Imprese, in Calabria 33 aziende pronte per i mini bond

Date : 28 ottobre 2014

CATANZARO. Sono almeno 7.875, in Italia, le società di capitali con i requisiti che potrebbero potenzialmente consentire loro di accedere al mercato dei mini-bond e, più in generale, delle obbligazioni, con la possibilità di raccogliere risorse integrative o complementari al credito bancario per sostenere i propri progetti di sviluppo. Sono dati ricavati dallo Studio sulle imprese target per l'emissione di mini-bond realizzato dall'agenzia di rating CRIF Rating Agency da cui emerge pure che in Calabria sono 33 le aziende con le carte in regola per poter accedere con fiducia al mercato dei mini-bond. "Una nuova asset class, questa, - è scritto in un comunicato - che si va configurando sempre più come sostitutiva, o comunque alternativa, al credito bancario industriale a medio termine, quindi adatta ad imprese che intendono finanziare progetti di sviluppo aziendale capaci di generare flussi di cassa aggiuntivi". Entrando nel dettaglio, in Calabria la classifica è guidata dalla provincia di Cosenza (con 11 imprese in target), seguita da Catanzaro e Reggio Calabria (entrambe con 7 imprese) e da Crotone e Vibo Valentia, ognuna con 4 imprese in target. "Bisogna però segnalare - fa rilevare l'agenzia - come la Calabria sia la regione italiana con l'incidenza più bassa di imprese potenzialmente in target per l'emissione di mini-bond, con una quota pari al 16,4% del totale delle società con fatturato superiore a 10 milioni di Euro attive sul territorio. A titolo di riferimento, la graduatoria nazionale è capeggiata dal Piemonte, con una quota pari al 30,8% del totale delle imprese con i requisiti adeguati, seguito dal Veneto, con il 29,5%, e dalla Lombardia, con il 28,8%. A livello provinciale, a Vibo Valentia l'incidenza delle società in target rispetto al totale sale al 30,8%. Leggermente al di sopra della media regionale anche le province di Cosenza (con il 17,5%) e Reggio Calabria (16,7%)". "Lo studio che abbiamo prodotto ha focalizzato l'attenzione su un target di imprese sane e dinamiche, che malgrado un contesto economico non favorevole continuano a investire e a voler crescere. Crescita che, per altro, potrebbe innescare effetti positivi e a catena su tante altre imprese della filiera e/o del settore di riferimento - spiega Francesco Grande, Direttore Marketing & Business Development di CRIF Rating Agency -. I progetti di crescita e la propensione all'investimento delle imprese, però, da soli non bastano a far sviluppare questo nuovo importante segmento di mercato se non adeguatamente accompagnati da un profondo mutamento culturale delle imprese stesse e degli investitori".