

Unioncamere**La crisi è dura
ma dall'export
segni di ripresa**

>> Segnali di crisi, certo, ma Milano va meglio del resto della Lombardia. Se al livello regionale i livelli produttivi del quarto trimestre 2011 registrano infatti - rispetto all'anno precedente - una diminuzione (meno 0,7%), nel capoluogo c'è qualche segnale di ripresa (più 0,5%). Sono state soprattutto le esportazioni a registrare una performance positiva (più 8,8%). In calo invece l'artigianato sia nel caso regionale che del capoluogo, rispettivamente del 2,7% e dell'1,1%. A Milano, tra i settori rallentano soprattutto il commercio (meno 5%) e i servizi (meno 3,2%). I dati emergono da un'elaborazione della Camera di commercio sui dati di **Unioncamere** contenuti nell'indagine congiunturale del IV trimestre presentata ieri. <<



A CHI CONVIENE L'EURO DEBOLE

INVESTIMENTI La moneta unica a 1,3 sul dollaro spinge l'export di tante società europee. Ecco come approfittarne. di Sandra Riccio

LUXOTTICA

CHE COSA FA

Il colosso italiano dell'occhialeria genera il 96% dei propri ricavi all'estero. Stati Uniti in testa con il 60% del giro d'affari. Intanto il gruppo ha presentato dati record e sopra le attese per il 2011 con un fatturato superiore ai 6,2 miliardi di euro, in crescita del 9,9%.



PERCHÉ PIACE

È tra i brand del made in Italy più apprezzati all'estero. I dati record sulle vendite 2011 hanno subito fatto scattare una raffica di promozioni: Equita Sim ha alzato il target price da 24,9 a 27,5 euro con rating buy. «Ci aspettiamo che le vendite nel 2012 possano crescere del 12% con un cambio euro/dollaro a 1,30» dicono gli analisti. Anche Citigroup ha alzato il prezzo obiettivo a 27 euro da 24 euro, con giudizio buy.

swatch

CHE COSA FA

Il gruppo svizzero, attivo nell'orologeria e nella gioielleria, ha registrato una crescita del fatturato del 21% nel 2011, superando i 7 miliardi di franchi svizzeri nonostante il negativo impatto dell'apprezzamento della valuta nazionale su euro e dollaro.



PERCHÉ PIACE

La vera forza di Swatch sta nel posizionamento sui mercati emergenti. Per questo Societe Generale ha alzato il rating a buy da hold. Per Kepler il 2012 segnerà una crescita dell'utile per azione del 6-9%: la raccomandazione è buy con target price di 425 franchi svizzeri.

Gli investitori scommettono sull'euro debole. Tra gli effetti collaterali della crisi del debito, c'è anche una perdita di terreno per la moneta unica scesa a 1,3 sul dollaro. Una fragilità che per molte aziende significa un pieno di carburante per crescere sui mercati esteri: ogni centesimo di cambio in meno per le imprese vuol dire più vendite negli Stati Uniti o magari in Cina. A beneficiare della debolezza della moneta unica saranno soprattutto quei gruppi europei che esportano buona parte del proprio giro d'affari all'estero. Molte aziende hanno già incassato i primi frutti di un cambio favorevole con una crescita dei ricavi fuori confine nel 2011, ma per molte l'effetto si vedrà nelle prossime trimestrali. Un'opportunità anche per gli investitori.

Ma dove guardare? «L'euro perderà ancora terreno» dice Pier Alberto Furno, ceo di Nemesis Am, che non vede margini di ripresa nel contesto di recessione e prevede che le iniezioni di liquidità della Bce finiranno per pesare sul cambio europeo. «La valuta debole è un'opportunità per le aziende dell'area euro, con particolare riguardo a quelle del settore manifatturiero. Da notare che la debolezza si ripercuote positivamente anche sui crediti in valuta diversa»

INTEL/ANALISTEX



Volkswagen

CHE COSA FA

È il primo produttore d'auto in Europa e ha chiuso il 2011 con vendite record in crescita del 14%, grazie al buon posizionamento sul mercato Usa, dove l'anno scorso ha registrato una crescita delle vendite del 23% a 440 mila unità. Buona anche la penetrazione in Cina dove Volkswagen ha venduto 2,2 milioni di auto, sugli 8 milioni realizzati a livello globale.

