



Marketing Oggi

È IN EDICOLA

L'EVOLUZIONE DI
Gentleman

www.classabbonamenti.com

IL QUOTIDIANO DEI PROFESSIONISTI DI MARKETING, MEDIA E PUBBLICITÀ

Debutto a +9% sul listino Aim. Partnership con la cinese Warrior Group China

Telesia, in Borsa piace la Go Tv Panerai: indispensabile creare un mercato vero per le pmi

DI MARCO A. CAPISANI

Debutto in forte rialzo per Telesia sull'Aim Italia, il mercato di Borsa italiana riservato alle pmi italiane. Il titolo ha chiuso la sua prima giornata a piazza Affari a +9% a 10,9 euro, con una capitalizzazione di circa 19 milioni di euro. Con la società che fa parte del gruppo Class Editori è sbarcata ieri a piazza Affari la Go Tv, network televisivo con palinsesti d'informazione, intrattenimento, servizi e pubblicità, on air grazie a 5.000 schermi dislocati in 757 location. Trasmette negli aeroporti (con il brand Telesia Airport), nelle stazioni metropolitane (Telesia Metropolitana), a bordo dei bus e dei vagoni dei metrò (Telesia Bus e Telesia Train) delle principali città italiane. E, grazie a un accordo di collaborazione con Autostrade per l'Italia, trasmette anche nelle aree di servizio della rete autostradale (Telesia Highway). Go Tv dialoga così ogni giorno con 10 milioni di italiani in movimento fuori casa, un target in aumento tra i 25 e i 54 anni che lavora o studia per l'85%, ha un'istruzione elevata per il 60% e soprattutto rappresenta i cosiddetti light tv viewers, coloro che seguono poco la tv tradizionale. «Credo che Telesia sia una storia di grande interesse e successo. Quest'anno è la terza quotazione sull'Aim», ha dichiarato ieri **Raffaello Jerusalem**, a.d. di Borsa Italiana, durante la cerimonia di quotazione di Telesia. Un listino «fondamentale per lo sviluppo delle pmi attraverso cui, a sua volta, passa la crescita di tutto il sistema Italia, anche se spesso le pmi vengono sottovalutate». Nel caso di Telesia però, sempre secondo Jerusalem, «mi ha colpito la qualità degli investitori che hanno partecipato all'operazione. Non è frequente. Credo sia un segnale incoraggiante e positivo». Tra gli investitori istituzionali entrati nel capitale in sede di collocamento ci sono infatti Banca Imi, Kairos Partners, Banca Generali, Tamburi, 4Aim, Azimut, Banca Aletti, Nextam, AcomeA, Allianz attraverso



A sinistra, Paolo Panerai. Sopra, la campanella che ha segnato l'inizio delle contrattazioni per Telesia

Investitori sgr, Eurizon, Mediolanum, Zenit, Unipol e Vetrya.

Del resto, «Telesia non ha debito», ha proseguito **Paolo Panerai**, vicepresidente di Telesia, a.d. e vicepresidente di Class Editori (che partecipa al capitale di questo giornale). «La quotazione serve a finanziare la crescita, che si svilupperà lungo quattro binari: gli schermi tv destinati ad aumentare come numero, la tecnologia che ci permette di aggiornare costantemente il network, il programmatic buying per raggiungere ogni tipo di consumatore e infine l'accordo con la società cinese Warrior Group China», che non solo sta installando in Cina schermi intelligenti

nelle toilette, già collegati a WeChat, il più utilizzato sistema di messaggistica nel paese orientale, ma soprattutto si tratta di schermi che possono essere dotati di riconoscimento facciale. L'accordo comprende scambi di contenuti, incarichi reciproci di raccolta pubblicitaria e sarà operativo entro fine anno.

Intanto, durante il collocamento di Telesia sono state sottoscritte 399.450 azioni ordinarie, di cui 250.000 provenienti dall'aumento di capitale approvato il 21 dicembre scorso dall'assemblea straordinaria della società, a cui si aggiungono altre 149.450 azioni ordinarie dalla vendita da parte dell'azionista Class Editori.

Il flottante post-ammissione sarà pari al 22,83% del capitale sociale (Class Editori detiene la quota restante). Nel primo semestre 2016, Telesia ha mosso un giro d'affari di 2,63 milioni di euro, con un ebitda pari a 0,58 milioni di euro. Nel 2015, invece, il fatturato complessivo è stato di 5,32 milioni di euro, con un ebitda di 1,15 milioni di euro.

Già oggi «il 50% del mercato è nostro», ha aggiunto Panerai, «il secondo network, quello di Grandi Stazioni, è al 25%. Insieme, rappresentiamo il settimo canale tv. Auguriamo che il mercato Aim possa accogliere centinaia di pmi come Telesia», perché «è indispensabile

creare un mercato vero per le pmi in un paese con un'enorme ricchezza da indirizzare ancora alle piccole e medie imprese. La quotazione di Telesia è il nostro contributo». Contributo che si traduce in concreti trend positivi del mercato: «Il segmento Go Tv ha chiuso il 2016 al rialzo del 3,4%, con dicembre a +34,3%, confermando una raccolta mensile che supera i 2 milioni di euro e un chiaro trend di accelerazione degli ultimi mesi del 2016 (+50% nel bimestre ottobre-novembre)», ha sottolineato **Angelo Sajevo**, presidente di Fcp Assogotv, consigliere per le strategie e lo sviluppo di Class Editori e presidente della concessionaria Class Pubblicità. Il 2017? «Mostra buoni segnali sia per Telesia sia per l'intero comparto», a giudizio di Sajevo.

A rivelare una delle chiavi di successo di Telesia è **Gianalberto Zapponini**, suo fondatore e a.d.: «L'elemento distintivo della Go Tv rispetto ad altri mezzi di comunicazione è la capacità di catturare e mantenere l'attenzione del pubblico. Per gli investitori è molto interessante poter comunicare con il pubblico fuori casa in movimento». Senza dimenticare che la tecnologia permette di «mandare in onda contenuti ad hoc sui diversi schermi nelle differenti location», ha ribadito Zapponini. In aggiunta Telesia ha competenze tecnologiche maturate in 20 anni di attività che le permettono di fornire servizi integrati a società terze (dall'hardware e software fino ai sistemi di content management).

«Abbiamo già investito in nuovi impianti a Milano, Bergamo, Roma, Venezia e Bologna», ha concluso Zapponini. «E, dopo l'ipo, ci aspetta un ulteriore impegnativo programma d'investimenti».

