

**L**a o primă vedere, universul profesional al lui Horia Vârlan, președintele firmei de webdesign Tagster, pare populat de concepte care nu au nimic de-a face cu bursa. Antreprenorul vorbește fluent „limba străină“ numită webdesign, în care termeni precum „template“, „xml“, „widget“ sau „uzabilitate“ sunt roștiți de trei ori pe minut, cu un firesc incredibil.

Se declară, însă, sceptic în ceea ce privește piața de capital. „De când mă știu, am spus că nu voi avea de-a face cu bursa, că e prea impredictibilă“, mărturi-

**LUMI VIRTUALE.** Pe data de 29 iulie 2009, Yahoo și Microsoft tocmai anunțau un parteneriat pe o perioadă de zece ani, născut din dorința de a pune în umbră Google. Acesta din urmă realiza, în iunie 2009, 65% din căutările virtuale ale americanilor, față de procente mult mai modeste ale Yahoo și MSN - 20% și, respectiv, 8% din piață.

În aceeași zi, pe piața de capital, acțiunile Yahoo (YHOO: NASDAQ) scădeau cu peste doi dolari în mai puțin de 24 de ore, iar ale competitorului Google (GOOG: NASDAQ) cu 3,61 dolari.

Witt, în condițiile în care un titlu Yahoo costa, la 9 septembrie, 14,71 dolari iar unul Google, 465,43 dolari.

**STARURI PE BURSĂ.** Deși Yahoo și Google se bucură de „luminile rampei“ datorită notorietății lor, pe bursă adevăratele staruri dotcom rămân cele două site-uri de călătorie, Priceline.com (PCLN: NASDAQ) și respectiv Expedia.com (EXPE: NASDAQ). Ambele furnizează servicii turiștilor care nu au timp să apeleze la agenții din „lumea reală“, oferindu-le posibilitatea de a rezerva online camere de

# Vânătorul de dotcomuri

Horia Vârlan conduce un business de webdesign, al cărui profit ar fi dispus să-l investească într-un singur loc: tot pe web! Nu este singurul. Acțiunile companiilor dotcom devin o pradă tot mai tentantă pentru investitori. De Diana-Florina Cosmin

șește Horia. În ultimii trei ani de zile, de când și-a pus pe picioare afacerea alături de asociatul său Daniel Slave, câștigurile lunare consistente l-au adus în pragul de a-și încălca promisiunea de a sta departe de cazinoul bursier. Motivul? Mai întâi curiozitatea, apoi tentația câștigurilor substanțiale. Nu s-ar îndepărta, totuși, de „obiectul muncii“: site-urile web. „Nu aș investi pe bursă în altceva decât în dotcomuri“, afirmă el, hotărât.

Pe principiul „investește în ceea ce cunoști“, în aceeași barcă în care se află Horia Vârlan mai călătoresc, în prezent, și alți investitori care au ales să-și plaseze banii în companii cu terminația „punct com“, precum Google, Yahoo, Priceline, Expedia sau Ebay. În fond cum ai putea să rezisti tentației de a investi într-o companie atât de populară încât a devenit verb al limbii engleze? „Americani nu mai «caută» ceva pe net, ei «google-esc» acel ceva. E greu de crezut că o asemenea companie s-ar prăbuși“, povestește Horia. Raționamentul său este împărțit de milioane de investitori.

Concluzia: investitorilor le plac băta-liile între companii, dar nu atunci când la mijloc se află propriile portofele. Dacă am judeca exclusiv după performanțele bursiere de dată recentă, în lupta Yahoo-Google banii investitorilor au fost pariati pe cel de-al doilea. După 29 iulie, acțiunile Yahoo nu au mai crescut semnificativ, iar la 9 septembrie se situau la valoarea de 14,49 dolari. În același timp, un investitor care ar fi cumpărat acțiuni Google pe 29 iulie, la prețul de 436,24 dolari pe acțiune, ar fi înregistrat, la 9 septembrie 2009, un profit de aproape 30 de dolari pe acțiune. Ce spun, însă, experții? Larry Witt, analist financiar al Morningstar, se arată rezervat în estimări, având în vedere că situația economică dificilă silește companiile să taie la sânge din bugetele de advertising și, implicit, din sumele de bani pe care le primeau Google și Yahoo pentru serviciile lor de „căutare plătită“ sau postări de reclame pe site-uri relevante. „Valoarea corectă de piață, estimată de Morningstar pentru o acțiune Yahoo este de 13 dolari, iar pentru Google de 500 de dolari“, afirmă

hotel, bilete de avion sau excursii în orice colț al lumii, inclusiv în România. Expedia.com este liderul acestei piețe, cu rezervări în valoare de 20 de miliarde de dolari în 2007, față de cele 5 miliarde ale lui Priceline.com. Acesta din urmă funcționează în Europa sub titulatura booking.com și chiar dacă este, pentru moment, un competitor mai neînsemnat, investitorii pe bursă îl văd deja într-o ligă superioară. Micul operator de turism online este tot mai des încadrat în categoria „mic, dar promițător“. Astfel, dacă ai fi cumpărat, în septembrie 2008, acțiuni PCLN, câștigul marcat la 9 septembrie 2009 ar fi fost de 77 de dolari pe acțiune - valoarea a crescut cu 92% într-un an. Dacă mizai pe EXPE, ai fi avut de asemenea un câștig, însă considerabil mai mic, de doar 6,31 dolari pe acțiune. Deocamdată, în lupta David - Goliat, micul „David“ (Priceline), s-a dovedit a fi lozul norocos al investitorilor inspirați. Warren Miller, analist Morningstar, explică evoluția spectaculoasă a celor două companii prin faptul că piața rezervărilor de călătorie online nu și-a atins nici pe departe etapa

