

## FITNESS

# Technogym gana un 2,2% más y eleva ventas un 5,5%, hasta 668,9 millones en 2019

El fabricante italiano obtuvo un beneficio de 85,4 millones de euros en 2019, que estuvo marcado por el incremento de las ventas en Asia-Pacífico y Norteamérica.

Palco23

19 mar 2020 - 09:15



Technogym rebaja su ritmo de crecimiento, pero sigue al alza. El fabricante italiano de equipamiento de fitness ganó 85,4 millones de euros en 2019, un 2,2% más que en el ejercicio anterior. En total, la compañía facturó 668,9 millones de euros, un 5,5% más.

Europa volvió a ser el mercado más relevante para Technogym en volumen de ventas. Sin contar Italia, en el Viejo Continente facturó 330,3 millones de euros, un 1,7% más, mientras que en su mercado local redujo ventas un 8%, hasta 58,6 millones de euros.

Las regiones en las que más creció fue Asia-Pacífico y Norteamérica, con un incremento en sus ventas del 16,1% y del 13,4%, respectivamente. En Asia-Pacífico facturó 118,3 millones de euros, por los 87,7% que ingresó en Estados Unidos, Canadá y México. Las ventas en Latinoamérica aumentaron un 15,3%, pero fue la

región menos relevante en volumen de negocio, puesto que allí facturó 23,9 millones de euros. En Oriente Medio y África mejoró su facturación un 9,9%, hasta 49,8 millones de euros.

Por canales de distribución la venta directa aumentó su peso en la facturación y representó un 73,5% del total, con 497,8 millones de euros, un 5% más. Los ingresos procedentes de los distribuidores mejoraron 6,5 hasta 129,3 millones de euros. Su tercer mayor canal de venta fue el ecommerce y la televenta, que también cayó un 4,6%, hasta 39,5 millones, mientras que el comercio minorista en tienda propia se elevó un 24,3%, hasta 8,6 millones de euros.

El fabricante italiano afirma que la incertidumbre creada por la epidemia hace que sea “prematureo a día de hoy hacer predicciones sobre la evolución durante los próximos meses”, pero asegura que el desarrollo de la pandemia a corto plazo “no comprometerá nuestros fundamentos de negocio a largo plazo ni el creciente interés de las personas por el bienestar”.