

Empresa

Asia impacta en el resultado de Richemont, que gana un 23% menos en los seis primeros meses

Modaes
7 nov 2014 - 11:30

El continente asiático lastra la cuenta de resultados de **Richemont**. El grupo suizo, segundo conglomerado de lujo del mundo por detrás del francés **LVMH**, ha concluido la primera mitad del ejercicio (periodo finalizado el pasado septiembre) con una caída del 23% en su resultado neto, hasta 907 millones de euros. La compañía ha visto reducido su beneficio por el retroceso de su cifra de negocio en mercados como Japón.

Richemont ha conseguido elevar su cifra de negocio en todas las zonas geográficas en las que opera, excepto en el continente asiático y en Japón. Mientras que en la región de Asia-Pacífico (en la que no se incluye Japón) la compañía ha reducido su cifra de negocio un 1,9%, hasta 2.083 millones de euros, **Richemont** ha visto cómo sus ventas caían un 13% en el país nipón, hasta 360 millones de euros.

La nota positiva la pone el continente americano, donde el grupo suizo ha incrementado un 9,5% su cifra de negocio, hasta 859 millones de euros. Por detrás, se han situado Europa y Oriente Medio, regiones en las que **Richemont** ha incrementado un 6,2% su facturación, hasta 2.128 millones de euros.

Por canales de distribución, la compañía ha obtenido mejores resultados en su red de tiendas propias, que en los seis primeros meses ha anotado unas ventas de 2.851 millones de euros, un 3,7% más que las alcanzadas en el mismo periodo del ejercicio precedente. En el caso del canal multimarca, **Richemont** ha registrado un alza del 0,07% en su facturación, hasta 2.579 millones de euros.

En términos globales, la compañía ha incrementado un 1,99% su cifra de negocio en

Modaes

el periodo, pasando de 5.324 millones de euros en 2013 a 5.430 millones de euros en la primera mitad del ejercicio 2014.