

Perché, come e dove investire in Private Equity nell'attuale contesto economico



QUADRIVIO GROUP

Walter Ricciotti, CEO

Varignana, 26 maggio 2023

who

CHI SIAMO



QUADRIVIO GROUP

— **25 ANNI NEL PRIVATE EQUITY**

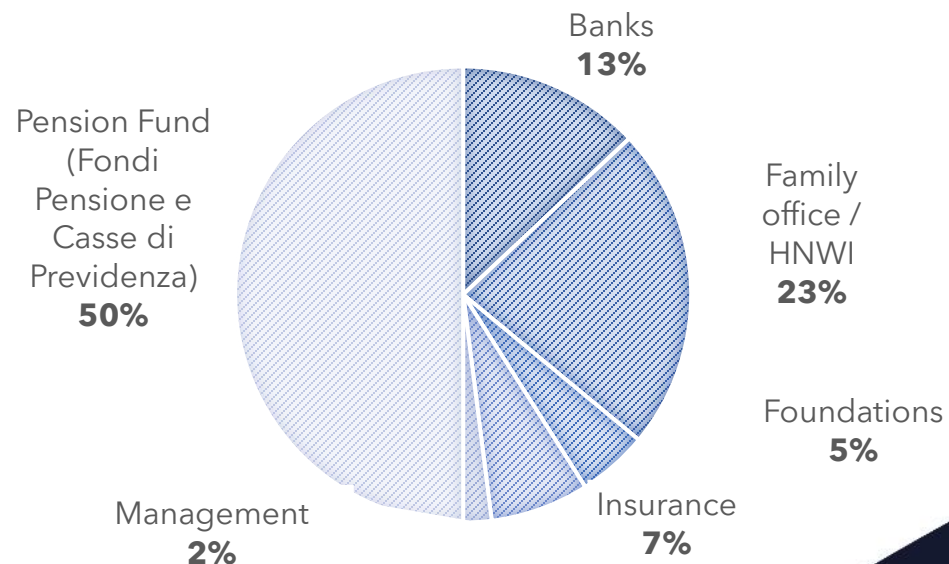
— **5 UFFICI** (Milano, Londra, Lux, New York, Hong Kong)

— **>100 OPERAZIONI**

— **21% IRR MEDIO**

— **50 PROFESSIONISTI**

— **250 INVESTITORI**



who



QUADRIVIO GROUP

ALCUNI INVESTIMENTI

PROSIT
ITALIAN WINE EXCELLENCE



DONDUP
MADE IN ITALY



EMMECI
Group



NATURAL LUXURY



symph^{ny}

AUTRY
ACTION SHOES®

Pantex
International

Gi group



mohd

Scoiattolo
la pasta fresca.

GHŌUD
VENICE



ROUGJ+
L'EVOLUZIONE DELLA BELLEZZA IN FARMACIA

Sonus faber.

audio research
HIGH DEFINITION

e-work
agenzia per il lavoro



F&DE
GROUP

GCDS

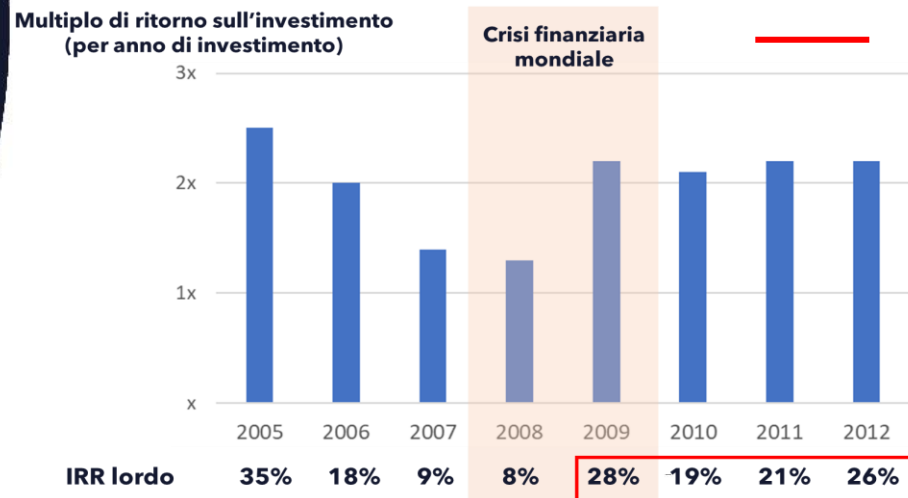
Wadia



McIntosh

why PERCHÈ

- Il **Private Equity** ha storicamente **OVERPERFORMATO** nei momenti di **INCERTEZZA ECONOMICA**
- I **VINTAGE SUCCESSIVI** ai momenti più complessi (2001, 2008, 2011) sono quelli che hanno avuto le **MIGLIORI PERFORMANCE**
- Le aziende avranno bisogno ulteriormente di **EQUITY** per **rinforzarsi** e **guadagnare** quote di mercato dalle aziende meno performanti
- Nei **momenti storici simili** a quelli attuali **AUMENTA LA DIFFERENZA** tra le aziende più forti e vincenti e quelle in difficoltà
- Avere **FONDI SPECIALIZZATI** (con team di investimento dedicati) per **SETTORI/TEMATICHE** di investimento aiuta fortemente la **capacità** di selezione delle **AZIENDE VINCENTI**