© Riproduzione riservata

Outlet, Neinver si rafforza in Europa Italia, vendite in crescita del 2,5%

Neinver si rafforza in Europa con l'entrata nel mercato ceco, l'ottavo nel quale la società che opera nel settore degli outlet è presente, grazie a una joint venture con The Prague Outlet per il lancio di Prague The Style Outlets, la cui inaugurazione è programmata per la fine del 2017. Il gruppo ha inoltre annunciato recentemente l'avvio dei lavori per la costruzione di Amsterdam The Style Outlets, il primo centro outlet di Neinver nei Paesi Bassi. Inoltre, sono state incrementate le partnership con terzi attraverso nuovi contratti di gestione, in particolare quelli relativi a Fashion Outlet Barakaldo in Spagna, di proprietà di Lar España, a Halle Leipzig The Style Outlets in Germania, e a Metropolitan Outlet a Bydgoszcz, in Polonia, in partnership con Carrefour Polska.

Nel 2016 il portafoglio degli outlet, gestiti prevalentemente sotto le insegne The Style Outlets o Factory, ha registrato un volume totale delle vendite di 1,183 miliardi di euro, con una crescita di quasi il 10% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il flusso di visitatori è aumentato dell'8%, superando i 50,2 milioni. Nel mercato italiano, dove la società è presente con Vicolungo e Castel Guelfo The Style Outlets, le vendite sono salite del 2,5% con una crescita del 2% del flusso di visitatori che hanno raggiunto quota 6,5 milioni.

Tra i marchi presenti negli outlet del gruppo ci sono, tra gli altri, Tommy Hilfiger, Calvin Klein, Nike, Adidas, Timberland, Vans, Wrangler, Armani, Missoni, The Kooples, Harmont & Blaine, El Ganso.

PRIMA SEDUTA SULL'AIM POSITIVA PER LA SOCIETÀ LEADER DEL SEGMENTO DELLA GO TV

Telesia debutta in rialzo del 9%

Il titolo controllato dal gruppo Class chiude a 10,9 euro e capitalizza 19 milioni. Molti grandi investitori hanno acquistato in sede di ipo. Panerai: l'azienda non ha debiti e punta a crescere

DI MATTIA FRANZINI

Debutto con forte rialzo per il primo giorno di quotazione di Telesia, il titolo dell'azienda leader del segmento della Go Tv che ieri è stato anche sospeso per eccesso di rialzo chiudendo la giornata con un guadagno del 9% a 10,9 euro dopo aver toccato nel corso della seduta un picco a 11,68 euro. Telesia, società il cui 77% è nel portafoglio di Class Editori (che controlla questo giornale), è la terza azienda a quotarsi da inizio anno e la 77esima che sbarca



Paolo Panerai, ad di Class Editori (a sinistra), e Gianalberto Zapponini, ad di Telesia, alla cerimonia di quotazione avvenuta ieri nella sede di Borsa Italiana

Jerusalmi (Borsa): grande qualità degli investitori

«**M**i ha colpito la qualità degli investitori che hanno partecipato all'operazione», ha commentato Raffaele Jerusalmi, amministratore delegato di Borsa Italiana, in occasione della cerimonia di quotazione di Telesia sull'Aim riferendosi al numero e alla qualità degli investitori istituzionali che hanno investito nella società controllata dal gruppo Class. «Cre-



Raffaele Jerusalmi e Paolo Panerai

do», ha proseguito il ceo di Borsa Italiana, «che sia un segnale incoraggiante e positivo. Tanto più l'Aim si avvicinerà a questi soggetti tanto più il segmento avrà successo». Quanto invece ai Pir (piani individuali di risparmio) Jerusalmi ha detto: «Speriamo che siano di aiuto. Siamo ottimisti. Sembrano interessare a tanti e vengono visti con interesse dalle società di gestione».



sul segmento Aim di Borsa Italiana, dedicato alle pmi ad alto potenziale di crescita. Il totale di capitalizzazione dell'Aim è pari a 3 miliardi. Guidata dall'amministratore delegato e fondatore Gianalberto Zapponini, Telesia Go Tv realizza e gestisce network multimediali diffusi su tutto il territorio italiano: trasmette negli aeroporti (Telesia Airport), nelle stazioni metropolitane (Telesia Metropolitana), a bordo dei bus e delle metro (Telesia Bus e Telesia Train) delle principali città italiane. In più, grazie a un accordo di collaborazione con Autostrade per l'Italia Telesia trasmette anche nelle aree di servizio della rete autostradale

(Telesia Highway). L'attuale network conta 5 mila monitor installati in oltre 700 location. Attraverso poi la sua divisione tecnologica Telesia progetta, installa e cura la manutenzione di soluzioni e sistemi di videocomunicazione multimedia destinati alle aree pubbliche a elevata frequentazione e al trasporto pubblico locale utilizzando tecnologie (hardware e software) sviluppate al proprio interno e registrate. Dal punto di vista tecnico, nell'ambito dell'operazione di collocamento (che ha visto Ambromobiliare agire

in qualità di advisor ed EnVent Capital Markets come nomad) sono state sottoscritte 399.450 azioni ordinarie, di cui 250 mila rivenienti dall'aumento di capitale approvato dall'assemblea straordinaria di Telesia e 149.450 rivenienti dalla vendita da parte dell'azionista Class Editori; legato a ogni azione è stato assegnato un warrant che consentirà di sottoscrivere azioni nei prossimi 18 mesi. Anche gli warrant hanno avuto una performance positiva: 1,3 euro ciascuno. Il flottante al momento dell'ammissione è stato pari

dunque al 22,83% del capitale, mentre la capitalizzazione ieri a fine giornata ammontava a circa 19 milioni. «Questa azienda a lungo non ha potuto sfruttare il proprio potenziale perché considerata e valutata all'interno del segmento delle affissioni. Un anno fa c'è stata finalmente la svolta con la costituzione del segmento Go Tv, cui anche Nielsen si è adeguata», ha spiegato Paolo Panerai, vicepresidente di Telesia nonché amministratore delegato e vicepresidente di Class Editori, in occasione della cerimonia di quotazione.

«Capita che le società accedano al mercato dei capitali per risolvere problemi di debito, ma questo non è il caso di Telesia», ha sottolineato Panerai, «che non ha una lira di debito e che utilizzerà tutto quello che raccoglierà per lo sviluppo industriale». Panerai ha poi consegnato i tombstone in ricordo della quotazione a Giovanni Natali (Ambromobiliare), Franco Gaudenti e Paolo Verna (EnVent), Matteo Sacco (Banca Aletti), Fioranna Negri (Bdo), Lukas Plattner (Nctm) e Marcello Magro (Pedersoli), che hanno accompagnato Telesia nell'iter verso la quotazione. «Volevamo un'esperienza diretta in questo mercato», ha aggiunto Panerai parlando dell'Aim, perché «crediamo sia indispensabile che diventi il vero mercato dei capitali per le pmi». Ha aggiunto Zapponini: «L'azienda è impegnata al massimo livello tecnologico. Abbiamo già sostituito gli impianti della metropolitana di Milano e presto faremo lo stesso con quelli di Roma, ma abbiamo anche conquistato l'aeroporto di Bergamo, terzo per numero di passeggeri in Italia». Il risultato è che oggi Telesia ha una market share del 50% nella Go Tv, vista da un target altissimo dagli investitori perché diversamente non raggiungibile con il messaggio televisivo. Panerai ha sottolineato che assieme a Grandi Stazioni Media costituirebbe la settima tv del Paese.

