

EQUIPAMIENTO

Amer Sports pone bajo revisión su inversión en la marca ciclista Mavic

El grupo finés ha actualizado su plan estratégico para acelerar su crecimiento, con el foco puesto en el segmento de textil deportivo y urbano, la venta al consumidor y China y EEUU.

Palco23
6 sep 2018 - 09:37

Mavic genera un 3,5% de las ventas consolidadas de Amer Sports

Amer Sports actualiza su plan estratégico, y una de sus víctimas podría ser Mavic. El grupo propietario de marcas como Salomon, Precor o Arc'teryx ha decidido poner bajo revisión a la marca de accesorios para ciclistas. La compañía no da pistas sobre cuál podría ser la decisión definitiva sobre una compañía que supone el 3,5% de todas las ventas consolidadas, pero sí la contextualiza en un entorno de "enfocar el portafolio".

Es una decisión que llega después de cerrar la adquisición de Peak Performance, una firma enfocada a la moda deportiva y urbana. Su integración supuso crear una división textil en la que también se situarán Salomon y Arc'teryx, y es una de las áreas de crecimiento prioritarias para la multinacional finesa. Junto a ella, también se han señalado la venta directa al consumidor, la digitalización y los mercados de China y Estados Unidos como piezas clave.

Heikki Takala, presidente ejecutivo de Amer Sports, ha señalado que "continuamos ofreciendo un crecimiento sostenible y rentable y una sólida creación de valor. Nuestra estrategia está comprobada". "En el futuro, la compañía impulsará la transformación hacia áreas de crecimiento más rápido, mayor rentabilidad y mejor eficiencia de los activos", se añade en un comunicado.

Mavic genera un 3,5% de las ventas consolidadas de Amer Sports

No obstante, las ventas del grupo cayeron un 5% en el primer semestre por la caída

del negocio en América. La facturación de los primeros seis meses de 2018 se situó en 1.106,8 millones de euros, un 5% menos que en el mismo periodo del año anterior. El beneficio antes de impuestos cayó un 54%.

Por categorías, las marcas de **outdoor** como Atomic o Arc'teryx facturaron 625,3 millones, un 2% menos, mientras que las firmas de deportes de pelota, como los bates de béisbol de Louisville Slugger, ingresaron 323,2 millones, un 9% menos. Cabe resaltar que esta división se nutre principalmente de las ventas en Estados Unidos. Precor, por su parte, registró una cifra de negocio de 158,3 millones, un 6% menos.

A medio plazo, la compañía confía en completar el ciclo de las divisiones de *fitness* y artículos deportivos, que “ahora brindan un fuerte crecimiento y mejora siguiendo las elecciones de inversión estratégica”. En función de sus resultados y el cumplimiento de objetivos, “la compañía evaluará sus opciones estratégicas a largo plazo, incluidas las oportunidades independientes”.