

## Ipo. Presentata ieri la richiesta di ammissione al segmento Star di Piazza Affari

# Fedrigoni si quota entro l'estate

### GLI OBIETTIVI

Il ceo Alfonsi: «L'operazione sarà decisiva per rafforzare la nostra presenza fuori dall'Italia che oggi vale il 55% del giro d'affari»

**Luca Davi**  
MILANO

«La quotazione sarà decisiva per rafforzare la nostra presenza all'estero, dove già abbiamo avviato un piano di forte espansione». Claudio Alfonsi, amministratore delegato di **Fedrigoni**, commenta così la decisione della storica famiglia veronese di portare il colosso cartario in Borsa. Ieri c'è stato il primo decisivo passo, con la richiesta di ammissione alla quotazione al segmento Star e il deposito in Consob della domanda per l'autorizzazione a effettuare l'offerta pubblica di vendita e sottoscrizione. L'auspicio, aggiunge Alfonsi, è quello di «andare in Borsa prima dell'estate».

Il gruppo attivo nel settore della carta e delle etichette autoadesive ha chiuso il 2010 con un utile di 45,7 milioni di euro (contro i circa 50 del 2009) e un fatturato pari a 719 milioni di euro, in crescita del 10,8% rispetto al 2009. «Mentre negli ultimi anni l'economia globale ha stentato e il nostro settore ha mostrato segnali di difficoltà, il gruppo ha confermato ritmi di crescita importanti - segnala l'ad - Per il 2011 ci aspettiamo risultati in linea con quelli del 2010».

Nei piani dell'azienda, la quotazione può dunque essere fun-

zionale al «rafforzamento degli investimenti già effettuati all'estero, che oggi vale il 55% del fatturato»: si va dal Brasile, dove è stato inaugurato uno stabilimento nel 2009, alla Spagna, paese in cui è prodotta la quasi totalità delle etichette autoadesive (destinate soprattutto al settore beverage e farmaceutico): un settore, quello del cosiddetto converting, che vale più del 25% del fatturato globale e ha fatto segnare una crescita del 29% rispetto al 2009.

Ma l'ingresso in Borsa - e la contestuale raccolta di capitali freschi - sarà decisiva anche per ridurre il fardello dell'indebitamento netto che al 2010 era pari a 228,2 milioni di euro. «Il piano triennale prevede che nel 2013 la posizione finanziaria scenda sotto i 100 milioni di euro - aggiunge Alfonsi -. Del resto, negli scorsi anni, abbiamo lanciato investimenti importanti, a partire dall'acquisizione delle cartiere Fabriano. Abbiamo generato tuttavia un cash flow significativo e tuttora possiamo contare su un Roe alto, attorno al 20%».

Senza escludere in prospettiva «possibili acquisizioni», la società oggi deve fare i conti con un settore, come quello cartario, apparentemente più che maturo.

«Abbiamo puntato su alcune nicchie di mercato. Oggi siamo leader nella stampa digitale, nel packaging di lusso ma siamo attivi anche nella produzione di carte valori (destinati a passaporti, biglietti o assegni, ndr)».

L'Ipo di Fedrigoni è curata, in qualità di Global coordinator, da Mediobanca che svolgerà anche i ruoli di responsabile del collocamento per l'offerta pubblica, sponsor e specialista. Consulente strategico dell'operazione è lo studio Partners coadiuvato da Reply. Biscozzi Nobili e Latham & Watkins svolgono il ruolo di consulenti legali per la società, Clifford Chance per il global coordinator.