la marca, reinventando constantemente sus productos para ofrecer novedades relevantes al consumidor. Sus colecciones se caracterizan por ser atemporales, versátiles y adaptadas tanto para el entorno laboral como para el ocio, fusionando funcionalidad con estilo. Se trata de la línea más casual de MUNICH, compuesta por distintas categorías de negocio:

Calzado de hombre



Calzado de mujer



Calzado infantil



Textil



Accesorios



Moda

CALZADO MUNICH MODA

Dentro de cada categoría de calzado, MUNICH MODA ofrece tres líneas de estilo diferenciadas:



ORIGINAL

Rediseño de los modelos icónicos de la marca, adaptados al contexto de la moda actual.



RETROSTYLE

Siluetas inspiradas en el estilo vintage y deportivo de décadas pasadas.



LIFESTYLE

Diseños en línea con las tendencias actuales del mercado, pensados para el día a día del consumidor.

Sport

MUNICH dio sus primeros pasos en el mundo del deporte con el lanzamiento del modelo GRESCA, el primer calzado diseñado específicamente para fútbol sala. Este modelo icónico no solo marcó un antes y un después en la categoría, sino que posicionó a la marca como un referente reconocido a nivel internacional.

Desde entonces, MUNICH ha mantenido su liderazgo en el sector deportivo, consolidándose como una firma de referencia a escala global. Su oferta deportiva se ha ampliado de forma significativa, abarcando disciplinas como futsal, fútbol, pádel, hockey hierba y handball.



STB

La línea STB de MUNICH se define como una propuesta estratégica dentro del portafolio de la marca, concebida para responder a las demandas del mercado urbano contemporáneo. Estas zapatillas combinan diseño vanguardista, calidad en los materiales y un enfoque en la funcionalidad, consolidándose como un producto versátil y competitivo. La categoría STB refuerza el posicionamiento de MUNICH en el ámbito internacional al ofrecer un calzado que integra identidad de marca, confort y proyección estética, alineado con las tendencias globales y las expectativas de un consumidor exigente.



Kids

La categoría **Kids de MUNICH** combina diseño y funcionalidad en dos líneas: moda y deporte. La línea de moda adapta los modelos icónicos de la marca al público infantil con estilo, comodidad y resistencia. La división deportiva ofrece calzado técnico para actividades como fútbol sala o running, con materiales ligeros y gran rendimiento.

Además, MUNICH incorpora la línea Wild Feet, zapatillas barefoot que favorecen el desarrollo natural del pie infantil con libertad y ergonomía. Una colección pensada para acompañar a los más pequeños en cada paso con calidad e innovación.



Bags

MUNICH dio un nuevo paso en 2013 con la creación de su división de accesorios y comenzó a diseñar una completa gama de complementos —bolsos, mochilas, bolsas, trolleys, maletines, neceseres, bandoleras, entre otros— concebidos para integrarse perfectamente con su colección de calzado.

Esta línea refuerza la propuesta lifestyle de MUNICH, ofreciendo productos funcionales y con diseño, pensados para acompañar al consumidor en su día a día con estilo y coherencia visual.



