PALCO23

FITNESS

Amer Sports se asocia con el creador de Spinning tras emitir bonos por 100 millones

M.M.A.
4 sep 2015 - 13:15

Nuevo impulso de Amer Sports a su negocio de *fitness*. La compañía, a través de su filial de maquinaria para gimnasios Precor, ha cerrado una alianza estratégica con Mad Dogg Athletics. Se trata de la empresa creadora del programa de entrenamiento Spinning, que se ha convertido en una de las principales clases dirigidas y se ha implantado en 35.000 gimnasios de todo el mundo. El objetivo no es otro que lanzar una nueva línea de bicicletas estáticas para esta actividad.

Precor, que ya dispone de sus propias bicicletas estáticas, lanzará una nueva línea bajo la marca Spinner, controlada por Mad Dogg Athletics y cuyos precios parten de los 1.000 euros cada unidad aproximadamente. Los nuevos equipos de ciclismo *indoor* saldrán al mercado en 2016. "Es un paso más en un nuevo segmento de la aptitud en crecimiento con atractiva oportunidad de ventas futuras", indican.

El acuerdo global, que se extenderá durante varios años, comporta que Precor "asumirá la fabricación y distribución de la nueva gama de productos, incluyendo los futuros programas de marketing y educación", según explica Amer Sports. La compañía finlandesa asegura que este nuevo acuerdo no tendrá un impacto significativo en las cuentas de 2015.

https://www.palco23.com/fitness/amer-sports-se-asocia-con-el-creador-de-spinning-tras-cerrar-una-emision-de-bonos-por-100-millones

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Spinner ha vendido más de un millón de unidades de sus máquinas para las clases de Spinning, como ésta de Miami.

"La asociación con Mad Dogg Athletics nos permite entrar en la creciente categoría de ciclismo indoor y tomar una posición de liderazgo en este segmento dinámico", defiende Rob Barker, presidente de Precor. "Esta asociación muestra nuestro compromiso de acelerar el crecimiento de nuestro negocio mundial de *fitness* como parte de la estrategia global de crecimiento Amer Sports", añade el directivo.

Junto a esta alianza estratégica con Spinning, otra de las operaciones dirigidas a cumplir con este plan ha sido la adquisición de Queenax, un fabricante de módulos de entrenamiento funcionales, que se puede configurar de distintas formas en función del entrenamiento.

Este plan de adquisiciones ha ido acompañado de la firma de un préstamo por 55 millones de dólares (50 millones de euros), con varios de tramos de amortización de entre cinco y cinco años y medio. Además, estos días también ha cerrado una emisión de bonos entre inversores institucionales por 100 millones de euros, con un cupón fijo y un vencimiento a siete años. La operación, en la que Pohjola Markets ha actuado como agente colocador, "forma parte del pago habitual de deuda", según explica la compañía propietaria de marcas como Atomix, Salomon o Wilson.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Se trata de una de las áreas en las que la compañía quiere crecer durante lospróximos cinco años, junto a las de equipamiento y calzado, EEUU, China yexplotación de tiendas propias, tanto físicas como a través del canal online. El desafíopasa por alcanzar una facturación mínima de 3.500 millones de euros en 2020, frente alos 2.500 millones que se prevén para este 2015. Ello exigirá un incremento anual delas ventas de en torno al 6,5%, según la presentación remitida a los inversores.

Resultados semestrales del grupo

La compañía ha cerrado el primer semestre del año con unas ventas de 1.037 millones de euros, lo que supone un incremento del 18,2% respecto al mismo período del año anterior; neutralizado el efecto de las divisas, el crecimiento real es del 7%, según explican en un comunicado. Las pérdidas en el período enero-junio se han conseguido recortar drásticamente, al pasar de 10,9 millones a sólo 800.000 euros.

“Continuamos generando una base amplia de crecimiento orgánico en el segundo trimestre”, ha explicado Heikki Takala, presidente y consejero delegado de Amer Sports. A ello se le añade, según explica, las adquisiciones antes comentadas, que “siguen nuestras prioridades estratégicas y que nos proporcionan plataformas para una mayor aceleración”.

El negocio *outdoor* sigue siendo el más importante para el grupo, con un crecimiento ajustado del 14% hasta los 551,6 millones de euros. Las divisiones de *fitness* y deportes con pelota crecen un 1% ajustado (17% sin eliminar efecto de divisas), hasta los 151,9 millones y 333,5 millones de euros.

A nivel geográfico, el negocio está bastante equilibrado entre América y la región EMEA (Europa, Oriente Medio y África), con 454,9 millones y 438,6 millones de euros, respectivamente. En ambos mercados se ha crecido un 7% en moneda local, pero la fluctuación de divisas ha precipitado un alza del 28% en el continente americano. Lo mismo sucede en la zona Asia-Pacífico, donde el crecimiento real es del 9%, pero a nivel contable es del 22%, con 143,5 millones de euros.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.