

Empresa

Billabong retoma su expansión tras echar el cierre de 215 tiendas desde 2011

Modaes
1 dic 2014 - 12:30

Billabong planea volver a abrir tiendas físicas. La compañía australiana, especializada en moda y equipamiento deportivo para disciplinas como el surf, tiene previsto empezar a inaugurar nuevos establecimientos con el objetivo de relanzar sus beneficios.

El grupo quiere poner en marcha puntos de venta “ya”, tal y como ha explicado **Neil Fiske**, consejero delegado de **Billabong**. En los últimos tres años, la empresa ha clausurado o vendido el 34% de sus ubicaciones comerciales con el objetivo de reducir su deuda.

“Las tiendas son básicas para la salud de una marca”, ha explicado Fiske. “Lo que se puede hacer en un punto de venta que no se puede llevar a cabo en Internet es conectar con el consumidor de forma directa”, ha añadido.

En junio de 2011, **Billabong** contaba con 639 tiendas, mientras que actualmente suma 424 entre Australia, Estados Unidos y Europa. El objetivo que se ha marcado ahora **Neil Fiske** es incrementar las ventas de **Billabong** a través de nuevas tiendas en un 30% entre los próximos tres y cinco años, según *Bloomberg*.

El año pasado, **Billabong** redujo el valor de su marca homónima a cero. El resto de firmas del grupo, entre las que están **RVCA**, **Element** y **Kustom**, tenían un valor de 49 millones de dólares australianos (33,45 millones de euros) en junio de 2014, en comparación con los 614 millones de dólares australianos (419,16 millones de euros) en los que estaban valoradas en diciembre de 2011.