

Aziende

I fondi di private equity fanno bene al lusso

La scelta, alternativa alla Borsa, si è rivelata strategica in diverse circostanze per accumulare capitali in breve tempo e per sostenere lo sviluppo. **Chiara Bottoni**

Affidarsi a un fondo di private equity per raccogliere capitali seguendo una strategia alternativa alla quotazione. Questa è la strada percorsa da alcune aziende del lusso, fra cui gruppo **Ferretti**, pioniere nel settore, grazie alla lungimiranza di **Norberto Ferretti**, che nel 1997 (in tempi non sospetti dunque) si affidò a **Permira**, cedendogli una quota del 60%. Operazione che in tre anni portò il fatturato a quadruplicare, passando da 47 a 188 milioni di euro. Gli stessi risultati che, oggi, a un anno dall'ingresso del fondo britannico **Candover** con una quota del 51%, il gruppo ambirebbe a raggiungere. «La pianificazione a breve termine dei fondi di private equity ha un obiettivo ben preciso, quello di creare valore», ha spiegato ieri durante il **Milano fashion global summit**, **Vincenzo Cannatelli**, ceo del gruppo **Ferretti**. «È per questo che siamo positivi verso il futuro e, chiuso il



Da sinistra, **Giovani Burani**, **Andrea Corbino** di **Royal & SunAlliance**, **Vincenzo Cannatelli**, ceo di **Ferretti**, **Aldo Maccari** di **Candover** e **Mario Boselli** di **Cnmi**

2007 a 933 milioni di euro, ci aspettiamo di superare la soglia del miliardo alla fine del 2008, crescendo anche in termini di profittabilità verso lo standard del 20%, caratteristico delle aziende del lusso». Nessuna preoccupazione per quanto riguarda, invece una delle domande che più frequentemente viene posta in riferimento alle strategie del private equity, ovvero la loro breve «permanenza in azienda». «Sarà allora che entrerà in gioco il management, che deve avere una vi-

sione, al contrario, a lungo termine», ha precisato **Aldo Maccari**, direttore italiano di **Candover**. «Il private equity va visto infatti come aggregatore per trasformare le aziende da target a compratori». Esperienza diversa quella del gruppo **Burani**, che ha deciso di intraprendere la strada della quotazione nel 2000. «La Borsa è una strada decisamente impervia, come dimostrato dai chiari di luna dell'ultimo periodo, ma sicuramente utile a rac-

cogliere rapidamente capitali da investire, ad esempio, in nuove acquisizioni», ha spiegato **Giovanni Burani**, amministratore delegato del gruppo. «Non è certo però la via adatta ad aziende di piccole dimensioni e con crescita a singola cifra, per le quali è più opportuno affidarsi al private equity. È per questo che, ad esempio, aspetteremo che **Gioielli d'Italia** raggiunga un giro d'affari di 150-200 milioni di euro prima di ipotizzare lo sbarco in Borsa». (riproduzione riservata)