

Technogym mantiene su ritmo de crecimiento y factura 131,5 millones hasta marzo

Las ventas del fabricante italiano se elevaron un 5,4% durante los tres primeros meses del año gracias al acelerón de su negocio en Norteamérica y China.

Palco23
14 may 2019 - 16:36

El mercado más relevante de Technogym fue Europa con unas ventas de 66,9 millones de euros.

Technogym mantiene el ritmo de crecimiento. El fabricante italiano de máquinas de entrenamiento cerró los primeros tres meses del año con unas ventas de 131,5 millones de euros, lo que supuso un alza del 5,4% respecto al año anterior. El incremento en la facturación se debió al buen desarrollo de su negocio en Norteamérica y China.

En Estados Unidos, Canadá y México, la compañía vendió un 24,8% más que durante el primer trimestre de 2018, y elevó su facturación hasta 17,8 millones de euros. Aunque en la región de Asia-Pacífico sólo incrementó su negocio un 3,5%, hasta 21,4 millones, China se convirtió en el segundo mercado en el que más creció la compañía, con un alza del 16%.

El territorio más importante por volumen de ventas de Technogym fue Europa, donde creció un 4,3% y facturó 66,9 millones de euros. La compañía, que contabiliza sus ventas en Italia por separado, vendió equipamiento por 10,7 millones de euros, un 5,2% menos. Su mercado local y Latinoamérica fueron las únicas regiones donde su negocio retrocedió. La otra cara de la moneda fue la zona de Oriente Medio, India y África, que facturó 10,4 millones de euros y, con avance del 14,6%.

El mercado más relevante de Technogym fue Europa con unas ventas de 66,9 millones de euros

Por canales de distribución, las ventas directas a gimnasios aumentaron un 5,3%, hasta 91,8 millones de euros. El segundo mayor canal fueron los distribuidores de equipamiento, que vendieron un 6,3%, hasta 28,1 millones. El negocio minorista avanzó un 9,8%, hasta 9,9 millones de euros, mientras que el retail retrocedió un 19,7%, hasta 1,4 millones en el primer trimestre. “Las ventas por este canal se vieron afectadas por el cierre temporal de nuestra tienda de Moscú”, asegura Technogym.

Nerio Alessandri, presidente y consejero delegado de la compañía, ha reconocido a Norteamérica y China como los mercados con mayor potencial, y ha afirmado que “los resultados del primer trimestre nos dan confianza para lograr nuestros objetivos anuales, a pesar de ser el menos significativo del año por la estacionalidad del negocio”.