

Nozze nei grandi magazzini, Coin compra Upim

Nasce un gigante della distribuzione da oltre 800 punti vendita

GIORGIO LONARDI

MILANO — Dopo un lungo corteggiamento e una serie di tentativi andati a vuoto ieri a notte fonda Coin ha finalmente acquisito Upim. Grazie a questa operazione nascerà il più grande gruppo italiano della distribuzione nel settore dell'abbigliamento con oltre 800 punti vendita e un giro d'affari di circa 1,7 miliardi di euro. Rilevando il 100% di Upim, infatti, la società guidata da Stefano Beraldo ha aggiunto altri 430 milioni di euro ai suoi ricavi rafforzando sensibilmente la sua rete di negozi. Siglato ieri l'accordo il comunicato ufficiale dovrebbe

essere diramato oggi con il perfezionamento di una serie di dettagli tecnici.

Gli attuali azionisti di Upim (Investitori Associati con il 46%, Deutsche Bank Real Estate Opportunities Group al 30%, Pirelli Real Estate 20% e Gruppo Borletti al 4%) assieme alle banche creditrici del gruppo vale a dire Unicredit e Natixis otterranno come contropartita il 7,5% della stessa Coin che sarà custodito da una società veicolo controllata a maggioranza dagli istituti

di credito. Si tratta di un pacchetto del valore di circa 45 milioni di euro che corrisponde, dunque, alla valutazione implicita della stessa Upim.

L'aspetto più importante dell'operazione curata da Ubs per conto di Coin e da Unicredit come advisor di Upim riguarda il potenziamento della rete commerciale della stessa Coin. Lo conferma una «dote» composta da 135 negozi diretti con il marchio Upim e 15 punti vendita con il marchio BluKids a cui vanno aggiunti più di 200 esercizi in franchising.

Quanto alla vera sfida che toccherà a Beraldo sarà proprio quella di trasformare nel più breve tempo possibile i negozi a marchio Upim nei format Ovs e, in misura minore, in quelli Coin. Lo scopo: au-

mentare la redditività della rete anche grazie ad una serie di economie di scala e potenziare l'immagine dei brand Ovs e Coin. Proprio come è avvenuto meno di un anno fa con i 60 negozi a insegna Melablu.

Riguardo al marchio Upim, storica bandiera del grande magazzino made in Italy fondato negli anni Venti, non scomparirà del tutto anche se uscirà sensibilmente ridimensionato dall'operazione perché verrà utilizzato solo per una parte dell'attuale rete in franchising. Ad ogni modo i vertici di Coin fanno sapere di avere tutto l'interesse ad ottenere i migliori risultati dall'insegna Upim.

Il giro d'affari totale sarà di circa 1,7 miliardi. Via al rafforzamento della rete commerciale

I numeri

450

I NEGOZI

Tra Italia ed estero Coin ha 450 punti vendita

45 mln

LA VALUTAZIONE

Upim è stata valutata circa 45 milioni di euro