Quanto al futuro, sono stati indicati quattro driver per la crescita, primo dei quali è lo sviluppo del network («Ogni volta che c'è una nuova apertura siamo pronti a installare i nostri schermi»). La seconda linea di sviluppo consiste nel mettere a frutto la competenza sviluppata in più di 20 anni di esperienza fornendo le tecnologie proprietarie a terze parti e offrendo un servizio integrato: hardware, software, assistenza tecnica e sistemi di content management. Terzo filone è quello legato alla «pubblicità programmatica». Il quarto, ha spiegato Panerai, è «l'accordo con la società cinese Warrior che in Cina ha installato 50 mila schermi in luoghi dove i cinesi non possono avere in mano lo smartphone: nelle toilette e davanti ai lavamani. Sono schermi interattivi collegati a social. La società ha anche tecnologia per l'identificazione facciale». Diversi e tutti di alto livello gli investitori istituzionali entrati nel capitale di Telesia in sede di collocamento: Banca Imi, Kairos, Banca Generali, Tamburi, 4Aim, Azimut, Aletti, Nextam, Acomea, Allianz Investitori sgr, Eurizon, Mediolanum, Zenit, Unipol e Vetrya. Il tutto a testimonianza delle potenzialità di crescita della società. (riproduzione riservata)

Su Sky Atlantic Hd riparte la serie Billions

Da ieri sera, lunedì 20 febbraio, è partita su Sky Atlantic Hd dalle 21,15 la nuova stagione di *Billions*. La serie tv è stata creata dagli showrunner Brian Koppelman (*Ocean's Thirteen*) e David Levien ed è prodotta - fra gli altri - da Andrew Ross Sorkin, il giornalista dietro al successo di *Too Big to Fail*, libro-inchiesta e film per la tv targato Hbo incentrati sul crollo di Lehman Brothers del 2008 che cambiò per sempre il mondo della finanza. Continua così l'epica battaglia che ha fatto strage di affari e affetti durante tutta la prima stagione tra Bobby Axe Axelrod (interpretato da Damian Lewis) e Chuck Rhoades (Paul Giamatti), il miliardario rockstar e il procuratore distrettuale di New York sulle sue tracce. Fra di loro Wendy, moglie di Rhoades ma braccio destro di Bobby nella sua Axe Capital. La prima stagione si è chiusa con un esplosivo confronto fra i due titani dello show, Axe e Chuck, che ha minato la posizione di entrambi, sempre più faticosamente attaccati al loro potere. Nella seconda stagione continua la lotta per il potere. Messo fuorigioco con l'inganno da Chuck, Axe cercherà la sua vendetta dando fondo a tutti i suoi mezzi, mettendo a repentaglio carriera e famiglia del suo nemico. Che non starà a guardare, perché Chuck - a sua volta al centro di un'inchiesta della Procura federale per i suoi metodi poco ortodossi - non ha quasi più nulla da perdere: con la carriera a rischio e senza più la moglie Wendy al suo fianco, il procuratore impartirà al miliardario la più dura delle lezioni: i soldi non possono comprare tutto.

Notorious fa shopping al Film Market di Berlino

Notorious Pictures ha acquisito sei nuove opere cinematografiche all'European Film Market tenutosi a Berlino dal 9 al 17 febbraio. I nuovi titoli sono *Belle & Sebastien - Amici per sempre* di Clovis Cornillac (Notorious aveva acquisito i diritti anche delle due serie precedenti, con molta fortuna per quanto riguarda la prima), *211* con Nicholas Cage, *Teen Spirit* di Max Minghella, *Snow Ponies* di Darrin Prescott con Gerard Butler, *Light of my Life* diretto e interpretato da Casey Affleck, *Heidi - Regina della montagna*. «Siamo soddisfatti delle nuove opere cinematografiche acquisite all'European Film Market di Berlino», spiega il presidente e ad Guglielmo Marchetti, «importanti titoli caratterizzati da potenti sceneggiature, significativi budget di produzione e cast di grande notorietà, con nomi del calibro di Nicholas Cage, Elle Fanning, Gerard Butler e Casey Affleck. Arricchiamo in tal modo la nostra library con delle opere cinematografiche di qualità che arriveranno sul mercato nei prossimi mesi». Notorious ha riportato nel primo semestre 2016 ricavi per 13,4 milioni, un ebbita di 3 milioni, ebit e utile netto di 1 milione, con una posizione finanziaria netta attiva per 5,3 milioni. Per l'intero 2016 sono attesi ricavi per 23,3 milioni con un ebbita di 5,1 milioni, mentre per il 2017 l'ipotesi è raggiungere 28,6 milioni per effetto dell'aumento del numero di film distribuiti (18, con 5,1 milioni di margine operativo lordo).

Telesia debutta in Borsa all'Aim. Il vice presidente Panerai: con la Go Tv raggiunto un target di 6-7 milioni di persone. Sajeva: chiuso il 2016 con una crescita straordinaria

Ha debuttato oggi su Aim – il segmento di Borsa italia dedicato alle piccole e medie imprese italiane – Telesia, società controllata da Class Editori, attiva nel segmento della Go tv, che gestisce network multimediali su tutto il territorio italiano, presenti negli aeroporti, nelle stazioni metropolitane, a bordo dei bus e dei treni dei metrò delle principali città italiane. “Tutto quello raccolto serve a finanziare la crescita e lo sviluppo”, ha raccontato Paolo Panerai, vice presidente di Telesia, e ad e vice presidente di Class Editori, durante la cerimonia di quotazione. La terza registrata da inizio 2017 su Aim, come ha sottolineato Raffaele Jerusalem, ad di Borsa Italiana, parlando anche del valore delle Pmi per l’economia italiana.

Benvenuti su [#AIMItalia](#) [@TelesiaTv](#) ! 77? società sul mercato dedicato alle piccole e medie imprese pic.twitter.com/a8i6bhFu5J

— Borsa Italiana (@BorsaItalianaIT) [20 febbraio 2017](#)

“Crediamo che sia indispensabile creare un mercato vero per le Pmi”, ha ribadito ancora Panerai. “Siamo in un Paese con una ricchezza finanziaria enorme. Come si fa indirizzare il risparmio verso le Pmi? Ci siamo messi in testa che ognuno debba fare la sua parte”.

