WPP, Televisa y Torreal se refuerzan en Mediapro de cara a su salida a Bolsa

Palco23

2 ago 2015 - 10:13

Mediapro tiene intención de salir a Bolsa tras el verano o a principios de 2016, pero antes ha decidido poner orden interno. En los últimos meses se ha procedido a una reestructuración societaria para simplificar la organización del grupo, y ahora se ha dado un paso más con la reorganización del capital. Globomedia, productora liderada por Emilio Aragón, ha decidido vender su 16% en Imagina, el holding audiovisual que se creó tras su fusión con el grupo encabezado por Jaume Roures.

Las acciones de Globomedia han sido adquiridas por el resto de accionistas de la corporación. El gigante de la publicidad y la comunicación WPP y Torreal, firma de inversión de Juan Abelló, han elevado su participación del 17,1% al 23%, respectivamente. Televisa, holding de comunicación de Carlos Slim, pasa del 14,5% al 19%. El núcleo fundador de Mediapro (Jaume Roures, Tatxo Benet y Gerard Romy, entre otros) seguirá siendo el principal accionista, con el 35%, pero ya no tendrá la mayoría del capital.

Los términos económicos del acuerdo no han trascendido, aunque los socios de Globomedia (Daniel Écija, José Miguel Contreras, Emilio Aragón y Andrés Varela) podrían haber obtenido importantes plusvalías, a tenor de la evolución de Imagina en los últimos años. Las ventas de Imagina han pasado de 780 millones a 1.530 millones de euros entre 2007 y 2014, mientras que la plantilla ha crecido de 1.900 a 3.500 personas. El beneficio de explotación (ebitda) alcanzó los 95 millones el año pasado.

El origen de Imagina se remonta a 2006, cuando Mediapro y Globomedia pactaron su fusión. Entonces, la primera se hizo con el 60% de las acciones y la segunda con el 40% restante. Posteriormente se incorporaron los tres socios inversores antes mencionados y ya empezaron a diluir su participación. Sin embargo, la dilución a nivel de negocio ha ido a más. Según publican este sábado *Expansión* y *El Mundo*, Globomedia y su actividad de producción de series y programas ya sólo suponían un 5% de los ingresos, por el 95% de Mediapro gracias a su actividad en la industria del deporte y como proveedor de servicios técnicos para cadenas de televisión.