

Epi accelera con l'innovazione: le magliette di Juve, Inter e Milan parleranno americano

Quadrivio Group ha ceduto la società italiana, leader dal 1996 nel merchandising calcistico della Serie A, al gruppo Usa Fanatics, colosso dell'e-commerce sportivo attivo in oltre 60 paesi

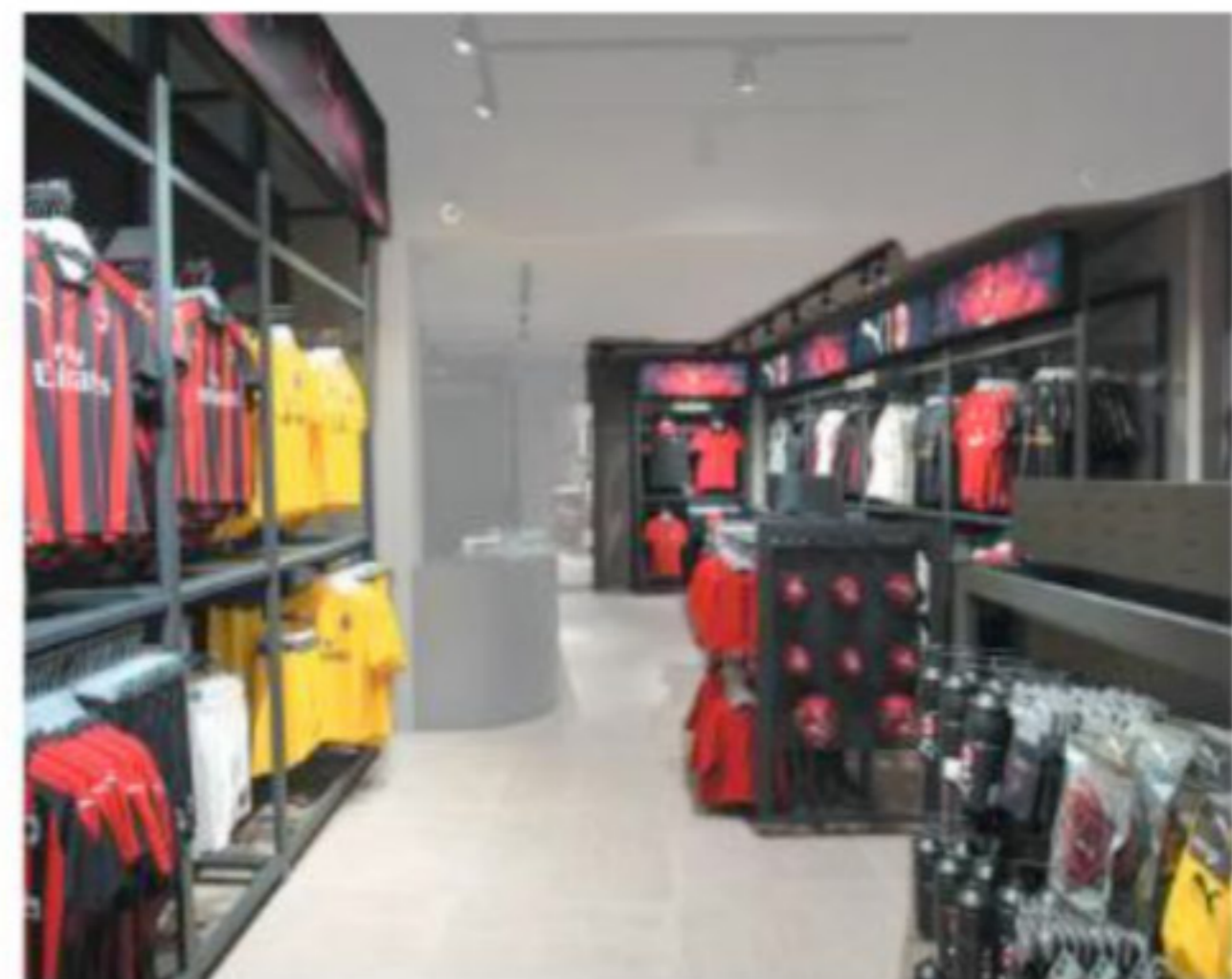
di Paolo Cova



L'innovazione tecnologica e la digitalizzazione rivestono un ruolo fondamentale per la crescita e la internazionalizzazione delle piccole e medie imprese italiane. L'ennesima conferma arriva da Quadrivio Group, realtà che da oltre vent'anni opera nel private equity. Il gruppo, tramite Industry 4.0 Fund, il proprio fondo che investe nella digitalizzazione delle Pmi, ha ceduto Epi, società italiana specializzata nella vendita di merchandising sportivo dei principali club calcistici di serie A, al gruppo americano Fanatics, piattaforma digitale globale e leader nel merchandising sportivo, presente in oltre 60 Paesi. Fanatics ha all'attivo partnership con i più rinomati club calcistici internazionali: come la Premier League inglese, la Liga, Bundesliga e la Ligue 1 clubs; oltre che con realtà facenti capo alla US Sports Leagues (NFL, NBA); così come al mondo del golf, del rugby, della Formula 1 e del tennis.

La cessione è avvenuta ai primi di aprile al termine di un percorso che ha visto in due anni e mezzo crescere Epi, specializzata nelle vendite "click and brick" (cioè sia tramite negozi sia on line), grazie appunto alla digitalizzazione e

alla innovazione tecnologica portate da Industry 4.0 Fund, la cui mission è investire nell'innovazione tecnologica e nella transizione digitale delle Pmi italiane del settore manifatturiero e dei servizi. Quadrivio Group aveva acquisito Epi nel novembre 2020. L'investimento aveva come obiettivo quello di sostenere la partecipata, rafforzandone la presenza nel segmento di riferimento, oltre che creare un polo dell'e-commerce e del retail sportivo. Da allora la società ha realizzato un'importante creazione di valore e registrato un incremento significativo delle vendite, pari a circa il 125%, e più che raddoppiato la redditività nello stesso periodo. Di qui l'interesse del colosso americano per acquisire la società. Tra gli obiettivi perseguiti