

## Ipem, la parola ai fondi di investimento italiani: "Ecco la nostra view sul private equity"

LINK: <https://dealflower.it/ipem-la-parola-ai-fondi-di-investimento-italiani-la-nostra-view-sul-private-equity/>

Ipem, la parola ai fondi di investimento italiani: "Ecco la nostra view sul private equity" Giacomo Iacomino 22 Settembre 2022 Oltre 5.000 tra delegati e operatori. La seconda giornata di Ipem ha frantumato tutti i record di presenze nelle precedenti sei edizioni. Il contesto geopolitico non sembra spaventare private equity e venture capital, settori a cui è dedicata la kermesse di Cannes, tornato in presenza in Costa Azzurra dopo la parentesi di Parigi nel 2021. I grandi fondi di investimenti internazionali hanno risposto presente. E lo stesso vale per quelli italiani. Archiviata la prima giornata (potete guardare il nostro riassunto qui), e ripartendo dai numeri del primo semestre Aifi, che ha fotografato un rallentamento nel primo semestre sul fronte della raccolta (-40%) ma un aumento degli investimenti (10 miliardi circa), complici le operazioni riguardanti le infrastrutture, Aspi in primis, abbiamo chiesto ai principali gruppi del nostro Paese la loro personale view sul comparto, oltre ovviamente alle strategie per il secondo semestre, con un occhio al 2023.

Potete ascoltare cosa ci hanno raccontato qui, nel nostro video. Anna Guglielmi, managing partner di Entangled Capital ha commentato così i dati Aifi: "La forte raccolta degli anni precedenti potrebbe aver messo gli investitori internazionali nelle condizioni di focalizzarsi sulla gestione dei portafogli esistenti. I buyout sono cresciuti molto come numero di operazioni e di valore, così come gli investimenti sotto i 300 milioni di fatturato. Probabile che i gestori che avevano in portafoglio società con qualche difficoltà abbiano deciso di incrementare la dimensione, che oggi è tra le strategie principali in questo mercato". Clessidra Private Equity: "Non siamo anticiclici" Secondo Andrea Ottaviano, amministratore delegato di Clessidra Private Equity, considerare il settore anticiclico può essere un errore. "La pretesa di essere anticiclici è per me poco credibile -è il suo commento-. Noi investiamo in economia reale e questo vuol dire prendersi anche il rischio dell'economia reale. Se si va bene a vedere gli asset ai loro interni non possono

essere tanto differenti da quelli quotati in borsa. Deve cambiare l'approccio, noi guardiamo alle piccole e medie imprese italiane che sanno essere resilienti. Il settore della luce ad esempio è un settore decisamente in salute: forse nei prossimi mesi crescerà un po' di meno se la guerra e i suoi effetti andranno avanti ma sicuramente i risultati sono buoni, con crescita anche in doppia cifra. Un altro comparto è la digitalizzazione della media azienda italiana industriale, trend ineluttabile che andrà avanti per forza di cose". Entangled Capital: "Occhio alle aziende con i contratti energetici bloccati" L'attenzione all'energia non può mancare, come conferma Roberto Giudici, managing partner di Entangled Capital: "Ci stiamo attenti, nel primo semestre siamo rimasti un po' fermi per comprendere al meglio l'evoluzione del settore ma nel 2021 ci sono state aziende in crescita nonostante crisi e bollette, anche perché per alcune di esse i contratti sono bloccati per quanto riguarda l'energia. L'anno di fornitura che dura un anno, dal 1 gennaio al 31 dicembre, ha permesso loro di godere di

un prezzo dell'energia ben al di sotto di mercato". **Green Arrow** Capital: "Mid Market in salute per i prossimi 12 mesi" Ottimismo nel segmento mid-market secondo Massimo Massari, **Green Arrow** Capital. "Sugli investimenti e le partecipate sicuramente ci saranno impatti a causa del contesto attuale ma non vedo rallentamenti significativi, che invece potremmo vedere nel large cap e i grandi buyout, siccome sono trainati dal debito, soprattutto non bancario. Noi arriviamo da sei mesi euforici, stiamo per annunciare due operazioni, una in entrata e una in uscita e presentiamo il nostro fondo **Green Arrow** Private Equity Fund 4, con target di 350 milioni". Blacksheep: "Quando Google non vendeva pubblicità " Resilienza infine anche per il digital marketing, settore in cui è impegnato il fondo Blacksheep, come spiega uno dei fondatori Sandro Moretti: "Fondatore e finanziatore, nel senso che con i miei soci ci abbiamo messo il capitale iniziale. In momenti di crisi si tende a tagliare la pubblicità come prima spesa. Noi però non investiamo nello spazio media della campagna ma nei processi digitali che la precedono: le analisi di mercato, come raggiunge il

consumatore o un determinato canale. Entrare in questo mercato adesso è facile perché la spesa pubblicitaria digitale ha raggiunto il 70%, e con le connected tv tutta la comunicazione diventerà digitale". Ricorda Moretti: "Nel 2000 era al 2%, e Google non vendeva ancora pubblicità. Noi abbiamo iniziato proprio allora, quando non c'era ancora nessuna regolamentazione. Per 20 anni è stata una giungla. La rottura si è creata quando il legislatore ha deciso di cambiare le cose, mettendo così l'Europa nelle condizioni di poter dire la propria in un settore fino a quel momento prettamente americano, sviluppando tecnologie più compliant rispetto alle nuove normative. Abbiamo aperto questo fondo per sostenere le piccole aziende che con i loro software aiutano altre aziende nella comunicazione, aiutandole ad avere visibilità all'estero".