

## Domori (gruppo Illy) verso un minibond tra 4 e 5 mln

**Domori** nel mare aperto dei mercati finanziari ma con la garanzia pubblica. Entro la fine dell'anno, la società dolciaria della scuderia **Illy** procederà, con l'advisor **Bper**, all'emissione di minibond per un importo compreso tra i 4 e 5 milioni; è riservato agli investitori istituzionali e sarà quotato all'**Extra-Mot Pro3** (segmento del mercato dedicato alle obbligazioni). I minibond, taglio minimo 100 mila euro e della durata di 6 anni, beneficiano della garanzia del **Mediocredito Centrale** fino ad un massimo del 90% del nozionale. La cedola è fissa ed è compresa tra il 3,5% e il 4%.

«Le risorse – spiega **Andrea Macchione**, amministratore delegato di **Domori** – sono destinate all'automazione delle linee produttive e all'integrazione e sviluppo di **Prestat**, il marchio inglese rilevato l'anno scorso. In entrambi i casi, l'emissione dei bond agisce come un acceleratore della crescita: richiede investimenti per la comunicazione istituzionale e la produzione. Si tratta di un'operazione inedita per un settore come quello del cioccolato super premium». **Domori** fa parte del **Polo del Gusto**, la sub-holding del gruppo triestino, presieduta da **Riccardo Illy**, che raccoglie tutti i marchi extra caffè.

Nel 2019 **Domori** ha realizzato ricavi per 19,5 milioni, un Mol di 680 mila euro e il primo utile: 22 mila euro. Il 65% del giro d'affari è realizzato in Italia, di cui il 40% nella distribuzione di prodotti nell'**Horeca**. La società torinese produce cioccolato finissimo ma distribuisce anche i brand della scuderia: **Agrimontana**, **Dammann** e lo champagne **Taittinger**.

I minibond di **Domori** sono finanziamenti bullet cioè l'emittente pagherà solo gli interessi per tutto il periodo e, alla scadenza, l'intero capitale. «Senza la garanzia pubblica – ammette **Macchione** – i minibond non avrebbero queste caratteristiche. Anche l'ammontare è molto cresciuto rispetto al primo progetto del 2019, prima dell'emergenza Covid, quando non c'era la possibilità di avvalersi dell'aiuto dello Stato».

Come ha impattato la pandemia su prodotti voluttuari (cioccolato e tè premium, marroni e champagne) commercializzati prevalentemente nell'**Horeca**? «È stato un colpo durissimo – risponde il top manager – ma allo scorso settembre avevamo ridotto il calo dei volumi al 5%. Poi le nuove restrizioni di ottobre, imposte a bar e ristoranti, hanno subito impattato sugli ordini». Il pericolo maggiore potrebbe arrivare dall'ulteriore giro di vite. «Si rischia grosso», conclude **Macchione**. «Per noi Natale vale molto di più della Pasqua del primo lockdown. Tra settembre e dicembre realizziamo il 60% del fatturato».

**Emanuele Scarci**