Tra gli investitori che sono entrati nel capitale di Telesia ci sono Vetrya, B.Imi, Kairos, B.Generali, Tamburi, 4Aim, Azimut, Aletti, Nextam, AcomeA, Allianz, Eurizon, Mediolanum, Zenit e Unipol.

“In ogni schermo può andare un contenuto diverso”, ha spiegato Panerai, parlando delle potenzialità dell’offerta commerciale della società e sottolineando come al momento il fatturato di Telesia rappresenti il 50% del mercato del settore. “C’è questo target straordinario di 6-7 milioni di persone che viaggiano in continuazione. E’ un target che i centri media capiscono che non possono intercettare in altro modo”.

“Abbiamo quattro linee di sviluppo”, ha aggiunto. “Il primo driver di crescita riguarda lo sviluppo del network”. “Ogni volta che c’è una metro arriviamo e mettiamo gli schermi”, ha spiegato, menzionando anche il canale degli aeroporti. “Abbiamo 5.000 schermi, che sono destinati ad aumentare”. La seconda linea di sviluppo consiste invece nel “mettere a frutto la tecnologia, che è altissima. Credo che Telesia sia classificabile come una società innovativa”. Un’altra possibilità è legata alla “pubblicità programmatica”. Da ultimo Panerai ha ricordato “l’accordo con la società cinese Warrior” che in Cina sta installando gli schermi nelle toilette. “Sono schermi intelligenti con una tecnologia importante”, ha spiegato menzionando ad esempio la tecnologia per “l’identificazione facciale”.

“E’ stato un po’ difficile nel mercato della pubblicità e nel mercato di chi classifica i dati della pubblicità far capire come questa non fosse altro che una televisione, seppur una televisione che si rivolge a coloro

Direttore Responsabile Vittorio Parazzoli **Redazione** Silvia Antonini - Gabriella Grillo - Antonella Rocca - **Progetto grafico** - Ediforum srl: Michele Migliarini - **Impaginazione** - Nadia Moroni - **Pubblicità** Ediforum srl: **Ufficio Traffico**: Monica Minuti traffico@newscumultimedia.it
Direttore Commerciale Emilia Mancini - Concessionaria della Pubblicità per le Iniziative Speciali **Emotional Pubblicità Srl** - via F. Melzi D'eril 29 - Milano

Aut. Trib. Mi N.612/90 - Diffusione digitale - **NewCo Multimedia Srl**
- Via Gabiano Fara 25, 20134 Milano Tel. 025598841 Fax 025598824
Publisher: Clara Quatrecchi - editore@dailymedia.it
Amministrazione: amministrazione@newco.it - abbonamenti@newco.it
- info@newco.it R.D.C. n° 18866 ANES
- ISSN 2465-261X



Peter Michael Grosser

Huawei: Cayenne, Punk for Business e Xister vincono le gare per creatività, eventi e digital. Da definire il media

Le sigle di cui, rispettivamente, sono a.d. Peter Grosser, presidente Tomaso Cavanna e m.d. Enzo Abbate e Riccardo Zamurri, saranno i nuovi partner dell'operatore telefonico in Italia

12

Telesia in Borsa per trainare la Go TV, a +3,4% nel 2016. La capitalizzazione prevista vale circa 17,5 milioni di euro

La società, controllata da Class Editori, rappresenta il 50% del comparto e raggiunge giornalmente oltre 10 milioni di italiani. Il prezzo unitario delle azioni è stato fissato in 10 euro. Chiuso anche un accordo con Warrior per installare monitor nelle toilette

15



Paolo Panerai e Gianalberto Zappolini

Clear Channel: si tiene oggi a Roma il convegno sul futuro dell'esterna, in collaborazione con AIPE

L'Università Sapienza presenta i risultati derivanti dallo studio di congruenza del primo piano regolatore degli impianti pubblicitari della Capitale, con la normativa legata alle affissioni

6

Camera di Commercio, Regione e Unioncamere cercano i partner per "Passaporto in Lombardia"

7

 **DailyMedia**
AUTOMOTIVE

Alessandro Araimo diventa il nuovo Executive Vice President General Manager di Discovery Italia: da marzo

4



Alessandro Araimo



TRE ANIME, UN'UNICA, GRANDE PASSIONE DIGITALE

Trilud Group è una digital media company attiva dal 1998, composta da tre anime: Trilud, editore digitale, tg|adv, concessionaria pubblicitaria e BrandMade, digital advisory agency. Una visione sinergica, per un obiettivo comune: affiancare, supportare e accompagnare il brand verso il raggiungimento dei propri obiettivi di comunicazione e marketing digitale. Sempre all'avanguardia rispetto ai trend del mercato e rapido nell'adozione di nuove tecnologie, Trilud Group accompagna i brand verso nuovi scenari di comunicazione in cui il target muta in audience. Tre sono i pilastri su cui poggia l'attività del gruppo: expertise consolidata nella produzione di contenuto digitale, property editoriali che raggiungono oltre 25 milioni di browser unici* al mese e un approccio teso a massimizzare la soddisfazione dei lettori e dei clienti.

* Fonte Google Analytics Gennaio 2017

Digital Media Company dal 1998

Trilud Group - Via Giuseppe Ripamonti, 101 - 20141 - Milano - Tel. +39 02 57 31 31 01



Mercato Telesia in Borsa per trainare la Go TV, nel 2016 a +3,4%. Capitalizzazione prevista a 17,5 milioni di euro



Angelo Sajevo

di Francesco Lattanzio

Il libro delle IPO è stato firmato, adesso è ufficiale: Telesia S.p.A. è stata ammessa nel sistema AIM Italia. Alla cerimonia, svoltasi al Palazzo Mezzanotte di Milano ieri mattina, hanno partecipato Paolo Panerai, v.p. e a.d. di Class Editori, l'a.d. della società, Gianalberto Zapponini, e Angelo Sajevo, presidente di Class Pubblicità e consigliere strategie e sviluppo del Gruppo, che ha commentato a DailyMedia: «Oggi stiamo dando autorevolezza a un canale. Gli investitori (tra cui Vetrya, B.lmi, Kairos, B.Generali, Tamburi, 4Aim, Azimut, Aletti, Nextam, AcomeA, Allianz, Eurizon, Mediolanum, Zenit e Unipol) rappresentano una parte importante del mercato e, tra le altre cose, conferiscono sicurezza e affidabilità agli inserzionisti». Una sicurezza supplementare a quella già assegnata dai dati «incoraggianti del 2017, con il comparto che è cresciuto nel 2016 del 3,4% grazie a un'ultima parte di anno (dicembre n.d.r.) da +34,3%. Telesia è stata l'artefice principale di questi risultati, rappresentando il 50% del mercato e avendo

