**PUGLIA** ■ Rialzi oltre il 40% per due delle tre società con sede nella regione quotate a Milano da fine 2005

# In Borsa le debuttanti corrono

## Azioni in calo solo per Exprivia - Natuzzi cresce a New York nonostante i bilanci in rosso dell'anno scorso

BARI ■ Da inizio anno al 9 giugno, il valore complessivo (capitalizzazione) delle società meridionali quotate in Borsa è salito del 20,98%: molto più della media dei mercati (per esempio, del 2% dell'indice Mibtel). Certo, sono appena cinque società, ma fino al 2004 erano appena due: l'anno scorso si sono aggiunte tre aziende pugliesi. Tanto che ora la Puglia ha quattro società quotate (la quinta è la campana La Doria, si veda il servizio sotto). In ogni caso, la capitalizzazione resta limitata: le cinque società (compresa la Natuzzi, quotata a Wall Street) contano per 905,6 milioni di euro, rispetto ai circa 681 miliardi segnati a fine 2005 dalle 282 aziende dell'intera Borsa Italiana. Solo in due casi (Apulia Prontoprestito e La Doria) l'ingresso nel mercato è avvenuto con sottoscrizione di azioni (Ops/Opvs, si vedano le note della tabella): negli altri non ha comportato incasso di capitali per la società. Altre imprese hanno accarezzato l'idea della quotazione e, per Borsa Italiana, al Sud c'è un potenziale di circa 60 società quotabili.

**Le società.** Natuzzi, quotata dal 13 maggio '93 a Wall Street con Opv, è stata la prima al Sud ad aprire il proprio capitale al mercato. Oggi è seconda al Sud per capitalizzazione (circa 402 milioni di dollari). Collocato a 15 dollari per azione (7,5 dopo il raddoppio delle azioni del dicembre '96), il titolo ha sovraperformanto largamente il mercato statunitense fino a ottobre '98, poi è andato meno bene. Oggi quota vicino ai prezzi iniziali ed è salito del 5% da gennaio, scontando anche il risultato netto di bilancio 2005 in perdita per 16,7 milioni e il ritorno all'utile (6,8 milioni) registrato nella prima trimestrale 2006. «La scelta di quotarsi — dice il direttore finanziario, **Nicola dell'Edera** — è stata positiva: il fatturato è passato dai 150 milioni di euro del '93 ai 669 del 2005, con un 13% circa di crescita media annua. Gli obiettivi originari della quotazione erano consolidare l'immagine aziendale soprattutto in Usa e valorizzare la trasparenza e affidabilità in un contesto borsistico già evoluto come New York. Inoltre è stato possibile motivare e fidelizzare i dirigenti con le *stock option*».

Exprivia, seconda società pugliese a quotarsi, è stata creata il 15 ottobre 2005, quando la Abaco di Molfetta (Bari) è stata incorporata nella quotata Aisoftw@re assumendo il nome attuale. Oggi forma il quarto gruppo al Sud per capitalizzazione (circa 34 milioni). In questi mesi, i fondamentali consolidati sono molto migliorati, anche se il titolo è arretrato di circa l'8% da inizio anno dopo le punte dei primi mesi. Probabilmente il mercato attende che il trend si consolidi. «Exprivia — dice l'amministratore delegato **Domenico Favuzzi**, protagonista dell'operazione — ha chiuso bene la prima trimestrale 2006: valore della produzione +9%, margine operativo lordo 134,6%, risultato operativo +246% e utile di 20mila euro, contro la perdita di 1,04 milioni di fine 2005. Ciò conferma la correttezza del *business plan*». Da notare che i bilanci Aisoftw@re erano in perdita da tempo.

Apulia Prontoprestito, società del gruppo foggiano Bancapulia (ne detiene il 74,48%) partecipata da Hdi Assicurazioni (10,6%) nata a dicembre 2004 e specializzata in finanziamenti a lavoratori dipendenti rimborsabili con cessione del quinto dello stipendio, è la terza società pugliese entrata in listino, ma è prima per capitalizzazione (circa 456 milioni). Con Ops del dicembre 2005, ha reperito circa 30,7 milioni per crescere ulteriormente. Oggi la quotazione è a +51% rispetto al prezzo d'offerta (1,28 euro) e +43% da inizio anno. In bilancio 2005, finanziamenti per 403,8 milioni (+50,1% sul 2004).

