

Ha chiuso la raccolta del fondo Fsi con fondazioni, grandi banche e investitori esteri come Tikehau. E ora vuole far crescere le buone società con i capitali privati. Segue il modello francese di aggregazioni nella moda, a cominciare da Missoni. E vuole replicare il successo di Sia a Crema. Perché, dice, è l'industria sana che ci salverà

di **Alessandra Puato**

Il Paese «sta attraversando un momento non facilissimo, ma sono fiducioso perché le nostre aziende, l'azienda Italia esportatrice ci tirerà fuori dalla secca temporanea, come ha sempre fatto. Sono anche convinto che possiamo costruire un polo del lusso ispirandoci ai due grandi gruppi francesi (Lvmh e Kering, ndr.). Gli investimenti nel made in Italy di qualità possiamo farli noi, aiutiamo le aziende a restare italiane». Maurizio Tamagnini, 52 anni, riminese, tifoso e azionista a titolo personale del Milan, rilancia con discrete ambizioni.

È amministratore delegato di Fsi, il nuovo fondo deputato a investire nella crescita delle imprese (sane), evitando possibilmente che siano rilevate dagli stranieri. Obiettivo «a cinque anni»: la Borsa. Vicepresidente di Stmicroelectronics e consigliere dell'Harvard Cancer Center, oltre 20 anni in Merrill Lynch ed ex amministratore delegato del Fondo strategico italiano, ha una targa in ufficio: «Non temere, respira ampio, vedi grande e guarda lontano». Ha appena chiuso la raccolta di Fsi:



Al vertice Maurizio Tamagnini, 52 anni, ceo del nuovo Fsi e, fino al 2017, del Fondo strategico italiano

MAURIZIO TAMAGNINI

«Siamo arrivati a 1,4 miliardi e possiamo toccare i 3 con i coinvestimenti. Abbiamo oltre 40 investitori, di cui 22 dipendenti e manager del fondo», lui compreso. Dice: «Investiamo nelle belle aziende italiane industriali e dei servizi con almeno 100 milioni di ricavi e piani coraggiosi di crescita. Siamo partner degli imprenditori che vogliono continuare a sviluppare le aziende e vogliamo aiutarli nel passaggio generazionale».

Ripartizione della raccolta: il 39% dagli investitori istituzionali italiani (fra cui Cdp, Cariplo e Crt); il 23% dagli istituzionali esteri (col Fondo europeo per gli investimenti e Tikehau); il 16% dai fondi sovrani (con il Kuwait); il 12% dalle banche (con Unicredit, Mediobanca, Intesa, Banco Bpm); l'8% dalle assicurazioni (con PosteVita); il 2% dai family office di grandi gruppi industriali europei.

Fsi ha compiuto il primo anno di attività, un quarto dei soldi è già stato usato. Quattro gli investimenti, finora: 99 milioni in Cedacri, informatica per le banche (27,1%); «Sarà la nuova Sia»; 70 milioni in Missoni (41,2%); fino a 200 in Adler, automotive (28,1%); 70 milioni in Lumson, packaging per la cosmetica (35%). La società di gestione è al 51% del management (come di consuetudine e richiesto dagli investitori istituzionali), quota dove Tamagnini è il maggiore investitore; soci di minoranza sono Cdp (39%) e PosteVita (9,9%). La squadra è completata con 30 persone, fra cui i tre partner Barnaba Ravanne, capo degli investimenti, Marco Tugnolo e Carlo Moser.

Soddisfatto? Oltre un anno di lavoro...

«Sì, non abbiamo perso tempo. Abbiamo un portafoglio diversificato, proseguiremo. L'Italia vale l'11% del Pil dell'Ue a 28, il private equity il 6%. C'è margine per raddoppiare gli investimenti. E l'opportunità di fare crescere le buone imprese con capitale di rischio paziente che accompagni le famiglie industriali nella crescita, senza debito».

Fsi doveva essere il fondo dei fondi sovrani, alla sua fondazione. Ha cambiato missione?

«Abbiamo allargato ad altri. Siamo uno dei tre più grandi fondi per la crescita europei concentrati su un solo Paese. E abbiamo comunque fra gli investitori i grandi fondi sovrani orientali: Temasek di Singapore, Kia del Kuwait, Sofaz dell'Azerbaijan».

Vuole sempre costruire i campioni nazionali?

«Sì. Ci piace pensare di supportare l'orgoglio nazionale delle nostre imprese. Investiremo in aziende che possono rafforzarsi nelle loro nicchie di mercato, per accompagnarle alla crescita. Ci sono circa 3 mila imprese tra i 100 milioni e il miliardo di fatturato, almeno in 300 di queste vale la pena di investire. Abbiamo identificato i settori: tecnologia, beni di lusso e moda, cosmetica, alimentare, meccanica. Il 70% in media del fatturato del nostro portafoglio viene dall'estero».

I francesi sono forti nella moda...

«Ma un'azienda su quattro tra le 100 maggiori società del lusso è italiana. E fra quelle che crescono di più della moda, è italiana una su tre. Non è vero che l'Italia ha perso la possibilità di

fare un grande gruppo. Venite da noi, diciamo alle aziende. L'imprenditore italiano della moda è il più geniale e creativo. Sarebbe bello aggiungere a questa competenza managerialità e finanza, per replicare il modello francese».

Che farete dunque con Missoni?

«Coi suoi tessuti rafforza il made in Italy, ha una famiglia alla guida da tre generazioni. Con la nostra benzina può diventare un marchio globale».

Rimpiange di non avere avuto Versace?

«Siamo felicissimi con Missoni. E intendiamo accorpate aziende in cui l'imprenditore rimane come gestore importante, con progetti italiani e pazienti, di lungo periodo».

Perché avete investito in Cedacri, a Crema?

«Vogliamo costruire un gruppo da due o tre miliardi nell'information technology, come Atos in Francia o TSystems in Germania. In Italia la spesa in It è un terzo della media Ue e i giovani ingegneri italiani sono bravissimi. Faremo di Cedacri una nuova Sia. La società leader nei sistemi di pagamento in Europa, che abbiamo avuto la fortuna di promuovere, faceva 100 milioni di margine operativo lordo e ora quasi il triplo, è un gioiello italiano. Vediamo in Cedacri la stessa potenzialità. Con le banche italiane abbiamo identificato in pochi mesi il nuovo ceo, Corrado Sciolla. E favorito l'acquisizione di Oasi, leader nell'antiriciclaggio e nella reportistica bancaria. È solo l'inizio».

Perché l'industria della cosmetica?

«Più del 40% di packaging e miscele della cosmetica mondiale sono prodotti in Italia. In Lombardia ci sono decine di aziende di alta tecnologia e creatività, ma piccole. Tramite Lumson, che ha ricavi per soli 100 milioni ma è forte nel packaging, possiamo costruire un gruppo importante. Abbiamo anche lanciato con le associazioni confindustriali e la Fondazione Cariplo una scuola di alta specializzazione nella cosmetica, per qualificare i giovani. Ci sono migliaia di posti di lavoro disponibili che cercano qualifiche adeguate».