

Modaes

Equipamiento

Essilor absorberá a Luxottica después de que el regulador bursátil francés echara atrás la OPA

La unión de ambas compañías cobrará la forma de una absorción tras el anuncio de L'Autorité des Marchés Financiers (el equivalente a la CNMV en España), que ha derogado la OPA lanzada por Essilor sobre Luxottica.

Modaes
13 abr 2017 - 12:58



El matrimonio entre **Luxottica** y **Essilor** cambia de forma. L'Autorité des marchés financiers (el equivalente a la Cnmv en España), derogó ayer la Oferta Pública de Adquisición (OPA) lanzada por **Essilor** sobre **Luxottica**. La medida llevará a que la unión entre ambas empresas cobre la forma de una absorción y el holding **Delfin**, propiedad del consejero delegado de **Luxottica**, **Leonardo Del Vecchio** y en posesión del 62% del capital, deba cambiar sus títulos.

En la próxima asamblea general de accionistas de **Essilor**, programada el próximo

1/2

<https://www.modaes.com/equipamiento/essilor-absorbera-a-luxottica-despues-que-el-regulador-bursatil-frances-echara-atras-la-opa>

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

once de mayo, las acciones en manos del **hólding Delfin** deberán ser cedidas a cambio de nuevos títulos emitidos por **Essilor**. Tras la operación, **Delfin** deberá conservar un 39% del capital y de los derechos a voto en la futura enseña, **EssilorLuxottica**. Los dos grupos esperan completar su unión a finales del año.

La compra de **Luxottica** por parte de **Essilor** creará a un gigante de la óptica de 49.000 millones de euros. La operación, cerrada en enero, tuvo un coste para el fabricante de lentes oftálmicas de 22.800 millones de euros.

Luxottica concluyó el año pasado al alza. La compañía italiana aumentó un 5,8% su beneficio en el ejercicio 2016 (cerrado el 31 de diciembre), hasta los 851 millones de euros. Las ventas del grupo crecieron un 2,8%, alcanzando los 9.080 millones de euros, frente a los 9.011 millones de euros de 2015.