

essa sembrava a
tà della Pirelli,
un asso diver-
Telecom alle
ibuito a infran-
creato simpa-
di Medioban-
com in arrivo,
)

rari ura

ura di Catilina
sibile difender-
ppo tecnologici
le cose sembra-
nesso sull'avvi-
hé dalla moglie
ntre l'ammini-
tradimento di
lla monoposto
lan, progettista
le importanti
industriali, tec-
re venire molti
tradimenti dei
... (A.Grass.)

Le società quotate sullo Star sono più seguite dagli analisti La trasparenza aiuta gli scambi

MILANO

Non ci sono soltanto fatturato e performance borsistica a dare valore a una società quotata. Lo sanno bene le 77 società del segmento Star (Segmento titoli ad alti requisiti) con una capitalizzazione non superiore al miliardo di euro. Le quali per poter partecipare allo Star si impegnano a rispettare requisiti più stringenti rispetto ai cugini del segmento standard, in termini di trasparenza informativa, liquidità e governo societario. Requisiti che hanno un costo, ma anche un ritorno misurato in termini di risorse intangibili. Lo dimostra una ricerca presentata dall'Aiaf (Associazione, italiana degli analisti finanziari) ieri in Borsa, in cui risulta che la dimensione intangibile di maggiore importanza è quella del «capitale relazionale». Che cosa significa? Si tratta delle opportunità

di contatto che gli analisti hanno con le società da cui possono trarre le informazioni, le quali vengono elaborate e costituiscono la fonte dei loro reports.

Dunque, maggior livello di trasparenza e informazioni più accessibili rispetto ad analoghe aziende quotate fuori dallo Star alla Borsa Italiana: è questa la sintesi del sondaggio effettuato su 35 delle 77 società quotate allo Star e tra gli stessi analisti. È lungo l'elenco di questi requisiti. Si va dalla puntualità e precisione della reportistica, alla comunicazione in occasione delle

IL SONDAGGIO AIAF

I requisiti più stringenti di comunicazione consentono di sviluppare migliori relazioni con le banche d'affari

Star conferenze organizzate dalla Borsa Italiana, alle caratteristiche della struttura di corporate governance, al rispetto dei requisiti di liquidità.

«Far parte del segmento Star stimola una più trasparente modalità di comunicare — dice Andrea Gasperini, coordinatore del gruppo di lavoro — può quindi cambiare la capacità di sviluppare le relazioni con il mercato». Ed infatti il 61% delle società dello Star è soddisfatto della propria capacità di comunicare con il mercato e buona parte di loro ha riconosciuto un miglioramento di tale capacità a requisito del processo di quotazione e della successiva ammissione al segmento Star. Il miglioramento, sempre secondo la ricerca, è stato più evidente quando quotazione e ammissione al segmento si sono verificate contemporaneamente. Tra

gli analisti finanziari, invece, si fa notare come la copertura di una società non è legata alla sua dimensione: se è vero che la più seguita risulta Brembo, la più significativa per dimensioni, seguita da Mariella Burani Fashion group e Interpump group, risultano oggetto di numerose coperture anche società minori come Cairo communication, Mirato e Sabaf; inoltre sono ben rappresentate, tra le società oggetto di copertura da parte degli analisti, aziende di recente quotazione come Guala closures e Bolzoni: in media ogni società quotata al segmento Star nel 2006 è stata oggetto di 11 studi di analisi.

«Il caso del segmento Star — commenta Gregorio De Felice presidente dell'Aiaf — rappresenta un bell'esempio di autoregolamentazione del mercato che crea valore a Borsa Italiana e agli investitori. Un patrimonio da valorizzare con il mantenimento della comunicazioni obbligatorie, tra cui le trimestrali, per tutti e non solo per le Star».

Ma.Mo.

(NR. 189 - IL SOLE 24 ORE - 12 LUGLIO 2007)