

Modaes

Empresa

Richemont, en la recta final para recomprar Yoox Net-a-Porter

La operación encara su última etapa después de que el consejo de administración de Yoox Net-a-Porter (Ynap) diera luz verde a la oferta del grupo suizo para hacerse con la totalidad de la empresa el pasado marzo.

Modaes
10 may 2018 - 10:29

Richemont, en la recta final para recomprar Yoox Net-a-Porter

Richemont, en la recta final para cerrar la compra de Yoox Net-a-Porter (Ynap).

La operación encara su última etapa después de que el hóliding suizo del lujo comunicase ayer al órgano regulador de la bolsa de Milán la aprobación de la adquisición del capital que actualmente no controla de Ynap.

La compañía helvética ha comunicado así el resultado de la votación celebrada a mediados de marzo por la cual el 94% de los accionistas, que representan alrededor del 70% del capital de Ynap, dieron su visto bueno a la adquisición. **El siguiente paso de la operación consistirá en excluir de bolsa al grupo de ecommerce.**

La oferta de Richemont era la de pagar 38 euros por cada acción ordinaria del grupo y excluirla de la bolsa de Milán, donde cotiza desde su fusión. En total, la operación asciende a 2.690 millones de euros por el 51% de Ynap y valora la compañía en 5.300 millones de euros.

La oferta de Richemont, de 38 euros por acción, asciende a 2.690 millones de euros por el 51% de Ynap y la valora en 5.300 millones de euros

Modaes

El grupo, propietario de marcas como Cartier, Chloé o Van Cleef and Arpels, se hizo con el control de Net-a-Porter en 2010. Cinco años después, llevó a cabo una de las mayores operaciones del sector del ecommerce en Europa al fusionarla con su rival Yoox. La empresa comenzó a cotizar en la bolsa de Milán ese mismo año y Richemont mantuvo el control sobre el 49% del capital.

Tras la fusión, Natalie Massenet, fundadora de Net-a-Porter, abandonó la compañía y Federico Marchetti tomó las riendas del nuevo grupo, que facturó 2.100 millones de euros el año pasado, un 11,8% más que el año anterior.

Richemont cerró los nueve primeros meses de su ejercicio (finalizado el 31 de diciembre) con un alza de la facturación del 6,7%, hasta 8.724 millones de euros. Por categorías de producto, las marcas de joyería lideraron el crecimiento del grupo con un ascenso del 10,9%, hasta 4.992 millones de euros. Por otra parte, la división que incluye las marcas de moda y accesorios de la empresa (Chloé, Azzedine Alaïa y Lancel) estancó sus ventas en 1.424 millones de euros.