MF il quotidiano dei mercati finanziari

Sabato 3 gennaio 2015

AIM ITALIA Il segmento di borsa dedicato alle pmi nel 2014 ha accolto 22 ipo e ha portato la capitalizzazione da 1,1 a 2 miliardi. Niente a che vedere con le difficoltà del mercato principale. E non è finita qui

Il mini-listino raddoppia

di **Claudia Cervini**

Gli sbarchi sull'Aim di Piazza Affari del Fatto Quotidiano, della società d'investimento 4Aim e del gruppo di digital marketing Digitouch, previsti per il primo semestre 2015, daranno ulteriore spinta e visibilità al listino di Borsa Italiana dedicato alle pmi. Uno studio dalla società di consulenza finanziaria Ir Top ha calcolato che le 22 ipo registrate nel 2014 sull'Aim (+47% rispetto al 2013) hanno permesso di raddoppiare la capitalizzazione del segmento portandola a superare quota 2 miliardi. Un andamento in chiara controtendenza rispetto alle difficoltà registrate dai nuovi collocamenti sul listino principale della borsa milanese, dove, dalle cartiere Fedrigoni a ItaliaOnline, numerose sono state le aspiranti matricole che hanno fatto dietrofront, spaventate dall'alta volatilità dei mercati. Più nello specifico, le 22 società sbarcate sull'Aim nell'anno appena concluso hanno raccolto capitali per 206 milioni (+29% sul 2013) per una capitalizzazione complessiva di 931 milioni (43 milioni in media). La percentuale della raccolta in opv (da vendita di titoli) è pari all'11%. Le regioni che contano il maggior numero di società quotate sull'Aim Italia sono Lombardia (36%), Emilia-Romagna e Lazio (18% entrambe).

A che cosa si deve questo fermento? Come ha spiegato di recente su *MF-Milano Finanza* Barbara Lunghi, responsabile del listino di Borsa Italiana, l'Aim è popolato da piccole società in cerca di capitali per la crescita. Il target di raccolta è definito con largo anticipo. La snellezza delle procedure di ammissione e il tempismo dei collocamenti facilita l'ingresso delle società sul listino. Altro elemento importante è la platea di investitori: la liquidità non è il driver che spinge gli investitori verso queste realtà; al contrario, queste società intercettano investitori focalizzati sulle potenzialità di sviluppo del business. L'infornata di ipo verificatasi nel corso del 2014 ha portato a 57 il numero delle società quotate sull'Aim Italia. Il segmento oggi vanta quindi un fatturato complessivo di 2,7 miliardi di euro e una capitalizzazione totale superiore a 2 miliardi. Nel dettaglio, il mercato ha raccolto complessivamente 453 milioni, di cui 412 milioni provenienti da nuova emissione di titoli e 41 milioni dalla vendita di azioni già esistenti. Le società dell'Aim Italia hanno in media un fatturato di 27 milioni e una capitalizzazione di mercato di 36 milioni di euro. Eppure, nonostante i numeri positivi elencati dallo studio, non è tutto rose e fiori. Sebbene l'Aim si sia dimostrato anticiclico rispetto al resto del mercato, alcune pmi italiane nell'ultimo anno hanno comunque preferito quotarsi su piazze finanziarie estere. Negli ultimi giorni del 2014, per esempio, Lanificio Botto, Sintesi (arredamento) e Semplicemente (start-up tecnologica al servizio del settore assicurativo), pmi controllate dalla società di investimento Ikf quotata all'Aim Italia, sono sbarcate alla borsa di Parigi. I motivi? Sono più di uno. C'è chi sostiene che l'iter per la quotazione sul listino francese sia ancor più snello rispetto all'Aim. C'è chi ha scelto Parigi come piazza principale per sviluppare un brand di moda particolarmente legato al mercato transalpino. Oppure, ancora, c'è chi apprezza la marcata deregolamentazione del Marché Libre oppure chi ha scelto il listino di Parigi in quanto più liquido rispetto all'Aim Italia. A quest'ultimo proposito, proprio l'esiguità degli scambi rispetto al listino principale rappresenta il maggior limite del listino dedicato alle pmi.