La società, controllata da Class Editori, rappresenta circa il 50% del segmento e raggiunge giornalmente oltre 10 milioni di italiani. Chiuso un accordo con Warrior per installare monitor anche nelle toilette e avviata la sperimentazione per portare il programmatic sugli schermi

registrato un'espansione più consistente della media. La Go Tv è percepita come una televisione d'informazione, non più come un'affissione. Ci sono dei contenuti, non è solamente pubblicità. E questi contenuti raggiungono quotidianamente 10 milioni di italiani che passano nove ore al giorno fuori casa. Copriamo gran parte del day-time grazie anche a una diffusione capillare: i vari circuiti occupano 757 location con 5.000 schermi. Una distribuzione che «cattura i light viewer televisivi in maniera quasi esclusiva. Il nostro pubblico rappresenta molti target differenti, che continuano a crescere attraverso l'utilizzo sempre più diffuso dei mezzi pubblici e quindi all'aumento del traffico di viaggiatori. Anche negli aeroporti.

La fruizione del mezzo

La fruizione del mezzo in aeroporti e stazioni, però, è molto differente «perché i passeggeri hanno tempi diversi. Siamo sempre stati attenti a

questi particolari, ed è per questo che consideriamo molto importante la costruzione dei palinsesti, diversi da luogo a luogo. Abbiamo ridisegnato la proposta relativa ai contenuti, rendendola più coerente e lineare. Anche nella grafica, che è importante soprattutto per catturare l'attenzione dell'audience. I contenuti stessi sono sviluppati ad hoc dalle redazioni di Class Editori (che possiede il 100% Telesia), che lo fanno anche per terzi», aggiunge il consigliere di Class Editori.

Programmatic da implementare

Intanto, si lavora su due strade: ampliare la reach attraverso un accordo con Warrior e migliorare la delivery pubblicitaria, implementando il programmatic. «Warrior è una società cinese che installa schermi nelle toilette delle grandi strutture. Attraverso WeChat e la tecnologia del riconoscimento facciale, i monitor sono in grado di riconoscere lo spettatore. Integreremo questa possibilità -

spiega Sajevo -. Il programmatic per gli schermi è già in fase di sperimentazione. Per ora, i settori che hanno dimostrato maggiore interesse sono farmaceutico, gdo e automotive. Generalmente, i brand che prediligono il mezzo tv per la loro pubblicità. È un tipo di programmatic leggermente diverso da quello che si adopera sul web: serve per metterci in grado di garantire univocità tra messaggio e fruitore».

Il giro d'affari

Il fatturato di Telesia è stato pari a 2,63 milioni di euro nei primi sei mesi del 2016, con un ebitda pari a 0,58 milioni. Nel 2015, i ricavi totali sono ammontati a 5,32 milioni, con ebitda di 1,15. Con l'IPO, il prezzo unitario delle azioni è stato fissato in 10 euro e, su questa base, è prevista una capitalizzazione pari a circa 17,5 milioni. Il controvalore del collocamento è di circa 4 milioni. Nell'ambito del collocamento sono state sottoscritte 399.450 azioni ordinarie, di cui 250.000 dall'aumento di capitale approvato dall'assemblea straordinaria di Telesia S.p.A. il 21 dicembre 2016 e 149.450 rinvenienti dalla vendita da parte di Class Editori. Il flottante post ammissione sarà pari al 22,83% del capitale sociale. Class Editori S.p.A. deterrà la parte restante.

Editoria In casa Corriere della Sera debutta la collana di libri inediti "Filosofica"

Corriere della Sera presenta una collana di libri inediti che racchiude venticinque secoli di filosofia. Peculiarità dell'iniziativa è quella di mettere in contatto diretto il lettore con i testi dei giganti del pensiero, nella convinzione che sia operazione fondamentale per conoscerli veramente. Grazie al rigore e alla coerenza nella scelta, a cura

di Roberto Radice, e alla chiarezza delle parti introduttive che arricchiscono e contestualizzano i passi scelti, emerge e si svela con forza al lettore il pensiero del filosofo, da Aristotele a Platone, da Seneca a Sant'Agostino, da Kant a Wittgenstein. In ciascun volume una piccola presentazione con gli elementi costitutivi del pensiero introduce i testi. Il libro si chiude con la biografia e la bibliografia del filosofo. Il primo volume, dedicato ad Aristotele, è in edicola da oggi al prezzo di 1 euro. Seguono, con cadenza settimanale, gli altri a 6,90 euro, oltre il costo del quotidiano.

/ editori

TELESIA FA “MEGLIO DEL MERCATO” NEL 2016 E CRESCE CON IL PROGRAMMATIC E LA CINESE WARRIOR

21 FEBBRAIO 2017



ANGELO SAJEVA

di Valeria Zonca

È suonata ieri mattina la campanella che ha dato il via alle contrattazioni del Titolo **Telesia** alla **Borsa Italiana**, che ha disposto l'ammissione a quotazione delle azioni ordinarie e dei 'Warrant Telesia 2017-2019' su AIM Italia, sistema multilaterale di negoziazione dedicato alle piccole e medie imprese italiane ([vedi notizia](#)).

La società di **Class Editori** si prepara al 2017 con un piano di sviluppo basato su 4 asset: crescita del network con il posizionamento di nuovi impianti negli aeroporti, nelle stazioni delle metropolitane, negli autobus di Milano e nei treni a Roma, implementazione della tecnologia, avvio del programmatic buying e accordo con la cinese **Warrior Group China**, firmato recentemente. Attualmente la società conta 587 impianti in Italia con 5 mila schermi che impattano su 10 milioni di passeggeri al giorno.

“Il lavoro è iniziato nel secondo semestre dello scorso anno, quando abbiamo riunito intorno a un tavolo di lavoro le componenti tecnologica, di marketing, redazionale e commerciale per studiare i margini di miglioramento del circuito della tv digitale – ha spiegato **Gianalberto Zapponini**, ad di Telesia -. Siamo entrati nell'aeroporto di Bergamo, abbiamo rifatto il trucco a Linate, metropolitane di Milano e Roma con schermi ad alta tecnologia. A breve interverremo sugli impianti di Malpensa, Venezia e Bologna”.

“La Go Tv è percepita come un mezzo ‘amico’ perché offre un servizio utile e ora anche i centri media hanno capito che riesce a catturare i light tv viewer, un target difficile che resta fuori casa una media di 9 ore al giorno – ha dichiarato a margine della cerimonia di quotazione il presidente di **Class Pubblicità Angelo Sajeve** -. Noi riusciamo a contattarli quasi in maniera esclusiva, in quanto Telesia detiene il 50% del mercato della Go Tv, mentre il restante 50% è spalmato tra Grandi Stazioni e Centostazioni. I palinsesti sono stati graficamente ridisegnati, un aspetto fondamentale che aiuta a catturare l'attenzione. I contenuti che attingiamo da NBC mantengono una differenziazione a seconda della destinazione”.

