CORRIERECONOMIA

23 maggio 2016
Corriere Economia

Anthilia SGR Capital Partners

Strategie/4 Rizzo (Anthilia): no n si resta primi per sempre, soprattutto nella tecnologia. Sale la voglia di spendere per se stessi. Sarà un indicatore?

Azioni Il manipolo degli ultra resistenti, nessuno è hi tech

L'Oreal, Siemens, Nestlé, Adidas, Unilever: ecco le aziende europee che possono mantenere a lungo la loro leadership

Se 15 anni fa avessero chiesto a un *pool* di analisti chi sarebbe stato il leader mondiale della telefonia mobile nel 2016, molti avrebbero scommesso su Nokia. Allora la multinazionale vantava una quota di mercato del 35%, poi salita a un soffio dal 40% nel 2008. Solo un anno prima, a gennaio del 2007, Steve Jobs presentò la prima generazione di iPhone e oggi, a distanza di 10 anni, meno del 10% dei telefonini venduti a livello mondiale è commercializzato da Nokia.

Il mercato viaggia a velocità supersonica, specialmente in alcuni settori. E solo alcune società sono in grado di restare in vetta a lungo, cavalcando svariati cicli economici. In Europa, guardando al passato, vengono subito in mente nomi come Bayer e L'Oreal: oltre un secolo di storia alle spalle per entrambe — furono fondate rispettivamente nel 1863 e nel 1909 — e ancora oggi sono protagoniste indiscusse. La parte difficile per ogni investitore, però, è identificare i campioni di domani: le aziende secolari, capaci di sopravvivere alle incursioni dei competitor, consegnando valore agli azionisti nel tempo.

É possibile individuare qualche nome con queste caratteristiche, setacciando il panorama europeo? «Si, ma con una doverosa precisazione — osserva Paolo Rizzo, partner di Anthilia e gestore del fondo Anthilia Red —. Viviamo uno scenario inedito, caratterizzato da livelli di indebitamento su scala globale mai osservati prima e politiche monetarie senza precedenti: fare previsioni macroeconomiche sul lungo termine è quasi impossibile».

Ciò premesso, secondo Rizzo, l'Oreal è tra i candidati a primeggiare anche nei prossimi decenni: «I consumatori sono disposti a spendere sempre di più per la cura della persona. Oggi è un fenomeno evidente nei Paesi sviluppati, domani riguarderà le economie emergenti. Il gruppo francese, specializzato nei prodotti cosmetici e di bellezza, gioca questa partita da una posizione dominante». La prima scelta del gestore per un portafoglio con un orizzonte di 30 anni, è però, Adidas: secondo Rizzo, il produttore tedesco di calzature e articoli sportivi è ben posizionato per cavalcare la crescita strutturale nella vendita di scarpe da ginnastica a livello mondiale e ha il vantaggio di operare in un mercato meno frammentato. «Con un fatturato di 18 miliardi di dollari, Adidas è seconda solo all'americana Nike, a quota 30 miliardi. Il terzo player è Puma — ricorda il gestore — e con i suoi 3 miliardi di ricavi l'anno, insegue da lontano». Nella top five del gestore di Anthilia c'è spazio anche per Unilever: un mix di food, cura della persona e della casa, altro tema — spiega Rizzo — da inquadrare in un'inarrestabile tendenza di lungo termine. Completano il gruppo due nomi altrettanto noti agli investitori: la multinazionale svizzera Nestlé, il maggiore colosso mondiale del settore alimentare — fattura 89 miliardi di dollari l'anno — e Siemens: azienda «con una grande capacità di rinnovamento», ricorda il gestore.

«Tecnologia e commercio elettronico sono tra i settori destinati a crescere di più nei prossimi anni — conclude Rizzo —. Ma sono anche i più esposti a cambiamenti dirompenti ed eccezionalmente rapidi: qui è davvero difficile stabilire chi saranno i leader di domani».

PIEREMILIO GADDA

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Anthilia
Paolo Rizzo

La parabola di Nokia e il dramma degli scomparsi eccellenti