Osborne tuvo en 2014 unas ventas netas de 251 millones de euros, lo que supone un incremento del 8%

Noticias

El negocio internacional de Osborne se ha consolidado, con una aportación del 20 por ciento del total de la compañía

El grupo Osborne ha cerrado el ejercicio 2014 con unas ventas netas de 251 millones de euros, lo que supone un incremento de ventas de un 8 % respecto al año anterior, según ha informado hoy la compañía. Según los datos facilitados tras la Junta General de Accionistas, la compañía tuvo un ebitda de 40 millones de euros, 14 % más que el ejercicio anterior.

El ejercicio 2014 del grupo Osborne ha estado marcado, además de por el incremento de ventas y ebitda, por el crecimiento del negocio internacional, la entrada en el accionariado del grupo chino Fosun, las adquisiciones de nuevas marcas premium y la política de alianzas.

Osborne explica que la ampliación de capital a través de la entrada en el accionariado del grupo Fosun (primer conglomerado privado de China) como accionista minoritario y socio estratégico ha sido realizada con un doble objetivo: reforzar financieramente la compañía para afrontar adquisiciones de mayor dimensión y el de acelerar el crecimiento en el mercado chino.

La apuesta por la internacionalización de la compañía ha pasado por el refuerzo en los equipos directivos y el foco en mercados clave, como los de Alemania, EEUU, China y Brasil. El negocio internacional de Osborne se ha consolidado, con una aportación del 20 por ciento del total de la compañía.

En este ejercicio Osborne ha continuado adquiriendo marcas premium como la ginebra Nordés, el brandy 1866 y la cachaça Espirito de Minas y apostando por sus alianzas con compañías multinacionales con acuerdos de distribución.

Durante 2014, la firma ha continuado consolidando sus productos, como los jamones Cinco Jotas o las bebidas Carlos I, Magno, Veterano, Anís del Mono y Montecillo y con nuevos lanzamientos como la ginebra Ampersand y el cava Abadía de Montserrat.

Además ha abierto nuevos restaurantes "Cinco Jotas" en Baqueira Beret, en Galerías LaFayette de París y en KaDeWe de Berlín, y nuevas tiendas y espacios de hostelería de la marca del Toro de Osborne. Osborne, cuyo origen data de 1772, está presente con distintas marcas en más de 50 países.

Redacción