

Kaleon, doppia quotazione: trophy asset per i Borromeo

Il modello separa proprietà e gestione e punta a sfruttare le prospettive di crescita del mercato del turismo culturale, stimato in 11 miliardi entro il 2028. Partnership con ADSI.



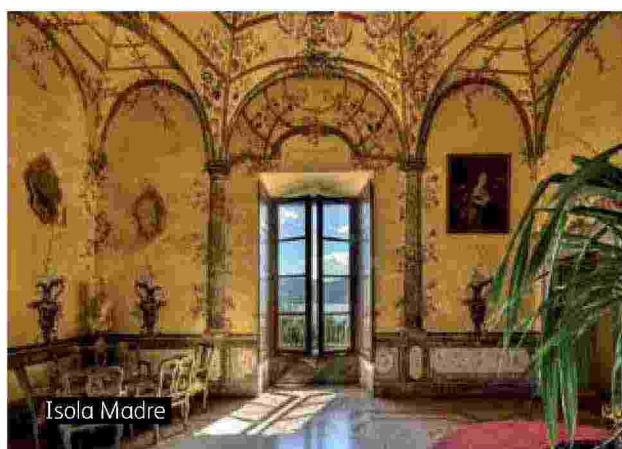
Rocca di Angera

} Marcella Persola

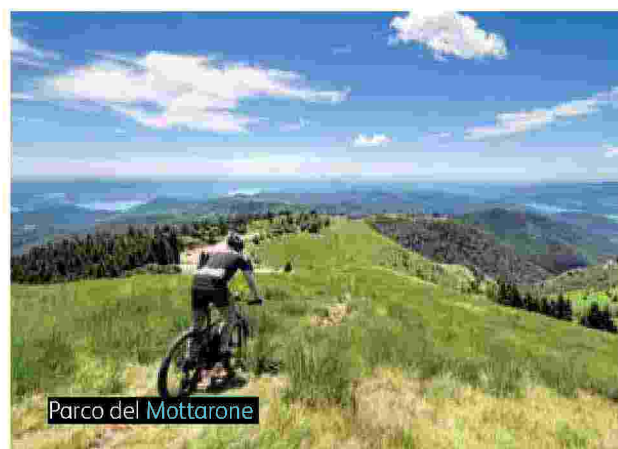
Si è quotata a Milano e Parigi lo scorso 1° dicembre Kaleon, nuova denominazione di SAG Srl, società fondata nel 1983 dalla famiglia Borromeo e specializzata nelle attività di **gestione, tutela e valorizzazione di importanti patrimoni** artistici, naturali e museali. L'operazione si configura come la più grande IPO in Italia nel 2025. **Sono state allocate a 4,5 milioni di azioni ad un prezzo di 4 euro per azione**, di cui 375.000 a servizio di un'eventuale opzione greenshoe.

Dopo decenni di attività nel settore della gestione di mete turistiche e

culturali, la società mira ad **ampliare il proprio portfolio di asset in gestione**, con una prospettiva di crescita sia sul mercato nazionale sia su quello internazionale. "È con grande emozione che diamo ufficialmente il via all'offerta che porterà alla quotazione delle azioni ordinarie di Kaleon sui mercati italiano e francese, progetto ambizioso e innovativo, basato su decenni di esperienza e secoli di storia" aveva affermato in un recente incontro **Vitaliano Borromeo**, presidente del consiglio di amministrazione di Kaleon. "La società, forte del successo del proprio modello di business, ha come obiettivo **riportare alla luce un patrimonio**



Isola Madre



Parco del Mottarone



culturale che troppo spesso cade in rovina a causa della mancanza di una gestione economica professionale, che noi siamo in grado di fornire, come dimostrano la qualità dei nostri siti e i risultati finanziari raggiunti.”

Il modello di business proposto dal gruppo è innovativo e prevede la **separazione della proprietà degli asset dalla relativa gestione**, favorendo la managerializzazione del business e la preservazione dei siti storici. Secondo **Davide Molteni**, ceo della società, il gruppo Kaleon è in grado di offrire una value proposition di valore.

Del portfolio attualmente fanno parte 6 trophy asset, tra cui i prestigiosi siti culturali e naturali sul Lago Maggiore legati alla famiglia Borromeo, quali **Isola Bella** e **Isola Madre** nel Golfo

Borromeo; **Parco Pallavicino** a Stresa, che rappresenta un esempio di successo del modello di business di Kaleon; infatti con la gestione Borromeo iniziata nel 2017 il parco è stato sottoposto a una serie di interventi di recupero e tali investimenti hanno dato i giusti frutti visto che dall'acquisto la proprietà ha registrato una crescita significativa dei ricavi, passando da 846.000 a 1,7 milioni con un CAGR pari al 11,9% e nel 2021 ha ospitato anche un esclusivo evento di alta gioielleria di Gucci. A questo si aggiunge il **Parco del Motarone**, con 500 ettari di area boschiva che si estende tra il Lago Maggiore e il Lago D'Orta; la **Rocca di Angera**, sul versante lombardo in provincia di Varese, e i **Castelli di Cannero**, nell'alto Verbano, aperti al pubblico il 28 giu-

gno 2025 dopo un progetto di restauro durato circa 10 anni.

“L'obiettivo è quello di appropiare un **turismo esperienziale**, in grado di vivere più lentamente le nostre bellezze” ha precisato il presidente. Oggi la società guarda a nuovi **trophy asset**, anche oltre la Lombardia: ad esempio è in trattativa con un immobile storico romano, poi ne stanno valutando altri siti a Verona e all'estero in particolare in Svizzera.

“Abbiamo stretto un accordo con l'**Associazione Dimore Storiche Italiane** (ADSI) per attingere a un bacino di proprietari di immobili a cui proporre il nostro modello di gestione” spiega Molteni, che sottolinea come questo accordo possa permettere al gruppo di sfruttare le **prospettive di crescita del mercato del turismo culturale, stimato in 11 miliardi entro il 2028**.

L'obiettivo è quello di replicare i risultati raggiunti da Kaleon che grazie al mix di servizi offerti (ticketing, hospitality, events, retail e food and beverage) ha visto il fatturato crescere a 21,7 milioni di euro nel 2024, con una marginalità operativa intorno al 25%. **“I ricavi principali restano legati alla parte di ticketing”** precisa il ceo Molteni che racconta come sia stata introdotta “la bigliettazione con fasce orarie e prenotazioni preventive (introdotta per migliorare la distribuzione dei flussi) per consentire una gestione più fluida e omogenea dell'afflusso turistico, nonché migliorare la qualità dell'esperienza offerta” conclude l'amministratore delegato.

Infine è previsto un impegno costante nell'ampliamento dell'**offerta food & beverage, retail e hospitality**, come gli eventi targati Gucci e Louis Vitton svoltisi **all'Isola Bella** ●