

## **Marcolin: acquisizione nel settore della distribuzione di occhiali da vista sul mercato statunitense**

### **Il Gruppo Marcolin acquisisce Creative Optics Inc. e raddoppia la sua presenza nel mercato statunitense.**

Il Gruppo Marcolin che distribuisce i marchi su licenza Dolce & Gabbana Occhiali, D&G Dolce & Gabbana Occhiali, Chloé Lunettes, Replay Eyes, Mossimo Vision, Roberto Cavalli Eyewear, Fornarina Vision up! e il proprio marchio sportivo Céb , gi  presente negli USA con una societ  controllata al 100%, con ricavi nel 2000 di 25,4 milioni di dollari (circa 53 miliardi di lire), ha acquisito ad un prezzo di 13 milioni di dollari (circa 27 miliardi di lire), il 100% di Creative Optics Inc., azienda americana leader nella distribuzione di occhiali da vista, con un fatturato per l'anno 2000 di 30 milioni di dollari (circa 63 miliardi di Lire), raddoppiando la propria penetrazione nel mercato statunitense.

Il Gruppo Marcolin ha raggiunto l'accordo per l'acquisizione del 100% dell'azienda americana Creative Optics Inc., uno dei principali operatori statunitensi nella distribuzione di occhiali da vista.

Creative Optics era partecipata per il 74% da primari investitori istituzionali americani e per il restante 26% dal management e da altri investitori minori .

La transazione, assistita dagli advisors Studio Tributario Societario ed Ernst & Young Corporate Finance,   avvenuta ad un prezzo di 13 milioni di dollari (circa 27 miliardi di lire).

L'accordo di acquisizione e il correlato accordo con il management prevedono, tra l'altro, la successiva integrazione, mediante fusione, di Creative Optics in Marcolin USA gi  nel corso del 2001 e l'acquisizione, da parte dell'attuale management di Creative Optics, di una partecipazione in Marcolin USA inizialmente pari a circa il 4% che potr  aumentare, nei successivi tre esercizi, fino a circa il 9% per effetto di uno stock option plan che verr  deliberato dalla stessa Marcolin USA.

Creative Optics, nell'esercizio 2000, ha conseguito ricavi per 63 miliardi di lire con un EBITDA di 3,5 miliardi di lire, un patrimonio netto contabile di circa 31 miliardi di lire e un budget di ricavi previsto per il 2001 di 74 miliardi di lire con un EBITDA di 6,5 miliardi di lire, portando i ricavi del Gruppo Marcolin negli USA dagli attuali 53 miliardi di lire agli oltre 130 previsti per il 2001.

Creative Optics, che occupa 100 dipendenti ed ha una forza vendita di 70 agenti monomandatari, con sede commerciale a Miami e sede logistica a Scottsdale,   uno dei leader nella distribuzione di montature da vista sia nel canale degli ottici indipendenti che nelle catene ottiche.

Il management di Creative Optics, che vanta una consolidata esperienza nel settore dell'ottica, si   ulteriormente rafforzato negli anni recenti grazie all'inserimento di managers provenienti dalla grande distribuzione organizzata. Questi ultimi hanno apportato uno stile direzionale e creato un'organizzazione dedicata al servizio del cliente e focalizzata sull'efficienza.

I marchi distribuiti su licenza esclusiva da Creative Optics sono tutti americani: da un marchio etnico come Essence, ad una griffe giovanile di tendenza quale Unionbay, a Bob Mackie brand di lusso per la donna, ad un NBA legato allo sport, fino alla collezione per bambini FAO Schwarz. Completa infine il portafoglio prodotti una serie di housebrands molto apprezzate dalle catene americane.

Maurizio Marcolin, Presidente della Marcolin USA e ideatore dell'operazione ha cos  commentato:

*"Sin dal momento della costituzione della Marcolin USA nel 1997 e dalla quotazione in borsa nel 1999 abbiamo creduto nella crescita dimensionale del Gruppo, in particolar modo nel mercato americano, decisivo per la competizione globale. L'acquisizione americana rientra nella strategia del Gruppo Marcolin, che prevede: il rafforzamento della propria presenza sul mercato americano con un obiettivo di ricavi USA per il 2003 di 100 milioni di dollari, l'ulteriore ampliamento della rete distributiva americana con potenziali altre acquisizioni e nuovi accordi di licenza. Abbiamo operato questa scelta non solo in una logica dimensionale, ma soprattutto per la perfetta complementarietà del nostro portafoglio caratterizzato da "Luxury and Fashion Brands" con quello di Creative Optics espressione di "American Brands" e in virtù della pluriennale esperienza nel canale catene maturata dalla stessa, posizionandoci comunque sin da oggi tra i gruppi leader americani nella distribuzione di montature da vista e occhiali da sole."*

Il Gruppo Marcolin, con il Gruppo francese Céb  - acquisito al 100% nel luglio 1999 -   una delle principali realt  mondiali nella produzione e commercializzazione di montature da vista e da sole. Accanto alle maschere da sci e agli occhiali sportivi C b , Marcolin produce e commercializza le housebrand Marcolin, gli occhiali in titanio Ti22 e primarie griffe in licenza: *Dolce & Gabbana Occhiali, D&G Dolce & Gabbana Occhiali, Chlo  Lunettes, Replay Eyes, Roberto Cavalli Eyewear, Mossimo Vision, Fornari* e, dal prossimo novembre, *Miss Sixty*.

Nel 2000 il Gruppo Marcolin, la cui capogruppo Marcolin S.p.A.   quotata presso il Mercato Telematico Azionario della Borsa Italiana, ha annunciato vendite consolidate pari a circa 231 miliardi di Lire, in crescita del 24% rispetto ai 186 miliardi di Lire dell'esercizio 1999.

Longarone, 23 Febbraio 2001