

Turismo e salute al top dell'attrattività

L'auto balza al terzo posto, migliora il commercio - Maglia nera a Oil&Gas per l'effetto-petrolio

Chiara Bussi

Il termometro dell'attrattività finanziaria premia il turismo e la filiera del tempo libero. A pari merito seguono la salute e i media, ma la vera sorpresa è il settore auto, che guadagna la medaglia di bronzo. All'ultimo posto si situa l'Oil&Gas, che sconta il calo del prezzo dell'energia, preceduto dall'edilizia ancora in affanno.

Lo rivela la classifica di K Finance, partner equity markets di Borsa Italiana, sulla base dei bilanci (non consolidati) relativi al 2014, gli ultimi disponibili. La società di consulenza ha passato ai raggi X un campione di circa 31mila imprese - censite dalla banca dati Bureau Van Dijk - con sede legale in Italia e un fatturato superiore a 5 milioni suddivise in 17 settori, osservati attraverso tre indicatori (fatturato, redditività e indebitamento). Il risultato è un indice equponderato, ovvero un giudizio sintetico, dove più bassa è la temperatura, più alto è l'appeal per gli investitori. «I bilanci non mentono - sottolinea l'amministratore delegato di K Finance Filippo Guicciardi - e consentono di cogliere gli indizi sulla capacità dei vari comparti di superare la crisi e sulla sua tempistica». Tutte sfumature che si iniziano a intravedere nell'intero campione: i ricavi sono in calo dell'1% rispetto al +0,2% della precedente edizione, mentre la redditività inizia a segnare un lieve miglioramento (dal 7,1 al 7,3%) così come l'indebitamento (6,5% rispetto al 6,9 per cento).

Il turismo e il tempo libero, terzi nella scorsa edizione, tornano al primo posto come è successo con la fotografia del bilancio 2012. Una performance frutto soprattutto di un fatturato del macro-settore in aumento del 2,8 per cento. Il dato non sorprende il presidente di Federturismo Renzo Iorio: «Negli ultimi dieci anni a livello mondiale il nostro settore ha continuato a crescere. In Italia nel 2014 i ricavi sono aumentati del 2,3% e per il 2015 stimiamo un rialzo del 10% circa grazie a un aumento della domanda interna e al ritorno della propensione al viaggio che per alcuni, a causa della crisi, era diventato un sogno irrealizzabile. L'Expo ha poi avuto un effetto-ca-

lamita». A registrare la performance migliore è stato secondo Iorio «chi ha saputo raccontare una novità e fare breccia su turisti che con il canale web sono diventati sempre più esigenti e volubili». Tra le nuove mete, a mettersi in luce sono state Milano, grazie all'Expo, e Torino «che ha saputo valorizzare il suo patrimonio diventando un'alternativa alle classiche città d'arte».

La salute, al primo posto nella precedente edizione, guadagna la medaglia d'argento, confermandosi un settore anticiclico, con un fatturato complessivo in aumento del 2,5%, una redditività al 9,1% ben oltre la media totale e un indebitamento dell'1,3 per cento. Netto miglioramento dei media, dove, spiega Guicciardi «si iniziano a intravedere i frutti del lavoro di ristrutturazione intrapreso da alcuni grandi gruppi e i primi segnali di

LA RICETTA

Il ritorno alla "nuova normalità" non basta più, occorre puntare sulla crescita valorizzando le eccellenze per voltare pagina

ripresa della raccolta pubblicitaria». Il settore auto e componentistica avanza di sette punti rispetto alla precedente edizione e guadagna il terzo posto. Restringendo il focus si scopre infatti che il comparto guida la classifica del fatturato con un incremento dell'11,3% e registra un indebitamento inferiore alla media pari al 4,3%, mentre la redditività resta bassa. «Proprio nel 2014 - dice Aurelio Nervo, neo-presidente dell'Anfia - si è invertito il trend negativo che aveva caratterizzato gli anni della crisi ed è iniziata la risalita. Le aziende della componentistica che hanno saputo innovare e proiettarsi sui punti vendita internazionali hanno resistito e quando anche il mercato italiano è ripartito hanno potuto cavalcare la ripresa. Per loro la crisi si può dire terminata, anche se non siamo ancora tornati ai livelli del 2008. La performance dovrebbe essere in ulteriore miglioramento nel 2015».

I due settori tipici del made in

Italy, il manifatturiero e la moda, che avevano già anticipato i segnali di ripresa, si situano ora rispettivamente al quarto e al quinto posto. Guadagna invece cinque posizioni il commercio grazie ai primi segnali di ripresa dei consumi, mentre cala l'attrattività del settore agro-alimentare, che non cresce ed è poco redditizio. Le utilities, sul podio nella scorsa edizione, arretrano al sesto posto, scontando la diminuzione del prezzo dell'energia che determina anche l'ultima posizione del petrolio e gas naturale. L'edilizia, ancora in affanno, è penultima. «Il nostro settore - ricorda il presidente dell'Ance Claudio De Albertis - ha attraversato una crisi profondissima durata 8 anni che è costata la chiusura del 36% delle imprese e la perdita di 600mila posti di lavoro. Basti pensare che nel 2014 le licenze sono tornate ai livelli del 1936. Riteniamo però di avere toccato il fondo e di essere pronti a risalire». L'anno del riscatto dovrebbe essere il 2016 con un fatturato stimato in crescita dell'1 per cento.