PERCHÉ PIACE

È tra le aziende europee che beneficeranno maggiormente di un aumento delle esportazioni grazie all'euro debole. Citigroup giudica il titolo *neutral*, ma con target rivisto da 103 a 130 euro.



CHE COSA FA

Nel 2012 potrebbe entrare tra i gruppi italiani del lusso con un giro d'affari che supera il miliardo di euro. Nel 2011 i ricavi del gruppo fondato da Diego Della Valle hanno sfiorato i 900 milioni in crescita del 13,5%. In Asia e nel resto del mondo, i ricavi sono saliti a 199,9 milioni (+38,1%).

PERCHÉ PIACE

Gli analisti guardano alle brillanti vendite negli Usa e nei Paesi emergenti che hanno controbilanciato la discesa dell'Italia nel 2011 (-12%). Banca Akros ha confermato la sua raccomandazione ad *accumulate* e il prezzo obiettivo a 91 euro.



aggiunge **Franco Benini**, responsabile ufficio studi di Copernico Sim.

Sulla lista delle aziende italiane che riceveranno una spinta aggiuntiva dalla debolezza dell'euro ci sono i grandi nomi del made in Italy, come Luxottica e Tod's, che sono ben posizionate negli Stati Uniti. «Per le aziende quotate si potranno vedere benefici anche se non conterei troppo sulla stabilità nel tempo di questi effetti. C'è da augurarsi che l'andamento dei cambi possa ricadere positivamente anche sulle piccole e medie imprese che vivono di esportazioni e, di conseguenza, indurre un effetto positivo su tutto il sistema produttivo nazionale», sottolinea Benini.

Ma anche la Germania ne trarrà vantaggi. «Senz'altro un dollaro forte aiuta le esportazioni tedesche anche se queste hanno dimostrato di andare bene anche con un dollaro debole» dice **Piero Verzetti**, responsabile gestioni patrimoniali di Banca Akros. L'economia tedesca beneficerà degli effetti collaterali della crisi del debito sovrano e, in particolare, dell'euro debole secondo **Emile Cardon**, economista di Rabobank. Un toccasana per le esportazioni di grandi gruppi come Volkswagen, che vende all'estero gran parte della propria produzione, ma nella lista ci sono anche la svizzera Swatch, in forte crescita anche grazie a un franco svizzero «calmierato».

ASTALDI
Contratti in Cile
per 420 milioni \$

Astaldi si è aggiudicata in Cile due contratti con il big statale Codelco, per un valore complessivo di 420 milioni di dollari. Astaldi è presente nel paese dal 2008 nel settore idroelettrico in partnership con l'australiana Pacific Hydro. Le commesse riguardano la costruzione di gallerie nella miniera di rame più grande al mondo - Chuquicamata - per 155 milioni di dollari e 34 milioni per un impianto di trattamento fanghi e recupero di rame e molibdeno. Gli altri 230 milioni riguardano la successiva gestione degli impianti.



«CENTINAIA DI IMPRESE ITALIANE IN LIBIA SONO IN ATTESA DI ESSERE PAGATE». IL PDL CHIEDE RASSICURAZIONI AL GOVERNO

Con una interpellanza urgente a cui il governo risponderà oggi in aula, trenta deputati del Pdl, primo firmatario Isidoro Gottardo, chiedono di riferire sullo stato di risarcimento dei crediti maturati dalle imprese italiane che operavano in Libia allo scoppio del conflitto.

«Le imprese - riferisce Gottardo - sono circa un centinaio e con pronunciamenti ripetuti la Camera ha sollecitato il governo, che al riguardo ha raggiunto un accordo con le nuove autorità libiche. Anche il parlamento europeo si è pronunciato», ricorda. Gottardo e gli altri interpellanti lamentano una «insufficiente attenzione anche per quanto riguarda gli obblighi fiscali di queste imprese, che se aiutate nei loro diritti avrebbero anche le energie per riprendere a operare in Libia, contribuendo alla ripresa della nostra economia».

