



Superdry vende su negocio y la propiedad de su marca en Asia-Pacífico por 50 millones de dólares

Descripción

MADRID – La multinacional británica de la moda Superdry, fundada hacia 1985 y que cotiza en la Bolsa de Londres, ha anunciado que ha llegado a un principio de acuerdo para vender la totalidad de su negocio en Madrid por 50 millones de dólares en Asia, incluida la propiedad intelectual de su marca y otros conjunto de activos, a la empresa coreana Cowell Fashion Company. Cotizada en la Bolsa de Valores de Corea, especializada en la concesión de licencias y la fabricación de prendas de moda para una variedad de categorías, desde lencería hasta ropa deportiva.

Según los detalles de la transacción, cuyos términos ahora están sujetos en cualquier caso a los accionistas y acreedores de Superdry, el acuerdo incluirá, entre otras cosas, que Superdry transferirá a Cowell todos los activos y derechos de su propiedad intelectual para mercados clave en la región Apac, comenzando con el mercado interno de Cowell, Corea del Sur, y extendiéndose desde allí a un número indefinido de países y regiones. Asia-Pacífico, incluida China. Un país que Superdry abandonó definitivamente el pasado año 2020 en plena pandemia del coronavirus tras la finalización del acuerdo con su socio local y para el que no tenía previsto volver a desembarcar a corto, medio o largo plazo lo que justifica las grandes inversiones la empresa necesitaría reconstruir la escala y el volumen de negocio que tenía entonces tanto en China como en otros mercados de Apac, una región en la que la empresa sigue activa. En ese sentido, se entiende que el emprendimiento y fomento del crecimiento de la marca en la región se llevaría a cabo con mayor y más rápido éxito si un tercero, en este caso Cowell, fuera quien asumiera y se encargara de ello. para autogestionar todo el negocio de Superdry en este número limitado de países Apac. Una estrategia que, según ellos, permitirá al mismo tiempo a la compañía británica centrar todos sus esfuerzos en seguir penetrando y aumentando los volúmenes de venta en las zonas de la región donde la marca está más consolidada.

“Este acuerdo brinda una oportunidad fantástica para que la marca Superdry amplíe su alcance global al tiempo que proporciona fondos adicionales para respaldar la implementación de nuestro programa de recuperación en lo que es un panorama de consumo particularmente desafiante”, dijo Julian Dunkerton, fundador y director general de Superdry. por declaraciones publicadas por la misma dirección de la multinacional británica de la moda. “Estoy absolutamente encantado con la oportunidad de trabajar con Cowell para crear productos inspiradores que reflejen toda la herencia de nuestra

marca y crezcan en el mercado asiático”.

“Se puede decir que la colaboración entre Cowell Fashion, que tiene habilidades de planificación, diseño y producción de vanguardia, y Superdry, que tiene una larga historia de innovación y una marca fuerte, es el comienzo de un cambio de paradigma en la industria de la moda coreana. ”, agregó Lee Sun-seop, presidente de Cowell Fashion Company. “Con las dos compañías alineadas a través de sinergias explosivas, el plan para convertir a Superdry en una ‘súper marca’ asiática parece una propuesta emocionante como socios a largo plazo”.

Una alianza estratégica sin fecha de caducidad

En cuanto a los detalles de la operación, que afectará principalmente a su alcance por mercado, el acuerdo, una vez debidamente ratificado, supondrá que Superdry transfiera toda su propiedad intelectual para la región Apac a Cowell, quedando excluidos los países expresamente respaldados por Cowell. estas condiciones de India, Bangladesh, Sri Lanka, Australia y Nueva Zelanda. Todos estos son países en los que Superdry seguirá conservando todos sus derechos de propiedad intelectual, al igual que los conservará fuera de la región Apac. También se ha establecido una posición preferencial para la recompra de todos los activos de PI en caso de que Cowell desee vender los mismos activos o disponer de otros derechos de PI.

Habiendo aclarado este punto del acuerdo, también prevé que una vez que se complete la operación, Superdry y Cowell trabajarán juntos para desarrollar nuevos productos relevantes para los mercados asiáticos en un intento de adaptar su oferta en la región al gusto y las necesidades locales. Una suma de esfuerzos de la que será responsable Superdry, para brindar a los equipos de trabajo de Cowell apoyo y un mayor conocimiento de los valores e identidad de la marca durante al menos un período que abarque los dos primeros años posteriores a la realización de la venta. Unos trabajos de consultoría por los que la multinacional británica ha declarado que cobrará a Cowell un fee adicional de 1 millón de dólares, cantidad que la multinacional coreana pagará directamente a Superdry en forma de dos pagos de medio millón de dólares, los primeros en el momento de la venta. fue completado y el segundo un año después de la misma fecha.