L'ultima arrivata è Ciccolella, anch'essa di Molfetta: l'omonima famiglia ha acquistato ai blocchi la maggioranza della Coats Cucirini a dicembre 2005 e lanciato un'Opa obbligatoria dall'8 maggio al 9 giugno, a 1,15 euro per azione; a oggi è arrivata al 72,879% della società. Non c'è ancora il piano industriale, ma è certo che nella Coats (che ora si chiama Ciccolella spa) confluirà la produzione di fiori del gruppo (Ciccolella Holding), iniziata negli anni 70 e ora in fase di riorganizzazione. Il titolo è salito di circa il 72% da inizio anno. Oggi la spa molfettese capitalizza circa 24 milioni.

**Il futuro.** «La presenza delle aziende meridionali nel listino milanese è attesa in crescita nei prossimi anni — dice **Luca Lombardo**, direttore Mid & small caps di Borsa Italiana —. Lo scenario è molto cambiato: i requisiti per la quotazione sono più allineati alle esigenze delle Pmi, ci sono segmenti e mercati nuovi (come Expandi, dedicato alle aziende piccole), le aziende con investitori istituzionali nel capitale (come i fondi di *private equity* dedicati al Sud e nazionali) sono molte di più. Inoltre, anche le Pmi devono guardare alla Borsa, per la concorrenza su mercati sempre più globali».

MICHELE SARRA

### I risultati

Andamento nei primi mesi del 2006 delle società meridionali quotate su mercati azionari

| Società | Regione | Data ingresso sul mercato | Modalità ingresso | Prezzo 30/12/05 | Prezzo attuale | Capitalizzazione* 30/12/05 | Capitalizzazione* attuale | Variazione % da inizio anno | Mercato/ segmento appartenenza |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Natuzzi** | Puglia | 13/05/93 | Opv (1) | 5,53** | 5,81** | 302,4** | 317,5** | 5,0 | New York |
| **La Doria** | Campania | 27/11/95 | Opvs (2) | 2,46 | 2,38 | 76,3 | 73,7 | -3,5 | Milano/Star |
| **Exprivia** | Puglia | 15/10/05 | Fusione per incorporazione | 1,10 | 1,01 | 37,2 | 34,3 | -7,9 | Milano/Std1 |
| **Apulia Prontoprestito** | Puglia | 07/12/05 | Ops (3) | 1,35 | 1,93 | 318,8 | 456,4 | 43,2 | Milano/ Expandi |
| **Ciccolella** | Puglia | 22/12/05 | Opa (4) | 1,15 | 1,98 | 13,8 | 23,7 | 71,9 | Milano/Std1 |
| TOTALE | | | | | | 748,6 | 905,6 | 20,98 | |

**(1) Opv:** offerta pubblica di vendita di azioni da parte del gruppo di controllo della società emittente ad un prezzo prefissato e mediante idonee forme di pubblicità; **(2) Opvs:** offerta pubblica di vendita e scambio (operazione mista di collocamento di azioni di nuova emissione a prezzo prefissato e con idonee forme di pubblicità, più vendita di azioni da parte dell'azionista di controllo); **(3) Ops:** offerta pubblica di scambio (collocamento sul mercato di azioni di nuova emissione a prezzo prefissato e con idonee forme di pubblicità). **(4) Opa:** offerta pubblica di acquisto (procedura pubblica di acquisto di titoli di una società quotata a un determinato prezzo entro un periodo prestabilito)

* valori in milioni di euro **valori in euro calcolati al cambio dollaro-euro del 9 giugno: 0,79 *Fonte: elaborazione del Sole-24Ore Sud su informazioni aziendali e listini azionari*

**In Campania** / L'unica a listino in tutto il resto del Sud

# La Doria frena dopo lo shopping

ANGRI (SALERNO) ■ La Doria, prima azienda del Sud a entrare in Borsa a Milano, per anni è stata l'unico esempio meridionale del passaggio da un capitalismo familiare "chiuso" a uno "aperto" agli investitori, assieme alla Natuzzi (quotata a Wall Street). Oggi la famiglia Ferraioli (azionista storico) detiene circa il 70% del capitale, il mercato circa il 23,456% (compreso 7,520% di azioni proprie) mentre il restante 6,545% è detenuto dalla Cassa nazionale previdenza e assistenza ragionieri e periti commerciali (dati Consob). L'azienda, importante operatore nel settore delle conserve alimentari, si è quotata nel '95 con un'Opvs (si vedano le note alla tabella sopra) al prezzo di 5.400 lire (2,78 euro) per azione. Oggi è terza al Sud per capitalizzazione (circa 73 milioni).

