

Quadrivio con Epi acquista Calcioshop

Private equity

Rilevato il portale: nasce il polo dell'e-commerce e del retail sportivo

Carlo Festa

MILANO

Nuova operazione per Quadrivio Group. Epi, società "click & brick" attiva nella vendita online e retail di merchandising sportivo, ha finalizzato l'acquisizione del 100% di Free Time Management Group, azienda italiana a cui fa capo Calcioshop, noto e-shop specializzato nella commercializzazione di abbigliamento e attrezzatura calcistica.

L'operazione rappresenta il quinto investimento di Industry 4.0 Fund, il fondo di private equity promosso e gestito da Quadrivio Group che investe nell'innovazione tecnologica e nella transizione digitale delle piccole e medie aziende italiane, che dal 2020 ha in portafoglio anche Epi.

Fondata nel 1985 a Barzago (in provincia di Lecco), Free Time Ma-

nagement Group si occupa da oltre 35 anni della fornitura di materiale per gli sport di squadra e gestisce da 16 anni Calcioshop, l'e-commerce con focus sul mondo del calcio più visitato in Italia.

Calcioshop è oggi partner e rivenditore online autorizzato e certificato di realtà multinazionali come Nike, Adidas e Puma e propone una selezione dei migliori brand internazionali, tanto da rappresentare un punto di riferimento per appassionati e sportivi, sia a livello professionale sia amatoriale. Il portale dispone oggi di una customer base di oltre 300 mila utenti registrati e gestisce 3 negozi con insegna Calcioshop a Milano, Bergamo e Barzago.

Il focus di Calcioshop è fortemente complementare al core business di Epi che punta, attraverso questa operazione, a rafforzare la propria posizione nel mercato del merchandising sportivo, dando vita a un gruppo attivo a livello internazionale, sia nell'e-commerce sia nel canale retail sportivo.

Epi ha chiuso il bilancio a giugno 2021 con un fatturato di 28 milioni di euro, registrando una crescita del 30% rispetto all'anno precedente, e conta ad oggi 150 dipendenti, oltre

700mila ordini evasi all'anno e 8 negozi retail, anche a fronte della recente riapertura del negozio all'interno dello stadio San Siro.

L'acquisizione di Calcioshop favorirà lo sviluppo di nuove partnership e il lancio di un nuovo brand che sarà presentato a febbraio 2022. Grazie a una politica di investimenti in tecnologia, marketing e logistica, ma anche rafforzando la struttura manageriale, la società punta nel breve periodo a raggiungere quota 50 milioni di euro di fatturato.

«L'acquisizione di Calcioshop – spiega Pietro Paparoni, investment director di Quadrivio Group – è un'operazione in linea con il piano industriale di Epi, che ha superato, crescendo nel fatturato double digit, le tante difficoltà di due anni di Covid e di limitazioni alla pratica ed alla partecipazione al mondo del calcio».

Advisor per Epi nella strutturazione e nella negoziazione dell'operazione è stata T8P Consulting, la due diligence finanziaria e fiscale è stata affidata allo studio Mac Lab, la due diligence giuslavoristica a Geco e Associati, infine gli aspetti legali sono stati seguiti dallo studio Andersen in Italy.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

300

MILA UTENTI

Calcioshop vanta una customer base di oltre 300mila utenti registrati e profilati nel portale e-commerce. In più ha tre negozi fisici.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

