

Op donderdag 13 februari maakte Ferrari Group zijn debuut op de Amsterdamse beurs. Het van oorsprong Italiaanse bedrijf heeft niets van doen met de iconische rode Formule 1-auto's, maar verdient zijn geld met het transport van juwelen, horloges en andere luxe goederen. Een analyse van de beursnieuwkomer aan de hand van de VEB IPO-checklist.



FERRARI GROUP NAAR DE BEURS

Koopje of twijfel over houdbaarheid winstmarge?

De operationele winstmarge op luxetransport – ruim 20 procent – ligt niet eens zo gek veel lager dan de marge op een gemiddelde Ferrari (rond de 28 procent). Maar zijn die hoge winstmarges houdbaar? En wat heeft dit van oorsprong Italiaanse bedrijf, met een statutaire zetel in Londen, beleggers te bieden?

DUURZAME CONCURRENTIE-VOORDELEN: +/-

Het vervoeren van goederen is geen hogere wiskunde en de

markt heeft ogenschijnlijk relatief lage toetredingsdrempels. Maar binnen die markt heeft Ferrari Group een aantrekkelijke niche gevonden. In het 382 pagina's tellende prospectus spreekt bestuursvoorzitter Marco Deiana over een "beperkte" marktomvang, waar grote spelers als FedEx, UPS en DHL maar weinig interesse in zouden hebben.

Ferrari Group schat op basis van externe data dat de omvang van de markt voor luxetransport ongeveer vier miljard euro is. De prognose is dat deze markt de

BINNEN DE GOEDEREN-VERVOER-MARKT HEEFT FERRARI GROUP EEN AANTREKKELIJKE NICHE GEVONDEN

komende jaren met zo'n 6 procent per jaar zal toenemen, tot ruim 5 miljard euro in 2028.

Wat deze sector vooral aantrekkelijk maakt, is de winstmarge van 20 procent – ongeveer twee keer zo hoog als bij regulier transport. Een van de verklaringen voor de relatief hoge winstgevendheid is de manier waarop Ferrari Group zijn tarieven vaststelt. Waar transportkosten doorgaans afhankelijk zijn van het gewicht van de vervoerde goederen, stelt Ferrari de tarieven deels vast op basis van de waarde van de