

ROSSOPOMODORO, LA SPINTA USA «RILANCEREMO IL MAC ITALIANO»

I piani di Henry Jackson di OpCapita che ha scelto Marco Airoidi, ex ceo di Benetton e Roberto Colombo da Autogrill. «È la seconda catena di ristoranti più conosciuta in Italia dopo McDonald's, può crescere ancora»

di **Maria Silvia Sacchi**

Quando frequentava i ristoranti di Rossopomodoro come semplice cliente Henry Jackson era solito ordinare una Margherita con rucola e prosciutto. Adesso che l'investitore americano, con la sua OpCapita, ha comperato Sebeto, uno dei principali operatori della ristorazione italiana che comprende, appunto, anche la catena Rossopomodoro famosa per la pizza napoletana, è probabile che Jackson dovrà diventare meno abitudinario. Per il fondo anglosassone questo è il primo passo in Italia, dopo aver osservato a lungo il mercato. «Siamo contenti di aver finalmente concluso l'acquisizione di un'azienda leader basata in Italia — dice Jackson —. Credo che il vostro sia un bel mercato in cui operare».



Investitori

Henry Jackson, 53 anni, ceo di OpCapita. Ha rilevato Sebeto che ha la catena Rossopomodoro. I fondatori Franco Manna e Pippo Montella restano soci di minoranza

legato di Benetton Group ed ex senior partner di Bcg. Due esperti.

I fondatori Franco Manna e Pippo Montella resteranno soci di minoranza (non risultano opzioni di vendita futura da parte loro) e continueranno a sedere in consiglio, Manna come presidente mentre Montella continuerà anche a gestire il rapporto con i principali fornitori.

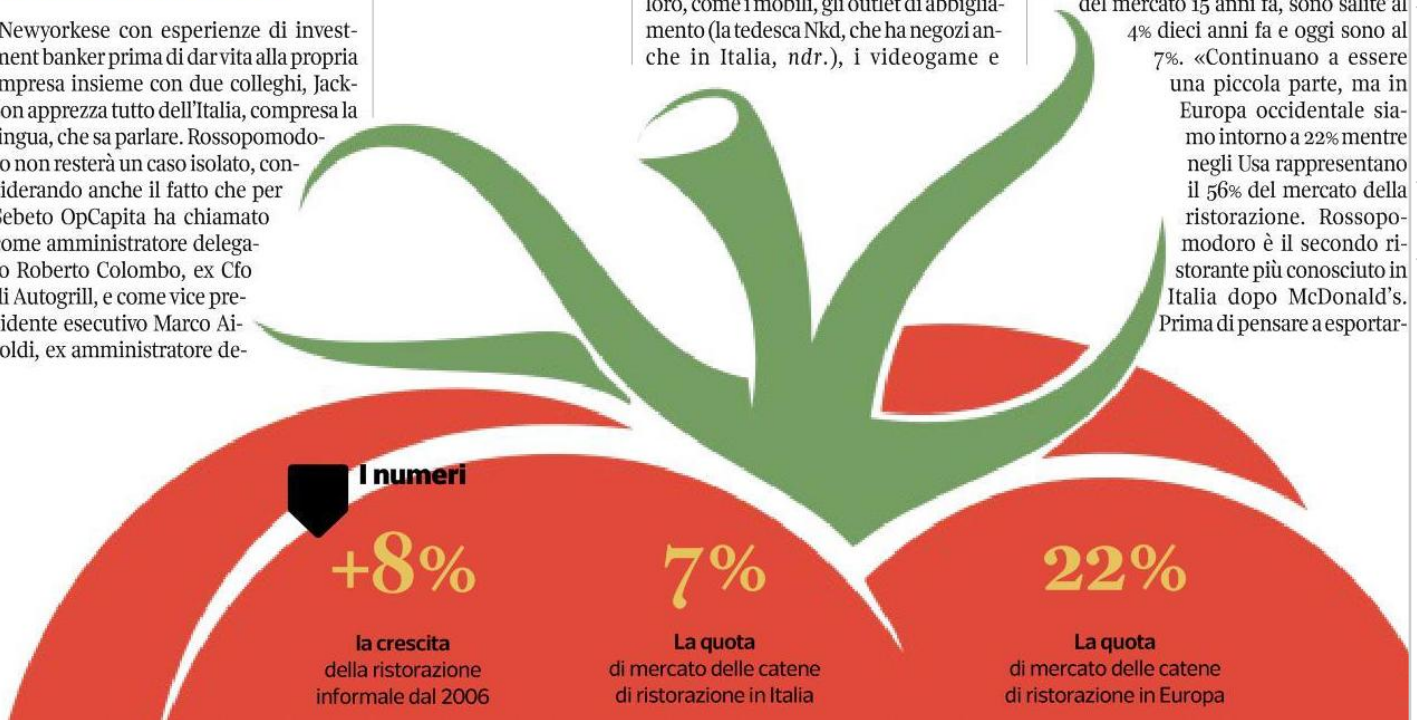
Pur se Jackson non entra nel merito di altre trattative in corso, si sa che retail, beni di lusso e di consumo con marchi noti al grande pubblico, con fatturato tra i 250 milioni e il miliardo e con risultati inferiori ai competitor così da permettere al fondo di dare un supporto sono i settori d'interesse per l'operatore di private equity, che ha già fatto acquisizioni nel Regno Unito, Spagna e Germania. «Abbiamo investito in settori anche molto diversi fra di loro, come i mobili, gli outlet di abbigliamento (la tedesca Nkd, che ha negozi anche in Italia, ndr.), i videogame e

