

Empresa

## Richemont crece un 3% pero estanca su beneficio en 2017

El conglomerado suizo de lujo, que ha ultimado la compra de Yoox Net-a-Porter, facturó 10.979 millones de euros en el último ejercicio, cerrado el 31 de marzo. El beneficio neto de Richemont ascendió a 2.158 millones de euros, sólo un 1% más.

Modaes  
18 may 2018 - 10:21

### Richemont crece un 3% pero estanca su beneficio en 2017

Richemont concluye su último ejercicio antes de volver a controlar su negocio de ecommerce. El conglomerado suizo de ecommerce, que ultimó la compra de Yoox Net-a-Porter, ha cerrado 2017 con un crecimiento del 3%, aunque su beneficio se mantuvo estanco.

**La compañía facturó 10.979 millones de euros en el último ejercicio**, cerrado el 31 de marzo. El beneficio neto de Richemont ascendió a 2.158 millones de euros, sólo un 1% más. Sin embargo, el grupo incrementó su margen operativo en veinte puntos básicos, hasta el 16,8% sobre las ventas.

La empresa explica que **el ejercicio estuvo marcado por “una mejora del entorno macroeconómico**, un progreso sostenido del proceso de transformación de Richemont y una evolución mixta de las divisas”.

**Asia Pacífico fue el motor de las ventas de Richemont en 2017**, con un alza del 12%, hasta 4.352 millones de euros. En cambio, el grupo tropezó en Europa, donde encogió su facturación un 3%, hasta 2.986 millones de euros. En particular, el grupo subraya que si bien Reino Unido evolucionó muy bien, la cifra de negocio cayó en otros mercados estratégicos como Francia.

**Richemont registró un beneficio neto de 2.158 millones de euros, un 1% más**

---

# Modaes

---

Las ventas también retrocedieron en Japón y Oriente Próximo, aunque en su caso fue debido al impacto de los tipos de cambio. En América, por su parte, el grupo logró un avance del 1%.

Por canales de distribución, **Richemont continuó creciendo en retail en detrimento del canal multimarca**. Las ventas en tiendas se elevaron un 8%, hasta 6.914 millones de euros, mientras que en el multimarca (incluidas franquicias) retrocedieron un 5%.

**La joyería y relojería se mantiene como el core business de Richemont**. Las división que engloba marcas como Cartier o Van Cleef&Arpels engordó su facturación un 9%, hasta 6.447 millones de euros, y disparó su resultado operativo un 15%, hasta 1.926 millones de euros.

## Asia Pacífico, el retail y la línea de joyería fueron los motores del grupo en 2017

Por su parte, **la división de relojería encogió sus ventas un 6%**, aunque incrementó su beneficio operativo un 16%, mientras que la categoría de moda y accesorios (con marcas como Chloé, Montblanc o Azzedine Alaïa) redujo un 1% su facturación y anotó un resultado operativo negativo, de 65 millones de euros.

Durante el último ejercicio, el grupo ha continuado reordenando su cúpula con nuevas incorporaciones, entre ellas la de un responsable digital y nuevos directores creativos en Chloé y Dunhill. Además, coincidiendo con la presentación de resultados el grupo ha anunciado la incorporación de Eric Vallat como nuevo director de sus marcas de moda y accesorios.

En marzo, **Richemont lanzó una opa para hacerse con el control de Yoox Net-a-Porter**, una operación que poco después fue aprobada por los accionistas de ambos grupos. El conglomerado suizo, propietario de Net-a-Porter hasta 2015, sacará el grupo de bolsa el 20 de junio.