

Media. Prima Tv pronta a rilevare una quota in vista dell'Ipo

Ben Ammar e Sawiris puntano a una quota in Giglio Group

Raoul de Forcade

Prima Tv spa, società controllata dall'imprenditore tunisino Tarak Ben Ammar e dall'egiziano Naguib Sawiris, punta ad acquisire una partecipazione in Giglio Group spa, in vista della prospettata quotazione di quest'ultima in Borsa (mercato Aim), per la quale è in corso il processo di collocamento, che potrebbe concludersi entro la prima settimana di agosto. A rivelarlo è il genovese Alessandro Giglio, alla guida del network televisivo multimediale Giglio Group.

L'operazione, spiega una nota, «consentirà di sviluppare tra le due società una partnership industriale per uno sviluppo sinergico delle rispettive attività in Italia e all'estero». Prima Tv, oltre a svolgere attività di operatore dirette in ambito televisivo nazionale, detiene partecipazioni in società italiane e straniere che operano nel settore televisivo e cinematografico. «L'eventuale ingresso nel capitale di Giglio Group - pro-

segue la nota - avrebbe una valenza finanziaria e potrebbe essere il preludio di successivi rapporti commerciali tra le due entità».

Il gruppo Giglio «opera da più di 10 anni nel mercato televisivo italiano, con i marchi Music Box, Yacht & Sail, Play.me, Acqua e, a livello internazionale, con il network globale Nautical Channel, canale leader al mondo nel settore nautico. Inoltre, è il primo e unico gruppo televisivo italiano presente in esclusiva in Cina».

L'obiettivo di Giglio Group, che ha chiuso il 2014 con un fatturato di 11,5 milioni di euro, un Ebitda pari a 3,2 milioni (29% di ricavi) e un utile netto di 1,4 milioni, è di continuare l'espansione a livello

LO SCENARIO

L'operazione avrebbe una valenza finanziaria ma «consentirà di sviluppare tra le due società una partnership industriale»

lo mondiale, raggiungendo i Paesi del Sudamerica, Centro America e Sud Est Asiatico. Per l'operazione di quotazione Giglio si avvale di Integrae Sim, come nomad, e di KT & partners, nel ruolo di advisor.

Secondo Alessandro Giglio, il mercato televisivo «è destinato a cambiare radicalmente. Non tanto nei contenuti quanto nell'approccio da parte dell'utente, per come utilizzerà la tv. Siamo arrivati alla saturazione del vecchio sistema e siamo alla vigilia di un profondo cambiamento. Noi lo vediamo già nel mercato cinese dove il 70% del consumo avviene su tablet, moby, pc. La trasformazione, radicale, avverrà nel modo di fruire la televisione e la tv dovrà cambiare». Secondo l'imprenditore, bisogna guardare, tra l'altro, «alle nuove generazioni, alla touch generation, che non ha certo più il concetto di una tv statica e passiva. Ed è una generazione che ora si affaccia ai grandi consumi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

