

Technogym se valora en hasta 750 millones de euros para colocar un 25% en Bolsa

M.M.A.
22 abr 2016 - 09:43

Technogym ha entrado en la recta final para debutar en el parque de Milán. El fabricante italiano de equipamiento para gimnasios ha recibido la autorización de la Commissione Nazionale per le Società e la Borsa, por el que podrá colocar un 25% del capital entre inversores institucionales para iniciar su cotización. El precio fijado para las acciones se sitúa en una horquilla de entre 3 euros y 3,75 euros por título, lo que supondrá valorar el 100% de la compañía entre 600 millones y 750 millones de euros.

El paquete que saldrá al mercado, formado por 50 millones de títulos, corresponde a una parte de las acciones controladas por Candover Investments y Arle Capital Partners desde 2008. Los dos fondos, que canalizaron su inversión a través de la instrumental luxemburguesa Salhouse Holding, han abierto la puerta a colocar un 3,75% adicional si la colocación acaba siendo un éxito y se produce una sobredemanda. Nelio Alessandri, fundador y consejero delegado, mantendrá el 60% y, por lo tanto, el control.

La operación pública de venta (OPV) se inició el día 18 y el objetivo de los bancos colocadores (Goldman Sachs, JP Morgan, Mediobanca y Nextam) es que culmine el día 28 de abril. En este período se acabará de determinar el precio definitivo al que empezarán a cotizar las acciones de Technogym antes de mediados de mayo. En ningún caso obtendrá recursos adicionales con su salida a Bolsa, ya que no es una ampliación de capital, sino una desinversión por parte de los fondos.

Fundada en 1983 en un garaje de Cesena, una localidad del Norte de Italia, la compañía se ha convertido en uno de los referentes del *fitness* en la gama alta. Con más de 50.000 instalaciones y 200.000 hogares que han adquirido sus productos, sólo Life Fitness le supera en facturación, con 794,6 millones el último año.

PALCO23

La compañía cerró 2015 con unos ingresos de 511,78 millones de euros, un 10% más que en el ejercicio anterior. Pero aún mayor fue el incremento de la rentabilidad del grupo, que redujo sus cargas financieras un 34%, hasta los 2,59 millones, y multiplicó por cuatro su beneficio neto, que ascendió a 28,35 millones.

Una de sus características es la apuesta por el patrocinio deportivo, como demuestra el hecho de que volverá a ser el proveedor oficial en los Juegos Olímpicos de Río 2016. Además, también patrocina a clubes como el Chelsea FC, el Paris Saint-Germain (PSG), Juventus, AC Milan e Inter.