

European FinTyre Distribution (EFTD) è cresciuta rapidamente da quando la private equity Bain Capital ha acquisito Fintyre, nel marzo 2017. Da allora l'azienda ha acquistato, nell'ordine, Pneusmarket, Franco Gomme, Reiff e Reifen Krieg, con l'obiettivo di costruire un "gruppo europeo di distribuzione di pneumatici". Il nostro gruppo editoriale ha recentemente intervistato l'amministratore delegato di Fintyre, Mauro Pessi, chiedendogli qual è la prossima azienda nel mirino e qual è la strategia di uscita.

Pessi si è rifiutato di fornire dettagli specifici su quali sono le aziende e quali paesi sono i più interessanti per ulteriori acquisizioni, ma ha comunque fornito spunti di discussione molto interessanti.

Complessivamente, **il progetto EFTD mira a creare una società da 2 miliardi di euro entro il 2020**, attraverso acquisizioni e la crescita organica. L'azienda vuole essere attiva in tutti i paesi europei, senza eccezioni. Inoltre, Fintyre intende essere presente sia all'ingrosso che al dettaglio. Dal punto di vista del prodotto, il progetto mira ad essere un "one-stop-shop", in grado di servire ogni segmento del mercato, dallo scooter all'OTR. Fintyre spera quindi di diventare un player globale, il migliore in Europa e specificamente il numero uno in fatto di logistica.

A che punto siete del percorso per raggiungere questi obiettivi?

"Non abbiamo un'agenda con scadenze specifiche", afferma Pessi. Piuttosto, vi è un certo grado di flessibilità e le negoziazioni, ovviamente, non dipendono solamente da una delle due parti. Allo stesso modo, la durata dei processi di autorizzazione non può essere stabilita con precisione in anticipo. E, in ogni caso, con un progetto rivoluzionario come questo, se il progetto o una parte di esso vengono conclusi in 6 o 12 mesi fa poca differenza, una volta che si giunge al risultato desiderato.

Naturalmente, per operazioni di questo tipo servono due partner, escludendo le aziende acquisite e i clienti. Il partner di Fintyre è Bain Capital, una società che Pessi descrive come "di grande aiuto" sia in termini di supporto finanziario sia nella comprensione di ciò che è coinvolto in un tale progetto.

Come risultato del lavoro di squadra delle due società, European FinTyre Distribution ha aumentato il fatturato da circa 240 milioni di euro nel 2014 a circa 255 milioni nel 2015. Nel 2016 è stato registrato un fatturato di circa 400 milioni di euro e, a giugno 2018, la cifra è salita a ben 1,1 miliardi di euro. Pessi riguardo a questi impressionanti numeri afferma semplicemente che "abbiamo lavorato bene".

Operare come un one-stop shop è sempre stato l'approccio di Fintyre. Pessi ha spiegato che ci sono due ragioni per questo. In primo luogo, l'approccio one-stop shop rende l'attività attraente per fornitori e clienti. In secondo luogo, i segmenti speciali aggiuntivi, rispetto a quelli ad alto volume del vettura e del truck, offrono all'intero business maggiori opportunità di margine. Un simile approccio è anche strategico. Entrare nei segmenti speciali ha un alto livello di ingresso (sia in termini di costi che di know-how), quindi la il mercato è più lento nei cambiamenti e questo dà ai player presenti la possibilità di costruire le proprie nicchie.

Obiettivi di acquisizione futuri

Nel corso della nostra conversazione Pessi si è riferito a "società target", con l'uso del plurale che non è sicuramente casuale e indica che vi è più di un'ulteriore acquisizione all'orizzonte. D'altronde, se si guarda al lato geografico, le acquisizioni di Fintyre danno all'azienda una buona copertura in Europa centrale attraverso le attività tedesche, mentre le imprese italiane garantiscono una solida base nel Sud Europa. Quindi ci sono evidenti lacune nell'Europa orientale, nella parte occidentale del Sud Europa - la penisola iberica, i mercati nordici e il Regno Unito.

E l'Europa dell'Est? "L'Europa orientale è un ambiente di mercato molto interessante", ha affermato Pessi, aggiungendo che mercati, popolazioni, economie e parchi automobilistici in rapida crescita meritano tutta l'attenzione possibile. Tuttavia, i diversi paesi dell'Europa orientale sono relativamente piccoli e frammentati in termini di valuta e lingua. Pertanto, Fintyre deve dare delle priorità. "Non si può fare tutto in un anno. Se troviamo il partner giusto con le giuste dimensioni, ci penseremo."

E per quel che riguarda la vendita al dettaglio?

"La vendita al dettaglio è meno attraente", è la risposta di Pessi, che aggiunge però che tutto dipende dalle varie opportunità che potrebbero essere potenzialmente all'orizzonte. Questo perché Fintyre non mira ad essere un distributore o un rivenditore, ma piuttosto una combinazione delle due cose. Se parliamo in termini di percentuali, ciò significa che il 20-30% del fatturato è generato dalla vendita al dettaglio e la maggior parte proviene dal commercio all'ingrosso.

Il piano di uscita

Quando un fondo finanziario è in fase di acquisizione, è necessario chiedersi quali e quanti sono i fondi disponibili dietro questa strategia. Quindi che tipo di forziere ha a disposizione

Bain Capital a sostegno della strategia di acquisizione? E qual è lo scopo finale?

Secondo Pessi, non esiste un budget specifico, ma l'obiettivo è creare valore per il gruppo. Secondo Pessi, Bain Capital è il fondo "probabilmente migliore nel lavorare con un punto di vista industriale". Ciò significa che è una partnership e che capiscono le dinamiche del settore.

E il piano di uscita? Fintyre e Bain Capital sono sempre stati chiari sul fatto che una quotazione sul mercato azionario è il tipo di uscita che stanno cercando. Detto questo, l'uscita non ha a che fare con il quando, ma piuttosto con l'opportunità. Pessi afferma che l'uscita avverrà quando il progetto sarà completato (e ciò significa un'azienda da 2 miliardi di euro attiva in tutta Europa nel commercio all'ingrosso e al dettaglio e in ogni segmento di prodotto) e quando ci sarà l'opportunità giusta.

© riproduzione riservata
pubblicato il 27 / 06 / 2018