how COME

- **M**AGGIORANZA E **M**ANAGEMENT
- **A**LLINEAMENTO DI INTERESSI CON IMPRENDITORI E MANAGER
- **S**PECIALIZZAZIONE («investi in quello che conosci»)
- **I**NTERNAZIONALIZZAZIONE
- **S**OSTENIBILITÀ
- **P**RICE ADJUSTMENTS/EARN-OUT
- **B**UY & **B**UILD / **C**ONSOLIDAMENTO

where DOVE



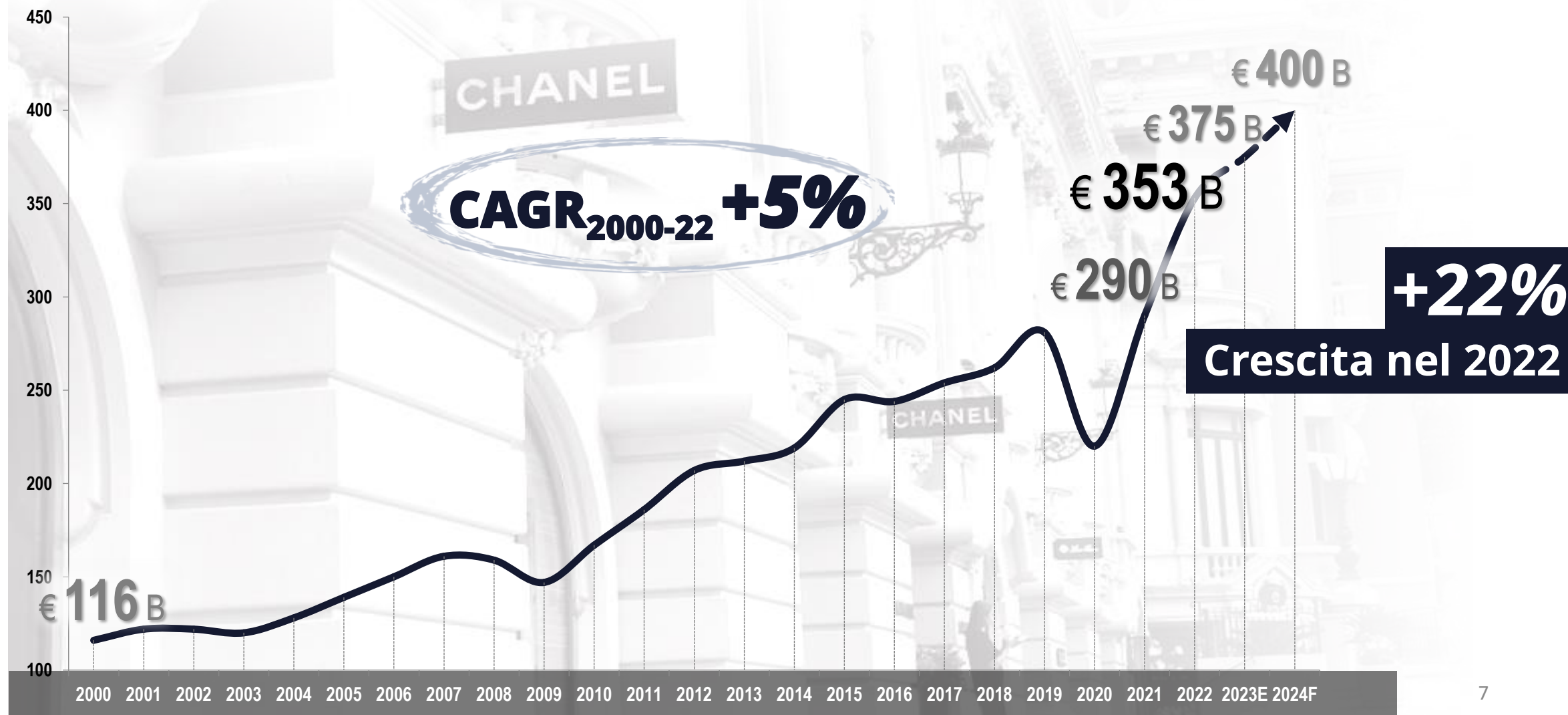
— Healthcare Longevity
(Silver Economy Fund)

— Lusso (Made In Italy Fund)