Eso lo lleva a un total de \$51 millones, cantidad que se pagará por cada uno de los pagos en efectivo de la multinacional coreana. Las otras cláusulas principales del acuerdo incluyen que Superdry dejará de recibir una licencia perpetua, irrevocable y sublicenciable bajo la cual es libre de continuar fabricando o subcontratando productos dentro de la región Apac; así como mantener relaciones comerciales con los socios mayoristas ya existentes en los países de la región afectados por el acuerdo hasta su vencimiento. Un punto valioso que le permite a Cowell enfocarse en el desarrollo y crecimiento de Superdry en Corea del Sur en las etapas iniciales después de firmar la venta. Para complementar esta operación, Cowell también está considerando celebrar un acuerdo complementario entre las mismas partes por el cual Cowell, como proveedor global de la marca, será responsable de suministrar ciertos productos finales a Superdry.

“El acuerdo significa que Cowell poseerá y utilizará la marca Superdry en mercados asiáticos clave, comenzando con su mercado local de Corea del Sur y expandiéndose a otros, incluida China, con Superdry y Cowell trabajando juntos para desarrollar productos que sirvan a esos mercados relevantes. ”, detalló la multinacional británica a través de un comunicado. Con este fin, se establecerá una “asociación de colaboración” con la empresa coreana, cuyo objetivo es “diseñar y desarrollar

productos relevantes para el mercado que preserven de manera constante el legado de la marca Superdry” bajo su paraguas. La empresa, que “brindará a Cowell cierto apoyo y conocimiento de la marca Superdry durante los dos primeros años después del cierre de la venta”, añaden, sentando las bases para “una colaboración a largo plazo entre las partes”. Unas sinergias que irán desde la “propiedad” hasta la “explotación de nuevos diseños” en base a un acuerdo que ya “tiene en cuenta las intenciones de Superdry y Cowell de firmar un acuerdo complementario como resultado del cual Superdry podrá, comprar y Suministro de Cowell, ciertos productos terminados”, una decisión que en cada caso está sujeta a que “ambas partes acuerden los términos de sostenibilidad, calidad y precio” de los artículos en cuestión y luego sobre la base de “un contrato formal de fabricación y suministro”.

Puerta abierta a una nueva ampliación de capital

En términos económicos y de utilidad para la multinacional británica, en base a los balances de su último ejercicio 2021/2022, que finalizó el 30 de abril, se estima que los activos de propiedad intelectual objeto de este acuerdo de venta son Representando aproximadamente el 1,2 por ciento de la facturación total del grupo, contribuyó con 7,4 millones de libras esterlinas al resultado final y generó alrededor de 2,5 millones de libras esterlinas en ganancias.

Con esto en mente, Superdry estima que la venta de los activos, una vez que se cumplan las condiciones para formalizar las operaciones, supondrá un beneficio neto de unos 34 millones de libras. Monto utilizado para fortalecer el balance de la empresa y aumentar su liquidez con el objetivo de asignar los fondos en última instancia para financiar nuevas estrategias, incluida la implementación de su programa de reducción de costos estratégicos. Una reorganización para la que la dirección de la multinacional británica ya baraja nuevas estrategias para reforzar su posición financiera, entre las que se incluye una posible ampliación de capital próxima.

En definitiva, “Superdry cree que trabajar con Cowell ofrecerá las mejores oportunidades para el crecimiento futuro de la marca Superdry en la región Apac”, añaden desde la dirección de la multinacional británica de la moda, que al mismo tiempo “fomenta la empresas a centrarse en hacer crecer su marca y aumentar las ventas en sus territorios más consolidados y donde tiene mayor capacidad”. Asimismo, “los ingresos netos de la venta se utilizarán para fortalecer el balance de la empresa, aumentar la liquidez y financiar sus necesidades de capital actuales, incluidas las necesidades de capital para implementar un programa significativo de reducción de costos”. Un punto por el cual “la compañía también está considerando tomar medidas adicionales para fortalecer aún más sus balances en relación con su programa de reestructuración que busca implementarse en medio de un mercado particularmente desafiante que podría incluir una posible emisión de Capital.

También te puede interesar...

Fecha de creación

marzo 2023