NUOVI ATTORI **AVANTI MID CORP**

Braicovich, Manfredi e Pichler, partner di Houlihan Lokey, multinazionale Usa dell'advisory, raccontano «un mercato vivace» nonostante il Covid. Serve però più capitale. Garanzia Italia: ancora tempi lunghi per le banche

di **Daniela Polizzi**

Sono al tavolo di molte partite in cui si gioca il futuro di una fetta importante dell'industria italiana. Quella delle medie imprese, molte alla ricerca di un nuovo percorso in una fase economica complessa, la maggior parte alle prese con la sfida di diventare più grandi, di fare spazio ad altri investitori più forti. Oppure di vendere. Per la banca d'affari Houlihan Lokey in Italia il terreno di gioco è fatto da migliaia di aziende. Quest'anno ha traghettato i fondi Clessidra (Italmobiliare) e Magnetar verso la mantovana Sisma (stuzzicadenti Samurai e il marchio Cotoneve), finita in tensione finanziaria. E ha supportato la Fila della famiglia Candela nell'acquisto della francese Arches. Ha appena curato, per conto del fondo Astorg partners, la cessione della bergamasca Surfaces Technological Abrasives al fondo Usa Ta associates.

Dietro il nome della multinazionale Usa dell'advisory ci sono nomi storici dell'm&a in Italia. Si tratta dei tre managing director Matteo Manfredi, che in Houlihan Lokey guida anche le attività di corporate finance in Europa, Pietro Braicovich e André Pichler, entrambi a capo della divisione corporate finance dell'antenna italiana installata a Milano. Si sono forgiati nelle grandi banche di investimento: Manfredi e Pichler alla Lazard fin dai tempi in cui Gerardo Braggiotti era il dealmaker sul mercato italiano, Braicovich in JP Morgan e Morgan Stanley. Poi c'è stata l'avventura in Banca Leonardo dove hanno dato vita all'attività di investment banking. Infine, la cessione al gruppo americano della consulenza finanziaria per le medie imprese quotato a Wall Street dove capitalizza 4,13 miliardi di dollari. Con l'obiettivo di dare una prospettiva internazionale alle aziende clienti e attrarre investitori esteri sul mercato italiano.

I volti
Matteo Manfredi, Pietro Braicovich e André Pichler

«Le imprese mostrano una sostanziale tenuta, nonostante le difficoltà dell'economia. A parte quelle che hanno subìto l'impatto più grave della chiusura imposta dalla pandemia, c'è un mercato vivace per le mid corporate», dice Manfredi. Un segnale viene anche dalla fotografia degli affari. Dall'inizio dell'anno al 28 agosto a livello globale sono state lanciate 24.628 operazioni, in calo del 15% rispetto allo stesso periodo del 2019. «Il controvalore è però sceso del 36% — aggiunge —, segno che sono mancate le grandi operazioni, quelle più piccole non hanno subìto cali drammatici».

«Le aziende, soprattutto le nostre multinazionali tascabili, restano acquirenti globali, guardano al lungo termine e investono — dice Pichler che guarda a casi come Campari, Menarini, Interpump o alla Fila, della quale Houlihan Lokey è stata advisor nell'acquisto della francese Arches —. Certo, c'è una velocità diversa tra i vari settori industriali. È chiaro che i gruppi della farmaceutica o dell'alimentare sono stati i più rapidi ad afferrare le opportunità. Diversa è la fotografia del private equity. Se oggi i fondi vogliono chiudere delle operazioni devono adeguarsi alle nuove regole del gioco e fare meno ricorso all'indebitamento, mettendo quindi sul tavolo più capitale. Altrimenti vengono battuti sul tempo dagli investitori industriali». Quanto alle valutazioni delle aziende in vendita — sottolinea — non ci sono state revisioni al ribasso del prezzo da parte di chi vende che piuttosto preferisce rimandare il disimpegno. Nel secondo trimestre il mercato è stato contrassegnato dai finanziamenti con garanzia Sace. Da Fca a Eataly fino a Pizzarotti che ha ricevuto un finanziamento da 100 milioni con l'assistenza di Houlihan Lokey, liquidità indirizzata verso il sostegno degli investimenti, della filiera di fornitori. Missione compiuta? «Restano comunque alcuni nodi come i tempi lunghi delle operazioni che richiedono molti passaggi nei comitati fidi — sostiene Pietro Braicovich —. Se le banche prestano i soldi si assumono una parte del rischio di credito, sebbene sia coperto per l'80-90% da Sace, e mantengono il rischio legale. Per questo chiedono che l'operazione di finanziamento sia corroborata da un piano industriale e finanziario sostenibile e coerente, ma anche che vi sia l'apporto di equity da parte dell'azionista. Insomma, strutturare un finanziamento diventa un'operazione a 360 gradi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NEWS DALLE **AZIENDE**

a cura di RCS PUBBLICITÀ

SLAM

Riprendono i lavori sulla LEON PANCALDO, in vista del varo con il testimonial Mauro Pelaschier