Telesia ha poi lavorato sulla compatibilità degli impianti alle piattaforme di trading desk per l'acquisto degli spazi in programmatic, procedura che partirà a breve.

“Tra i comparti che ci scelgono ci sono farmaceutico, grande distribuzione, tv ed entertainment, banche e assicurazioni – ha proseguito Sajeve -. Il potenziale di crescita esiste e stiamo lavorando sui segmenti consumer goods e automotive”

. Il fatturato di Telesia è stato pari a 2,63 milioni di euro nel primo semestre del 2016, con un Ebitda pari a 0,58 milioni di euro. Nel 2015, i ricavi totali sono ammontati a 5,32 milioni di euro, con un Ebitda di 1,15 milioni di euro.

Sajeve, che è presidente anche di Go Tv ([vedi notizia](#)) ha dichiarato che “Telesia è cresciuta più del mercato (+3,4% nel 2016, ndr). Questa è una giornata importante perché stiamo dando autorevolezza a un canale: i clienti devono sapere che possono investire il loro budget adv su un mezzo credibile. L'operazione in Borsa serve a migliorare il mezzo”.

È prevista una capitalizzazione pari a circa 17,5 milioni di euro. A supporto della quotazione è stata realizzata una campagna sui mezzi stampa e tv di Class, partita lo scorso 18 febbraio. Il ‘nuovo’ partner **Warrior Group China** in Cina ha creato un circuito di impianti ‘alternativi’ al mobile: gli schermi all'interno delle toilette.

La società italiana, che raccoglierà la pubblicità di investitori cinesi che vogliono penetrare nel nostro mercato (mentre quella cinese gestisce gli investitori italiani), “è in fase di sperimentazione riguardo al posizionamento di schermi nelle toilette delle location del circuito Telesia e di terzi. Puntiamo all'attivazione entro il 2017”, ha concluso Sajeve.



UPDATE: OMD presenta ai clienti Tech Stuff 2017, incontro ispirato alle principali novità del Consumer Electronic Show di Las Vegas

Home / ADVexpressTV / Media / Telesia debutta in Borsa all'Aim. Network in...

20/02/2017 18:18



Telesia debutta in Borsa all'Aim. Network in espansione grazie alla partnership con Warrior Group China

La società, controllata da Class Editori e specializzata nel segmento Go Tv, vanta un network di 5mila monitor installati in 700 location. Il target delle 'persone in movimento' conta 10 milioni di persone al giorno. Telesia vale il 50% del mercato Go Tv nazionale e cresce più della media del comparto. Quest'ultimo (dati Osservatorio Fcp-Assogotv) ha chiuso il 2016 con un fatturato di 16 milioni di euro (+3,4% rispetto all'anno precedente). Eccellente il +34,3% di dicembre 2016. Previsioni positive per l'andamento 2017 di Telesia, grazie all'adozione del programmatic adv e all'accordo con il partner cinese Warrior Group China, che porterà alla costruzione di un nuovo network sul territorio, portando gli schermi anche nelle toilette.

Telesia porta la Go Tv in Borsa. La società, controllata da **Class Editori** e specializzata nel segmento **Go Tv**, è stata ammessa (come anticipato da **ADVexpress**, **leggi news**) sul mercato **Aim Italia**, sistema multilaterale di negoziazione, organizzato e gestito da **Borsa Italiana**, e dedicato alle **piccole e medie imprese** italiane.

L'esordio si è avuto oggi, **lunedì 20 febbraio 2017**, alle ore 9, quando, al termine della cerimonia di quotazione, il celebre suono della **campana** di piazza Affari, a Milano, ha dato il via alle negoziazioni. A conferma di un debutto decisamente positivo, dopo essere state **sospese al rialzo**, le **azioni** della società sono **tornate in contrattazione, balzando del 16% a 11,6 euro per azione**, rispetto al prezzo fissato di 10 euro per azione. La **capitalizzazione** prevista è pari a circa **17,5 milioni di euro**, il **controllore del collocamento** è di circa **4 milioni di euro**. A supporto della quotazione è **on air** una **campagna** di comunicazione sui canali stampa e tv di Class Editori.

Come precisato da **Paolo Panerai**, vicepresidente di Telesia, nonché amministratore delegato e vicepresidente di Class Editori, il **network** di Telesia può contare su un totale di **5mila monitor** installati in oltre **700 location**. Una vera e propria **televisione**, da fruire quando si è fuori casa, che viene percepita dal pubblico come un **mezzo utile e di servizio**, che **informa e intrattiene**. Una tv, in cui **ogni schermo, volendo, può mandare in onda un contenuto diverso**.

Telesia opera nel settore dei digital media e della tecnologia, realizzando e gestendo network multimediali che sono diffusi su tutto il territorio italiano. In particolare, come precisato da **Gianalberto Zaponini**, amministratore delegato di Telesia, la società trasmette negli **aeroporti** (con il brand Telesia Airport), nelle **stazioni metropolitane** (Telesia Metropolitana), a bordo dei **bus** e sui **vagoni dei metrò** (Telesia Bus e Telesia Train) delle principali città italiane. E, grazie a un accordo di collaborazione con Autostrade per l'Italia, trasmette anche nelle **aree di servizio della rete autostradale** (Telesia Highway).

LEGGI le ultime notizie della sezione

Sold out per la festa dei 35 anni di Radio DeeJay a Torino: un evento da oltre 600 mila euro firmato 9PM, Suzuki e Now Tv i main sponsor
30/01/2017 15:56

Agli Nc Digital Awards Condé Nast è 'Editore Digitale dell'anno'. Premiata innovazione, qualità ed efficacia della Full Content Strategy Promotion del Gruppo
29/11/2016 20:18

Il primo Huddle italiano di Mindshare mette l'accento su innovazione e tecnologia come chiavi per la costruzione del futuro. Binaghi: "Amministrato in crescita del +7/+8% nel 2016 e del +15% nel 2017"
22/11/2016 19:35

Zappia (Sky Italia): "Messaggi e contenuti targettizzati e innovazione al centro del nostro modello di media company. Nel 2017 arrivano in Italia i decoder Sky Q"
11/11/2016 16:01

Du Chêne de Vère (IGPDecaux): "Da quest'anno siamo partner di Best Brands. Nel 2016 ricavi in crescita del +4 - 5%, a quota 130 mln"
21/10/2016 15:25

