

«INVESTIAMO SULL'ITALIA FACENDO RETE»

Al Salone del risparmio Alessandro Binello, amministratore delegato di Quadrivio Group, ha provocato la platea: «Pochi di voi investirebbero in Italia! Eppure sappiamo fare grandi prodotti, dobbiamo diventare bravi a venderli»

di *Alessandro Faldoni*

S secondo voi, è un buon investimento investire in aziende italiane? Alzi la mano chi pensa questo. Siamo pochi!»: ha il senso dell'oratoria **Alessandro Binello**, amministratore delegato di **Quadrivio Group**. E quando prende la parola al convegno su "Investimenti Italia. Come risvegliare la bella addormentata" – organizzato dal nostro gruppo al Salone del risparmio – sa come provocare una platea di addetti ai lavori. «Siamo pochi – prosegue – eppure vi posso assicurare che noi facciamo questo

IL MODELLO FRANCESE HA FUNZIONATO BENE NEL CREARE GRANDI GRUPPI NAZIONALI COLLEGANDO LE SOCIETÀ DI GESTIONE ALLE RETI DI VENDITA

lavoro da 25 anni e il risultato peggiore in termini di rendimento che abbiamo fatto è il 16% annuale. E non voglio dire che sia accaduto perché siamo stati bravi, probabilmente anche, ma di sicuro investire nelle aziende italiane è un buon investimento, perché culturalmente noi ci sottovalutiamo, ma in realtà l'Italia ha tanti campioni d'impresa».

Nel panel, Binello rappresenta l'industry del private capital – della quale **Alessandra Bechi**, vicedirettore generale di **Aifi**, riassume le cifre e gli obiettivi sistemici – e quindi la platea si attende da lui indicazioni strategiche. E Binello non delude: «Abbiamo aziende vincenti che possono fare molto bene, e altre che in futuro avranno difficoltà». La soluzione è creare «campioni nazionali di investimento che siano in grado di costruire grandi gruppi. Per riuscirci, però, i soldi servono ma non bastano, le nostre aziende sono molto profittevoli e vincenti, ma per crescere hanno bisogno di competenze. Dobbiamo creare una classe manageriale che sia in grado di prendere un'azienda che fa cento e portarla a miliardi di euro di ricavi. Dobbiamo creare quindi una cultura in cui il sistema ci permetta di crescere e quindi: trovare

soldi, che arrivino anche attraverso il supporto del risparmio pubblico, credere culturalmente che siamo bravi e dirlo, perché lo siamo molto più di quanto immaginiamo: tanto è vero che gli stranieri ci comprano. E lavorare sulla formazione».

Nel panel siede anche il segretario nazionale della **First Cisl Riccardo Colombani**, che rappresenta alla platea il progetto della sua confederazione di creare un grande fondo d'investimento pubblico-privati, il **Finer**, che investe sull'economia reale

raccogliendo risparmi del pubblico indistinto e trovando il modo per attutire il rischio; e siede **Alfonsino Mei**, il presidente di **Enasarco**, tra i più attivi nel mondo dei vertici delle casse previdenziali private a sostenere la diversificazione di portafoglio verso l'azionario, pur nei limiti stretti che la normativa lascia.

Binello, che da Londra lavora per Quadrivio su tutti i mercati, fa riferimento al modello francese, che ha funzionato assai meglio del nostro

nel creare grandi gruppi nazionali. «Abbiamo bisogno di persone dotate di una forte formazione internazionale – chiarisce – perché noi abbiamo il vantaggio di saper fare un grande prodotto ma siamo molto meno bravi nel fare reti che lo vendano. Dobbiamo creare delle reti di vendita che permettano ai prodotti italiani di essere venduti in tutto il mondo, che è il segreto del Made in France. Abbiamo tanti brand che sono italiani ma non sono più gestiti da italiani, ma noi possiamo cambiare questo trend credendoci, cambiando le condizioni di competenza che permettano di gestire i processi complessi, e questo si fa attraverso la scuola, l'innovazione della scuola».

I francesi ci indicano la strada, dunque, ma qual è il loro segreto? «È che hanno fatto una pianificazione pluriennale, collegando le società di gestione alle reti di vendita; quindi, le società che prima facevano un paio di miliardi sono salite a 40/50/60 miliardi, oggi sono globali, e noi dobbiamo considerarci allo stesso modo. Dobbiamo considerare il nostro mercato globale, non dobbiamo limitarci a quello locale».



ALESSANDRO BINELLO, AMMINISTRATORE DELEGATO DI QUADRIVIO