Secondo i dati più recenti, la Libia si colloca al quinto posto nella graduatoria dei Paesi fornitori dell'Italia, con il 4,5 per cento sul totale delle nostre importazioni, mentre il nostro Paese rappresenta il primo esportatore, che ricopre circa il 17,5 per cento delle importazioni libiche, con un interscambio complessivo stimato nel 2010 di cir-

ca 12 miliardi di euro. Tripoli risulta essere il primo fornitore di greggio e il terzo fornitore di gas per l'Italia. L'Italia Terzo Paese investitore tra quelli europei (escludendo il petrolio) e il quinto a livello mondiale. L'importanza che il mercato libico riveste per il nostro Paese è dimostrata anche dalla presenza stabile in Libia di oltre 130 imprese italiane.

Inoltre, secondo i dati forniti dalla Camera di Commercio ItAfrica, prima dell'inizio del conflitto le Pmi italiane stavano investendo per un ammontare di 60 milioni di dollari. In particolare, nel campo delle infrastrutture l'Anas guida il gruppo di imprese italiane che si sono aggiudicate la gara da 125,5 milioni di euro per il servizio di advisor in vista della realizzazione dell'autostrada costiera libica lunga 1.700 km e chiesta dal colonnello Gheddafi come riparazione per i danni subiti nel periodo coloniale e prevista dal trattato di amicizia e cooperazione firmato nel 2008 da Italia e Libia. Valgono circa tre miliardi di dollari e riguardano l'intero tracciato. In corsa per la gara il colosso delle infrastrutture Impregilo che ha anche ottenuto in Libia contratti per un miliardo di euro per la costruzione di tre università e il nuovo centro congressi di Tripoli.

Gu.Li.



Londra Saracinesche alzate per 520 negozi

**DEREGULATION
DEL COMMERCIO/2**

Turni di 12 ore e qualche precauzione in più nelle ore meno affollate.

Ma la capitale inglese non rinuncia mai a sigarette, alcolici e alimentari.

di Chiara Albanese

Anche la notte, in ogni angolo di Londra si trovano beni di prima necessità, alcolici e giornali. Secondo la *directory 24 hours alcohol*, ci sono oltre 520 supermercati, deli shop e stazioni di benzina che hanno ottenuto la licenza per la vendita continuativa di alcolici, concessa da una delle 33 autorità locali della capitale. Il proprietario del Brixton convenience store, piccolo supermercato a gestione familiare di fronte alla stazione della metro di Brixton, sud di Londra, aperto 24 ore al giorno e 365 giorni l'anno, spiega che la notte il 90% delle vendite riguarda alcolici e sigarette. La decisione di tenere aperto è in parte dovuta alla vicinanza con un ristorante McDonalds che fa orario continuato e che contribuisce quindi ad aumentare il numero dei clienti che

entrano per acquistare una birra da consumare con il panino del fast-food. «I turni sono di 12 ore, dalle 7 alle 19 e dalle 19 alle 7, con due o tre persone sempre presenti in negozio» aggiunge.

La maggior parte dei deli nei quartieri periferici preferisce chiudere per qualche ora, calando la saracinesca in un orario variabile tra le 23 e le 2 del mattino per poi riaprire la mattina alle 6. La ragione, spiega il proprietario di un'edicola che vende generi alimentari nella zona di Baker street, quartiere residenziale a nord, è la mancanza di un business reale nelle ore notturne. «Di notte la maggior parte del fatturato è dovuto alla vendita di alcol. A fronte di queste vendite corriamo tuttavia un rischio collegato alla criminalità» spiega il gestore, che a mezzanotte chiude per tornare a casa. Alcuni ristoranti fast food che vendono fish & chips e pollo fritto si sono dotati di una grata di ferro antirapina. Tanti rischi per poche vendite. Vale la pena tenere aperto 24 ore al giorno? Il proprietario del Brixton convenience store alza le spalle. «Fa parte del nostro lavoro».