Made in Italy, dai fondi un sostegno da 25 miliardi

Giulia Crivelli

Ventiquattro anni di crescita, gli ultimi cinque dei quali di autentica accelerazione: parliamo degli investimenti fatti dai fondi di private equity in quattro dei settori tipicamente associati alle eccellenze made in Italy, ovvero moda, arredo-design, alimentare e cosmetica. Da uno studio presentato ieri al ministero delle Imprese e del made in Italy (Mimit) emerge un quadro positivo, che avvicina l'Italia ad altri Paesi nei quali i fondi hanno avuto uno sviluppo più rapido. I dati raccolti dall'Associazione italiana del private equity, venture capital e private debt (Aifi) sono chiari: nel periodo 2000-2024 nel mercato italiano del private equity sono stati investiti 24,8 miliardi in imprese operanti nei quattro settori moda, arredo-design, food e cosmetica, una cifra che corrisponde al 23% del valore complessivo. L'ammontare medio annuo nell'intero periodo è di poco inferiore al miliardo, ma nel solo periodo 2020-2024 sono stati destinati 8,8 miliardi alle imprese dei quattro settori esaminati, con un picco nel 2022 (2,6 miliardi), anno record per tutto il private equity italiano.

«Si potrebbe fare molto di più se ci fosse una maggiore azione condivisa tra operatori, istituzioni e Governo per moltiplicare le iniziative sul tessuto imprenditoriale – ha commentato Innocenzo Cipolletta, presidente di Aifi –. I dati dimostrano con chiarezza come il contributo del private capital vada ben oltre l'apporto finanziario. Le aziende supportate crescono in modo significativo: tra il 2020 e il 2024 i valori mediani mostrano un aumento del fatturato del 34%, mentre l'occupazione cresce del 40 per cento». Anna Gervasoni, direttore generale dell'associazione, ha precisato alcuni dei dati più recenti: «Negli ultimi cinque anni sono stati immessi circa 9 miliardi da parte del private equity nelle imprese dei settori analizzati e il 2024, con 2,3 miliardi investiti, è stato il secondo anno migliore di sempre, a conferma della solidità e dell'attrattività delle nostre eccellenze, che continuano a distinguersi anche a livello internazionale».

Primo dei quattro comparti per ammontare investito è la moda (10,7 miliardi tra il 2000 e il 2024), seguito da alimentare (8,6 miliardi), arredo-design (3,7 miliardi) e cosmetica (1,8 miliardi), che risulta invece primo per effetto positivo sul fatturato delle aziende coinvolte, con un aumento mediano del 97 per cento. Per crescita dei dipendenti è di nuovo primo il settore moda (+44%), dove si contano, sempre tra il 2000 e il 2024, 351 investimenti distribuiti su 214 operazioni; solo l'alimentare supera la moda per numero di investimenti (366 con 236 operazioni).

«Il fatto che negli ultimi 25 anni il private equity abbia investito 25 miliardi in aziende dei settori di riferimento del made in Italy è il segno del grande interesse nutrito dagli operatori per comparti simbolo del Paese – ha aggiunto Walter Ricciotti, ceo e co-fondatore di Quadrivio Group –. Come operatori, abbiamo sempre creduto nell'importanza di valorizzare le imprese e le eccellenze italiane, tanto da lanciare, in partnership con Pambianco, due veicoli specializzati, che abbiamo chiamato Made in Italy Fund e Made in Italy Fund II. Un'intuizione vincente, come confermano i risultati emersi dallo studio realizzato in collaborazione con Aifi e le evidenze emerse dei casi che il libro raccoglie. Alcune delle aziende oggetto di approfondimento sono società in cui come Quadrivio Group abbiamo investito in passato o che sono tuttora in portafoglio».

Il quadro generale positivo e l'attrattività del settore moda per il private equity – pur nell'attuale scenario di incertezza globale e di rallentamento del comparto, in Italia e nel mondo (si veda anche Il Sole 24 Ore del 21 maggio), è stato confermato proprio ieri dall'annuncio dell'ennesima operazione. Giuseppe Colombo, ad e presidente di Gallo, ha annunciato di aver sottoscritto un accordo con Alto Partners, gestore indipendente di fondi di private equity. L'azienda, che al core business delle calze, sotto la guida di Colombo, ha aggiunto accessori e abbigliamento, ha chiuso il 2024 con 30 milioni di ricavi e «una marginalità di assoluto interesse», si legge nel comunicato ufficiale. Colombo manterrà il 30% della società e i ruoli di presidente e direttore creativo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA