

MEDIA

WPP y el fondo Providence negocian comprar la agencia Chime Communications por cerca de 500 millones

M.M.A.
30 jul 2015 - 17:59

WPP quiere seguir creciendo en la industria del deporte. El gigante de la publicidad y la comunicación negocia la compra del grupo londinense Chime Communications, de la que ya tiene el 20%, por cerca de 350 millones de libras (unos 500 millones de euros). En la operación también participaría Providence Equity Partners, un fondo estadounidense que se encuentra en una gran posición de liquidez después de vender su participación en Digiturk a belN Sports.

Chime Communications, que opera en el mundo del deporte a través de agencias como CSM, Fast Track, Just Marketing y Full Access Hospitality, entre otros, ya tiene una propuesta encima de la mesa: 365 peniques por cada acción, lo que supone un incremento del 30% respecto al cierre del miércoles. En la jornada de hoy, los títulos se han disparado casi un 27% y ya han alcanzado los 346 peniques por título.

La compañía 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).



Sir Martin Sorrell, primer ejecutivo de la multinacional WPP.

El interés de WPP en esta operación se produce después de una profunda reorganización de todos sus negocios en el mundo del deporte. El resultado fue la creación de ESP, una nueva agencia de marketing que dependerá de GroupM y que se especializará en la prestación de servicios a los dueños de derechos comerciales en el mundo del deporte y el entretenimiento. La firma se nutre de algunas unidades de negocio de la filial GroupM, la agencia de patrocinio IEG y Two Circles, una empresa de Londres de análisis de datos que ha sido adquirida recientemente.

“Hay una demanda significativa y creciente por parte de los clientes de invertir más en deporte y contenidos, pero pocos en nuestra industria han tenido una respuesta seria a esto”, opinaba al anunciar esta reestructuración el consejero delegado de WPP, Martin Sorrell. Tal es el interés del grupo en este negocio, que es uno de los accionistas de Bruin Capital, fondo dotado con 250 millones de dólares para la compra de derechos deportivos.

En el caso de Providence, fondo creado y dirigido por Jonathan M. Nelson, sus intereses en el mundo del deporte no son pocos. Mantiene participaciones en World Triathlon Corporation, empresa propietaria de los derechos de las competiciones oficiales de Ironman; MLS Media, encargada de comercializar todos los derechos de la Major League Soccer, la Selección de México y la Concacaf Champions League, y la agencia de marketing Learfield Sports.