

EQUIPAMIENTO

Foot Locker acelera su expansión con la compra de WSS y Atmos

El distribuidor estadounidense de moda y calzado deportivo ha cerrado la adquisición de los minoristas por 750 millones de dólares y 360 millones de dólares, respectivamente.

Palco23

2 ago 2021 - 16:55



Foot Locker aumenta su cartera. La compañía, especializada en la distribución de *sneakers*, ha comprado el retailer estadounidense WSS y a la japonesa Atmos, esta última con el objetivo de potenciar su expansión en Asia-Pacífico. Foot Locker ha desembolsado en total 1.110 millones de dólares de su capital propio, y planea el crecimiento de ambas compañías en nuevos territorios para el grupo. Las dos compras se harán efectivas en el tercer trimestre del año y han sido intermediadas por Evercore.

En palabras de Richard A. Johnson, director ejecutivo de Foot Locker, la adquisición de WSS permitirá a la cadena diversificar su oferta, y prevé la expansión de WSS en regiones nuevas de Estados Unidos.

La compra de Atmos, por su lado, es parte de un plan estratégico de Foot Locker para su crecimiento en Asia-Pacífico. Atmos, que nació en Tokio en 2000 como una compañía de reventa de zapatillas *vintage*, cuenta con 49 locales en todo el mundo, 39

de ellos en Japón. Según Johnson, la incorporación de Atmos al porfolio de Foot Locker le permitirá una “penetración crítica en el mercado japonés”.

Foot Locker busca potenciar su presencia en Estados Unidos y en la región de Asia-Pacífico con las adquisiciones de WSS y Atmos

WSS es un retailer estadounidense especializado en moda deportiva y *sneakers*, y comercializa marcas como Nike, Adidas, Vans, Fila o Reebok. Fue fundada en 1984 y cerró el ejercicio fiscal de 2020 con una facturación de 425 millones de dólares a través de sus 93 establecimientos físicos y su tienda online. WSS cuenta con un servicio de membresía, del cual proceden el 80% de sus ventas, según ha comunicado la empresa.

Atmos se dedica al diseño y distribución de *sneakers* con sus marcas propias, Atmos y Atmos Pink, además de vender marcas deportivas externas. Ambas compañías adquiridas continuarán operando bajo su propio nombre y se incorporarán al potfolio de Foot Locker junto con sus respectivos equipos.

Foot Locker, con sede en Nueva York, cuenta con cerca de 3.000 puntos de venta físicos en 27 países, y opera con sus marcas propias Foot Locker, Kids Foot Locker, Champs Sports, Eastbay, Footaction y Sidestep. En el primer trimestre de 2021, la compañía facturó 2.153 millones de dólares, con un beneficio de 202 millones de dólares, tras cerrar con pérdidas de 110 millones el mismo período del año anterior.