

## EQUIPAMIENTO

# Amer Sports se refuerza en ciclismo tras pagar 45 millones por Enve Composites

M.M.A.

22 feb 2016 - 17:28

Amer Sports sigue tirando de talonario para reforzar su cartera de productos. La compañía finlandesa ha acordado pagar 50 millones de dólares (45 millones de euros) por el 100% de Enve Composites, un fabricante estadounidense de componentes para bicicletas de carretera y montaña.

La multinacional, que controla otras marcas como Precor, Salomon o Arcteryx, asegura en un comunicado que su nueva participada es "una marca de rápido crecimiento en las ruedas de carbono de gama alta, componentes y accesorios para ciclismo". En la actualidad, sus ventas anuales se estiman en unos 30 millones de dólares (27 millones de euros) que pasarán a engrosar el volumen de negocio del grupo una vez se cierre la compraventa, previsiblemente antes de marzo.



Enve provee componentes para fabricantes de cuadros como Santa Cruz, Cervélo o Cannondale.

"La adquisición acelera el negocio de ciclismo de Amer Sports especialmente en

Estados Unidos, y ofrece nuevas oportunidades de expansión a nivel internacional", explica la compañía dirigida por Heikki Takala. En su opinión, esta adquisición "nos da competencias en tecnología de carbono y ofrece beneficios a escala operativa y por sinergias que complementan la categoría de ciclismo Amer Sports". En este ámbito, la compañía ya es propietaria de Mavic, un fabricante francés de componentes.

Esta adquisición, además de reforzar el negocio en un determinado deporte, también ayudará a cumplir el objetivo de potenciar su presencia en EEUU y China para seguir creciendo. En 2015, la compañía logró registrar un alza de sus ventas del 13,7%, hasta los 2.534,4 millones de euros. El beneficio neto más que se duplicó, al pasar de 55,4 millones a 121,6 millones de euros.

Eliminada la fluctuación de divisas, el segmento en el que mejor evolución reflejó Amer Sports es en la de *outdoor*, que facturó 1.530,1 millones (+8%) y se consolida como la principal fuente de ingresos de la compañía gracias a marcas como Atomic, Salomon, Arc'teryx y Suunto. En el área de deportes de pelota, con Wilson y la recién adquirida Louisville Slugger como pilares, el negocio subió un 6% y alcanzó los 647 millones. El área de *fitness*, con Precor y la adquirida Queenax al frente, facturó 357,3 millones, casi 40 millones más que un año antes pero que, sin vaivenes de divisas, cayó un 3%.