

Rassegna Stampa Conafi Prestitò

28 Aprile 2007

- *Milano Finanza: Che tiepido debutto*

MATRICOLE DI BORSA Nel 2007 il rapporto tra adesioni alle ipo e i titoli offerti si è quasi dimezzato rispetto al 2006. Segno che la corsa sta rallentando? No, per gli esperti è ancora toro

Che tiepido debutto

di Livia Zancaner

Un'euforia sana e razionale. Così qualche esperto di mercato descrive l'atteggiamento degli investitori nei confronti delle matricole di borsa in questi primi mesi dell'anno. Un parametro di riferimento può essere l'oversubscription, ovvero il rapporto tra il numero di azioni richieste in sede di collocamento e l'importo di titoli offerti. Nel 2007 il valore medio relativo alle sei società già sbarcate sul mercato e le due che debutteranno il 3 maggio, ovvero D'Amico international shipping (prezzo fissato a 3,5 euro per azione) e Prysmian, è risultato superiore alle tre volte, quasi la metà rispetto all'intero 2006 (6,5 per 21 ipo). Ciò non significa che la corsa alle new entry di piazza Affari ha subito un rallentamento, anzi. «Il mercato delle ipo è ciclico, ora ci troviamo in un periodo toro», spiega a *Milano Finanza* Vito Lo Piccolo, di Citigroup, «il 2006 è stato un anno eccezionale e il 2007 ha i presupposti per fare ancora meglio: dall'inizio dell'anno in Europa ci sono state 125 nuove quotazioni per complessivi 23 miliardi di euro. Nello stesso periodo del 2006 le debuttanti sono state 111 per 16 miliardi».

La diminuzione del numero di adesioni non significa quindi che è scemato l'interesse per le ipo, ma può essere motivato dal fatto che finora non ci sono stati i picchi rag-

QUANTO PIACCIONO LE MATRICOLE				
Over subscription (rapporto tra numero di adesioni e titoli offerti)				
2006	● Kerself	2,3	● Banca Generali	8,2
	● Marazzi	1,3	● Cobra	17,4
	● Ansaldo	9,3	● Ascopiave	4,7
	● Eems	7,1	● Gasplus	10,1
	● Noemalife	5,5	● Cogeme set	3,5
	● Saras	4,6	● MEDIA	6,4
	● Nice	13,9		
	● Pierrel	2,7	● Omnia network	2,4
	● Bolzoni	2,8	● Biancamano	3,6
	● Antichi pellettieri	4,2	● Conafi Prestitò	7,3
	● Piaggio	2,4	● Toscana finanza	1,7
	● Valsoia	2,9	● Servizi Italia	1,2
	● Arkimedica	2,3	● Alcon	4,5
	● Polynt	2,3	● Prysmian*	3,0
● Elica	5,3	● D'Amico	3,5	
● Poltrona Frau	19,9	● MEDIA	3,4	
		2007		

*Dati non ufficiali

giunti nel 2006 da aziende come Poltrona Frau, Cobra e Nice (vedere tabella). Bisogna comunque considerare che solitamente gli eccessi si registrano negli ultimi mesi dell'anno. Il numero di adesioni raccolte a volte può offrire una view sull'andamento del titolo dopo il debutto se gli investitori rimasti a bocca asciutta sono professionisti, che tenderanno ad acquistare titoli anche dopo l'ipo. Nel caso di D'Amico, per esempio, hanno ricevuto titoli oltre 100 investitori, tra cui Carlyle, Ubs, Fidelity e Kairos: bisogna vedere quanti non sono stati soddisfatti.

I più critici usano dire che «ormai si quota tutto». Quali sono i requisiti per distinguere un cattivo affare da un buon investimento? Secondo l'esperto di Citigroup un mercato sano deve comprendere

tutte le tipologie di aziende, blue chip, star, pmi, per ogni profilo di investitore. Di conseguenza, «è un bene» che aziende, leader di nicchia in settori in crescita che fino a tre-quattro anni fa non riuscivano a quotarsi, ora aprano il capitale al mercato.

Per quanto riguarda la tipologia di offerta, il modo migliore per sbarcare sul listino è l'aumento di capitale ma solo se giustificato da un preciso piano aziendale. Il fatto che sia l'azionista a vendere non è discriminante: l'imprenditore deve però dimostrare che crede nel progetto e nella crescita della società. E il retail? L'investimento da parte del piccolo risparmiatore, che si affida solitamente alle banche, è molto legato all'immagine e al brand del gruppo, criterio a volte fuorviante. (riproduzione riservata)