«Negli ultimi anni - conclude Guicciardi - in alcuni settori si è assistito al ritorno a una nuova normalità con il miglioramento della quota di mercato o con la leva del taglio dei costi. Oggi chi si ferma è perduto: la nuova normalità non basta più e occorre imboccare la via della crescita per voltare davvero pagina».

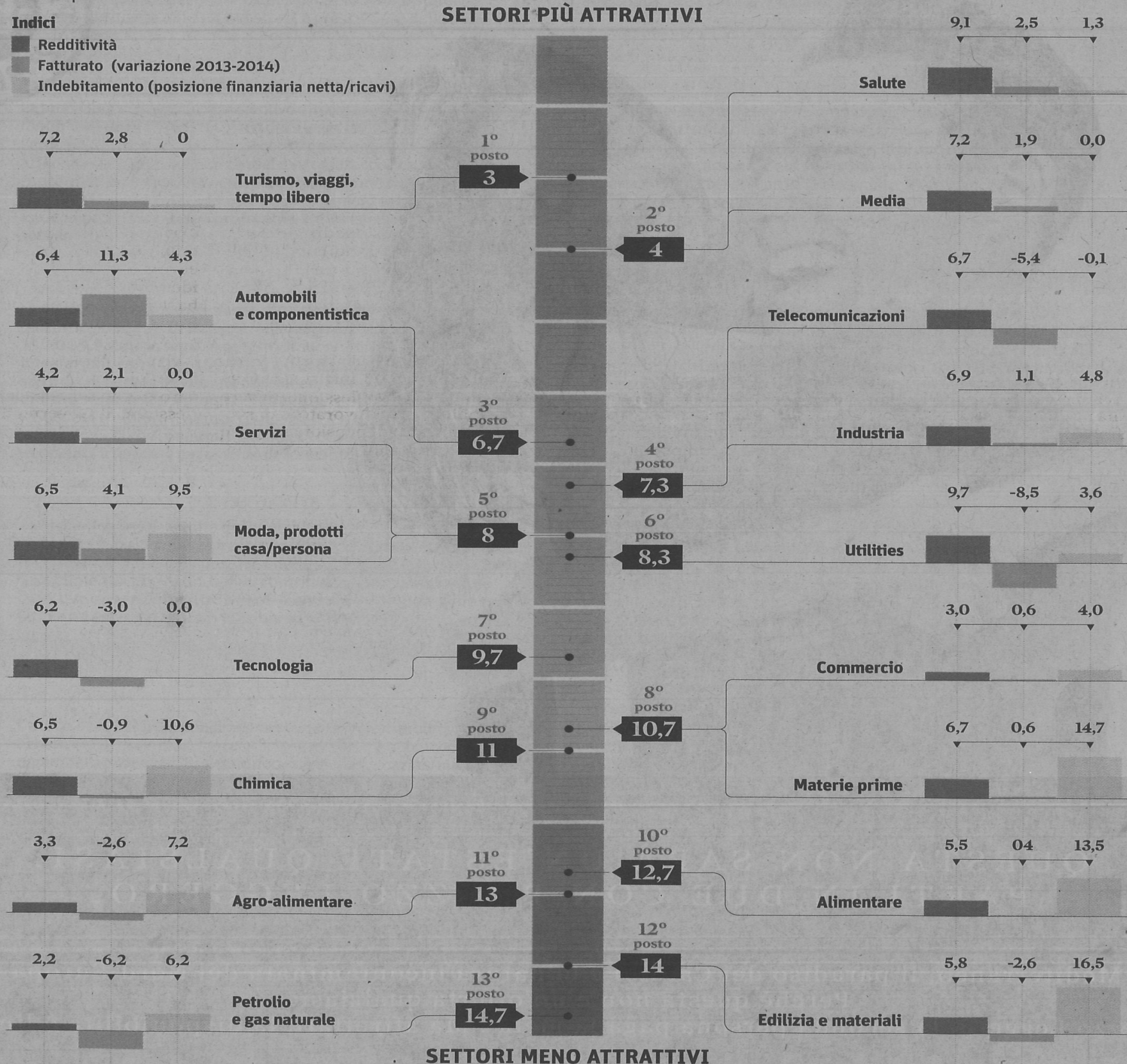
Questa analisi, conclude Barbara Lunghi, responsabile dei mercati per le Pmi di Borsa Italiana «dimostra quanto valore sia possibile trarre da un numero davvero interessante di settori e come il nostro Paese sia eccellente in molteplici nicchie e comparti». Il programma Elite, ideato nel 2012 per accelerare la crescita delle imprese «riassume in modo esemplare questa qualità ed eterogeneità con più di 30 settori rappresentati e oltre 320 società, di cui 220 italiane. Come Borsa Italiana siamo lieti di supportare iniziative come questa perché rappresentano l'impegno che condividiamo con i nostri partner equity markets nel sostenere lo sviluppo del sistema imprenditoriale italiano».

Il termometro dell'appeal

Dati in percentuale

Indici

- Redditività
- Fatturato (variazione 2013-2014)
- Indebitamento (posizione finanziaria netta/ricavi)



Fonte: K Finance

© RIPRODUZIONE RISERVATA