

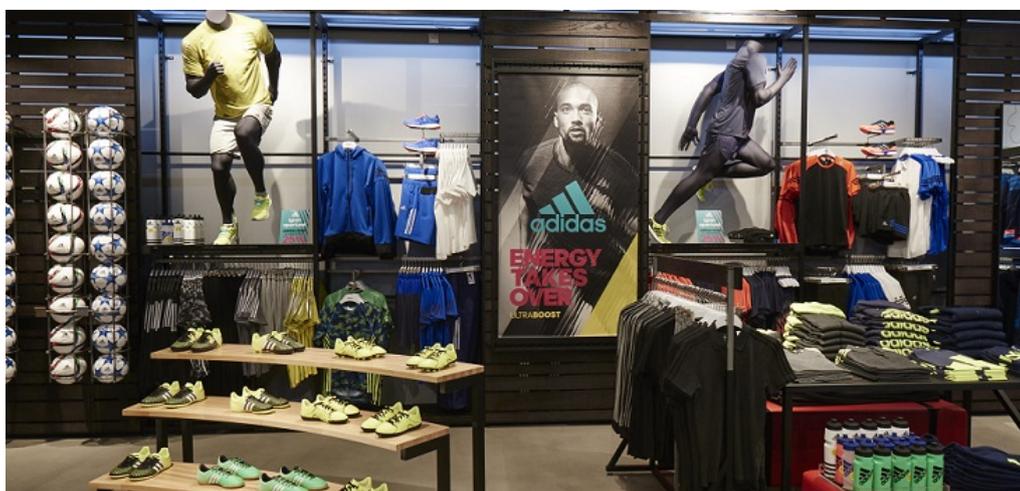
## EQUIPAMIENTO

# Adidas encoge ventas un 7% pero vuelve a números negros en el tercer trimestre

La empresa facturó 5.964 millones de euros en el periodo y ganó 577 millones, un 10,8% menos que en el mismo periodo del año anterior.

Palco23

10 nov 2020 - 11:16



Adidas comienza a atisbar la recuperación. En el tercer trimestre (finalizado el 30 de septiembre), la empresa redujo sus ventas sólo un 7% y volvió a beneficios, aunque continuaron estando significativamente por debajo del año pasado.

Entre julio y septiembre, Adidas facturó 5.964 millones de euros, frente a los 6.410 millones de euros del mismo periodo del año anterior. El resultado neto se situó en 577 millones de euros, un 10,8% menos que en el tercer trimestre de 2019.

El único mercado en el que Adidas elevó sus ventas en el periodo fue Europa, el segundo por facturación, donde anotó un crecimiento del 3,3%. En cambio, en Asia Pacífico, el mayor mercado para Adidas, las ventas cayeron un 10,4%, y en Norteamérica, el tercero, retrocedió un 5,4%.

Descontando el impacto de los tipos de cambio, también volvieron a la senda de

crecimiento la Comunidad de Estados Independientes (CIS, formada por quince exrepúblicas soviéticas) y Norteamérica cayó sólo un 1%.

## **Adidas ha vuelto a la senda del crecimiento en Europa, aunque se podría ver interrumpido por la segunda ola**

Peor fue la evolución en mercados más pequeños para el grupo como Latinoamérica, con un desplome del 26,9%, y el resto de mercados emergentes, con un descenso del 19,1%. Por marcas, Adidas, que copa un 90% de la cifra de negocio, cayó un 6,7%, mientras que Reebok recortó un 12,3% sus ventas.

La empresa ha comenzado ya negociaciones con fondos como Permira o Triton para desprenderse de la compañía, según adelantó *Financial Times*, si bien la empresa no alude al proceso en sus resultados.

El canal online continuó disparado, con un alza de 51% en el tercer trimestre. En total, las ventas directas al consumidor se incrementaron un 13%, a tipos de cambio constante, y representaron un 35% del total de la facturación.

## **La caída hubiera sido menor de no ser por Reebok, que recortó su facturación un 12,3%**

Este avance, sumado a un mayor porcentaje de ventas *full price* y al continuo plan de recorte de costes, permitieron al grupo aguantar su rentabilidad respecto al trimestre anterior, con un margen bruto del 50%.

En relación al 30 de junio, Adidas redujo su inventario un 10%, pero respecto al año pasado lo incrementó en un 27% debido al impacto del cierre de tiendas. Más del 90% de las tiendas del grupo ya están operativas y, si bien el tráfico está por debajo del año pasado, la tasa de conversión fue alta: “los consumidores que visitaron las tiendas lo hicieron con una intención de compra”, explica Adidas.

En el acumulado de los nueve primeros meses, Adidas ha registrado un descenso de la facturación del 20%, hasta 14.297 millones de euros. El resultado neto fue de 291 millones de euros

, frente a los 1.737 millones de los nueve primeros meses de 2019.

Un cuarto trimestre incierto

El grupo subraya que, de cara al cuarto trimestre, continúa habiendo un elevado nivel de incertidumbre por el desarrollo de la pandemia y el entorno macroeconómico. De hecho, la segunda ola del Covid-19 en Europa ha motivado que el porcentaje de tiendas abiertas haya bajado en el último mes hasta el 93%, frente al 96% de septiembre.

Además, las medidas de distanciamiento social han tenido un impacto adverso en el tráfico, especialmente en Europa. Adidas prevé que las ventas continúen la tendencia del tercer trimestre, con un descenso a un solo dígito.

Y eso que, destaca Adidas, la base comparable es muy elevada porque a finales del año pasado se lanzó el *merchandising* de la Eurocopa. El margen, por su parte, se espera que se mantenga en los niveles del año pasado, con un resultado operativo de entre 100 millones y 200 millones de euros.