un'azienda di surgelati. Ci interessa qualsiasi cosa sia diretta ai consumatori e abbia potenzialità di crescita». E la ristorazione queste potenzialità le ha. «Il settore dei ristoranti di stile contemporaneo e informale in Italia è ancora in fase iniziale, ma in rapida crescita e vale già oggi circa 1,4 miliardi di euro con un aumento medio dell'8% all'anno dal 2006 — dice Jackson —. Di questo trend positivo hanno beneficiato tutte le catene operanti in Italia e prevediamo un ulteriore significativo sviluppo nei prossimi cinque anni. Il fenomeno che gli inglesi chiamano "chaining" è una tendenza globale con tassi di crescita anno su anno molto significativi in Paesi limitrofi all'Italia».

Per pranzare e cenare fuori casa si scelgono, insomma, sempre più le catene di ristoranti. In Italia rappresentavano il 3% del mercato 15 anni fa, sono salite al 4% dieci anni fa e oggi sono al 7%. «Continuano a essere una piccola parte, ma in Europa occidentale siamo intorno a 22% mentre negli Usa rappresentano il 56% del mercato della ristorazione. Rossopomodoro è il secondo ristorante più conosciuto in Italia dopo McDonald's. Prima di pensare a esportar-

Nomine e nuovi soci

Newyorkese con esperienze di investment banker prima di dar vita alla propria impresa insieme con due colleghi, Jackson apprezza tutto dell'Italia, compresa la lingua, che sa parlare. Rossopomodoro non resterà un caso isolato, considerando anche il fatto che per Sebeto OpCapita ha chiamato come amministratore delegato Roberto Colombo, ex Cfo di Autogrill, e come vice presidente esecutivo Marco Airoidi, ex amministratore de-



Imprese ALIMENTARE



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

lo in altri Paesi (anche se è già all'estero, per esempio in Uk, ndr.), ci interessa l'opportunità di crescita che ha in Italia».

L'intesa con Eataly

Dato che la società fondata da Manna e Montella ha rapporti con Eataly (è suo fornitore di pizza), potrebbe esserci qualche rapporto più stretto con il creatore di Eataly? «È tutto troppo prematuro, sono andato a visitare alcuni nostri ristoranti all'interno di Eataly sia negli Stati Uniti che in Italia e si vede che il consumatore ama il prodotto, ma non abbiamo ancora parlato con Eataly. Il rapporto che abbiamo funziona e penso che siano un buon partner per noi». Nessun pensiero particolare sui molti fatti che stanno accadendo nel mondo e che possono condizionare l'andamento dei mercati.

Temi come Brexit, per intenderci, o come i dazi americani. «Vengo da una conferenza a Ginevra, ci sono molte domande senza risposta. Nessuno ha una visione chiara di cosa possa accadere. Ma, se parliamo di Brexit, le persone continuano a investire, ci sono soluzioni sia politiche che economiche. Noi cerchiamo di non pensare alle questioni macro, ma ci concentriamo sui fondamentali delle società e sui business che possono crescere».

Fondata nel 2006, OpCapita ha investito finora circa 600 milioni di euro in imprese nel Regno Unito, in Francia, Germania, Italia e Spagna. Ha chiuso il secondo fondo dedicato, OpCapita Consumer Opportunities Fund II LP nel 2016 di 350 milioni. L'approccio è quello di un operatore «attivista», che impiega non solo risorse finanziarie ma anche proprio management per sviluppare gli investimenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA