

IPO Dopo Sanlorenzo in borsa è in arrivo un'altra azienda nautica: The Italian Sea Group. Che punta sull'accordo con Armani e sui mercati di Usa e Asia

Approdo allo Star

di **Andrea Montanari**

In borsa con la griffe. Il settore nautico, che come dimostrano i numeri globali non ha risentito più di tanto della crisi pandemica, si appresta al raddoppio a Piazza Affari. A un anno e mezzo di distanza dal debutto di Sanlorenzo (10 dicembre 2019 a 16 euro: oggi vale 21,35 euro), è la volta di The Italian Sea Group. La società di Giovanni Costantino vuole approdare sullo Star entro metà maggio. Sarà una offerta globale, gestita da Ambromobiliare, Intermonde, Berenger, Dentons e Bdo, che garantirà un flottante almeno del 35%. Per rafforzare il perimetro industriale, aumentare la visibilità dei brand (Tecnomar e Admiral) e incrementare un giro d'affari che lo scorso anno è stato di 116,4 milioni (+16,1%), con un ebitda di 14,5 milioni (+49,8%) e un portafoglio ordini di 605 milioni, l'azienda toscana, come anticipato da *MF-Milano Finanza* martedì 30 marzo, ha siglato un accordo con lo stilista Giorgio Armani, al debutto nella nautica, per la produzione di una linea di scafi che saranno varati nel 2024. Un'intesa che è stata illustrata agli investitori istituzionali, italiani ed esteri, in fase di pre roadshow, proprio in vista della quotazione a Milano. Tisg sarà però solo la seconda matricola sul listino principale da inizio anno dopo Philogen, in attesa di Seco e U-Power rispetto ai tanti delisting tentati in questi mesi (articolo a pagina 22). Un percorso che Costantino conferma in questa intervista.

Domanda. Cosa prevede la timeline dell'ipo?

Risposta. Siamo partiti con gli incontri preliminari. Il processo sta andando avanti in linea con le previsioni e il programma è confermato.

D. Nello specifico?

R. Siamo pronti e attendiamo l'autorizzazione da parte di Borsa Italiana e Consob.

D. Quando debutterete?

R. Ritengo ragionevole ipotizzare il termine di metà-fine maggio.

D. Risposte dal mercato?

R. La quantità di denaro da investire è elevata. Ho avvertito una buona disponibilità da parte degli investitori. Non riesco però a percepire se è solo nei nostri confronti, visto che siamo un'azienda atipica per tipologia di business rispetto alla borsa,

o è una predisposizione verso l'Italia.

D. Il 2020 è stato un anno positivo per il settore. Come è iniziato il 2021?

R. I primi mesi dell'esercizio sono in linea con le previsioni relativamente per quel che attiene all'incoming order. Proseguiamo con i piani di produzione e le attività di ampliamento del cantiere.

D. Si riferisce al vostro nuovo capannone per scafi da 80 metri?

R. Sì. E stiamo lavorando su tre



Giovanni Costantino

turni all'edificazione del secondo bacino di carenaggio e per le altre attività di impiantistica e per i servizi. Siamo già arrivati al 40% del programma Tisg 4,0 che sarà completato nei primi mesi del 2022.

D. Tre turni in presenza: niente smart working?

R. Siamo un'azienda covid free. Non abbiamo personale che lavora da remoto. Tutti i circa 350 dipendenti sono operativi in cantiere. Oltre a loro ci sono altre 700 persone dell'indotto. Oltre mille lavoratori suddivisi su doppio e triplo turno. Tra l'altro lo scorso anno abbiamo assunto 96 nuovi dipendenti.

D. Dopo Lamborghini, Armani: come mai?

R. L'obiettivo è quello di continuare a crescere. Per questo intendiamo sviluppare l'attività di brand extension con marchi del lusso. In tale direzione si inserisce l'accordo di partnership con Armani per la progettazione e realizzazione di nuovi motor yacht Admiral e Tecnomar.

D. Cosa prevede l'accordo con lo stilista?

R. In questa prima fase prevede la costruzione di quattro motor yacht, di cui due superiori ai 70 metri. Ritengo che rappresenti l'incontro tra l'eccellenza del mondo della nautica e quello della moda. È un progetto unico

che declina con coerenza i valori del marchio Armani in yacht all'avanguardia.

D. Che costo avranno queste imbarcazioni?

R. Il range di costo di uno scafo da oltre 70 metri con le caratteristiche di quelle che definiremo con Armani si aggira attorno agli 80 milioni di euro.

D. Sarà un progetto per conquistare nuovi mercati?

R. Negli Usa dobbiamo ampliare e strutturare la nostra attività e la nostra presenza. Dobbiamo farlo anche in Asia dove abbiamo iniziato ad aver riscontri interessanti. Inoltre puntiamo all'ingresso, in maniera autorevole, negli Emirati Arabi. La partnership con Lamborghini, in tal senso, è strategica.

D. Per conquistare quote di mercato in queste aree sono necessarie joint venture con player locali?

R. Per le dimensioni della nostra offerta, con scafi di grandi dimensioni non servono partnership, bisogna avere il riferimento commerciale giusto, migliore.

D. Il bacino americano, che oggi pesa per il 5% del fatturato, sarà il primo che andrete ad aggredire?

R. Siamo soddisfatti dei risultati prodotti per ora con Lamborghini: ne abbiamo venduti tre di scafi e stiamo trattando con altri due clienti per commesse significative.

D. Il dossier Perini Navi vi interessa?

R. Attendiamo l'avvio dell'asta dal tribunale. Siamo in partita, osserviamo. In attesa della definizione del perimetro.

D. Entrerete nel settore delle barche a vela?

R. Abbiamo acquisito professionalità a livello ingegneristico. Da tre anni facciamo refitting anche per yacht Perini. Il know-how c'è. Adesso stiamo avviando la produzione di un modello a vela con Admiral. Stiamo andando in quella direzione.

D. In futuro il settore sarà soggetto a consolidamento e aggregazione?

R. I gruppi che producono scafi di grandi dimensioni sono quattro: Azimut Benetti, Ferretti, Sanlorenzo e noi. Ognuno sta definendo una tipologia produttiva differente l'una dall'altra. Non credo che ci siano reali opzioni in tal senso. (riproduzione riservata)

