TITOLI DEL TURISMO: AIRLINES SOFFRE DI PIÙ

Il valore di mercato dei giganti del turismo dopo quasi due anni di pandemia mostra risultati diversi a seconda dei sottosettori. Le grandi compagnie alberghiere e anche le grandi agenzie online sono già ben al di sopra della loro valutazione di borsa pre-pandemia. Al contrario, sia le compagnie aeree che soprattutto i tour operator sono molto indietro nella loro capitalizzazione di mercato rispetto a marzo 2020.

Marriott, Hilton e IHG stanno già superando i loro prezzi azionari pre-covid, mentre Accor e Meliá stanno recuperando terreno. Anche Booking mostra una capitalizzazione più alta rispetto a due anni fa, così come Expedia. Al contrario, le compagnie di navigazione come Royal Caribbean e soprattutto Carnival recuperano solo la metà del loro crollo in questo biennio, così come Amadeus.

Ma il colpo peggiore va alle compagnie aeree, come IAG - mantenendo il suo valore di mercato in livelli simili a quelli del brusco crollo nella primavera del 2020, così come Lufthansa e Air France-KLM, a causa di aumenti di capitale e l'enorme aumento dei loro debiti, che ha fortemente colpito i loro prezzi delle azioni.

Per quanto riguarda le compagnie aeree low-cost, Ryanair è un'eccezione, in quanto è già valutata al di sopra del suo prezzo pre-covid, grazie al fatto che il traffico a corto raggio sta recuperando più velocemente, ed è meno dipendente dai viaggi d'affari e dalla classe executive per la redditività. Easyjet, che è più focalizzata sul segmento aziendale, è ancora lontana dalla capitalizzazione di mercato di febbraio 2020.

In fondo ci sono i grandi operatori turistici, specialmente Tui, che continua a colpire i minimi che sono un quarto di quello che valeva quasi due anni fa, dopo aver sparato sul suo debito e dopo aver raccolto capitale in parallelo. Jet2 è scesa meno bruscamente della sua rivale con sede ad Hannover, nonostante la sua grande flotta di 100 aerei, e nonostante non abbia proprietà alberghiere e navi.

Gli investitori stanno riponendo la loro fiducia in aziende con un futuro più prospero come le società alberghiere sostenute da immobili e con meno debiti grazie ai loro ampi margini, che hanno permesso loro di avere una certa liquidità propria. Questo vale anche per le OTA, essendo essenzialmente aziende tecnologiche, nei mesi in cui la società ha fatto diversi salti in avanti nella digitalizzazione.

Al contrario, il mercato diffida dei giganti che dovranno affrontare la ripresa nei prossimi anni con un pesante fardello di debiti e utilizzando modelli classici che restano indietro rispetto a quelli innovativi. Le compagnie aeree vengono punite per questo, ma non tanto quanto i tour operator, dato che le barriere all'entrata sono molto più alte per gestire gli aerei che per commercializzarli.

Date: 2021-12-13

Article link: https://www.tourism-review.it/azioni-nel-turismo-due-anni-dopo-news12318