

Borsa Italiana: Ilpra prima IPO 2019 su AIM Italia, l'AD Bertocco presenta la società

👤 Alessio Trappolini | 📅 6 Febbraio 2019 - 13:12 | 🗨️ 6 Febbraio 2019 - 13:27 | 💬 Commenti: 0

Il management della società lombarda prossima allo sbarco su AIM Italia prevede di raccogliere 5 milioni di euro, risorse che saranno investite interamente a supporto della capacità produttiva e del processo di internazionalizzazione



Ilpra Spa si appresta ad essere la prima società dell'anno a fare il suo ingresso su **AIM Italia** di Borsa Italiana.

Per nulla intimorita dalle criticità che il contesto economico globale sta vivendo, la società lombarda punta ad **espandersi nei mercati internazionali grazie ai capitali raccolti in sede di IPO**, facendo leva sui suoi punti di forza più importanti, come ad esempio la longevità e il forte appeal del proprio business verso gli investitori internazionali.

Una settimana fa, mercoledì 30 gennaio, Ilpra ha inoltrato a Borsa Italiana la comunicazione di pre-ammissione funzionale all'ammissione alle negoziazioni delle proprie azioni ordinarie su AIM Italia ([clicca qui per approfondire](#)). Il range di prezzo per le azioni ordinarie di Ilpra in sede di IPO è stato fissato tra un minimo di 2,10 e un massimo di 2,30 euro per azione.

Chi è Ilpra?

Il gruppo Ilpra, attivo nella **produzione e vendita di macchinari per il confezionamento di prodotti alimentari** e non, conta 190 dipendenti e una fitta **rete di venditori presenti in 4 differenti Paesi**, dall'Europa (Italia, UK) all'Asia (Hong Kong e Dubai).

In vista della prima IPO del 2019 su AIM Italia abbiamo intervistato Maurizio Bertocco (nella foto), amministratore delegato e presidente del Cda dell'azienda.



Maurizio Bertocco, amministratore delegato e presidente del Cda di Ilpra

Dott. Bertocco che risposta vi attendete dagli investitori in sede di IPO?

La nostra previsione è di far conto su una raccolta di 5 milioni di euro. Tengo a precisare che sarà un'IPO in aumento di capitale sociale dove tutti i soldi raccolti verranno impiegati in investimenti a supporto della capacità produttiva e del processo di internazionalizzazione. Abbiamo riscontrato un forte interesse da parte degli investitori, che apprezzano la nostra storia industriale (Ilpra è stata fondata nel 1955, ndr) e la filiera produttiva: noi ci occupiamo internamente di tutti i passaggi, dalla progettazione, alla produzione, assemblaggio e assistenza e clienti.

Quindi potenziare il canale estero è al centro dei vostri progetti?

Sì. Di fatto siamo già un'azienda votata principalmente al mercato estero: in Italia produciamo il 30% circa del nostro fatturato, mentre il restante 70% viene generato all'estero, Europa, dove il settore packaging è fra i più sviluppati del mondo, ma anche Asia, e Nordamerica. Mentre però in Italia occupiamo una porzione di mercato importante, all'estero sappiamo che c'è ancora molto da fare. Tutti i paesi producono cibo e sono interessati a nostro prodotto per confezionarlo. Il fatto è che bisogna strutturarci per fornire presenza in loco nei mercati di sbocco sia prima della vendita che nelle fasi post vendita con assistenza e ricambi. Le risorse finanziarie raccolte in sede di IPO verranno destinate a questi scopi: aumentare la presenza sia con filiali, alcune già presenti, oppure attraverso i classici importatori, per pensare a una distribuzione dei prodotti più capillare e articolata. Con alcuni player pensiamo di stringere accordi di partnership, mentre con altri potremmo pensare anche ad operazioni straordinarie di inclusione nel nostro perimetro.

Per gli azionisti avete in programma la distribuzione di un dividendo?

Remunerare adeguatamente i propri azionisti è importantissimo. Sicuramente lo faremo ma ora la nostra strategia di sviluppo ha come priorità il reinvestimento degli utili per finanziare la crescita come spiegato in precedenza, espansione geografica e potenziamento della capacità produttiva.

C'è qualche rischio che temete particolarmente a livello internazionale?

Fattori di rischio che possono impattare sul nostro business in modo persistente molto pochi. Forse solo la Brexit, poiché Ilpra è molto esposta in Inghilterra, però ritengo che anche se ci dovessero essere variazioni dei tassi di cambio, la domanda verso i nostri prodotti resterà forte. Oggi il 75% del mercato del packaging mondiale è dominato da aziende italiane, che piacciono di più rispetto alle rivali tedesche. Dal canto nostro, la forza di Ilpra è quella di avere un bacino di clienti trasversale, dall'artigiano di quartiere che produce pasta fatta in casa fino alla grande multinazionale, e offrire un prodotto customizzato ottenuto con processi industriali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARGOMENTI: AIM Italia Borsa Italiana IPO