

LA QUOTAZIONE È PREVISTA PER LUGLIO SUL MERCATO DELLE PMI (AIM)

Giglio Group sbarca in Borsa e lancia l'e-commerce in Tv

Il fondatore: «Investiamo in Asia, per il made in Italy è il futuro»

IL CASO

GILDA FERRARI

GENOVA. Il gruppo Giglio del genovese Alessandro Giglio si quota alla Borsa di Milano. Dopo anni che non accadeva un fatto del genere nella città della Loggia dei Mercanti, un'impresa locale di nascita torna a misurarsi con il mercato finanziario. Giglio Group Spa debutterà a Piazza Affari il 6 luglio. La Spa ha sede a Roma, ma i soci controllanti Alessandro Giglio (65%) e Meridiana Holding (15%) sono entrambi saldamente ancorati nel capoluogo ligure. Il restante 20% della società è in mano a Buongiorno, multinazionale controllata da Ntt Docomo, società del governo nipponico.

Giglio è un network televisivo che porta il *made in Italy* in 45 Paesi del mondo attraverso canali specializzati di moda, cibo e nautica. In Italia trasmette su 2 canali del digitale terrestre, mentre in Cina, attraverso Giglio Tv, è l'unico gruppo televisivo italiano presente sulle principali piattaforme televisive e web con contenuti interamente dedicati al *lifestyle* italiano. L'ultimo mercato conquistato è l'Australia, lo scorso aprile. Oggi i telespettatori sono 150 milioni, su un bacino potenziale di oltre 2 miliardi.

Alessandro Giglio è un signore nato nella popolare via Puggia che lavora tra Milano, Roma, Londra e Pechino, ma che di trasferire la famiglia lontano dalla Lanterna non vuole sentir parlare. «Nessun'altra città al mondo mi garantisce questa qualità della

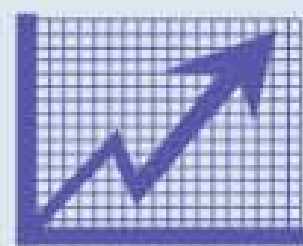


Alessandro Giglio nella sua casa di Genova

FORNETTI

Il gruppo in cifre

16,5 milioni
il fatturato



70 i dipendenti
(24 diretti)



3,3 milioni
l'ebitda



150 milioni
i telespettatori



45 Paesi del
mondo in cui
è presente



2 i canali del
digitale terrestre
in Italia



vita», spiega l'imprenditore, reduce dal lavoro di pre-quotazione, nella sala della sua casa di Genova.

Alla Borsa di Milano sono quotate 340 società italiane, di cui una sessantina su Aim Italia, il mercato che raccoglie le piccole e medie imprese e che ospiterà anche Giglio Group: 16,5 milioni di fattura-

to e 70 addetti tra diretti e indiretti. Nel 2014 l'ipo-offerta pubblica iniziale - sono state 26, quest'anno ne sono stimate una trentina.

«È un passo importante ma necessario. - riflette l'imprenditore - I cambiamenti vanno cavalcati, non subiti». Quotarsi significa rendere l'azienda una scatola di cristallo, men-

tre la cultura imprenditoriale italiana spesso dimostra di non essere pronta a fare il grande salto nel mondo della trasparenza.

«Quello della trasparenza è un percorso irreversibile, un requisito che si renderà sempre più necessario anche se non sei quotato in Borsa, basti pensare alle banche e all'accesso al credito. - dice Giglio - Tanto vale cogliere anche i vantaggi che la quotazione può offrire». La quotazione avverrà per un 20-25% delle quote e totalmente in aumento di capitale. L'intento è rastrellare risorse nuove da investire sullo sviluppo. L'obiettivo numero uno è fare e-commerce in Cina, «sfruttando la tecnologia già disponibile», attraverso i canali Tv che mostrano come gli italiani vestono e mangiano.

«Stiamo definendo in queste settimane una serie di accordi con partner cinesi capaci di gestire la logistica e le spedizioni, che sono poi l'aspetto più delicato di questo business. Partiremo con la moda e, se le cose andranno bene, estenderemo al vino». L'imprenditore ama ricordare che in Cina si beve vino francese al 65% e che la politica italiana trascura le relazioni con questo grande Paese poco conosciuto e follemente innamorato di tutto ciò che è *made in Italy*. Recentemente Giglio Tv, start up nata nel 2014 per gestire le attività in Cina, ha firmato un accordo con il Partito dei Giovani Comunisti Cinesi per utilizzare uno dei canali a loro riservati dalle tre compagnie telefoniche cinesi China Mobile, China Telecom e China Unicom.

gilda.ferrari@ilsecoloxix.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA