

AKCJE W TURYSTYCE: AIRLINES CIERPI NAJBARDZIEJ



roku.

Wartość rynkowa gigantów branży turystycznej po prawie dwóch latach od wybuchu pandemii pokazuje różne wyniki w zależności od podsektorów. Duże firmy hotelarskie, a także duże agencje online są już znacznie powyżej swojej wyceny giełdowej sprzed pandemii. Z kolei linie lotnicze, a zwłaszcza touroperatorzy są daleko w tyle pod względem kapitalizacji rynkowej w porównaniu do marca 2020

Marriott, Hilton i IHG są już lepsze od cen akcji sprzed kryzysu, a Accor i Meliá nadrabiają zaległości. Booking również wykazuje wyższą kapitalizację niż dwa lata temu, podobnie jak Expedia. W przeciwieństwie do tego, firmy żeglugowe, takie jak Royal Caribbean, a zwłaszcza Carnival, odzyskują tylko połowę swojego spadku w tym półroczu, podobnie jak Amadeus.

Jednak najbardziej ucierpiały linie lotnicze, takie jak IAG - utrzymujące swoją wartość rynkową na poziomie podobnym do tego z czasów ostrego załamania wiosną 2020 roku, a także Lufthansa i Air France-KLM, ze względu na podwyżki kapitału i ogromny wzrost ich zadłużenia, co mocno wpłynęło na ceny ich akcji.

Jeśli chodzi o tanie linie lotnicze, wyjątkiem jest Ryanair, który jest już wyceniany powyżej ceny sprzed kryzysu, dzięki temu, że ruch na krótkich trasach szybciej wraca do normy, a jego rentowność w mniejszym stopniu zależy od podróży służbowych i klasy executive. Easyjet, który jest bardziej skoncentrowany na segmencie korporacyjnym, jest nadal daleki od swojej kapitalizacji rynkowej z lutego 2020 roku.

Na samym dole znajdują się wielcy touroperatorzy, zwłaszcza Tui, który po zwiększeniu zadłużenia i równoczesnym podniesieniu kapitału nadal spada o jedną czwartą tego, co był wart prawie dwa lata temu. Jet2 spadł mniej gwałtownie niż jego rywal z Hanoweru, mimo dużej floty 100 samolotów i mimo braku nieruchomości hotelowych i statków.

Inwestorzy pokładają zaufanie w firmach z bardziej pomyślną przyszłością, takich jak firmy hotelarskie wspierane przez nieruchomości i z mniejszym zadłużeniem dzięki szerokim marżom, które pozwoliły im na pewną płynność własną. Dotyczy to również OTA, które mają mniejszą strukturę, ponieważ są w zasadzie spółkami technologicznymi, w ciągu kilku miesięcy, w których społeczeństwo dokonało kilku skoków w swojej cyfryzacji.

Z kolei rynek jest ostrożny wobec gigantów, którzy w najbliższych latach będą musieli stawić czoła ożywieniu gospodarczemu z dużym zadłużeniem i stosując klasyczne modele, które pozostają w tyle za innowacyjnymi. Linie lotnicze są za to karane, ale nie w takim stopniu jak touroperatorzy, ponieważ bariery wejścia na rynek są znacznie wyższe w przypadku eksploatacji samolotów niż ich komercjalizacji.

Date: 2021-12-13

Article link:

<https://www.tourism-review.pl/turystyka-dwa-lata-po-rozpozeciu-sie-pandemii-news12318>