Eppure l'Aim, con le sue 22 ipo registrate nel 2014, procede a passo spedito. Il meccanismo continuerà a funzionare o è destinato a incepparsi? «Il trend delle ipo è previsto ancora in crescita per i prossimi anni», risponde Anna Lambiase, amministratore delegato di Ir Top. «Tale tendenza è supportata soprattutto dall'interesse delle pmi per questa modalità di accesso al mercato dei capitali». Dopotutto, fa notare la manager, il significativo numero di ipo e l'incremento nel valore della raccolta rispetto al 2013 rappresentano una spia di quanto questo mercato si stia sempre più affermando come canale importante per la crescita delle pmi. Secondo lo studio di Ir Top, le ragioni principali che hanno portato le aziende alla quotazione sono la volontà di accrescere la visibilità sui mercati di riferimento, di supportare progetti di espansione domestica e internazionale, di consolidare la quota di mercato e di rafforzare la struttura patrimoniale.

Nel corso dell'anno appena concluso non sono mancate nemmeno le iniziative a sostegno di questo segmento. Nel maggio scorso, per esempio, proprio Ir Top ha creato il progetto Aimnews.it, un portale verticale dedicato al mercato delle pmi di Borsa Italiana e nato con l'intento di fornire agli investitori istituzionali e retail, ai media e alle società il monitoraggio completo delle ultime news, dei risultati economico-finanziari e delle strategie relative alle aziende quotate. E per sostenere la liquidità la società di consulenza finanziaria guidata da Lambiase e il broker online Directa Sim hanno siglato una partnership grazie alla quale il flusso informativo di Aimnews.it (che effettua il monitoraggio completo del mercato) sarà visibile, tramite il filtro di Directa, ai 17 mila clienti retail operativi (potenziali investitori delle società quotate)

Gli addetti ai lavori sono pronti a scommettere che anche nel 2015 le sorprese non mancheranno. La sola società di consulenza finanziaria Methorios Capital prevede di accompagnare al collocamento dieci società, la maggior parte delle quali sul listino Aim, entro la fine dell'anno. Sul listino sono pronte a sbarcare marchi noti a livello nazionale come quello del Fatto Quotidiano, aziende meno conosciute come Clabo (pmi marchigiana di arredi per la ristorazione), fino a nuove realtà come Spac (il cui iter dell'ipo è seguito da Ambromobiliare), società specializzata in operazioni di ristrutturazione e turnaround aziendali. (riproduzione riservata)

TUTTI I NUMERI DELLE 22 IPO REGISTRATE NEL 2014

Dati in milioni di euro	Settore	Data ipo	Flottante	Raccolta	Aum. capitale	Vendite	Capitalizz.
Gruppo Green Power	Green	22/1/14	11%	3,3	3,3	-	17,5
Sunshine Capital Invest.	Finanza	24/1/14	100%	3,2	3,2	-	2,8
Expert System	ICT	18/2/14	43%	17,1	9,8	7,3	42,3
Gala	Energia	10/3/14	12%	24,9	24,9	-	189,7
Triboo Media	Media & digital	11/3/14	38%	27,6	21,6	6,0	56,4
Agronomia	Green	6/5/14	19%	6,2	2,5	3,7	22,9
Ecosuntek	Green	8/5/14	17%	5,3	5,3	-	19,5
Energy Lab	Green	20/5/14	17%	3,7	3,7	-	23,8
Pit Energia	Green	4/6/14	16%	10,5	10,5	-	43,8
Notorious Pictures	Media & digital	23/6/14	10%	7,0	7,0	-	59,4
Mp7 Italia	Media & digital	7/7/14	28%	3,9	3,9	-	10,1
Iniziative Bresciane	Green	15/7/14	26%	20,2	20,2	-	85,3
Lucisano Media Group	Media & digital	16/7/14	12%	6,4	6,4	-	36,1
Blue Note	Prodotti e servizi	22/7/14	22%	1,0	1,0	-	3,9
Mail Up	Media & digital	28/7/14	15%	3,0	3,0	-	22,7
Tech-Value	ICT	5/8/14	13%	1,7	1,7	-	12,9
Tecnoinvestimenti	Media & digital	6/8/14	21%	22,8	22,8	-	99,7
GO Internet	Media & digital	6/8/14	30%	5,0	5,0	-	17,2
Bio-On	Green	24/10/2014	10%	6,9	6,2	0,7	79,4
Modelleria Brambilla	Prodotti e servizi	5/12/14	18%	1,5	1,5	-	11,2
Axélero	Media & digital	11/12/14	33%	24,8	19,8	5,0	74,3
Giorgio Fedon & Figli	Fashion	18/12/14	21%	-	-	-	13,0

