



**LEONE FILM GROUP**  
**Gli spaghetti western di Sergio Leone preparano lo sbarco a Piazza Affari**

Carlo Festa ▶ pagina 37



Il western all'italiana. Il buono, il brutto, il cattivo

**Verso l'Aim.** La quotazione di Leone group

# Gli spaghetti-western di Sergio Leone preparano lo sbarco a Piazza Affari

**Carlo Festa**

I film capolavoro di Sergio Leone sbarcano in Borsa. Pronto all'approdo sull'Aim è la Leone film group, la società fondata 25 anni fa dal regista romano assieme ai figli. E proprio i figli del maestro del cinema italiano e internazionale, cioè Andrea e Raffaella (entrambi soci con il 50% delle azioni), hanno preso la decisione di quotare la società che detiene i diritti di una library di oltre 400 film (tra i quali quelli diretti dal padre) ma anche attiva nella produzione e distribuzione. Decisa la pattuglia degli advisor per Piazza Affari: cioè Unipol Banca come nomad e global coordinator, Methorios come financial advisor, Gianni Origoni Grippo Cappelli come consulente legale e Bdo come auditor.

Si tratterà di un'offerta innovativa per l'Aim: la prima rivolta anche a un pubblico retail. L'operazione avverrà tramite aumento di capitale di circa 15 milioni di euro dei quali 10-12 milioni dedicati agli istituzionali e con una quota (sotto i 5 milioni) rivolta al pubblico. Il flottante sarà compreso tra il

15% e il 20 per cento.

Il retail potrà sottoscrivere le azioni della Leone film tramite due piattaforme di trading, cioè mediante **Directa** Sim e Banca Sella. I capitali raccolti saranno utilizzati per lo sviluppo. La Leone Film Group ha generato nel 2012 un giro d'affari di 13,1 milioni con un margine operativo lordo di 6,7 milioni (cioè una redditività del 51%) e con un utile netto di 1,5 milioni.

Nel primo semestre del 2013 il fatturato è arrivato a 8,8 milioni, il Mol a 6,2 milioni e l'uti-

## SUL MERCATO

La matricola gestisce i diritti di 400 film, fra cui quelli del regista romano che ha dato vita agli spaghetti-western

le netto a 0,9 milioni. La società, fondata nel 1989 (cioè proprio nell'anno della scomparsa del regista), opera in 4 aree.

Da una parte ha i diritti su un archivio di 400 film: tra questi ci sono i capolavori di Sergio Leone, da «Il buono, il brutto, il cattivo» a «C'era una volta in America». Dall'altro lato opera nella produzione e nella

distribuzione, con una strategia di respiro internazionale: tra gli ultimi titoli ha prodotto «Amiche da morire» di Giorgia Farina e co-prodotto il film di Gabriele Muccino «Quello che so sull'amore».

Inoltre ha distribuito film americani di successo: l'ultimo in ordine temporale è stato «Rush», la pellicola di Ron Howard che racconta della rivalità tra i piloti di Formula 1 James Hunt e Niki Lauda. La famiglia Leone può infatti contare sulla rete di relazioni consolidate negli Stati Uniti con le grandi major e sull'amicizia con grandi registi come Steven Spielberg e Martin Scorsese. Ultima area (tramite la controllata PacMedia a Los Angeles) è quella del product placement, cioè la promozione di prodotti con contenuto pubblicitario nei film.

Per fare un esempio proprio all'interno del film «Rush» di Ron Howard ci sono stati investimenti pubblicitari per 2 milioni di dollari su 60 milioni di produzione complessiva, con ulteriori 30 milioni di investimenti pubblicitari nei mesi del lancio della pellicola. La prossima settimana il road show per la quotazione partirà da Milano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA