

Amer Sports roza los 2.700 millones en 2017 gracias al 'outdoor' y al 'fitness'

La cifra de negocio del grupo finés de marcas deportivas creció un 2%, aunque su beneficio cayó un 26,5% menos, hasta 93,3 millones de euros.

Palco23
8 feb 2018 - 13:28

Amer Sports sigue creciendo levemente, aunque no mejora su beneficio. El grupo finés de marcas deportivas cerró 2017 con una facturación de 2.685,2 millones de euros, un 2% más que en el año anterior. Su beneficio neto cayó un 26,5%, hasta 93,3 millones de euros.

El principal motivo de que su cifra de negocio no alcanzara el ritmo de crecimiento del año anterior, cuando su facturación aumentó un 3%, fueron los deportes de pelota. La división que engloba a las marcas de tenis Wilson y las de béisbol DeMarini y Louisville Slugger cerró con una cifra de negocio de 653,2 millones de euros, un 3% menos.

Sí que crecieron las marcas de *outdoor*, donde está Salomon, Arc'teryx, Suunto, Atomic, Armada, Enve Composites y Mavic, que ingresaron 1.670,9 millones de euros, un 4% más. La división de *fitness*, que sólo cuenta con Precor, facturó 361,1 millones, un 3% más.

Por áreas geográficas, en Europa, Oriente Medio y África (Emea) vendieron productos por valor de 1.173,5 millones (+4%), en América facturaron 1.112,2 millones (+1%), mientras que en Asia-Pacífico se ingresaron 389,5 millones (+5%).

El presidente y consejero delegado de Amer Sports, Heikki Takala, ha señalado que "2017 ha sido el octavo año consecutivo de crecimiento para la compañía". "El comportamiento de compra del consumidor está cambiando rápidamente, lo que exige una transformación del modelo comercial", ha explicado.

"Hemos llevado a cabo esta transformación de forma proactiva, ya que hemos invertido significativamente en nuestra transformación omnicanal y en la participación directa de los consumidores, centrándonos en el largo plazo y en la creación de valor", ha añadido el directivo.