Fonte: Ufficio studi IR Top

Pedon, i segreti della multinazionale vicentina del fagiolo

di Franco Canevesio

La strada percorsa è stata parecchia da quando, negli anni 60, Guerrino Pedon si caricava due casse d'olio sulle spalle per venderle porta a porta. Oggi la seconda generazione dell'azienda famigliare Pedon a Molvena, in provincia di Vicenza, lavora, confeziona e distribuisce legumi e cereali secchi, convenzionali e bio, tradizionali e precotti. Il gruppo ha due divisioni: una retail (Pedon spa) e un'altra (Acos spa) per la produzione e la vendita di commodities agricole. «Lavoriamo 100 milioni di chili di legumi e realizziamo 55-60 milioni di confezioni l'anno», spiega a MF-Milano Finanza l'ad Remo Pedon. «Non usiamo ogm, né conservanti o coloranti». La produzione si sviluppa nei 15 metri quadrati dello stabilimento vicentino. Ma anche nei cinque stabilimenti esteri che lavorano con produttori locali: quello a Dalian, in Cina, produce fagioli rossi, neri, borlotti, corona e lenticchie ed esporta 1.500 container l'anno; quello a Nazaret, in Etiopia, impiega 350 dipendenti e produce 40 mila tonnellate di legumi; i due impianti in Argentina esportano ogni anno 20 mila tonnellate di legumi. Sei mesi fa sono partiti poi i lavori per lo stabilimento in Egitto, nel polo industriale del Cairo, sempre per produrre i cannellini. L'insediamento, per un investimento di oltre 1,5 milioni, sarà operativo in primavera.

Tutti i legumi prodotti vengono puliti e selezionati e vanno a finire nei barattoli di Bonduelle o di Conserve Italia, per esempio. Perché dal 1984 l'azienda distribuisce prodotti grocery sui banchi della gdo italiana (Esselunga, Auchan, Carrefour, Eurospin, Selex) e mondiale, con oltre 120 linee a marchio privato corrispondenti a più di 3 mila referenze totali. Alla gdo mondiale Pedon fornisce i 5 cereali a rapida cottura e il farro biologico non precotto a marchio italiano. Si parla di colossi come la multinazionale tedesca Aldi, ottavo retailer mondiale per fatturato (oltre 80 miliardi di dollari), e Asda, secondo retailer del Regno Unito, per il quale Pedon ha realizzato un couscous senza glutine. Tramite Costco, la più grande catena americana di ipermercati all'ingrosso (oltre 600 punti vendita), Pedon è sbarcato poche settimane fa nella grande distribuzione messicana «con i cereali a rapida cottura in formato famiglia da un chilo», aggiunge Pedon. Gli ultimi contratti sono stati siglati con altri colossi del calibro di Safeway e Topco negli Usa, Casino in Francia, Albert Heijn in Olanda e Tesco nel Regno Unito. Il successo di questa azienda famigliare made in Italy è attestato da un tasso di crescita annuo attorno al 25%. «Nel 1999 avevamo 23 dipendenti, oggi 600», conclude Pedon. «Contiamo di chiudere il bilancio 2014 con oltre 100 milioni di ricavi e un margine ebitda superiore al 10%. Per ora l'export in 45 paesi rappresenta il 40% del fatturato, ma il peso cresce del 4-5% ogni anno. «Gestiamo il rischio senza utilizzare intermediari», conclude Pedon. «Operiamo con catene della grande distribuzioni affidabili e solvibili, utilizzando un credito frazionato che limita al minimo i rischi nei pagamenti». La diversificazione geografica delle colture riduce infine il rischio legato agli effetti degli eventi atmosferici sui raccolti. (riproduzione riservata)