

Empresa

Jimmy Choo crece un 6% en 2015 gracias al tirón de Asia y de la línea masculina

Modaes
28 ene 2016 - 11:53

Jimmy Choo sigue expandiendo su negocio. La compañía de calzado y accesorios, que cotiza en la bolsa de Londres, ha cerrado el ejercicio 2015 con una facturación de 318 millones de libras (418 millones de euros), un 6% más que el año anterior. Asia y, en particular, Japón, han vuelto a impulsar su crecimiento, que también se ha visto apoyado por el buen desarrollo de la línea masculina.

En el canal multimarca, las ventas de la compañía se han mantenido estables, pese a contraerse en la primera mitad del año, y alcanzaron 100 millones de libras (131 millones de euros). Por su parte, en retail las ventas se han elevado un 8%, y un 1% en superficie comparable, hasta 208 millones de libras.

Durante el ejercicio, **Jimmy Choo** subió la persiana de 16 nuevos establecimientos gestionados directamente, y renovó 15 de las que ya tenía para implantar el nuevo concepto de tienda. “Pese a que el entorno presenta muchos retos, **Jimmy Choo** continúa sobrepasando al sector, y ha logrado revertir el descenso en ventas en *wholesale* de la primera mitad del ejercicio”, aseguró el presidente de la compañía, **Peter Harf**.

Aunque el calzado continúa siendo el mayor impulsor de la compañía, copando el 76% de los ingresos, **Jimmy Choo** ha diversificado su oferta en los últimos años incluyendo accesorios (cuyas ventas se mantuvieron planas en 2015), perfumes y óptica, que registró un “progreso excelente” durante este año. Además, la línea masculina está ganando terreno y fue la que más creció durante el pasado año, copando el 7% de la cifra de negocio del grupo.

Por regiones, el grupo señala que el crecimiento en Europa se ha visto beneficiado por el crecimiento del turismo, pese al descenso de los visitantes rusos y al impacto de los sucesos terroristas. Por otro lado, **Jimmy Choo** apunta que en Estados Unidos

Modaes

registró “un buen progreso”, pese al impacto de las fluctuaciones de divisa y la presión competitiva.