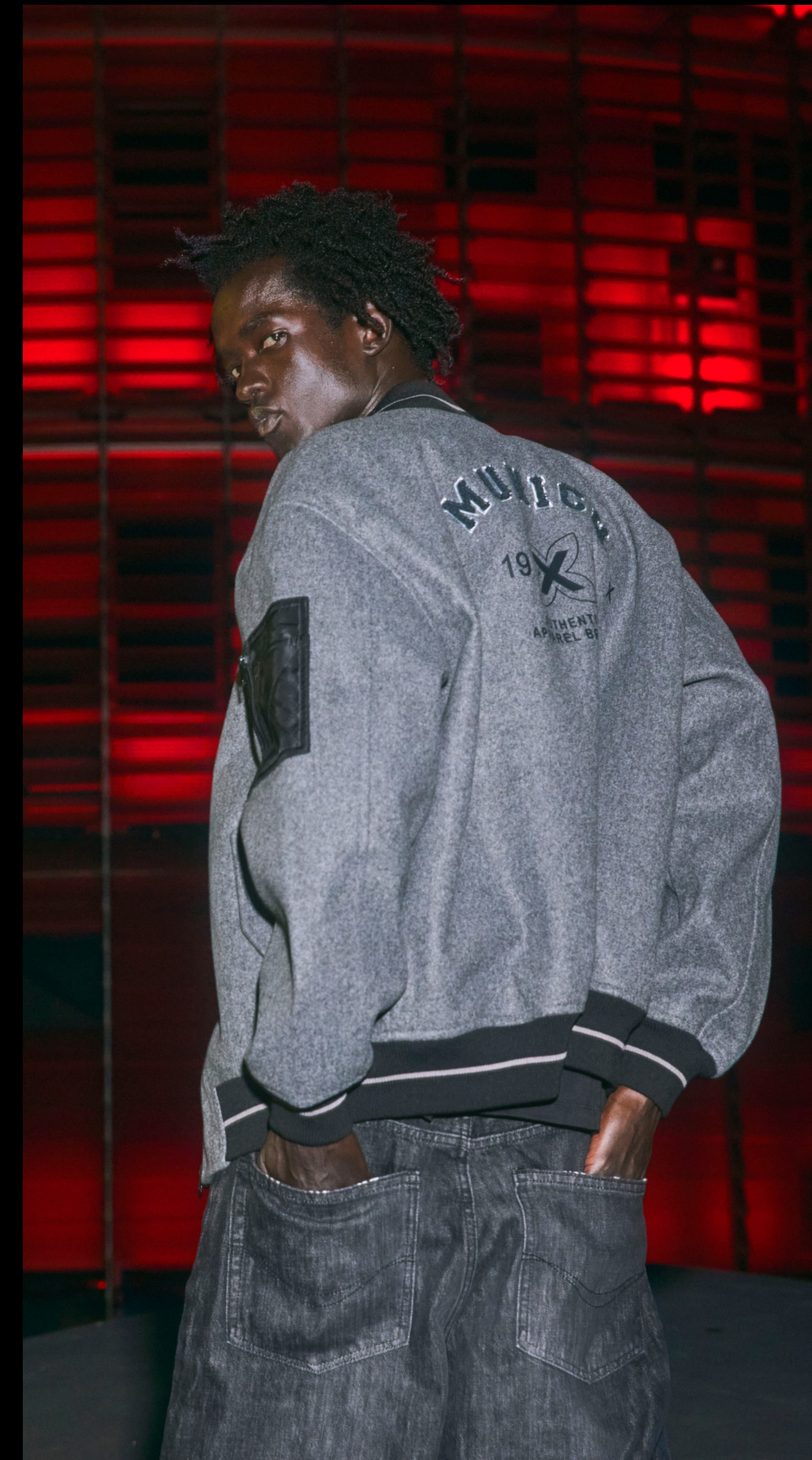
Textil

La colección textil se estructura en tres líneas integradas dentro de una misma propuesta:

Lifestyle: prendas casuales con un enfoque cómodo y urbano.