**Fashion
Design
Beauty
Food&Wine**

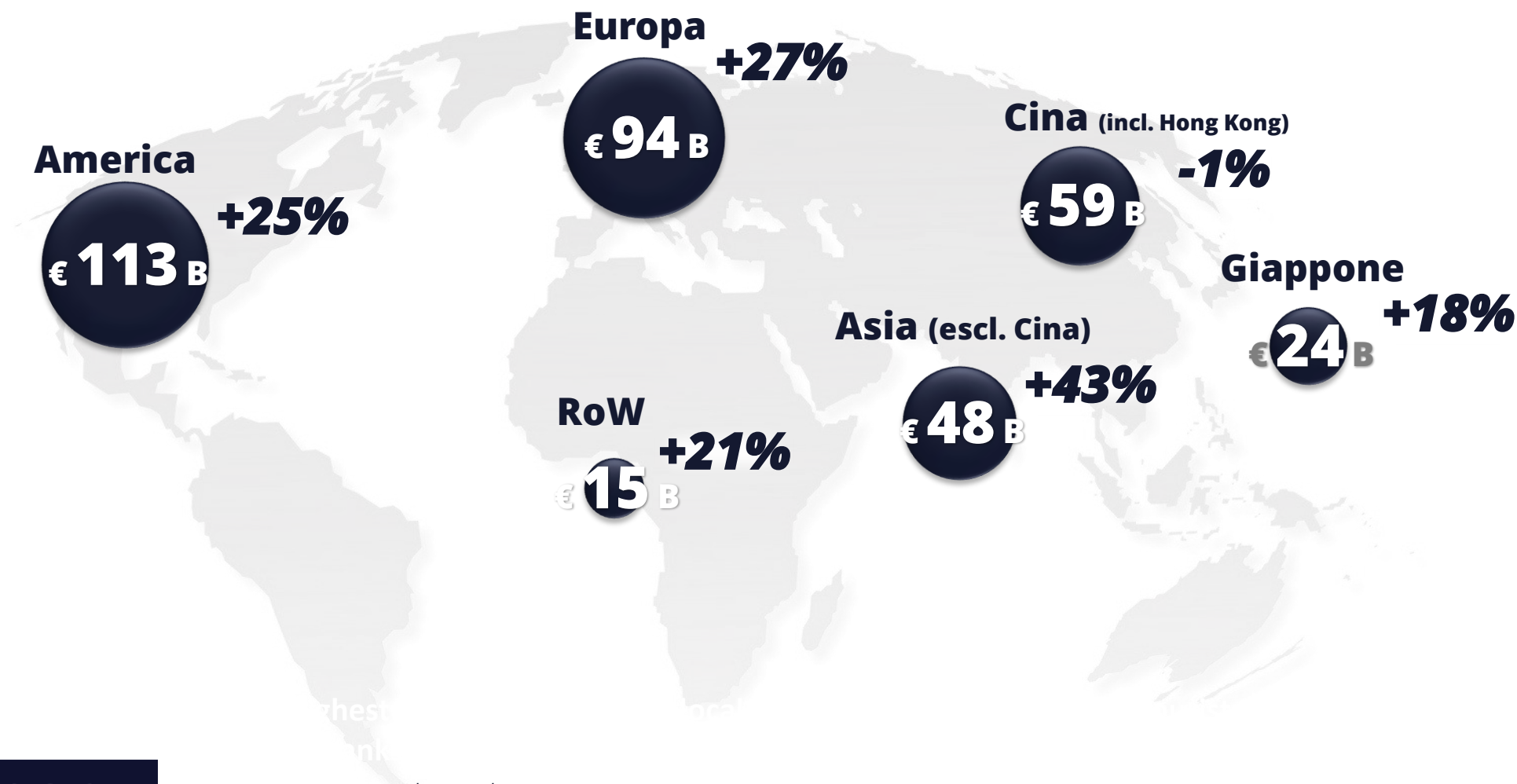
L'ALTO DI GAMMA CONTINUA A CRESCERE A TASSI SEMPRE MAGGIORI

Dati in miliardi di €

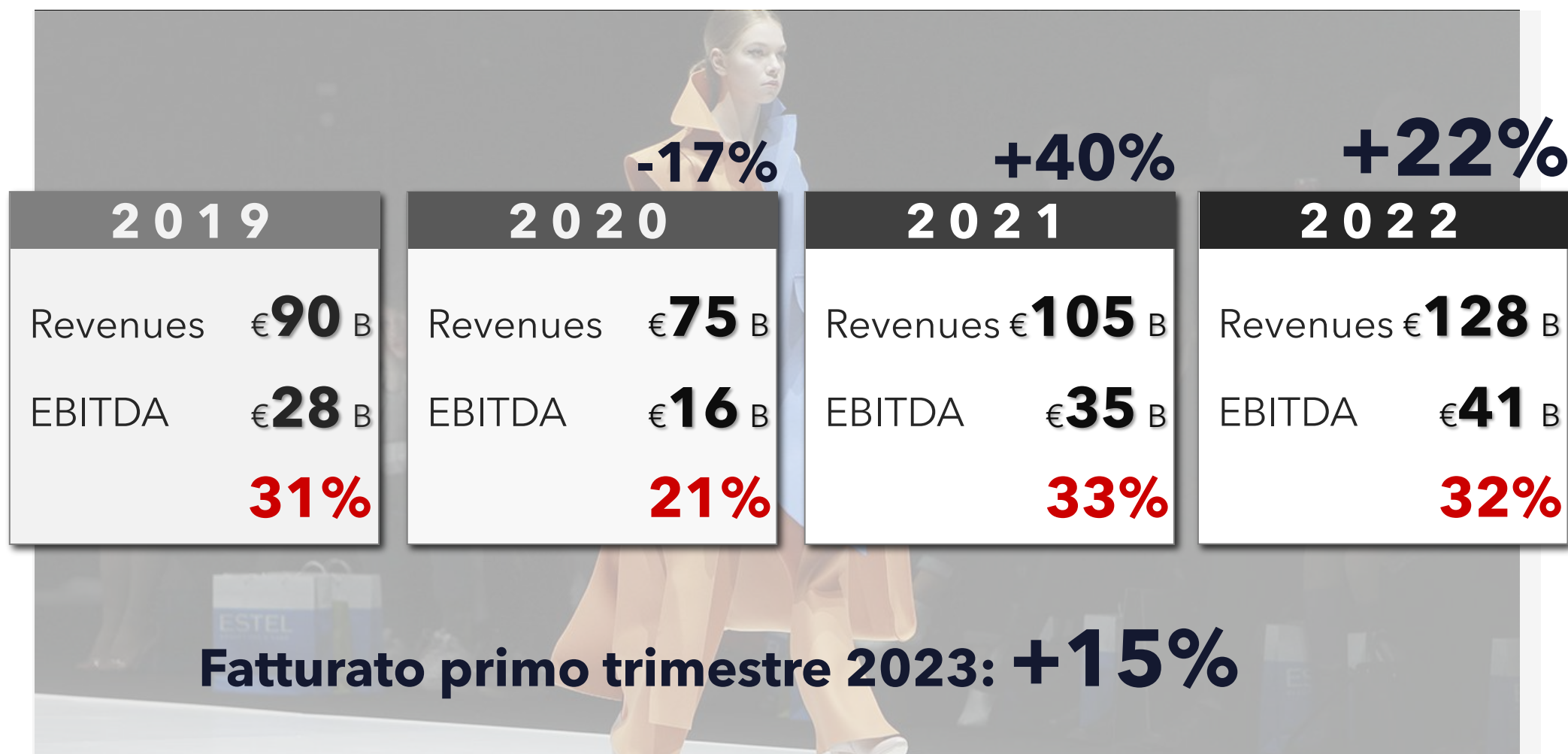


LA CRESCITA È TRAINATA DA TUTTE LE AREE DEL MONDO

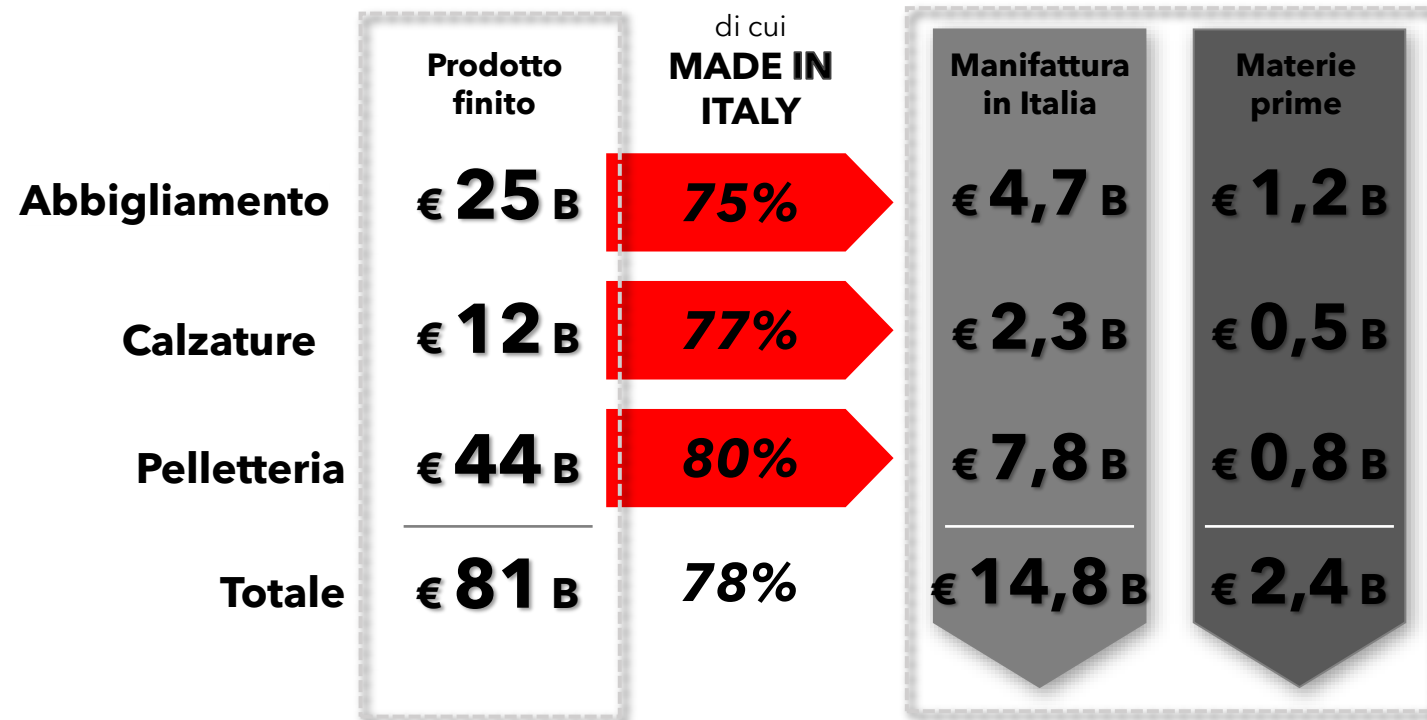
Dati in miliardi di €



IL MERCATO DEL LUSSO È IN FORTE CRESCITA CON LE PRINCIPALI AZIENDE MONDIALI CHE REALIZZANO ANCHE PROFITTI RECORD



IL MADE IN ITALY HA QUOTE DOMINANTI NELLA PRODUZIONE NELLA MAGGIOR PARTE DEI SETTORI DEL LIFESTYLE



Valori in miliardi di euro



LE AZIENDE DI ALTA GAMMA ITALIANE NECESSITANO DI NUOVI CAPITALI PER POTER CRESCERE ALL'ESTERO

Fatturato in miliardi di euro

EDUN
DKNY
DONNA KARAN NEW YORK

EMILIO PUCCI
PINK
THOMAS PINK
JERMYN STREET LONDON

FENDI
MARC JACOBS



GIVENCHY

KENZO

