

Esteri

Il debutto in Borsa del petrolio saudita. Così Bin Salman cambia il Regno

Circa l'1-2% dell'Aramco sarà quotato a breve

Sono passati quasi quattro anni — era gennaio 2016 — da quando il principe ereditario saudita Mohammed bin Salman ha lanciato l'idea di portare Aramco in Borsa. Ora dopo tanti tentennamenti il colosso petrolifero della monarchia, a cui si deve uno su otto dei 100 milioni di barili di petrolio estratti ogni giorno sul pianeta, inizierà il suo cammino sui mercati. E non si tratta solo di una questione economica, perché l'Aramco — l'ex Arabian American Oil Company — «è» l'Arabia Saudita. Con tutto ciò che dal punto di vista politico, geopolitico (e anche ambientale) il Regno rappresenta.

Per il momento è un primo passo, sancito ufficialmente ieri dalle autorità locali: circa l'1-2% dei titoli Aramco sarà quotato, probabilmente da dicembre, sul mercato azionario Tadawul. Se sia, come si pensa, una mossa propedeutica allo sbarco in grande stile sulle grandi piazze come New York e Londra non è dato ancora sapere. Secondo le stime che circolano anche questo «piccolo» pezzo di Aramco non è comunque da disprezzare: vale per i sauditi un incasso tra i 15 e i 35 miliardi di dollari, e costituirà la maggior «offerta pubblica iniziale» (Ipo) degli ultimi tempi, sopravanzando quella della cinese Alibaba. Il prezzo preciso sarà determinato nei prossimi giorni ed è stato il fattore incognito che ha determinato molti ripensamenti passati. Il principe ereditario MbS puntava a una stratosferica valorizzazione totale di Aramco di duemila miliardi di dollari. Ci si fermerà probabilmente tra 1.500 e 1.800, il che significa che ogni 1% supplementare ceduto sul mercato varrà 15-18 miliardi di dollari. Anche con questo leggero ridimensiona-

Le tappe

● Con la quotazione in Borsa, Saudi Aramco dovrebbe cedere il 5% del proprio capitale. Prima, a dicembre, l'1-2% sulla Borsa saudita, poi forse nel 2020 su una piazza internazionale. Le azioni saranno proposte a investitori istituzionali, cittadini sauditi, residenti stranieri in Arabia Saudita, cittadini dei Paesi del Golfo

mento il gigante petrolifero (ha riserve per 268 miliardi di barili) si candida ad essere il più grande di sempre, al di sopra di Google, Amazon, Apple e degli altri «over the top», distanziati a quota mille miliardi. Sarà a suo modo una rivincita della «old economy», anche per guadagni: lo scorso anno Aramco ha realizzato profitti per 111 miliardi di dollari, più di Apple, Google ed ExxonMobil messi insieme.

Ma la posta in gioco non è solo economica: la quotazione è uno dei pilastri della «Vision 2030» che nelle intenzio-



All'ombra delle piramidi Una partita del mondiale di Squash a Giza, in Egitto (Gomes/Afp)

ni di MbS dovrebbe condurre il Regno saudita ad affrancarsi dalla dipendenza dal greggio. Assorbito dai conflitti in Siria e nello Yemen e soprattutto dallo storico scontro con l'Iran degli ayatollah, Mohammed bin Salman ha dovuto af-

frontare anche una dura opposizione interna, come testimoniato due anni fa dalla vicenda della detenzione sotto accusa di corruzione di una larga fetta dell'élite saudita nei grandi alberghi di Riad. O, questione ancor più scabrosa,



Corriere.it

Sul sito del Corriere della Sera aggiornamenti, approfondimenti e analisi sui principali avvenimenti di politica estera

2

mila miliardi di dollari

Il valore totale della compagnia secondo i desiderata di Riad, ma gli analisti finanziari considerano una valutazione tra 1.500 e 1.800 miliardi

268

miliardi di barili

le riserve del gigante petrolifero, al quale si deve uno su otto dei 100 milioni di barili di petrolio estratti ogni giorno sul pianeta

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

De Petrillo festeggia il suo decimo anniversario in un 2019 da record

L'AZIENDA È STATA FONDATA NEL 2009 A FRATTAMAGGIORE VICINO A NAPOLI, NEL BEL MEZZO DI UNA FORTE CONGIUNTURA ECONOMICA, SOPRATTUTTO NEL SETTORE TESSILE

Benedetto De Petrillo decide di fondare la sua azienda avendo da subito chiara la propria mission: realizzare un capospalla che segue i canoni della sartoria napoletana, ma in chiave moderna e contemporanea e rivolta a un pubblico internazionale. In questo l'azienda è stata un precursore nell'introdurre il concetto di lusso sostenibile nella moda maschile. Forte della precedente esperienza dove

De Petrillo gestiva una sartoria che realizzava interamente a mano 3 capi al giorno per il mercato giapponese, il fondatore e oggi Amministratore dell'azienda, ha operato fin dall'inizio con l'obiettivo di servire al meglio il mercato più esigente del settore della confezione maschile, lavorando alacremente su confezione, qualità e scelta tessuti. Questo ha consentito a De Petrillo di diventare un brand di riferimento in Giappone, mercato in cui molte aziende di confezione maschile ambiscono ad avere successo. Negli anni successivi con l'ingresso in azienda del figlio Fabrizio (primogenito di tre maschi) viene migliorata la performance aziendale in termini di efficienza produttiva, vengono fatti investimenti continui sulla tecnica e innovazione e si dà vita al reparto "Su Misura". Gli ultimi due anni, con l'ausilio della consulenza di Alessandro Agazzi nell'area business development e marketing (in precedenza manager presso aziende del calibro

di Giorgio Armani e gruppo Diesel), hanno visto crescere il giro d'affari con un aumento delle e-commerce e wholesale.