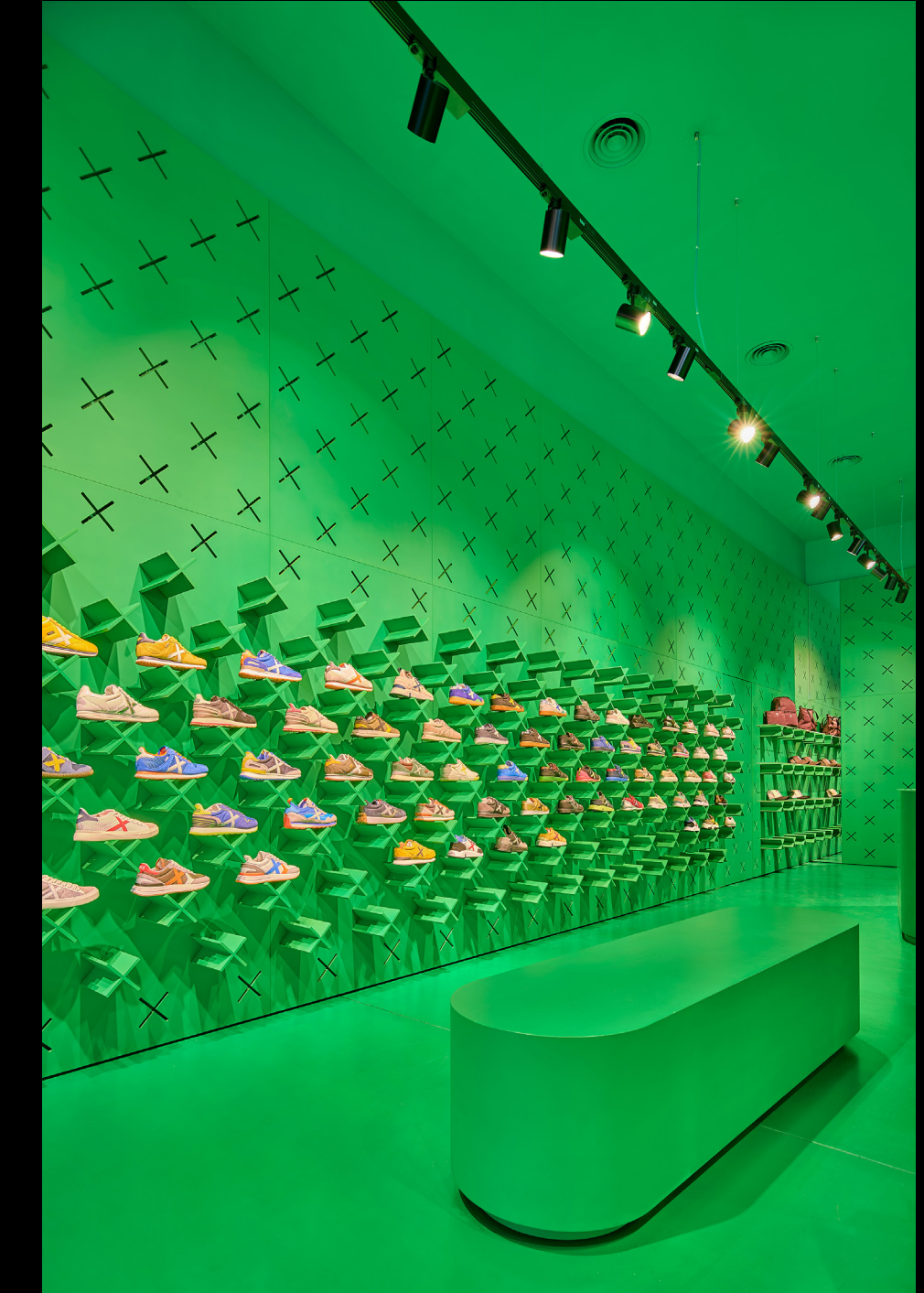
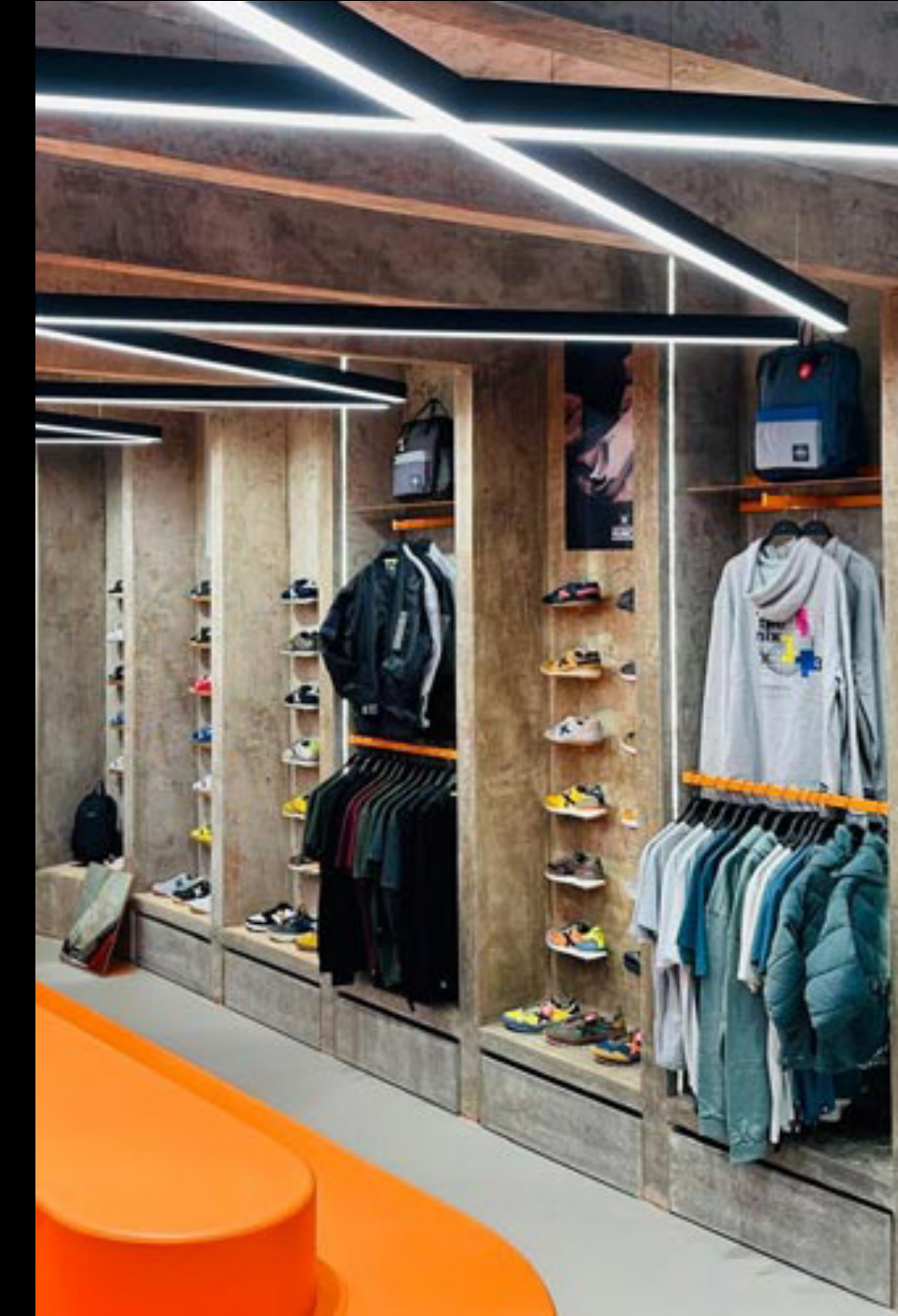
Streetwear: productos con un carácter más contemporáneo, ligados a la cultura urbana y las últimas tendencias.

