



En la imagen, un desfile de Prada en una pasarela de Milán.

Prada quiere organizar su mejor pasarela en el parque

ESTUDIA SALIR A BOLSA/ La firma italiana de moda sopesa recuperar un antiguo plan, espoleada por sus buenos resultados y el interés que despierta en Asia.

Expansión. Madrid

La empresa italiana de moda Prada estudia dar el salto a una pasarela con mucho menos glamour, pero potencialmente muy atractiva: el parque. La compañía, espoleada por la buena marcha de sus últimos resultados, estudia diversas fórmulas para recuperar un viejo plan y dar el salto al parque, según cuatro personas cercanas a la compañía consultadas por *Bloomberg*.

Prada, que en los últimos diez años ha abandonado en cuatro ocasiones sus planes para salir a bolsa, estaría sopesando lanzar una doble OPV en los parques de Hong Kong y Milán, según indicaron dos de las personas consultadas. Estas personas añadieron que Prada aún no ha contratado a los bancos para organizar la operación, por lo que la firma de moda podría, finalmente, desechar la idea. En los últimos meses, el grupo ha reducido deuda y ha abierto nuevos establecimientos en el mercado asiático, que tiene un gran potencial de creci-

miento y que está sorteando con mejor suerte la crisis económica mundial.

Reactivación

La incipiente reactivación de la demanda y la menor exposición del sector del lujo a bolsillos menos castigados por la recesión podría ser un buen momento para medir fuerzas en el parque, según los analistas. El fabricante de perfumes L'Occitane International, por ejemplo, salió a bolsa el mes pasado en Hong Kong, en una operación valorada en unos 400 millones de euros para, precisamente, atender el apetito inversor de las fortunas de

la región. Al ser un sector poco propenso al parque, *Bloomberg* no indica cuánto podría valer Prada en bolsa.

“Prada ha navegado bien sobre un mar picado, gracias a su presencia en Asia y a la resistencia y flexibilidad de su negocio de zapatos y bolsos”, afirmó el subdirector general de la consultora italiana InterCorporate, Armando Branchini. “El fuerte repunte de Prada en el primer trimestre, que podría continuar hasta finales de año, podría ser un buen momento para llevar a cabo una salida a bolsa”, añadió.

Un portavoz de Prada se li-

mitó ayer a señalar que la compañía prosigue estudiando las condiciones del mercado.

Otras fuentes consultadas por *Bloomberg* indicaron que, aunque no es descartable que Prada lance una OPV este año, lo más probable es que espere a una recuperación de las bolsas y salga al parque en 2011. El grupo suspendió su último plan para cotizar en 2008 por las condiciones adversas del mercado.

Resultados al alza

La firma italiana de moda, que está controlada por el consejero delegado, Patrizio Bertelli, su mujer Miuccia Prada y la familia de ella, anunció hace diez días que el beneficio bruto de explotación (ebitda) de Prada ascendió a 64 millones de euros en el primer trimestre, casi seis veces más que en el ejercicio anterior. Las ventas aumentaron un 26%, hasta 366 millones, impulsadas por un crecimiento del 62% en la región de Asia-Pacífico.

Un plan que está de nuevo sobre la mesa

1 Prada, que ha desechado cuatro veces en los últimos diez años su plan para salir a bolsa, ha recuperado la iniciativa para atender la demanda de los inversores asiáticos y captar recursos para su crecimiento.

2 La compañía multiplicó casi por seis su beneficio bruto de explotación en el primer trimestre, hasta 64 millones de euros. Las ventas crecieron un 26%, impulsadas por Asia-Pacífico.

Marylin, en el mejor escaparate de cine de los comercios

El Ayuntamiento de Alicante falló ayer el cuarto concurso de escaparates del 7º Festival de Cine de Alicante en el que han participado trece establecimientos con la iniciativa que impulsa la Concejalía de Comercio del Ayuntamiento de Alicante. Conchi Pellín, representante de la Joyería Yanes, recibió el premio (entradas de cine valoradas en 1.000 euros y un trofeo) de manos del concejal de Comercio, José Antonio Sobrino, quien destacó el gran nivel de los participantes en esta nueva edición del certamen.

La propuesta del establecimiento ganador incluye elementos que identifican películas clásicas, donde muñecas representan a las grandes divas de la gran pantalla como Marilyn Monroe o Audrey Hepburn, y películas para el gran público como 'La Sirenita', 'Star Wars' o 'Los Picapiedra'.