Slam, storico brand Sailing dal 1979, dopo il fermo forzato degli scorsi mesi causato dal Covid-19 riparte con il suo importante progetto del 2020: l'acquisto e il restauro della barca Leon Pancaldo. L'imbarcazione a vela - disegnata da Luca Brenta – ha ultimato la sua ristrutturazione a fine luglio e il testimonial Slam Mauro Pelaschier (nella foto), anche ambasciatore di One Ocean Foundation, ha riportato a casa lo storico ketch di 60 piedi, in collaborazione con l'Istituto Nautico Ferraris Pancaldo e l'associazione Il Barattolo Onlus di Savona. La barca, con il supporto di giovani velisti della Slam Academy, verrà utilizzata per le attività didattiche del Nautico di Savona e di altri Istituti della regione. Inoltre, grazie alla collaborazione con One Ocean Foundation, con Pelaschier e con il team di Menkab il respiro del Mare, capitanato dal professor Maurizio Wurtz, nel 2021 la Leon Pancaldo navigherà lungo la costa del nostro mare con un equipaggio misto, formato da studenti e atleti, all'insegna della sensibilizzazione alla protezione del nostro mare e di tutti gli oceani. Infine la Leon Pancaldo tornerà anche ad avere un ruolo fondamentale nelle attività in campo socio-sanitario organizzate da Il Barattolo, associazione alla quale sarà affidato il contratto di armamento della barca, in continuità con la situazione attuale, finalizzate alla riabilitazione dei pazienti psichiatrici.

La Onlus si avvale del prezioso supporto del professor Giovanni Giusto, direttore sanitario "Gruppo Redancia", e del dottor Roberto Carrozzino, direttore Ser.T – Servizio Tossicodipendenze dell'ASL2 Savonese. Realtà ormai consolidata nel settore, Slam ha come unica mission quella di rendere la vita dei velisti più confortevole e sicura grazie a capi sportivi tecnici di altissima qualità. La vela richiede sacrificio, competenza e, soprattutto, un abbigliamento a prova di imprevisto meteorologico.

• www.slam.com •

GRUPPO LUBE

L'azienda ottiene la GREENGUARD GOLD

Gruppo LUBE ha annunciato con orgoglio di essere la prima azienda produttrice di cucine in Italia ad aver ottenuto la Certificazione GREENGUARD Gold di UL (Underwriters Laboratories), una delle organizzazioni più riconosciute al mondo, nata negli Stati Uniti oltre 125 anni fa. Referenziata da oltre 400 tra codici, sistemi di rating per l'edilizia e politiche di procurement nel mondo, il Programma di Certificazione GREENGUARD Gold certifica che tutte le strutture dei prodotti a marchio LUBE e CREO Kitchens sono conformi agli standard più rigorosi in termini di livelli di emissione di composti organici volatili (COV) prodotti da mobili, superfici, vernice e da altre sostanze chimiche nocive negli ambienti interni. I COV possono avere effetti negativi sulla salute come mal di testa, bruciore agli occhi, irritazioni respiratorie, e addirittura scatenare attacchi d'asma. Creare ambienti più salutari grazie a mobili a basse emissioni di composti organici con materiali rispettosi dell'ambiente e della salute dell'uomo è una delle attività in ricerca e sviluppo su cui Gruppo LUBE sta investendo maggiormente negli ultimi anni.

• www.cucinelube.it •

STOSA CUCINE

Riprende l'attività di espansione sul territorio nazionale con l'inaugurazione di 10 NUOVI STORE

Stosa Cucine non si ferma e riprende la propria espansione. Forte di un asset finanziario solido e certa di una strategia commerciale volta ad ampliare la rete di negozi monomarca, l'azienda ha portato a compimento i progetti previsti per il 2020 che contemplavano l'inaugurazione di 10 Stosa Store.
Le aree geografiche coinvolte dalle aperture interessando Lombardia (Parabiago), Piemonte (Biella), Veneto (Venezia), Liguria (Ventimiglia, La Spezia) e Toscana (Lucca, Carrara, Pistoia, Firenze Sud, Siena). Il layout degli spazi espositivi è in linea con lo stile che contraddistingue tutti i nuovi flagship store aperti da EuroCucina 2018: linee pulite ed essenziali, spazi pensati per una esperienza di acquisto di valore ed esaustiva, illuminazione finalizzata a dare il massimo risalto all'eleganza e all'innovatività progettuale delle composizioni e area tecnica attentamente studiata per esporre l'ampia gamma di soluzioni e finiture utilizzabili nella realizzazione della cucina.

• www.stosa.it •

PRATIC

DESIGN FOR WELLBEING: il ruolo della pergola nell'equilibrio tra gli emisferi del cervello

Il cervello umano ama la pergola, da sempre e in maniera del tutto naturale, perché essa è in grado di mettere in equilibrio l'emisfero destro e l'emisfero sinistro, e trovare un accordo ideale tra ciò che ci appare bello e ciò che ci appare più rassicurante, funzionale, ergonomico. Sono queste le conclusioni di Design for Wellbeing, la terza ricerca neuroscientifica che Pratic, marchio italiano leader nel settore outdoor guidato dai fratelli Orioli (nella foto), ha realizzato in collaborazione con il professor Stefano Calabrese e la dottoressa Denitza Nedkova, dell'Università IULM di Milano e dell'Università di Modena e Reggio Emilia. Dallo studio si evince che una pergola offre apertura e protezione, geometria

degli spazi e possibilità di muoversi dal dentro al fuori, rispettando la Habitat and Prospect-refuge Theory secondo cui il piacere estetico generato da un ambiente deriva dal fatto che sia vissuto come soddisfacente e rassicurante per le necessità primarie dell'uomo.

• www.pratic.it •