

Green Network raddoppia i margini e pensa all'ipo

di Nicola Carosielli

La volontà c'è ma prima di presentarsi in Piazza degli Affari Green Network «dovrà raggiungere almeno i 100 milioni di ebitda». È questo uno dei presupposti imprescindibili che il direttore generale e ceo, **Giovanni Barberis**, ha specificato a *MF-Milano Finanza*. L'operatore dell'energia ha chiuso il 2016 con un fatturato di 692,8 mln, in calo rispetto al miliardo di fine 2015 ma con un ebitda e un ebit più che raddoppiati, rispettivamente a 32,3 e 23 milioni (rispettivamente 14,3 e 10 milioni nel 2015) e un ritorno all'utile netto per 6,8 milioni. Il calo nei ricavi è stato determinato «dalla volontà di eliminare l'80% delle agenzie di vendita nel B2C», in luogo di agenzie più controllate, «e di abbandonare clienti grandi ma poco redditizi» nel settore B2B, ha spiegato il manager. Strategia che ha comportato anche un cambio di rotta. Ed è per questo che il gruppo fondato e posseduto da **Piero Saulli** e **Sabrina Corbo** ha deciso di intraprendere nuove strade: prima fra tutte quella del cross-selling. In questa direzione, **Green Network** ha stretto una partnership della durata complessiva di 10 anni con Conad che consente ai possessori della carta della catena di poter attivare via web delle offerte con il gestore e ricevere poi da Conad buoni acquisto da spendere all'interno dei punti vendita. A giorni saranno poi annunciate altre partnership di questo genere, che coinvolgeranno banche e associazioni. I risultati raggiunti finora «sono solo il punto di partenza» di un percorso che culminerà con la quotazione in Borsa tra il 2018-2019 (flottante di circa il 40%), ebitda permettendo. Ma per la crescita serviranno anche acquisizioni (sul tavolo ci sono già proposte che si stanno valutando), percorsi di fidelizzazione e presenza su altri mercati. Non a caso a settembre il gruppo è sbarcato nel Regno Unito (primo operatore italiano), in un'operazione anti-Brexit che «punta a raggiungere i 100 mila clienti a fine anno», presidiando un mercato «in cui esistono sei player con tariffe ragionevoli» che permettono quindi, a chi offre prezzi molto competitivi, di ottenere buone quote di mercato. La quotazione poi potrebbe anche coincidere con il ritorno al dividendo. Per ora, infatti, l'utile lordo di 13,2 milioni non sarà toccato perché «insieme con una posizione finanziaria netta prossima allo 0 consentono di ottenere un vantaggio nell'offrire tariffe competitive», ha spiegato Barberis. Per il 2017 l'obiettivo è chiaro: «Offrire tariffe molto basse» nel segno della trasparenza e proseguire il percorso che dovrebbe consentire nel 2020 di tornare a 1 miliardo di giro d'affari. (riproduzione riservata)

