

QUADRIVIO GROUP

IL MOTORE DELLE PMI

Ha raccolto e gestito finora più di due miliardi di euro, puntando per prima sullo sviluppo delle Pmi. Attiva da 25 anni nel mercato del private equity, Quadrivio Group si appresta ad archiviare un brillante 2024, caratterizzato da una exit di grande successo e da tre nuovi investimenti. «All'inizio dell'anno abbiamo venduto la nostra quota di maggioranza in Autry, brand di sneakers di origine americana rilanciato da un gruppo di imprenditori veneti, che abbiamo fatto crescere portandolo a oltre 100 milioni di euro di fatturato e oltre 30 milioni di Ebitda», afferma Walter Ricciotti, ceo e co-founder di Quadrivio Group dopo importanti esperienze in Procter & Gamble e Boston Consulting Group. «Inoltre, abbiamo perfezionato tre acquisizioni: due per il fondo Made in Italy Fund II e una per il fondo Silver Economy. Le prime due riguardano Filippo De Laurentiis, una bellissima realtà abruzzese specializzata nella maglieria di alta gamma e che miriamo a trasformare in un brand globale, e Sessùn, un marchio francese del fashion con un fatturato di 70 milioni di euro, che si sta affermando a livello europeo. La terza operazione segna, sulla scia del megatrend della longevity, il nostro ingresso nel settore della diagnostica ambulatoriale: qui vogliamo creare, con CareHub, un gruppo di poliambulatori da 100 milioni di fatturato».

A partire dalla sua fondazione, Quadrivio Group ha rappresentato una novità per il mondo del private equity, allora agli albori e presidiato da pochi operatori, tutti con un background finanziario, specializzati in operazioni solo su grandi società.





Walter Ricciotti, ceo e co-founder di Quadrivio Group. In queste pagine alcune immagini delle collezioni Filippo De Laurentiis, brand che firma maglieria di alta gamma, Autry, brand di sneakers che Quadrivio ha portato a oltre 100 milioni di euro di fatturato e Sessùn, marchio francese del fashion.





«Noi siamo partiti con l'idea di dare un taglio diverso a questa attività, puntando su società di medio-piccole dimensioni, oggi tra i 20 e i 100 milioni di fatturato, con l'obiettivo di creare valore reale. Non a caso, portavamo in Quadrivio un'esperienza più aziendale che finanziaria. Siamo cresciuti inizialmente investendo in fondi che raccoglievamo presso investitori istituzionali, cui si sono aggiunte nel tempo fondazioni bancarie, casse previdenziali e più di recente fondi pensione e investitori privati. Attualmente gestiamo poco più di due miliardi di euro, con uno staff di circa 60 professionisti e una rete di sette uffici: Milano, Londra, Parigi, Lussemburgo, New York, Los Angeles e Hong Kong.

Due sono i tratti distintivi fondamentali del gruppo: operare con fondi tematici, ognuno gestito da un team dedicato con competenze specifiche e una profonda conoscenza dei rispettivi mercati, e avere un approccio internazionale. Al momento Quadrivio Group conta quattro fondi specializzati rispettivamente in lifestyle e Made in Italy (abbigliamento, arredamento, cosmetica, food&wine), aziende manifatturiere/industriali e silver economy. «Per noi è necessaria una presenza locale: lavoriamo con aziende spesso familiari, abbastanza grandi da vendere già oltreoceano ma non per avere una presenza diretta all'estero».

Il gruppo opera acquisendo la maggioranza azionaria delle aziende, ma riservando sempre all'imprenditore una larga minoranza. «Preferiamo investire insieme all'imprenditore, che spesso accompagniamo in fasi delicate dell'azienda: dal passaggio alla seconda generazione al sostegno a progetti di sviluppo che non avrebbe le forze di affrontare da solo. Mi piace sottolineare che noi investiamo in aziende dove 1+1 deve fare 3: un obiettivo che perseguiamo coniugando l'insostituibile esperienza degli imprenditori nel loro settore con l'approccio analitico, il know-how e le competenze trasversali del nostro network».

Nel 2025 Quadrivio Group intende proseguire nel proprio sviluppo. «Stiamo analizzando e negoziando varie operazioni, che dovrebbero sfociare in diversi nuovi investimenti, in particolare nel lifestyle e nella silver economy. Inoltre, nel corso dell'anno lanceremo un nuovo verticale in un settore molto importante, legato tra l'altro all'implementazione di nuove tecnologie in aziende tradizionali».