

Ipo. L'ad Rangone: «Pronto un importante piano di investimenti dopo lo sbarco sull'Aim»

Digital360, debutto-boom in Borsa

Alberto Magnani

Debutto in Borsa positivo per **Digital360**, la società di servizi digitali B2B che ha fatto ieri il suo esordio sull'Aim. Il titolo, collocato a un prezzo iniziale di 1,15 euro, è volato fin dalle prime fasi di negoziazione fino a rialzi oltre il 25%, spingendosi anche a 1,45 euro.

La quotazione del gruppo è avvenuta a seguito del collocamento di azioni ordinarie e obbligazioni convertibili, rivolta a investitori qualificati e al pubblico indistinto e pari un controvalore complessivo di 6,6 milioni di euro. Al termine dell'Ipo il flottante

dovrebbe attestarsi al 19,6%, salendo al 23% in caso di esercizio dell'opzione greenshoe (uno strumento che permette di aumentare le dimensioni dell'offerta per rispondere meglio alla domanda), per una capitalizzazione di 17,7 milioni di euro.

La partenza accelerata del titolo tiene fede ai buoni risultati del collocamento, segnato da una domanda pari a quasi due volte il quantitativo offerto. E potrebbe dimostrare l'appetito degli investitori per il business presidiato dall'azienda: la «trasformazione digitale», ovvero l'aggiornamento innovativo delle

imprese e la connessione tra aziende e fornitori tecnologici.

L'attività del gruppo ruota oggi intorno a una piattaforma multicanale che ospita contenuti editoriali B2B e servizi di marketing, consulenza e coaching sul tema dell'innovazione delle aziende.

Dopo lo sbarco in Borsa, l'obiettivo è espandersi con acquisizioni e il rafforzamento degli asset già consolidati. Il gruppo è cresciuto a un tasso medio del 55% negli ultimi cinque anni, con un fatturato da 12,8 milioni di euro nel 2016 (non si andava oltre gli 1,4 milioni nel 2011) e un

Ebitda di 1,7 milioni. L'amministratore delegato e cofondatore del gruppo, Andrea Rangone, ha anticipato un «importante piano di investimenti» a seguito dell'esordio a Piazza Affari. Non sono stati forniti nomi su possibili prede o una tempistica sulle operazioni di M&A, anche se la società ha scremato un primo bacino di scelta.

«Abbiamo identificato una toina di possibili target - dice Rangone - Non possiamo dare tempi o nomi certi, ma avendo già fatto sei acquisti in passato sappiamo come muoverci».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