> Il titolo perde il 3,5% da inizio anno, attesa per la ristrutturazione

«Decidemmo di quotarci — dice l'amministratore delegato **Antonio Ferraioli** — per finanziare un progetto di espansione limitando il ricorso al debito». Così l'azienda ha ottenuto dal mercato circa 18 milioni di euro che hanno certamente facilitato la crescita anche per linee esterne. Tappe importanti del percorso sono state l'acquisizione della maggioranza di Gerber La Doria (GLD) Ltd e Società Pomagro nel '98, di Sanafrutta e Confruit a fine 2003, di Eugea Mediterranea ad aprile 2004. Il fatturato consolidato è passato dai circa 259,2 milioni di euro del '98 ai 387,8 del 2005 (circa 50% di incremento assoluto e 6% tasso di crescita media annua), il margine operativo lordo è salito da 19,3 milioni di euro a 28,5.

Il titolo — oggi appartenente al segmento Star — è arretrato di circa il 3,5% rispetto a inizio anno e del 15% rispetto alla data del collocamento. Lo studio Equity Research della banca Intermonte del febbraio 2006 attribuisce giudizio *neutrale* e indica un *target price* a 12 mesi compreso in un intervallo di 2,5-3 euro per azione e una redditività attesa in ulteriore aumento soprattutto nel 2007, col completamento della ristrutturazione connessa alle acquisizioni realizzate.

MI.SA.

Il produttore di intimo compie 20 anni

# La Igam cresce e punta all'estero

CANOSA (BARI) ■ Scandali permettendo, un'azienda pugliese sarà dalla prossima stagione calcistica sulle maglie del Milan, squadra sei volte campione d'Europa. L'azienda è la Igam, una società per azioni di Canosa di Puglia (in provincia di Bari, ma rientrerà nel territorio della sesta provincia pugliese) che fornirà gli indumenti intimi ai calciatori.

L'azienda ha chiuso il 2005 con ricavi a oltre 15 milioni di euro e si appresta a registrare un altro bilancio con crescita a due cifre. «Per quest'anno — dice l'amministratore delegato, **Antonio Di Gennaro** — prevediamo un aumento dei ricavi del 30%, a fronte del 25% già contabilizzato nei primi cinque mesi di quest'anno». Con queste cifre Di Gennaro e il presidente, **Cosimo Tarantino**, hanno accolto nei giorni scorsi a Marina di Ugento (Lecce) i loro 300 clienti giunti da vari Paesi; l'azienda li aveva invitati per festeggiare i 20 anni d'attività.

**La sede.** Fabbrica e uffici della Igam, a Canosa

> L'azienda è leader di mercato e diventerà sponsor del Milan

La Igam produce e distribuisce abbigliamento intimo per adulti e bambini, ha 75 dipendenti diretti e un indotto di almeno mille unità lavorative. Ha uno stabilimento che, assieme alla palazzina uffici, occupa una superficie di circa 9mila metri quadri.

«Globalizzazione e processi di internazionalizzazione produttiva — aggiunge Di Gennaro — ci hanno condotto ad aprire impianti in Albania, Montenegro e Romania. Iniziative che sono state accompagnate da accordi di *partnership* con operatori locali, per sintetizzare le abilità manifatturiere del tessuto produttivo di quei Paesi e il *know-how* della nostra azienda per quanto concerne programmazione, progetti creativi, stile, eleganza e controllo di qualità».

La Igam in questi 20 anni è diventata leader di mercato, grazie anche alla sperimentazione di nuovi materiali, linee e modelli di vestibilità, alla vasta gamma e a controlli costanti su tutta la filiera produttiva e sui processi aziendali. Di recente, ha concesso il suo marchio *Nottingham* in licenza a un'azienda specializzata del Sud in commercializzazione di calzetteria per uomo. Inoltre, ha dato il marchio *Bimbissimi* in licenza di produzione e commercializzazione a una rinomata azienda del Nord che si occupa di calzetteria per bambini e neonati; è forse la prima volta che si verifica un "trasferimento" di questo tipo dal Meridione d'Italia al Settentrione.

Gli altri obiettivi della Igam sono il consolidamento e l'incremento della propria quota di mercato in Italia e l'espansione commerciale all'estero. Oggi la distribuzione avviene per il 70% (in fatturato) attraverso il canale dell'ingrosso in Italia e per il 25% attraverso la Gdo (grande distribuzione organizzata). Il restante 5% del fatturato viene realizzato all'estero: una quota ancora piuttosto ridotta, che adesso De Gennaro punta ad aumentare.

Nel biennio 2006-2007, è previsto il raddoppio degli investimenti in pubblicità e in quest'ambito si colloca l'operazione con il Milan. In ogni caso, alcuni marchi della Igam erano già stati tra gli sponsor di programmi televisivi nazionali negli anni passati.

VINCENZO DEL GIUDICE

*vincenzo.delgiudice@ilsole24ore.com*