

LA SPAC LANCIATA DAL TANDEM EQUITA-PEP HA CHIUSO A 10,4 RISPETTO AI 10 EURO INIZIALI

Eps brillante al debutto, +4%

Il presidente Sattin: l'Aim un'opportunità per individuare più aziende target. Il vice Lustig: cerchiamo imprenditori ambiziosi. L'obiettivo è il listino principale entro un anno



DI NICOLA CAROSIELLI

Nel giorno del debutto sull'Aim Italia, Eps Equita Pep ha chiuso le contrattazioni a 10,4 euro per azione, con un rialzo del 4% rispetto al prezzo di collocamento di 10 euro. La spac, la quindicesima a quotarsi sul listino di Borsa Italiana, promossa dalla joint venture tra Equita e Private Equity Partners (Pep), ha raccolto in fase di ammissione agli scambi 150 milioni, con un flottante del 100% al momento dell'ammissione e collocando 15 milioni di azioni presso investitori italiani ed esteri. L'obiettivo del veicolo è investire sullo sviluppo di progetti innovativi nel settore del private capital, con particolare attenzione allo sviluppo strategico-industriale

delle società oggetto di combinazione. Fabio Sattin, fondatore e presidente di Private Equity Partners nonché presidente della Spac, ha spiegato a *MF-Milano Finanza* che «la volontà di quotarsi sull'Aim è legata al fatto che è possibile fare una business combination con un numero di società maggiore tra cui scegliere, per motivi di standard, ma con l'obiettivo di andare sul mercato principale entro un anno». Stefano Lustig, fino a poco tempo fa capo dell'ufficio studi e consigliere di Equita sim e ora vicepresidente della Spac, ha invece spiegato come, una volta esclusi i settori finanziari e retail, «guardiamo a tutta la parte industriale e di servizi» anche perché

«nella storia di Private Equity Partners ci sono quasi una settantina di investimenti in aziende di settori diversi che hanno permesso di sviluppare competenze in tutti i settori». Quanto poi alle caratteristiche ricercate nell'azienda, Lustig ha sottolineato «sicuramente siamo alla ricerca di un imprenditore che abbia ambizioni e un progetto di crescita, oltre a un buon posizionamento di mercato nella rispettiva arena competitiva e una buona percentuale di fatturato derivante da esportazioni, perché vuol dire che ci si confronta su mercati esteri», ma, ha concluso il manager, «i sentieri con cui si crea valore sono comunque diversificati». (riproduzione riservata)