Berluti

LOEWE.

CÉLINE

LOUIS VUITTON

Dior

sergio rossi

STELL/McCARTNEY

CHRISTOPHER KANE

Brioni

BALENCIAGA

ALEXANDER
MQUEEN

SAINT LAURENT
PARIS

BOTTEGA VENETA

GUCCI

NET-A-PORTER.COM

LANCEL
PARIS

dunhill
LONDON

SHANGHAI TANG
20 22 Jc

ALAÏA
PARIS

Chloé

Proprietà:

Internazionale

Italiana

Totale

	Ebitda		Ebitda		Ebitda		CAGR ₁₉₋₂₁
	2019	%	2020	%	2021	%	%

Internazionale	106	30	90	21	128	33	6,6
----------------	-----	----	----	----	-----	----	-----

Italiana	13	24	10	22	13	28	0,9
----------	----	----	----	----	----	----	-----

Totale	118	30	100	21	141	32	6,0
--------	-----	----	-----	----	-----	----	-----

ZAGLIANI

JIMMY CHOO

BELSTAFF
ENGLAND

BALLY
SWITZERLAND

DIESEL

VIKTOR® ROLF

MARNI

Maison Martin Margiela
PARIS

LVMH
MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

KERING

RICHEMONT

PUIG

LABELUX
GROUP

OTB

QUADRIVIO GROUP

Fonte: Analisi Pambianco

why PERCHÈ

L'ALTO DI GAMMA È ANCHE PIÙ RESILIENTE IN PERIODI DI INFLAZIONE

- Il lusso ha un potere di **determinazione dei prezzi superiore alla media**: la **domanda** è relativamente **poco elastica**, mentre i **margini lordi sono elevati**
- Il settore è caratterizzato da una **buona liquidità** in bilancio e questo offre **opzionalità di crescita**
- Il lusso è trainato dalla **crescita a lungo termine dei consumi della classe media emergente**, che è un fattore di crescita pluridecennale
- **La crescita del turismo** ha forti **effetti positivi su** settori come **alberghi, vini e liquori, profumi e cosmetica**

Le società
best-in-class **hanno
margini di circa
500-600 punti base
superiori** ai livelli pre-
pandemia



