

## EQUIPAMIENTO

# El ex CEO de Desigual entra en el consejo de Amer Sports

P. Riaño/M.Menchén  
10 mar 2017 - 04:59

Manel Adell ficha por otro consejo de administración. El ejecutivo, consejero delegado de Desigual hasta 2012 y artífice del gran crecimiento experimentado por el grupo español de distribución de moda, se incorpora al órgano de dirección de la compañía finlandesa Amer Sports. Con una facturación de más de 2.600 millones de euros, Amer Sports es propietario de marcas como Wilson y Salomon.

El ejecutivo español aportará a Amer Sports su conocimiento y experiencia en el sector de la moda y el *lifestyle*, un negocio al que se están acercando cada vez más los grupos de distribución de material deportivo. De hecho, más del 60% del negocio de Amer Sports procede del *outdoor*, donde se incluye, por ejemplo, la marca Arcter'yx.

La junta general de accionistas aprobó ayer la incorporación de Manel Adell al consejo de administración de la compañía, en el que figuran otros ejecutivos de larga trayectoria en el sector de la moda, como Bruno Sälzer, ex directivo de Escada y Hugo Boss, que ayer fue elegido presidente del órgano. Adell, por su parte, se incorpora al comité de compensaciones y recursos humanos de la compañía.



Manel Adell también es consejero del grupo de perfumería Puig y la

cadena Tiger.

Con un alto componente técnico, Amer Sports compite con compañías como Under Armour, que rivaliza con Nike y Adidas por el negocio mundial del deporte. Con más de 8.500 empleados, la compañía finlandesa cotiza en bolsa y su capitalización superó los 2.900 millones de euros a cierre de 2016.

Amer Sports será el tercer consejo de administración del que forma parte Manel Adell. El directivo es consejero del grupo de perfumería Puig y de la compañía danesa Tiger desde 2013. En abril de 2014 se incorporó al consejo de la compañía de ecommerce Privalia, pero salió de él un año después.

Manel Adell se ha convertido en uno de los ejecutivos más reputados del sector de la moda en España. Nacido en Barcelona, es licenciado por Esade y MBA por el Institute for Management Development en Lausanne. El directivo, que también fue alumno de Stanford University, ha vivido en Reino Unido, Estados Unidos, Suiza, Dinamarca y Bélgica.

El directivo comenzó su andadura profesional en Agrolimen, para dar el salto después a Cadbury Schweppes y a Bang&Olufsen. Adell inició su colaboración con Desigual en 2002 como asesor y después como socio, director general y consejero delegado. Bajo su dirección, la empresa impulsó su crecimiento y rozó los mil millones de euros de facturación.

En julio de 2012, Adell anunció su salida de Desigual por diferencias en la gestión con el fundador y primer accionista de la empresa, Thomas Meyer. En enero de 2013, Adell abandonó su cargo en la compañía y vendió sus acciones y desde entonces ha compaginado el asesoramiento a empresas con la inversión en el sector inmobiliario.

La empresa acusó el año pasado la mala evolución de su división de *fitness*, que vendió maquinaria y artículos deportivos por valor de 349,2 millones de euros, un 2% menos que en 2015. La división de *outdoor*, por su parte, fue la que más creció el último ejercicio.

Las marcas como Suunto y Arc'teryx, entre otras, registraron unos ingresos de 1.601,8 millones de euros, un 5% más. Por productos de deportes al aire libre, el textil lideró las ventas con 431,1 millones de euros (+11%), mientras que el calzado facturó 490,5 millones de euros (+6%).

El ciclismo también creció a un ritmo elevado, hasta facturar 150,2 millones (+8%). Sin embargo, el material de esquí y el equipamiento deportivo vio caer sus ventas

hasta 388,5 millones (-3%) y 141,5 millones de euros (-1%), respectivamente.

Los deportes de pelota, donde se encuentra Wilson y las firmas de béisbol DeMarini y Louisville Slugger, facturaron 671,1 millones de euros, un 4% más que en el ejercicio anterior. Concretamente, las disciplinas de equipo cerraron el año con unas ventas de 371,3 millones (un 12% más), mientras que las individuales, donde está el tenis, facturaron 299,8 millones (un 5% menos).

Por zonas geográficas, Europa, Oriente Medio y África (EMEA) estancó su facturación, ya que sólo creció un 2%, hasta 1.133,7 millones de euros. Esta región, la más importante por cifra de negocio, podría pasar a ser la segunda en pocos años, ya que América siguió la tendencia alcista con un auge del 4%, hasta 1.116 millones. Asia-Pacífico, por su parte, fue el área que más creció al registrar unas ventas de 372,4 millones, un 7% más.