Piscopo (Rai Pubblicità): "Felici di sostenere Best Brands, punto di riferimento per le migliori marche italiane. Nel periodo gennaio-settembre raccolta a +13,4% anche per il 2017"

LASCIA IL SEGNO.

f t G+ nc awards BRAND FOR ENTERTAINMENT

PARTECIPA ALLA XI EDIZIONE DEGLI NC AWARDS. LA COMUNICAZIONE CHE LASCIA IL SEGNO.

nc awards BRAND FOR ENTERTAINMENT

LASCIA IL SEGNO.

f t G+ nc awards BRAND FOR ENTERTAINMENT

PARTECIPA ALLA XI EDIZIONE DEGLI NC AWARDS. LA COMUNICAZIONE CHE LASCIA IL SEGNO.

nc awards BRAND FOR ENTERTAINMENT

PARTECIPA ALLA XI EDIZIONE DEGLI NC AWARDS. LA COMUNICAZIONE CHE LASCIA IL SEGNO.

nc awards BRAND FOR ENTERTAINMENT

LASCIA IL SEGNO.

nc awards BRAND FOR ENTERTAINMENT

PARTECIPA ALLA XI EDIZIONE DEGLI NC AWARDS. LA COMUNICAZIONE CHE LASCIA IL SEGNO.

nc awards BRAND FOR ENTERTAINMENT

LASCIA IL SEGNO.

nc awards BRAND FOR ENTERTAINMENT

PARTECIPA ALLA XI EDIZIONE DEGLI NC AWARDS. LA COMUNICAZIONE CHE LASCIA IL SEGNO.

nc awards BRAND FOR ENTERTAINMENT

PARTECIPA ALLA XI EDIZIONE DEGLI NC AWARDS. LA COMUNICAZIONE CHE LASCIA IL SEGNO.

nc awards BRAND FOR ENTERTAINMENT



PARTECIPA ALLA
XI EDIZIONE
DEGLI NC AWARDS.
LA COMUNICAZIONE
CHE LASCIA IL SEGNO.



PARTECIPA ALLA
XI EDIZIONE
DEGLI NC AWARDS.
LA COMUNICAZIONE
CHE LASCIA IL SEGNO.

Grazie a questa rete capillare, che garantisce alla società una forte presenza in aree pubbliche ad alta frequentazione e nei mezzi del trasporto pubblico locale, Telesia, come precisato da **Angelo Sajevo** (vedi la video intervista in alto), presidente di **Class Pubblicità**, nonché consigliere per le strategie e lo sviluppo di Class Editori, riesce a raggiungere un **target** particolarmente interessante, in momenti in cui può prestare un'elevata attenzione. Si tratta, precisa Sajevo, di "circa **10 milioni di persone**, in prevalenza **light tv viewers**, che passano in media **9 ore al di fuori casa** e che ogni giorno frequentano gli ambienti della Go Tv, che diventa così un **medium strategico per raggiungere questo prezioso target**."

Attualmente, ha aggiunto Panerai, sono **quattro** le **linee di sviluppo** che stanno caratterizzando Telesia **Uno**, il costante impegno per garantire lo **sviluppo del network**, incrementando il numero degli schermi, il livello tecnologico e la diffusione capillare sul territorio. **Due**, i **professional services**, tramite cui Telesia mette a disposizione dei clienti le competenze sviluppate, fornendo un servizio integrato. **Tre**, la crescita della **raccolta pubblicitaria**, grazie anche all'adozione del **programmatic advertising**. **Quattro**, nuove partnership, a cominciare da quella appena siglata con l'azienda cinese **Warrior Group China**, che permetterà a Telesia di **realizzare** (entro il 2017) un **nuovo network** distribuito sul territorio e basato su tecnologia all'avanguardia.

Proprio sull'accordo con Warrior, Sajevo ha aggiunto: "Aumenteremo il numero gli schermi ed **entriamo anche nelle toilette** per uomini e donne, **seguendo il modello già sperimentato con successo da Warrior in Cina**, dove l'azienda ha installato una miriade di piccoli schermi" (si è parlato anche di schermi intelligenti, dotati per esempio di tecnologie per l'identificazione facciale, ndr).

Nel complesso, ha aggiunto Sajevo, tra i comparti che più ci scelgono ci sono, in particolare, il farmaceutico, il bancario, la grande distribuzione, il settore televisivo e tutta l'area del consumer goods.

Quanto al **valore di Telesia**, Sajevo ha precisato che la società rappresenta circa il **50% del mercato Go Tv nazionale** (il restante 50% è suddiviso in parti più o meno uguali tra Grandi Stazioni e Centostazioni). Inoltre, a conferma di un andamento decisamente positivo, Sajevo ha aggiunto che **Telesia cresce più della media del comparto**. Quest'ultimo (ossia l'intero mercato Go Tv), stando ai dati rilasciati dall'Osservatorio Fcp-Assogotv ([leggi news](#)), ha chiuso il 2016 con un **fatturato totale di 16 milioni di euro** (16.066.000), con un **incremento del 3,4%** rispetto all'anno precedente (ricordiamo che Sajevo è anche presidente Fcp-Assogotv).

Particolarmente positivo per il mercato Go Tv è stato il mese di **dicembre 2016**, che (sempre in base ai dati rilasciati dall'Osservatorio Fcp-Assogotv) si è chiuso con un **fatturato di quasi 2 milioni di euro** (1.958.000), con un **incremento del 34,3%** rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

Gli ultimi **dati ufficiali di Telesia** sono invece quelli relativi al **primo semestre del 2016**, che si era chiuso con un **fatturato di 2,63 milioni di euro**, con un ebitda pari a 0,58 milioni di euro. Ricordiamo inoltre che nel 2015, i ricavi totali ammontarono a 5,32 milioni di euro, con un ebitda di 1,15 milioni di euro.

Per concludere, Sajevo ha espresso ottimismo in riferimento all'**andamento del 2017** sia per quanto riguarda Telesia, sia per l'intero comparto Go Tv: "Con la quotazione di Telesia stiamo conferendo **autorevolezza** all'intero comparto" ha precisato il manager. A trainare il 2017 di Telesia saranno, in particolare, l'adozione del **programmatic**, l'accordo con la Warrior e il nuovo palinsesto, che vanta una grafica completamente rinnovata.

Mario Garaffa

+13,4%, anche per il 2017 puntiamo a 700 mln"

05/10/2016 14:56

Fashion Tv compie 20 anni e lancia due nuovi progetti digitali: il sito responsive Fashion Tv+ e l'app F-Club. Fatturato di 40 mln di euro e raccolta adv di 10 mln su scala mondiale

26/09/2016 17:51

Ottier (Sky Media): 'Con AdSmart sui nostri canali pubblicità più targettizzata e nessuna dispersione'

15/09/2016 17:00

Campo Dall'Orto (Rai): 'Un accordo con il Politecnico per adv e contenuti crossmediali'

11/07/2016 18:50



PARTECIPA ALLA
XI EDIZIONE
DEGLI NC AWARDS.
LA COMUNICAZIONE
CHE LASCIA IL SEGNO.



