

Listing. L'ad Simoni: «Vogliamo aprire nuovi punti vendita, sviluppare l'e-commerce e avere risorse per acquisizioni»

Monnalisa, via al roadshow per l'Ipo

Arezzo

Monnalisa avvia il road show in vista della quotazione sul mercato Aim di Borsa Italiana dedicato alle Pmi, prevista a metà giugno. L'azienda di moda junior di fascia alta di Arezzo, che nel 2018 compie 50 anni, punta a raccogliere 20 milioni in larga parte attraverso un aumento di capitale (fino a 17 milioni, già deliberato dall'assemblea) e in misura minore attraverso la cessione di azioni (fino a tre milioni di valore) da parte della holding Jafin, a cui la famiglia Iacomoni (il fondatore Piero, presidente, e la moglie Barbara Bertocci, direttore creativo) ha conferito il 100% di Monnalisa. Al termine della quotazione sul mercato andrà intorno al 30% del capitale.

Advisor finanziario dell'Ipo è Kt&Partners, nomad e global coordinator è Cfo Sim. Per l'azienda aretina, una delle bandiere del made in Italy nel mondo, la quotazione è diretta ad accelerare la crescita e la presenza internazionale. Monnalisa ha chiuso il 2017 con 47,7 milioni di fatturato consolidato, in aumento del 17,8% sul 2016, e un ebitda pari a 6,58 milioni di euro, +56,6% (7,6 milioni adjusted, +62%). L'utile netto è di 2,3 milioni (+16%), l'indebitamento finanziario di 8,2 milioni. L'export pesa il 67%, destinato a crescere con l'ulteriore sviluppo internazionale.

«Le risorse della quotazione – spiega l'amministratore delegato Christian Simoni – serviranno ad aprire nuovi punti vendita diretti, soprattutto all'estero, a sviluppare le piattaforme ecommerce e l'online-to-offline, e ad avere 'riserva' per fare rapidamente acquisizioni, appena si presenterà l'occasione giusta». La quotazione arriva dopo la conclusione (nel 2015) del programma Elite di Borsa Italiana. «L'esperienza di Elite è stata un acceleratore del miglioramento di alcuni processi – afferma Simoni - del sistema di controllo interno, della governance, e ha aperto all'azienda nuove opportunità».

A fine 2015 Monnalisa aveva solo sette negozi diretti in Italia; la "rivoluzione" attuata dal 2016 ha portata alla nascita di sei società all'estero per aprire negozi diretti (oggi sono 36 nel mondo), investimenti sull'ecommerce e sulla logistica. Il piano industriale punta ad arrivare a 70 negozi. «L'azienda ha ancora grandi potenzialità di sviluppo retail sui mercati che non hanno multibrand indipendenti», aggiunge Simoni che chiuderà il 2018 a 53-54 milioni di fatturato e si prepara a inaugurare in estate il nuovo quartier generale Monnalisa ad Arezzo, che ha richiesto un investimento di oltre otto milioni. Il road show cominciato a Milano proseguirà a Francoforte, Madrid, Parigi, Londra e Lugano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Silvia Pieraccini