

Morellato Group acquista le attività italiane dell'americana Fossil

Nuovi brand e licenze

Emporio Armani e Diesel

Paco Guarnaccia

Inizio d'anno decisamente positivo per Morellato Group, il primo gruppo italiano di gioielleria e orologeria, con 15 brand di proprietà, sette in licenza e una rete retail diretta composta da 660 negozi distribuiti tra Italia, Francia, Germania e Austria.

L'azienda guidata da Massimo Carraro ha inaugurato l'anno annunciando ieri l'acquisizione delle attività in Italia dell'americano Fossil Group. Un accordo a lungo termine che prevede, per Morellato Group, l'assorbimento della struttura italiana e la distribuzione in esclusiva nel nostro Paese di alcuni brand, di proprietà o in licenza, di Fossil Group: Fossil,

Emporio Armani, Armani Exchange, Michael Kors e Diesel.

«Siamo partner da anni. Il senso dell'operazione è rilanciare questi importanti marchi nel canale di vendita dei negozi specializzati, che è al centro della nostra strategia per il patrimonio di conoscenza che rappresenta, per il ruolo insostituibile nella valorizzazione dei brand e la relazione con il consumatore – spiega Carraro, presidente di Morellato Group –. Stimiamo che in Italia generi il 70% dei ricavi nell'orologeria e nella gioielleria e contiamo di essere presenti, con questi nuovi prodotti, in 500-600 negozi». Per supportare al massimo il progetto, Morellato Group ha istituito una nuova rete vendita dedicata, spiega Carraro: «Sarà composta da professionisti che copriranno tutte le regioni italiane per offrire ai negozianti un servizio all'altezza dei marchi. Sarà operativa già da inizio anno e la presenteremo ai dealer in un evento che abbiamo in programma il prossimo 18 gennaio all'interno dell'edizione invernale della fiera Vicenzaoro (in programma dal 16 al 20 e da 700 anni punto di riferimento della filiera della gioielleria, ndr)».

L'operazione è nata in seguito ai cambiamenti strategici attuati da Fossil Group per invertire la rotta dopo i dati deludenti degli ultimi anni: il fiscal year 2025, al netto dell'ultimo trimestre, finora ha segnato un fatturato in perdita di circa il 9,7% sullo stesso periodo del 2024, anno che a sua volta si era chiuso con il -18,9% sul 2023. Per Morellato Group l'obiettivo per l'anno fiscale 2025, che si chiuderà a fine febbraio, è di crescere nel fatturato consolidato rispetto ai 723 milioni raggiunti nel 2024. «Puntiamo a superare la soglia dei 750 milioni», chiude Carraro.



MASSIMO CARRARO
Presidente di Morellato, il più grande gruppo italiano di gioielleria e orologeria



Sportivo. Modello Emporio Armani