

Chime da luz verde a su venta por 530 millones a WPP y el fondo Providence

M.Menchén
31 jul 2015 - 19:32

Providence Equity Partners no ha tardado ni una semana en reinvertir el dinero obtenido por la venta de Digiturk a belN Sports. El fondo estadounidense de inversión ha acordado la compra del 100% de Chime Communications de la mano del gigante de la publicidad WPP, en una operación valorada en 374 millones de libras (unos 533 millones de euros). La compra se articulará a través de Bell Bidder Limited, una sociedad a la que WPP trasladará el 20% que ya mantenía en este grupo de marketing con sede en Londres.

El consejo de administración de Chime ha dado el visto bueno a la operación, aunque ahora serán los accionistas los que decidan si quieren vender. La propuesta de Providence y WPP consiste en el pago de 365 peniques por título (5,2 euros), a lo que añadirán un dividendo a cuenta del ejercicio en curso de 2,53 peniques por acción. "Esta oferta supone un incremento de aproximadamente el 33% respecto al cierre del 29 de julio", señalan en el hecho relevante remitido a la Bolsa de Londres. Es el día previo a que se anunciara la propuesta de compra. También supone valorar la empresa en 24,5 veces el beneficio operativo de 2014.

Chime Communications, que opera en el mundo del deporte a través de agencias como CSM, Fast Track, Just Marketing y Full Access Hospitality, cerró 2014 con unos ingresos de 390,36 millones de libras esterlinas (552 millones de euros), un 30,5% más respecto al ejercicio anterior. El beneficio neto alcanzó los 11 millones de libras (15,5 millones de euros), que contrastan con las pérdidas de 4,73 millones de libras (6,69 millones de euros).

El consejo del grupo británico, que ha estado asesorado por HSBC y Moelis&Company, considera "justa y razonable" la oferta. "Providence está bien posicionada para ayudar a Chime, junto con WPP, para hacer crecer el negocio en el futuro", añaden, al tiempo que consideran al fondo estadounidense como "un experimentado inversor en medios con un foco particular en el deporte".

Sus intereses en esta industria son los siguientes: World Thriathlon Corporation, empresa propietaria de los derechos de las competiciones oficiales de Ironman; MLS Media, encarga de comercializar todos los derechos de la Major League Soccer, la

PALCO23

Selección de México y la Concacaf Champions League, y la agencia de marketing Learfield Sports.

"Chime ha logrado un gran éxito hasta la fecha en la construcción de una posición de liderazgo en la industria del marketing deportivo mundial y las comunicaciones", considera el presidente del grupo, Lord Davies de Abersoch. Sin embargo, "para consumir el considerable potencial de crecimiento de Chime se requiere una suma importante de capital", añade el exministro británico.