con successo dal gruppo anche l'efficientamento e il potenziamento del canale e-commerce, con una maggiore attenzione all'user experience, e gli investimenti effettuati nella logistica e nella digitalizzazione dell'intero processo produttivo. Come step intermedio di rafforzamento di Epi, nel novembre 2021 era stata acquisita Free Time Management Group S.r.l., azienda a cui faceva capo Calcio-shop - oggi rinominato The Pitch - re-



tail ed e-shop specializzato nella commercializzazione di abbigliamento e attrezzatura calcistica. L'operazione ha ulteriormente consolidato il posizionamento di Epi, che vanta partnership storiche e ne ha nel tempo attivate di nuove con realtà come AC Milan, ACF Fiorentina, Atalanta, SS Lazio, FC Inter, Juventus FC, Bologna Calcio, FGC, Olimpia Milano, NBA e molte altre ancora. Epi è stata tra i pionieri dello sviluppo del canale e-commerce nel settore del merchandising sportivo, fin dalla sua nascita nel 1996. Segue l'intera catena del business, dall'acquisto dei prodotti alla spedizione al consumatore finale. Il suo fondatore, Lorenzo Forte, rimarrà nella compagine societaria come socio e general manager.

Soddisfazione in Quadrivio Group per l'operazione: «L'exit di Epi e la vendita della stessa a un Gruppo industriale internazionale - ha commentato Alessandro Binello, ceo di Quadrivio Group - conferma la valenza strategica del nostro investimento e il grande potenziale di sviluppo e di internazionalizzazione delle Pmi italiane, se adeguatamente supportate. Questa operazione evidenzia come i fondi di private equity possano, anche in un arco di tempo limitato, creare valore per la società in portafoglio e generare importanti ritorni per i nostri investitori». Sulla stessa linea Pietro Paparoni, Investment Director di Industry 4.0 Fund: «Il contributo di Quadrivio è stato fondamentale per rafforzare il posizionamento nell'e-commerce del calcio, attraverso lo sviluppo interno di piattaforme custom altamente performanti e per la creazione del nuovo hub logistico automatizzato. Abbiamo raggiunto l'obiettivo di creare un campione italiano del merchandising riconosciuto nel mercato e al servizio dei grandi club calcistici e di tutti gli appassionati di questo popolare e bellissimo sport». ■