

È IL PRIMO GRUPPO ITALIANO DELLA MODA A QUOTARSI SUL NYSE. IERI DEBUTTO IN FORTE RIALZO

Wall Street suona per Zegna

Gildo: la borsa consentirà al gruppo di dare fuoco alla crescita. Il partner Bonomi (Investindustrial): dall'annuncio del collocamento più di 90 meeting con gli investitori e 900 milioni di dollari raccolti

DI ANDREA CABRINI

«Non mi alzerò di notte per seguire il titolo. Voglio concentrarmi sul business. Se fai bene il titolo sale». Gildo Zegna ostenta distacco nel primo giorno della quotazione del gruppo di famiglia a Wall Street (ieri a mezz'ora dalla chiusura il titolo guadagnava il 6,5% a 10,8 dollari per azione). Ma il momento è storico e nell'intervista concessa a *Class CNBC* assieme ad Andrea Bonomi (video www.milanofinanza.it) non nasconde emozioni, sogni e strategie per il futuro.

Domanda. Da oggi per Wall Street siete ZGN. Come ha vissuto il debutto del ticker al Nyse?

Zegna. Rappresenta una sfida vinta. Fino a un anno fa ho sempre detto che non volevo andare in borsa. Poi mi sono totalmente ricreduto e ammetto di aver detto finalmente la verità. È un passo storico e sono estremamente orgoglioso di portare la prima azienda della moda in quotazione al Nyse. È una bella sensazione. Direi che sono stato persuaso da un partner eccellente: Andrea Bonomi. **Bonomi.** È stato un grande successo per Gildo e la sua famiglia, che hanno sempre voluto portare Zegna a essere più globale. Lo spirito della nostra spac era quello di diventare partner di una famiglia. Ed è importante ricordare che il controllo rimarrà in mano alla famiglia Zegna. Noi saremo in minoranza e



Un'immagine della cerimonia organizzata ieri al Nyse per l'esordio di Zegna sulla borsa Usa

poi c'è il mercato. Dal primo annuncio alla quotazione abbiamo fatto insieme più di 90 meeting con gli investitori con una raccolta di più di 900 milioni di dollari.

D. Quali saranno i primi passi dopo il listing?

Zegna. Innanzitutto fuoco alla crescita organica di Zegna. Dopo un anno molto duro, in cui ci siamo alleggeriti, è bello poter annunciare che assumeremo di nuovo in Italia. Puntiamo sull'industria e vogliamo rafforzare la filiera, la nostra piattaforma del tessile. Poi con Andrea, se ci saranno delle opportunità, le coglieremo. Ma non vogliamo creare un conglomerato italiano, credo che arriveremo in ritardo.

D. Che ruolo avrà Thom Browne?

Zegna. Innanzitutto continua a crescere a double digit plus. È stata una acquisizione un po' da incoscienti, ma credo sia stata una vittoria. Abbiamo raddoppiato il fatturato

in tre anni e abbiamo ancora grandissime opportunità di crescita organica. Il brand è iconico, giovanile, molto digitale. Abbiamo appena fatto nascere il bambino.



D. Ma dopo lo sbarco a Wall Street non dovete cambiare marcia?

Zegna. L'ipo non ci farà cambiare strategia, ci darà più coraggio e più forza per accelerare sulla linea che abbiamo concepito nel silenzio dell'anno del Covid. Abbiamo tagliato costi per 100 milioni di euro e ci siamo sono presentati al mercato con una azienda più leggera e un business model diverso. Ora speriamo che Wall Street ci farà volare.

D. Inizia un nuovo capitolo anche per la governance. Come cambia il rapporto tra famiglia e azienda?

Zegna. In realtà l'azienda era già organizzata come se fosse quotata. Do un consiglio a tanti amici imprendito-

ri in Italia: rafforzate la governance, portate nel board membri indipendenti. Sono stati fondamentali nel percorso della quotazione e aiutano anche nella successione. Noi abbiamo già tre membri della quarta generazione in azienda. Edoardo, mio figlio grande, capo di marketing sostenibilità e digitale, mi ha aiutato moltissimo nel lavoro sulla operazione.

D. A novembre siete tornati al fatturato del 2019. Ma ora sono esplosi i costi di energia e materie prime ed è arrivata Omicron: con quale impatto?

Zegna. Sono quotato e non mi posso sbilanciare, ma resto abbastanza positivo. Abbiamo tutte le leve per arginare, se ci fossero, altre emergenze anche sul fronte Covid. Abbiamo fatto palestra lo scorso anno, per cui siamo pronti per far fronte al meglio e al peggio.

D. Cina e Stati Uniti sono i vostri mercati più forti. Aprirete nuovi negozi per rafforzare la distribuzione

in un mondo che viaggia meno?

Zegna. Sì, ci sono diversi progetti in corso, soprattutto per Thom Browne. Ma anche Zegna vedrà qualche re-location e l'evoluzione di diversi negozi per seguire il nuovo corso del lusso informale. E poi abbiamo nuovi progetti di collaborazioni. La capsule Outdoor Collection appena lanciata sta facendo benino. Noi avevamo un portfolio di mercati molto spostato verso la Cina, ma adesso gli Usa possono riprendere quote interessanti.