«Oggi abbiamo circa 45 dipendenti», racconta Benedetto De Petrillo, «e rifiniamo ancora tutti nostri capi a mano». Negli anni, agli abiti sono state affiancate le collezioni di total look per rispondere alle richieste dei consumatori che apprezzano lo stile De Petrillo.



Benedetto De Petrillo

De Petrillo offre anche un servizio su misura che permette di confezionare una capo personalizzato nei dettagli scegliendo tra un'ampia gamma di tessuti e accessori. «Il nostro core business resta però il capospalla frutto della mia passione e dell'artigianalità con cui i capi vengono realizzati, una cosa per cui i nostri clienti continuano

a darci fiducia», racconta De Petrillo. Il marchio, oltre all'Italia (dove viene venduto in selezionate boutique multibrand), è presente in Francia, Germania, Spagna, Portogallo, Benelux, Scandinavia, Gran Bretagna, Stati Uniti, Giappone e Corea del Sud. L'e-commerce ha contribuito alla crescita delle vendite e della brand awareness. A oggi il canale online non viene operato direttamente da De Petrillo, ma attraverso due piattaforme global molto conosciute come MrPorter.com e TheRake.com.

La stagione Autunno-Inverno 2019 è stata la prima in cui il brand ha presentato la collezione all'interno della manifestazione di Pitti Uomo rivolgendosi a un maggior numero di buyers e giornalisti provenienti da tutto il mondo i quali hanno risposto in maniera positiva, e la Germania è stato il mercato che ha dato il maggior incremento dell'ordinato. Il 2019 rappresenta il 10° anniversario dell'azienda e del brand De Petrillo, celebrato attraverso eventi e trunk shows in Giappone ed Europa; un aumento della rete di

punti vendita che farà chiudere l'anno in corso con una forte crescita del fatturato a due cifre.

In cantiere c'è già un altro progetto seguito dai figli di De Petrillo, Fabrizio e Cristiano; si tratta del brand GAIOLA che si rivolge a un consumatore meno formale e più giovane (gaiola.com).

Torneo a Giza

La sorpresa degli egiziani nello squash

Secondo il *New York Times* potrebbe addirittura trattarsi di un «mistero». Niente maledizioni dei faraoni, però, anche se i mondiali si sono svolti vicini alle Piramidi di Giza. I primi quattro uomini nella classifica mondiale di squash sono egiziani. E non solo: dal 2003, è un giocatore egiziano ad aver vinto il campionato del mondo maschile 10 volte. Anche sul fronte femminile le performance sono ottime. Come per gli uomini, tutte e quattro le migliori giocatrici di squash del mondo sono egiziane, inclusa la numero 1, Raneem El Welily.

dall'assassinio del giornalista oppositore Jamal Khashoggi nel consolato di Istanbul.

Un ulteriore rinvio, o addirittura una revoca dell'operazione su Aramco, sarebbe stata l'implicita ammissione di un fallimento. Una decisione difficile da prendere se si pensa che solo un mese e mezzo fa un attacco con droni armati ha bloccato per due settimane metà della produzione di petrolio saudita (6 dei 12 milioni di barili sfornati quotidianamente). Ipotizzare lo scorso settembre una quotazione in tempi così ravvicinati sarebbe stato impensabile.

Ma considerazioni economiche e geopolitiche a parte, sullo sfondo c'è anche una non secondaria questione ambientale da tenere presente: il lento ma ineludibile addio al petrolio implicito nella «transizione» mondiale verso le energie rinnovabili. E, in concreto, il processo che vede un sempre maggior numero di investitori finanziari decisi ad abbandonare le aziende che operano nei combustibili fossili come il petrolio. Anche per una gallina dalle uova d'oro come Aramco, presa oggi d'assalto da tutte le maggiori banche d'affari internazionali che vogliono ritagliarsi una prestigiosa e lucrosa partecipazione all'Ipo del secolo, non c'è più molto tempo da perdere.

Stefano Agnoli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Giordania

Crisi dell'Unrwa. Protestano 7 mila dipendenti

La crisi in cui versa ormai da tempo l'Agenzia Onu per i rifugiati palestinesi travolge anche i dipendenti. Ieri in settemila hanno scioperato in Giordania, lasciando chiuse scuole, centri di assistenza e sanitari frequentati da oltre due milioni di persone. Gli impiegati dell'Unrwa chiedono stipendi migliori dopo i tagli ai finanziamenti decisi negli ultimi anni dagli Stati Uniti.

La sigla

SAUDI ARAMCO



Saudi Aramco nasce nel 1933 grazie a un accordo tra l'Arabia Saudita e la californiana Standard Oil Company (che diventerà più tardi Chevron), per la creazione di una compagnia per la ricerca e la trivellazione di pozzi di petrolio. Tra il 1973 e il 1980 Riad ha acquisito l'intera proprietà.