PARTECIPA ALLA
XI EDIZIONE
DEGLI NC AWARDS.
LA COMUNICAZIONE
CHE LASCIA IL SEGNO.

L'INTERVISTA

Telesia si quota in Borsa, Narduzzi: "Go Tv comparto in forte crescita"

Alla vigilia dell'Ipo, il presidente della società fa il punto sul mercato italiano della tecnologia: "Omnicanalità e interattività sono in piena espansione. Servono aziende capaci di pensare in grado di esprimere un tasso di energia di team e di organizzazione di molto al di sopra della media"

La prima quotazione di una società tecnologica del made in Italy si celebrerà il prossimo lunedì. Il 20 febbraio sarà il giorno del battesimo all'Aim di Piazza Affari per Telesia, la società romana attiva nel segmento della cosiddetta Go TV, un comparto in forte crescita non solo in Italia. In un momento di forte volatilità delle borse internazionali, la quotazione di Telesia, azienda con interessanti tecnologie proprietarie di settore, è anche un segnale positivo del recupero di interesse degli investitori professionali per gli asset italiani di qualità. A presiedere Telesia quotata a Piazza Affari è stato chiamato Edoardo Narduzzi, unico consigliere indipendente del board, che con la sua pluriennale esperienza imprenditoriale nelle tecnologie dell'informazione e nei media deve dare un contributo professionale all'implementazione del piano industriale. CorCom ha approfittato della quotazione di Telesia per fare il punto con il neo presidente (commentatore della nostra testata) sul mercato italiano della tecnologia.

Come nasce l'impegno in Telesia?

E' stato Paolo Panerai che, insieme a Pierluigi Magnaschi, mi ha insegnato a tenere la penna in mano e a fare il giornalista che mi ha chiesto se ero disponibile a svolgere un ruolo così delicato ed importante soprattutto verso i nuovi soci di Telesia. Ho analizzato il progetto e la società e li ho trovati, non solo molto interessanti, ma molto professionalmente sinergici con la mia attività imprenditoriale.

Siete soddisfatti della quotazione?

E' stato fatto un lavoro eccezionale considerate le incertezze che ci sono nei mercati finanziari internazionali e quelle specifiche dell'Italia. I nuovi soci di Telesia rappresentano un vero parterre de roi della finanza italiana.

Passiamo alla valutazione del mercato della tecnologia, che giudizio dà del nuovo anno?

E' iniziato sicuramente meglio del 2016 ma è un mercato a velocità plurime quando si parla di tecnologia. I settori più tradizionali sono stagnanti, quelli legati all'omnicanalità e alla interattività in piena espansione. Per restare competitivi servono aziende capaci di pensare con lateralità e in grado di esprimere un tasso di energia di team e di organizzazione di molto al di sopra della media.

Insomma uno terremoto da digital transformation...

Ma no, la lettura tradizionale della digital transformation è banale e scontata. Quello che non si capisce è che siamo entrati in una dimensione che è già oltre Internet e le strategie consumercentriche. Il consumatore non c'è più è stato rimpiazzato dal comparatore compulsivo che in parte consuma, in parte condivide, in parte scambia altruisticamente e in parte coproduce. Eppoi il concetto di customer base, come l'abbiamo conosciuta negli ultimi decenni, non esiste più.

Non le sembra di spingersi troppo in là con la rottamazione?

Guardi nel 2005, cioè dodici anni fa, con l'amico Massimo Gaggi scrivemmo un saggio per l'Einaudi intitolato "La fine del ceto medio e la nascita della società low cost". A chi parla oggi di populismo potrei semplicemente dirgli che avevamo previsto tutto con ampio anticipo nell'ultimo capitolo del nostro libro. Guardi le statistiche: non è vero che la torta non cresce più, la torta del benessere mondiale continua a crescere trimestre dopo trimestre. Quello che è cambiato, rispetto al passato, è un fatto semplicissimo: nella redistribuzione della nuova ricchezza prodotta su scala mondiale tutti guadagnano tranne un solo gruppo sociale. Il ceto medio occidentale, o quello che un tempo veniva chiamato così. Ovvio che la Brexit e l'elezione di Trump non possono sorprendere.

Torniamo alla sua attività di imprenditore, come si è chiuso il 2016?

Bene in crescita ed in consolidamento. I numeri delle diverse società nelle quali ho investito sono molto migliori della media del mercato italiano.

Nuove iniziative in vista?

A novembre ho fondato SelfieWealth Ltd a Londra e sto attendendo che la FCA, la Consob britannica, mi dia l'autorizzazione ad operare come financial advisor. E' un Robot, cioè un motore di intelligenza artificiale, pensato per supportare strategie attive di investimento finalizzate al Total Return. Il nostro modello di business è molto semplice: high quality, legata alle previsioni innovative ed uniche del nostro algoritmo proprietario, e low cost, in termini di fees e commissioni pagate dai nostri clienti. La finanza è come Uber: i tassisti lottano contro Uber senza capire che è già nel mercato l'auto che si muoverà senza autista e che rottamerà, contestualmente, tassisti ed autisti, Non Uber che probabilmente diventerà la più grande piattaforma al mondo per gestire le smart automobili.

Qualche numero su SelfieWealth?

Molto incoraggianti. La stragrande maggioranza dei nostri utenti, che crescono alla media di una decina di unità al giorno, sono millenials, cioè il segmento di mercato che le banche tradizionali hanno più difficoltà a raggiungere.

Si ferma a SelfieWealth?

Dobbiamo fare pil, non le hanno detto che l'Italia cresce da anni allo zero virgola? Il prossimo mese lancio Bookiedom, intelligenza artificiale applicata alle scommesse sportive. Il target sono i mercati emergenti: Cina, Russia, Brasile. Un progetto affascinante di mass market.

Allora, in bocca al lupo per l'esordio di lunedì a Piazza Affari.

Dopo la quotazione di Vetrya a luglio per me è la seconda volta a Piazza Affari in pochi mesi. Stavolta porto con me mia figlia Ester Lucia, dodicenne. Con tutto il male che si può pensare delle borse e della finanza resta il miglior sistema inventato dagli uomini per creare e distribuire ricchezza in maniera meritocratica e per stimolare l'innovazione. Ai giovani, in tempi di populismo, è bene insegnare che la difesa delle loro libertà richiede impegno. Nulla può essere dato per acquisito per sempre.