

EQUIPAMIENTO

El grupo liderado por Anta y Tencent amplía el plazo para aceptar la opa de Amer Sports

El vehículo inversor, en el que también participa el fundador de Lululemon y la firma de inversión FountainVest Partners, da hasta el 7 de marzo a los inversores del grupo finés para que vendan el 100% de sus acciones.

Palco23
21 feb 2019 - 13:13

Amer Sports ha comunicado a sus accionistas que el plazo de venta de sus acciones fin

Anta y Tencent ponen fecha al cierre de la adquisición de Amer Sports. El grupo inversor liderado por el fabricante chino y el gigante tecnológico ha ampliado hasta el 7 de marzo el plazo para que los accionistas del grupo finés vendan todas sus participaciones. Así lo ha anunciado Mascot Bidco, el vehículo inversor formado por estas dos compañías, el fundador de Lululemon, Chip Wilson, y la firma de capital riesgo FountainVest Partners.

Con la intención de hacerse con el 100% del capital, el grupo ha ofrecido 4.661 millones de euros, a razón de 40 euros por acción. Amer Sport ha enviado una circular a todos sus accionistas para darles a conocer cuándo expirará el plazo. Eso sí, de acuerdo con los términos y condiciones de la oferta de licitación, Mascot Bidco podría ampliar aún más el período de oferta.

No ha trascendido cuál será el reparto accionarial una vez esta operación se firme, pero Anta Sports y FountainVest se han movilizado para solicitar préstamos por 4.215 millones de euros en Europa y Asia con el fin de adquirir el conglomerado finés.

Amer Sports ha comunicado a sus accionistas que el plazo de venta de sus acciones finalizará el siete de marzo

Amer Sport es uno de los principales grupos de equipamiento deportivo del mundo. Propietario de marcas como Salomon, Atomic, Wilson o el fabricante de máquinas de *fitness* Precor, cerró 2018 con una facturación de 2.678 millones de euros, un 7% más que el año anterior.

Las ganancias se elevaron un 33%, hasta los 124,9 millones de euros. Por líneas de negocio, el segmento *outdoor* facturó un 14% más, hasta 574 millones de euros, mientras que las marcas de balones crecieron un 3%, hasta 167,7 millones. Por último, el área de *fitness* en la que se engloba Precor creció un 11% y alcanzó 132,5 millones de euros.