

Empresa

Jimmy Choo se vuelca en Asia tras crecer un 6,4% en el año de su salida a bolsa

Modaes
19 mar 2015 - 10:35

La firma de lujo **Jimmy Choo** saca partido del apetito asiático por su marca. La compañía, que comenzó a cotizar el pasado otoño en la bolsa de Londres, ha finalizado el ejercicio 2014 con unos ingresos de 299,7 millones de euros, lo que ha supuesto un incremento del 6,4%. El desarrollo en Asia, especialmente en China, está detrás del crecimiento de la marca, así como la línea masculina, que ha crecido a un ritmo superior al resto.

Por otro lado, la firma ha registrado pérdidas por importe de 10,8 millones de libras esterlinas (15 millones de euros) al cierre del ejercicio 2014, lo que supone reducir sus números rojos un 38,6% con respecto a 2013.

La empresa cerró 2014 con un beneficio bruto de explotación (ebidta) de 50,2 millones de libras esterlinas (70 millones de euros), lo que supone un incremento del 7,2% frente a los resultados del año anterior.

Pierre Denis, consejero delegado de la compañía, ha señalado que 2014 fue "un año de grandes progresos financieros, estratégicos y operativos para la compañía".

Jimmy Choo se volcará este año en el desarrollo de su red de distribución en Asia, con la apertura de un total de quince tiendas concentradas en China. En 2014, la empresa puso en marcha nueve establecimientos propios.