

Olsa passa alla canadese Magna

L'acquisizione del valore di 230 milioni di euro rafforzerà la posizione di Magna Lighting a livello mondiale.

2 luglio 2018 08:00

Il produttore canadese di componenti auto Magna International ha siglato un accordo per rilevare l'intero pacchetto azionario di Olsa, fornitore piemontese di sistemi di illuminazione per autoveicoli con sede a Rivoli (TO) e stabilimenti produttivi in Italia, Polonia, Brasile, Cina e Messico, dove lavorano 2.500 addetti, per un giro d'affari di 242 milioni di euro nell'esercizio 2017.



Con questa operazione, del valore di circa 230 milioni di euro, Magna rafforza la sua attività nel segmento automotive lighting arrivando a disporre, al termine dell'acquisizione - prevista entro la fine dell'anno -, di 11 impianti di produzione per componenti di illuminazione e di 2 centri di ingegneria a livello mondiale.

“Olsa porta in Magna una tecnologia avanzata che amplierà il nostro portfolio di prodotti ad alto valore aggiunto e con funzionalità arricchite - ha affermato John O'Hara, Presidente di Magna Lighting - Il settore dell'illuminazione rappresenta un'area di sviluppo per il nostro gruppo attraverso livelli di integrazione sempre maggiori in ambito elettronico e prevede una crescente attenzione da parte delle case automobilistiche al design e allo stile”.

“Il nostro è un settore che richiede investimenti costanti ed elevati ed è caratterizzato da players di dimensioni molto importanti - ha commentato l'Amministratore Delegato di Olsa, Stefano Cassis -. Olsa si è costruita, negli anni, una posizione di assoluto rilievo, che potrà essere mantenuta grazie a Magna, terzo componentista a livello mondiale per fatturato nel settore automotive, che porta in dote una capacità finanziaria importante a supporto dell'innovazione, della modernizzazione dei processi produttivi e dell'allargamento della gamma di prodotto, essendo già presente anche nel settore dei proiettori e dell'elettronica dedicata”. “Esiste, inoltre - ha aggiunto Cassis - una perfetta sinergia tra le due aziende: senza alcun tipo di sovrapposizione, né geografica né di clienti né di prodotto, che rappresenta una reale condizione win-win per entrambe le aziende”.

© Polimerica - Riproduzione riservata