
Modaes

Empresa

Rapsodia crea un nuevo gigante en Latinoamérica: compra Baby Cottons

Tras haber comprado Caro Cuore el pasado octubre, la empresa argentina da un paso adelante junto a L Catterton y se hace con la marca de moda infantil.

Modaes
8 mar 2018 - 00:00

Rapsodia crea un nuevo gigante en Latinoamérica: compra Baby Cottons

Rapsodia va por todo junto a L Catterton. El grupo argentino de moda femenina, que hace un año abrió su capital al brazo inversor de LVMH, sigue agrandando su portafolio de marcas y compra ahora Baby Cottons.

De capital paraguayo, la compañía está especializada en moda infantil y tiene presencia en Argentina, Perú y Estados Unidos. “A Baby Cottons le vamos a dar el crecimiento que se merece, puede que se internacionalice antes que Caro Coure porque es una marca más de nicho y porque ya tiene presencia en el extranjero, va a estar asociada al crecimiento de *Rapsodia Girls*”, sostiene Diego Barbagallo, consejero delegado de Rapsodia, a Modaes.

La adquisición de Baby Cottons se produce cinco meses después de que el grupo argentino compre la empresa de moda íntima Caro Cuore. La operación comenzó a gestarse a finales de 2017 y ayer finalmente se cerró la transacción. Con las nuevas compras, Rapsodia empieza a consolidar un nuevo hólding de marcas, cuyo nombre global está aún por definirse.

El empresario y ex político Francisco De Narváez es el principal accionista de Rapsodia, mientras que L Catterton tiene la participación minoritaria. En todas las compras, tanto en Caro Cuore como en Baby Cottons, se ingresa en la misma proporción que lo han hecho en la empresa de moda femenina.

El pasado febrero, Rapsodia se convirtió en la primera empresa latinoamericana de moda en dar entrada en su capital al brazo inversor de LVMH. La compañía se ha

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/rapsodia-crea-un-nuevo-gigante-en-latinoamerica-compra-baby-cottons>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

marcado el objetivo de ser una empresa de quinientos millones de dólares de facturación en los próximos cinco años y no descarta dar el salto en el largo plazo a Estados Unidos o Europa.