Essentials: Prendas pensadas para el día a día que mantienen la identidad de la marca con una estética limpia y cuidada.



Retail

Las MUNICH Stores son espacios únicos, concebidos para ofrecer una experiencia de compra distintiva y memorable. Cada tienda está diseñada para sumergir al cliente en el universo de la marca, vinculando a MUNICH con un estilo de vida hedonista, moderno y creativo. Estos entornos transmiten una identidad visual potente y sugerente, creando la atmósfera ideal para conectar emocionalmente con el producto y la filosofía de la marca. Siguiendo las líneas de innovación y diseño que definen a MUNICH, la firma ha desarrollado una sólida red de tiendas propias en ciudades como Barcelona, Tarragona, Girona, Sevilla, Málaga, Zaragoza, Mallorca, Madrid y Andorra. Además, MUNICH amplía su presencia a través de numerosos espacios shop in shop.

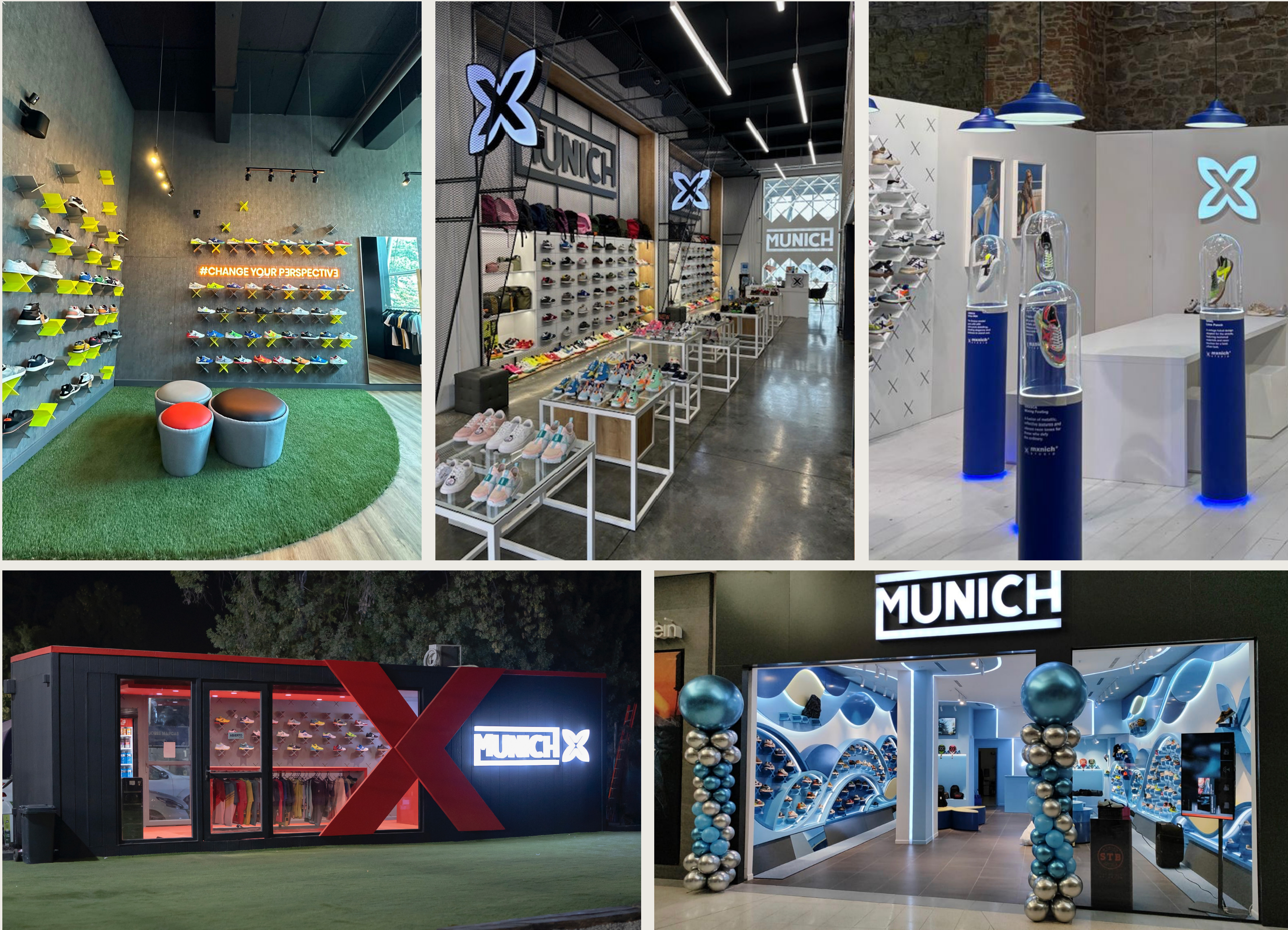


Exportación

MUNICH exporta a más de 40 países, consolidando su presencia en los principales mercados internacionales. Tras España, Italia se posiciona como el país con mayores ventas, donde la marca cuenta con filial propia.

Avanzamos con paso firme en el proceso de internacionalización, expansión por Latinoamérica y reforzando el alcance global. El objetivo es claro: abrir más tiendas alrededor del mundo para acercar la experiencia MUNICH a un público cada vez más diverso.

Para MUNICH, la internacionalización no significa solo crecer en presencia, sino también crear conexiones reales con las personas y compartir nuestra forma de entender el estilo en diferentes culturas alrededor del mundo.



Para más información sobre nuestros productos,
proyectos o colaboraciones, no dudes en ponerte
en contacto con nosotros:

info@munichsports.com
www.munichsports.com
Síguenos en nuestras redes sociales
para conocer todas las novedades:

@munichsports
Instagram
Facebook
X
LinkedIn
YouTube

