

Borsa. La prima matricola da 17 mesi in rialzo a Piazza Affari, ma senza eccessi

Yoox vince la sfida: +8% al debutto

Giulia Crivelli

Nel giorno del suo debutto al Nasdaq, il 24 settembre di undici anni fa, il sito di aste on line eBay guadagnò il 163 per cento. In molti furono delusi, perché in quel "lontano" 1998 c'erano state Ipo da record storici, come quella di Theglobe.com, che nel giorno del collocamento aveva guadagnato il 606%: alle 9,30 del 13 novembre 1998 la società era stata valutata 88 milioni di dollari, alle 16 del pomeriggio la capitalizzazione era salita a 622 milioni. Theglobe.com era una comunità online, una sorta di antenato, oggi defunto (a differenza di eBay), degli attuali social network. Gli anni successivi a quel folle 1998 hanno dimostrato quanto fossero gonfiate e prive di solide basi le Ipo della maggior parte delle ".com".

Ben venga, allora, nel giorno del suo debutto sul segmento Star, il sanissimo aumento a una cifra del titolo Yoox - prima matricola da 17 mesi a questa parte e unica del 2009 - che ha chiuso la giornata di contrattazioni a 4,66 euro, pari a un rialzo dell'8,37% rispetto ai 4,3 euro del collocamento (fissato nella parte alta della forchetta, che era stata indicata fra 3,6 e 4,5 euro).

Il collocamento di Yoox - leader europeo nella vendita onli-

MODA, INTERNET E LISTINI

Il leader europeo nella vendita online di lusso ha chiuso la prima giornata di contrattazioni a 4,66 euro, rispetto ai 4,3 euro dell'Ipo

ne di abbigliamento e accessori di grandi marchi - era partito il 16 novembre, per concludersi lunedì 30 con una richiesta pari a oltre 4,3 volte l'offerta e il ricavo dell'Ipo è di circa 95 milioni di euro. Yoox - accompagnata in Borsa da Goldman Sachs e Mediobanca e dall'advisor Eidos Partners - è a tutti gli effetti una ".com", come lo è eBay e come lo era Theglobe. Si occupa di e-commerce di moda (e da qualche anno di oggetti design) e di consulenza sull'e-commerce: sono già 17 i grandi marchi della moda che hanno aperto boutique virtuali "powered by Yoox", che usano cioè la stessa piattaforma. Ma dietro alla sua crescita c'è un solidissimo progetto industriale, come ha sottolineato ieri Federico Marchetti, fondatore e oggi presidente e a.d. di Yoox.

«Dieci anni fa ho pensato a un modello di business unico e globale, che ancora oggi, nel panorama dell'e-commerce di moda, è il solo a coprire sia l'area del

monobrand sia quella del multi-brand. Il fatto di essere la prima azienda ad andare in Borsa dopo tanto tempo è parte del nostro dna di innovatori», ha detto Marchetti. Aggiungendo di non avere in programma svolte epocali o l'introduzione di chissà quali novità nel modello di business. Le risorse raccolte saranno dedicate agli investimenti in tecnologia necessari a presidiare i 57 mercati mondiali in cui il portale di e-commerce opera.

C'è chi ha voluto vedere nel debutto di Yoox un segnale di ottimismo per tutti, a partire da Massimo Capuano, a.d. di Borsa Italiana, che ieri ha spiegato: «Siamo in contatto con società che si stanno preparando, credo ci sia interesse. Come settori, siamo abbastanza distribuiti, non ne prevale uno in particolare». E, sempre secondo Capuano, alcune Pmi potrebbero approdare sull'Aim Italia, il mercato di scambio alternativo dedicato alle piccole e medie imprese. Magari incoraggiate dalla storia di Yoox, sorta di multinazionale tascabile: fondata nel 2000, l'azienda ha tre piattaforme logistiche in altrettanti continenti, 270 dipendenti (il 60% dei quali donne) e nel 2008 ha avuto ricavi netti consolidati per 101,5 milioni (+47,5% sul 2007), mentre l'Ebitda è stato di 6,8 milioni

(+100%). Nei primi 9 mesi 2009 è continuato il trend positivo (ricavi a 106,7 milioni, in crescita del 47,8%). Ma a guardar bene, nella storia di Yoox c'è poco di fenomenale e molto di meritocratico. Ci sono dieci anni di misurata crescita, la capacità di aspettare il momento giusto per l'Ipo, un progetto di business innovativo ma coerente e, certo, un bel po' di coraggio da parte di un giovane imprenditore: un ritorno ai fondamentali di cui si sentiva un gran bisogno.

È RIPRODUZIONE RISERVATA

Yoox

Il debutto in Borsa

