

L'operazione

Exor, alleanza a Hong Kong per portare nel mondo i grandi marchi italiani

Via con la famiglia Pao alla joint venture Nuo
La prima quota è nella Martelli (Proraso)

di Luca Piana

MILANO – In pochi la conoscono come Ludovico Martelli, azienda fiorentina con sede sulle colline di Fiesole. I suoi marchi, però, sono ben noti a chiunque frequenti supermercati, farmacie, profumerie: la schiuma da barba Proraso, i dentifrici Marvis, il Sapone del Mugello. Da ieri l'azienda di cosmetica si ritrova a giocare il ruolo di prima pietra dell'alleanza stretta tra due famiglie di primo piano nella finanza globale, gli Agnelli e i Pao di Hong Kong. Insieme vogliono investire in imprese di medie dimensioni che rappresentino «l'eccellenza italiana nel settore dei beni di consumo, sostenendone lo sviluppo sui mercati internazionali».

È questo lo scopo della joint venture annunciata ieri dalla holding Exor (che controlla anche la casa editrice di *La Repubblica*) e da The World Wide Investment Company Limited, il *family office* che gestisce le fortune della famiglia Pao. La società partecipata al 50% dai due partner si chiamerà Nuo e avrà una dotazione di 300 milioni di euro. La quota apportata da Exor sarà interamente costituita da capitale, mentre il gruppo di Hong Kong conferirà - oltre a risorse fresche - anche il 30% acquistato due anni fa nella Martelli, controllata dalle sorelle Stefania e Laura. La joint venture ha raccolto il nome ("nuo" in mandarino vuol dire "promessa") che il managing director di World Wide, Stephen Cheng, erede poco più che

quarantenne dei Pao, innamorato dell'Italia, aveva affidato nel 2018 alla Nuo Capital, società d'investimento focalizzata sul mercato italiano. La Nuo seconda versione, partecipata questa volta anche da Exor, sarà guidata da Tommaso Paoli, il manager scelto da Cheng per gestire lo sviluppo in Italia.

«Il patrimonio italiano di medie imprese vanta realtà dinamiche e eccellenti che, con i loro magnifici prodotti e le loro tradizioni, hanno il potenziale per diventare in futuro grandi imprese. Con Stephen e Tommaso condividiamo fortemente l'ambizione di rendere disponibili in tutto il mondo il meglio dei prodotti italiani di alta qualità», ha commentato John Elkann, presidente di Exor. «Siamo molto motivati da questa partnership tra Exor e il nostro eccezionale team guidato da Tommaso. Ci lega una perfetta sintonia fatta di obiettivi e valori condivisi: il meglio di noi stessi che Nuo intende mettere a frutto per creare un futuro prospero per tutti gli stakeholder», ha dichiarato Cheng, spendendo parole di fiducia sulle prospettive delle aziende tricolori sui mercati globali: «L'Italia possiede una tradizione imprenditoriale unica, che affonda le sue radici nelle storie e nelle emozioni delle sue persone».

Per Exor e World Wide la Martelli rappresenta bene gli obiettivi su cui la joint venture punterà: «È un pregevole esempio di eccellenza italiana che, grazie al sostegno di Nuo, potrà accelerare i piani di sviluppo». L'azienda fiorentina, sotto la guida dell'amministratore delegato Giovanni Galeotti, dal 2015 al 2019 ha visto i ricavi crescere del 32%, rallentando di poco nel 2020 pandemico (a 59 milioni) e ottenendo risultati lusinghieri in termini di generazione di cassa e di crescita delle esportazioni.

300

milioni
La dotazione iniziale di capitale di Nuo sarà di 300 milioni di euro

50%

La quota
I due partner controlleranno alla pari la nuova joint venture

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