D. È vero che in America alcuni clienti top hanno chiesto di diventare azionisti?

Bonomi. È incredibile come tutti gli investment banker e tutti i capi azienda che conosco in America mi abbiano cercato dopo che abbiamo fatto l'operazione con Gildo. La stragrande maggioranza dei leader dell'industria qui sono già clienti Zegna e da cliente a socio è un salto relativamente breve. Dobbiamo proteggere le nostre aziende: non svendiamo all'estero. È un momento positivo per l'Italia e non lo dobbiamo perdere.

Zegna. Questa è anche la nostra grande opportunità in America. Qui Zegna è sempre stato conosciuto come *Power Suits*. Ecco: il mio obiettivo è diventare il brand del *Power Luxury Leisurewear*. I nostri clienti americani hanno un guardaroba pieno di nostri splendidi vestiti su misura e tessuti Zegna; oggi vogliamo cambiargli il guardaroba. (riproduzione riservata)

Homizy dopo l'ipo punta al raddoppio in tre anni

di Manuel Follis

Dieci milioni dall'ipo per completare i primi due progetti immobiliari a Milano di co-living dedicato ai giovani. Ma «l'obiettivo di Homizy è quello di crescere rapidamente e più che raddoppiare le dimensioni in breve tempo», spiega il presidente Marco Grillo. La società, controllata da Abitare In, debutta oggi sul segmento professionale di Euronext Growth Milan, sempre dedicato alle pmi ma riservato a investitori istituzionali. «Abbiamo individuato un target di mercato non presidiato e molto chiaro e questo è piaciuto agli investitori», commenta ancora Grillo, che oltre a essere presidente di Homizy guida anche la controllante Abitare In. Il focus è su Milano, città che attrae oltre 50.000 nuovi residenti all'anno sotto i 40 anni e che garantisce un tasso di occupazione entro un anno dalla laurea del 70%. «Numeri che in proporzione superano quelli di qualsiasi città europea», spiega Grillo. In questo contesto Homizy si dedicherà a residenze dedicate a questo target, giovani alla prima esperienza lavorativa in cerca di abitazioni

con tutti i servizi a prezzi accessibili. Si parla in media di 700 euro/mese per un appartamento in condivisione che comprende bollette, facility e utilizzo di spazi comuni dedicati.

Le prime 600 camere suddivise in due edifici in zona Città Studi dovrebbero essere pronte entro il 2023. «Puntiamo ad arrivare a 1.500 camere nell'arco di tre anni», commenta il presidente. Grazie ai 10 milioni raccolti in fase di quotazione, Homizy parte con un capitale di 55 milioni e un flottante del 29%. «Ma è probabile che le nostre stime di crescita richiederanno nuovi aumenti di capitale», con un flottante che potrebbe anche aumentare e con il prevedibile passaggio al mercato Egm principale. In ogni caso, almeno stando ai piani attuali la controllante Abitare In prevede di continuare a consolidare i risultati di Homizy e quindi non dovrebbe scendere al di sotto del 51% dell'azionariato. Quanto al futuro, oltre alla crescita industriale, uno degli obiettivi successivi potrebbe essere quello di esportare il modello in altre città o comunque quello di attirare sul progetto anche capitali internazionali. (riproduzione riservata)

Natale ricco di matricole: arriva anche Iscc Fintech

di Manuel Follis

Settimana ricca di quotazioni quella prima di Natale. Secondo quanto risulta a *MF-Milano Finanza*, Integrated System Credit Consulting Fintech, società attiva nell'acquisto di portafogli granulari di Npl da istituzioni finanziarie, ha avuto l'ok allo sbarco sul listino e partirà con le negoziazioni domani sull'Egm. In sede di ipo la società ha raccolto 14,5 milioni e partirà da una capitalizzazione complessiva di 64,5 milioni con un flottante del 22,48% e con l'azionista di controllo Conafi che scenderà al 60,85%. Ieri invece c'è stato il debutto di altre due matricole, Estrima e Lindbergh. La prima, attiva nel settore della micromobilità elettrica e nella produzione dei veicoli a marchio Birò, ha chiuso con un calo del 23,16% a 2,69 euro nel primo giorno di contrattazioni mentre è andata meglio a Lindbergh, società a capo dell'omonimo gruppo attivo come piattaforma tecnologica proprietaria (T-Linq) per l'offerta di servizi, prodotti e soluzioni di logistica, che ha festeggiato con un +7,82% a 1,83 euro. Oggi è previsto l'avvio di negoziazione di Homizy (si veda articolo in pagina), mentre dopodomani, giovedì 23 dicembre, è prevista la quotazione di Star7, attiva nel settore dei contenuti e dell'informazione di prodotto. L'intervallo di prezzo indicativo delle azioni è stato fissato tra 8,25 e 9,5 euro, corrispondente a un equity value pre-money tra 65,3 e 75,2 milioni. (riproduzione riservata)