**crescita turismo
atteso +12,2%
rispetto al 2022
il valore più alto di
sempre**

why PERCHÈ

IL **RITORNO DEI CONSUMATORI CINESI** PORTERÀ UN NUOVO SLANCIO AL LUSO

- **Nel 2019 il consumatore cinese** rappresentava **un terzo della domanda del settore** e il **90% della sua crescita**
- **Dal 2020** in poi i **viaggi dei cinesi** al di fuori della Cina sono stati praticamente **inesistenti**
- **Oggi il turismo interno cinese** è tornato a circa **il 75% dei livelli pre-pandemici**, mentre i **viaggi internazionali** all'inizio dell'anno erano al **10% dei livelli pre-pandemici**
- **L'Europa** sarà tra le **destinazioni principali** sia perché il consumatore cinese è attratto dalle **mete culturali**, ma anche per il **divario di prezzo tra i beni di lusso cinesi ed europei** (attualmente tra il 30-35%)



why PERCHÈ



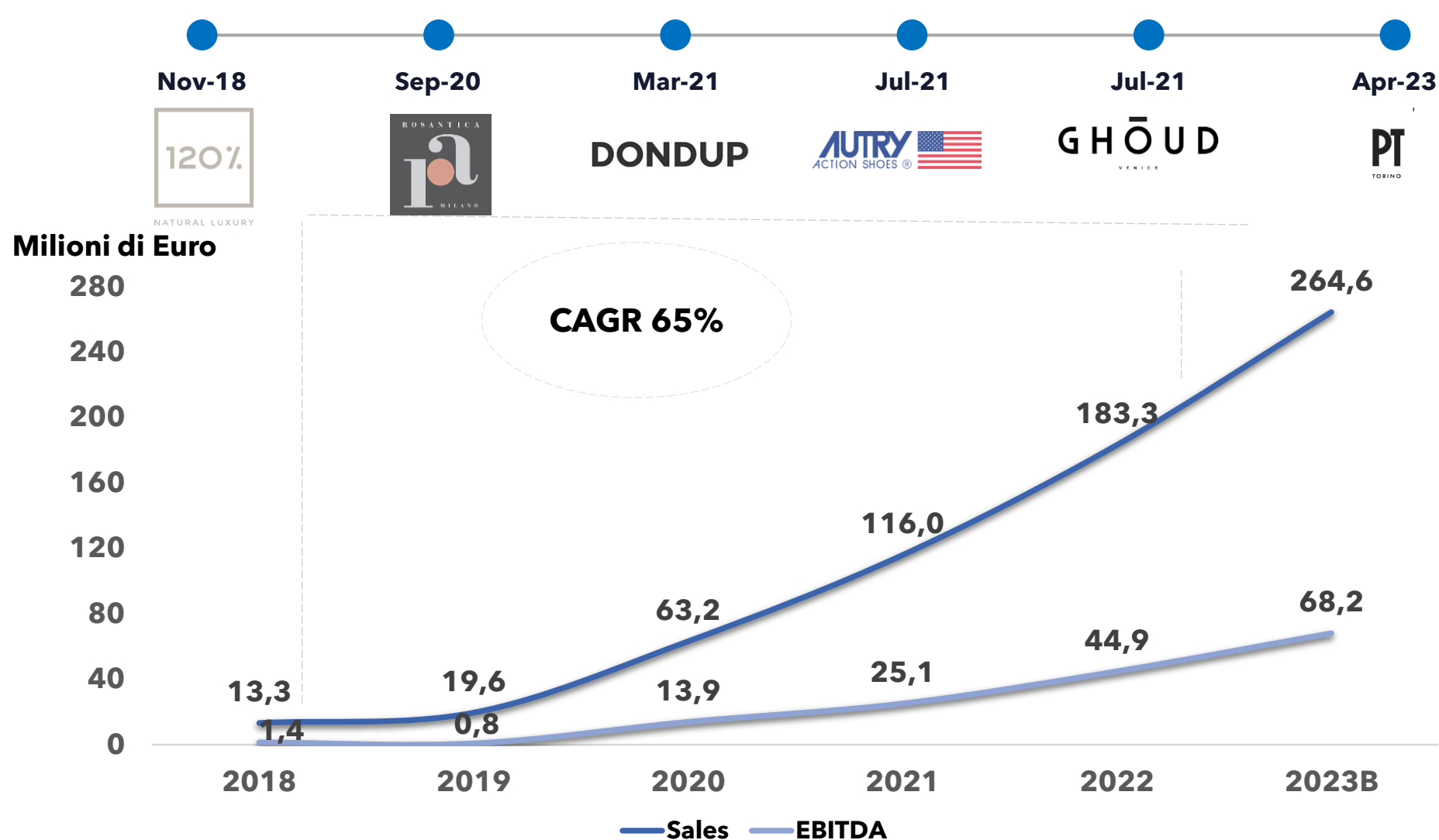
