

MARCOLIN USA E THE NORTH FACE: siglato l'accordo di licenza per una nuova linea di occhiali sportivi

Il Gruppo Marcolin ha siglato oggi l'accordo di licenza per la produzione e commercializzazione a livello mondiale della nuova linea di occhiali sportivi con The North Face, marchio americano leader nel settore dell'abbigliamento e degli accessori sportivi, famosi per le alte prestazioni tecnologiche.

Marcolin USA lancerà la nuova linea di occhiali nella primavera del 2002 realizzando una prima collezione destinata agli sportivi per poi ampliarsi con proposte moda ispirate al mondo dello sport. La distribuzione avverrà, oltre che nei negozi monomarca The North Face, anche nei negozi di articoli sportivi, nel canale degli ottici indipendenti e delle catene ottiche.

Impegnata nella realizzazione di prodotti tecnologicamente avanzati da oltre 30 anni, The North Face propone un' ampia gamma di linee di abbigliamento, accessori e calzature destinate agli sport all'aria aperta. The North Face ha come mercato di riferimento scalatori, alpinisti, snowboarder, esploratori e gli amanti dello sci estremo. Da chi pratica sport a livello agonistico fino agli sportivi "del weekend", The North Face è un marchio leader per la ricerca nel design e l'utilizzo delle più avanzate tecnologie che valorizzano le performance sportive.

Con questo nuovo accordo di licenza il Gruppo Marcolin consolida la sua presenza nel settore dell'occhialeria sportiva, avendo già raggiunto una posizione primaria con l'acquisizione, nel 1999, del gruppo francese Cébé, leader nella produzione e distribuzione di maschere da sci, occhiali e accessori destinati allo sport.

"La partnership fra Marcolin e The North Face ci permette di rafforzare la nostra presenza nel mondo sportivo - dichiara Maurizio Marcolin, Presidente della Marcolin USA. - Grazie alla notorietà di uno storico marchio americano quale The North Face, ci proponiamo oggi di diventare l'azienda leader nel settore dell'occhialeria sportiva".

"Il nostro impegno nell'offrire agli atleti gli strumenti tecnologicamente più avanzati per affiancarli nelle attività sportive - dichiara Michael Egeck, Presidente di The North Face - ci ha portato a siglare l'accordo con il Gruppo Marcolin ritenendolo il partner ideale per soddisfare la nostra esigenza di prodotti innovativi e dall'alta valenza tecnologica".

L'accordo di licenza con The North Face permette a Marcolin di diversificare il proprio portafoglio prodotti ad oggi composto da primarie griffe in licenza: Dolce & Gabbana Occhiali, D&G Dolce & Gabbana Occhiali, Chloé Lunettes, Mossimo Vision, Replay Eyes, Cébé, Fornarina Vision Up!, Roberto Cavalli Eyewear, Miss Sixty e la nuova griffe Costume National, frutto dell'accordo siglato ieri.

Grazie alla recente acquisizione di Creative Optics Inc. il portafoglio del gruppo Marcolin si è ulteriormente arricchito di marchi americani: Essence, Unionbay, Bob Mackie, FAO Schwartz,

NBA e Cherokee, accanto ai quali Marcolin USA propone le proprie house brand: Marcolin Fantasy, Village, Ti22, Marcolin Kids, National, Swank, Urban Eyewear e Organix.

Il Gruppo Marcolin

Il Gruppo Marcolin, con le sue dieci filiali nel mondo, è una delle principali realtà mondiali nella produzione e distribuzione di montature da vista e da sole.

Marcolin USA ha la propria sede a Miami, Florida; gli uffici amministrativi, finanziari e il centro di distribuzione hanno sede a Scottsdale, Arizona.

(sito web: www.marcolin.com)

marcolin®

The North Face

The North Face, una società del gruppo VF Corp., è stata fondata nel 1966. Con sede a San Leandro, California, la società produce e distribuisce prodotti tra i più tecnici e avanzati sul mercato per arrampicatori, alpinisti, amanti dello sci estremo ed esploratori in genere. I prodotti The North Face sono venduti in negozi specializzati per la montagna, lo sci ed il backpacking, da rivenditori di prodotti sportivi d'alta qualità e da centri specializzati per la vendita di attrezzatura ed abbigliamento outdoor. Per ulteriori informazioni su The North Face visitate il sito web www.thenorthface.com.

Milano, 23 marzo 2001