

IPO/2

Giglio group vuole sbarcare all'Aim entro luglio

Raoul de Forcade ► pagina 36

Media. Il network televisivo specializzato in canali digitali dedicati a lusso, nautica e Made in Italy vuole sbarcare all'Aim entro luglio

Giglio group pronto per il listino

di Raoul de Forcade

È determinato ad approdare in piazza Affari entro luglio il **Giglio group**, network televisivo italiano specializzato in canali digitali dedicati al lusso, alla nautica e al made in Italy, che vengono trasmessi in 45 Paesi del mondo, compresa la Cina. E proprio in Cina l'azienda ha già investito 4 milioni di euro e conta di impegnarne altri.

Il gruppo, che ha chiuso il 2014 con un fatturato di 11,5 milioni e un utile netto di 822 mila euro, fa capo all'imprenditore genovese Alessandro Giglio, che lo controlla, con la partecipazione al 20% della Buongiorno, società dalla giapponese **Ntt Docomo**. Ma nella compagine della società controllata Giglio Tv ci sono anche il ministero dello Sviluppo economico e Simest, che sono entrati nel capitale con una quota del

24,5% ciascuno e versando nel complesso 1,5 milioni.

Giglio, che ha iniziato giovanissimo a lavorare nel settore, partecipando a programmi rimasti nella storia della tv, come "Carramba che sorpresa", racconta gli obiettivi dell'azienda televisiva che ha fondato e «sulla quale - afferma, riprendendo quanto si dice dell'impero di Carlo V - non tramonta mai il sole». In effetti i programmi, raggiungono 5 continenti. «Stiamo lavorando - spiega - alla quotazione in Borsa sull'Aim, che intendiamo portare a termine entro l'estate». Ma l'obiettivo sarebbe di chiudere l'operazione, per la quale il gruppo ha sottoscritto un accordo di lock up con Ntt Docomo, entro il mese di luglio. Tutto procede con il supporto di Kt & partners, come advisor, e di Integraesim, in funzione di nomad. Il gruppo ha sedi a Roma e Londra (dove si trovano gli uffici di

Nautical channel, trasmesso in 6 lingue 43 Paesi, compresa, da aprile, l'Australia). Riguardo all'impegno in Cina, l'imprenditore spiega: «Nel luglio 2014 abbiamo fondato Giglio Tv ad Honk Kong, con attività rivolte al mercato asiatico e cinese. In Cina abbiamo tre canali digitali e due su web e un accordo con la Cctv, la televisione statale della Cina, con la quale co-produciamo Made in Italy, l'unico magazine settimanale dedicato all'Italia in onda in Cina. Inoltre abbiamo stretto un patto con il Partito dei giovani comunisti cinesi, grazie al quale siamo l'unico operatore estero visibile sui mobile phone delle compagnie telefoniche cinesi. Sulla Cina abbiamo investito 4 milioni di euro e ora stiamo puntando a portare lì Nautical channel. Per lanciarlo nell'area cinese e in altre zone nel mondo prevediamo di impegnare circa 10 milioni».

IL BILANCIO 2014

La società, i cui programmi sono trasmessi in 45 paesi (Cina compresa), ha chiuso il 2014 con un utile di 822 mila euro e ricavi per 11,5 milioni