LA DIGITALIZZAZIONE È UN ULTERIORE DRIVER DI CRESCITA

- Ha **aumentato il mercato** aprendo le porte a nuovi acquirenti:
 - i **consumatori full digital della Generazione Z**
 - il **ceto medio-alto cinese** dislocato nel paese
- Ha **migliorato l'efficienza della supply chain** del settore implementando soluzioni digitali avanzate per:
 - **accelerare la pianificazione delle materie prime**
 - **migliorare la gestione del magazzino e i trasporti** verso i punti vendita e verso «l'ultimo miglio»
- **Incentivato l'esperienza omnicanale 'fluida'** (*seamless shopping*)
 - uso dei dati (approccio data-driven)
 - valore della relazione con il cliente
 - personalizzazione dell'esperienza

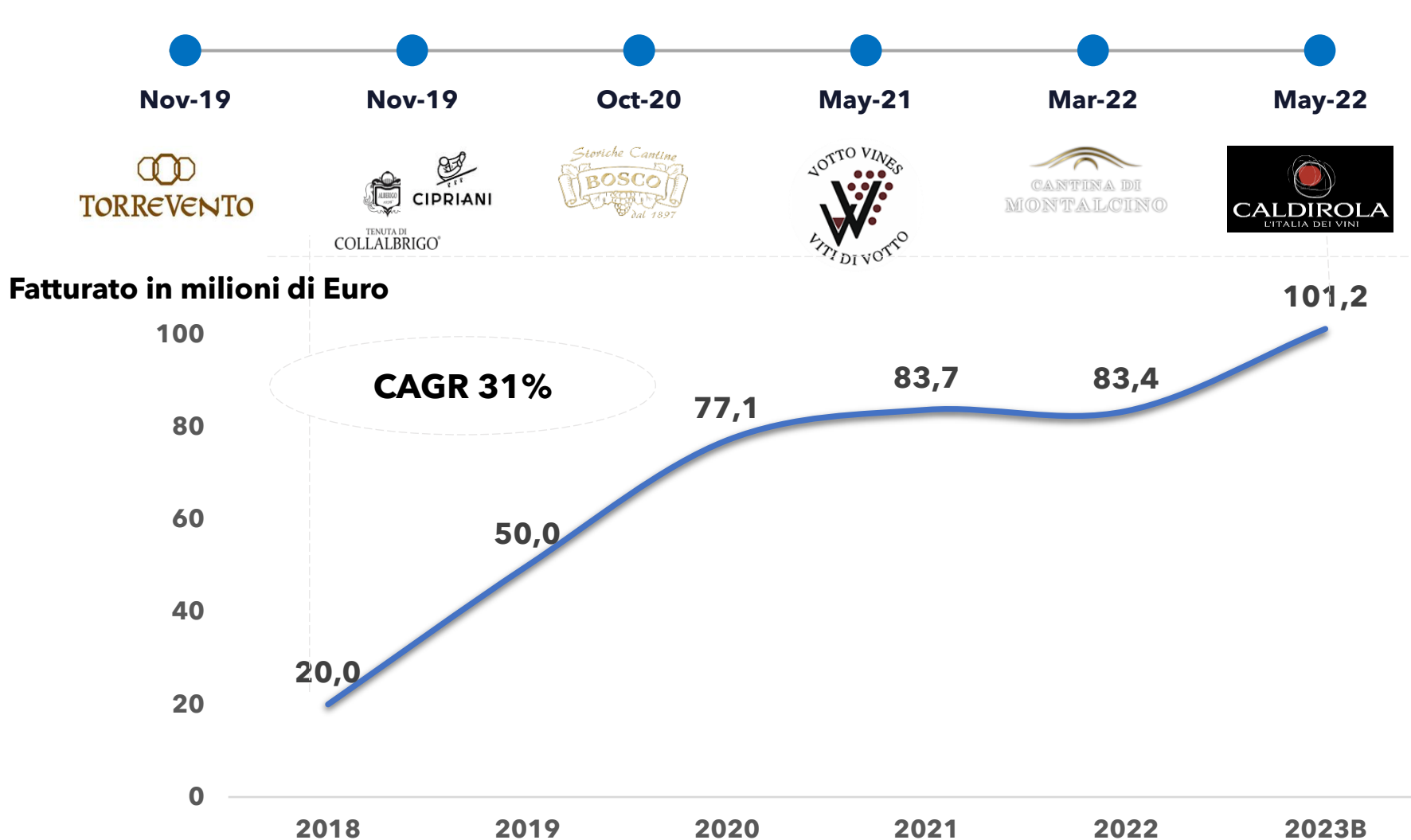
Secondo Bain
entro il **2035**
la **Generazione Z**
potrebbe rappresentare
il **40% degli acquisti**
globali di beni
di lusso (rispetto al
solo 4% di oggi)

I GRUPPI DEL FONDO MADE IN ITALY 1: ALCUNI ESEMPI DI SUCCESSO

FINE SUN GROUP



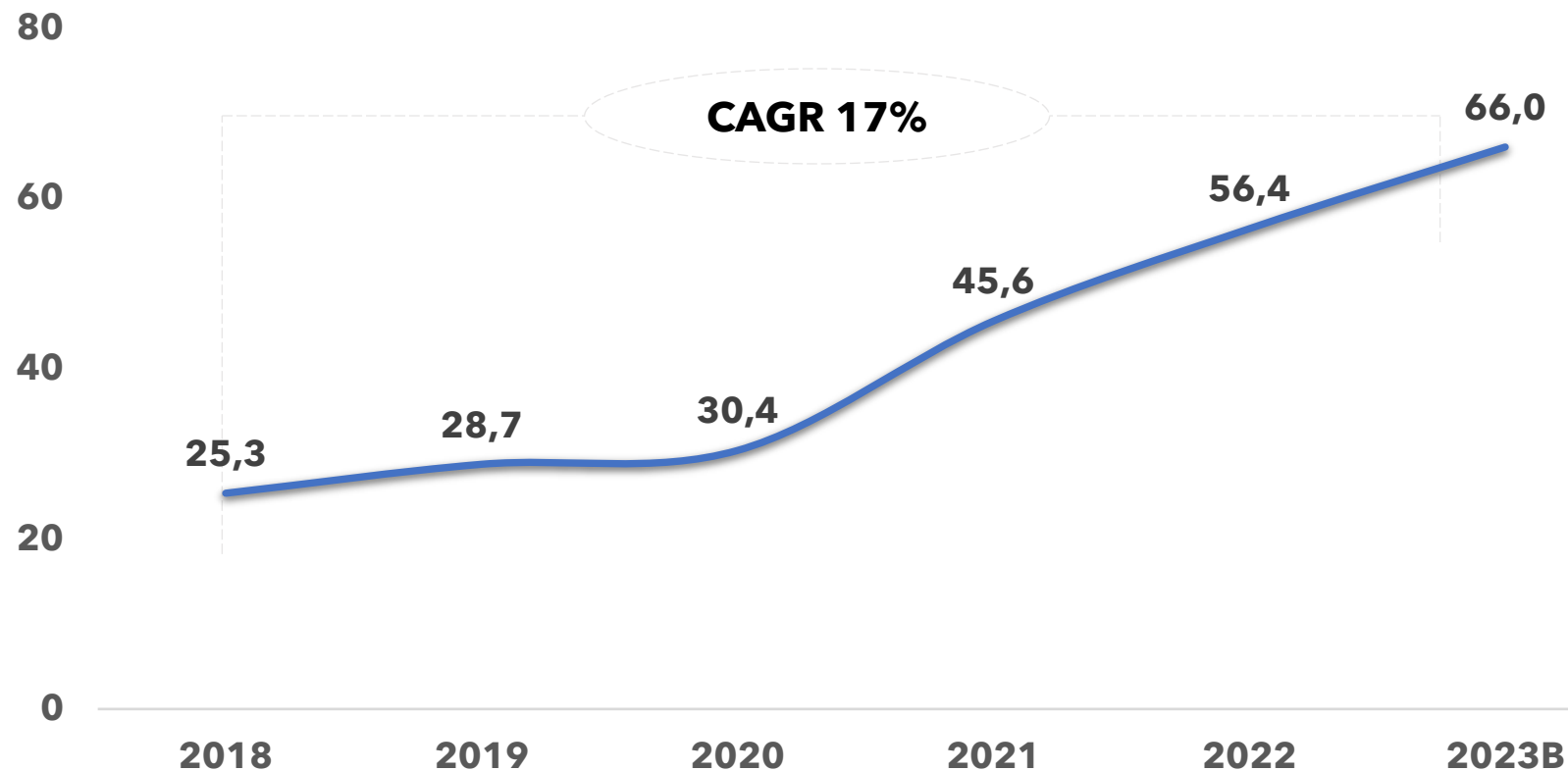
I GRUPPI DEL FONDO MADE IN ITALY 1: ALCUNI ESEMPI DI SUCCESSO PROSIT



I GRUPPI DEL FONDO MADE IN ITALY 1: ALCUNI ESEMPI DI SUCCESSO

IL SETTORE DELL'ONLINE: **mohd**

Fatturato in milioni di Euro



CONCLUSIONI

- Il **Private Equity** è un asset class che ha storicamente dimostrato di generare **extra rendimenti anche in periodi di rallentamento economico**
- **Investire nei megatrend** permette inoltre di generare **performance elevate** anche in uno scenario di alta **inflazione**
- Nell'attuale contesto economico diventano ancora più importanti la **specializzazione**, l'**internazionalizzazione**, i processi di **consolidamento**