

EFFETTO COVID SUI MEGATREND

L'impatto colossale della pandemia su priorità e abitudini di vita ha accelerato trend già in atto come la digitalizzazione e il cloud. Ma ne ha anche rallentato altri

Gaia Giorgio Fedi

Per anni abbiamo studiato i trend - e in particolare i megatrend - come dinamiche inarrestabili in grado di modificare il nostro modo di vivere, inseriti su traiettorie immodificabili. Ma poi è arrivata una crisi sanitaria senza precedenti, che ha ribaltato le priorità e innescato dinamiche che probabilmente perdureranno anche quando l'emergenza sarà finita. Accelerando trend già in atto come la digitalizzazione. Ma decelerando altri fenomeni, come la globalizzazione. "Ci sono alcuni Megatrend che nel contesto degli ultimi mesi hanno sperimentato una rapida accelerazione. Penso per esempio alla dematerializzazione o digitalizzazione, che va di pari passo con la sicurezza informatica, ma anche all'attenzione alla salute e alla sostenibilità ambientale. Fenomeni che erano già in atto prima e su cui già investiamo da tanto tempo, ma che sicuramente negli ultimi mesi si sono ulteriormente rafforzati", commenta Paolo Paschetta, country head Italia di Pictet Asset Management.

Paschetta osserva che le circostanze eccezionali degli ultimi mesi hanno cambiato abitudini sociali e il modo di studiare e lavorare. E con la digitalizzazione e la materializzazione, è arrivata anche un'indiretta spinta all'economia "green". Di pari passo, "abbiamo visto le aziende investire sempre di più nella sicurezza informatica dei propri network, per mettere al sicuro preziosi dati e informazioni da possibili attacchi di criminali cibernetici (per fare un esempio, nel mese di marzo le e-mail di phishing sono aumentate di circa 7 volte)", osserva Paschetta. Senza contare la spinta sulla ricerca di vaccini e terapie contro il Coronavirus e in generale la presa di coscienza sulla necessità di maggiori investimenti dei governi "nel settore della salute, anche attraverso un maggiore sfruttamento della tecnologia, come il med-tech e la telemedicina", spiega Paschetta.

Ma se qualcosa accelera, ci sono anche aspetti che rallentano? Per il manager di Pictet è difficile dirlo, anche perché "i Megatrend producono i loro effetti di



I trend che vanno su...



Digitalizzazione



Pagamenti elettronici



Cloud



Rilancio agenda green



Security



Salute / biotech



Subscription economy

...e quelli che vanno giù



Globalizzazione



Pressione sui colossi tecnologici



Uso della leva per remunerare gli azionisti



Delocalizzazione

profondo cambiamento nel corso di periodi di tempo molto dilatati, lunghi decenni”. Eppure, la pandemia ha mostrato la vulnerabilità delle supply chain, spingendo a ridurre la dipendenza dei sistemi produttivi dalle filiere globali. Nulla di nuovo in realtà: “si tratta di un trend di ‘deglobalizzazione’ o ‘globalizzazione 2.0’ che era già iniziato durante le tensioni commerciali degli anni passati e che subirà sicuramente un’accelerazione nei prossimi mesi, dando il via a una rilocalizzazione della produzione su base regionale”, spiega Paschetta

Anche secondo Andrew Harvie, client portfolio manager azionario globale di Columbia Threadneedle, la globalizzazione è destinata a rallentare. “La retorica anti-globalizzazione è già in atto da diversi anni (vedi la guerra commerciale Usa-Cina), ma la crisi non farà che alimentare il dibattito”. Questo avrà implicazioni negative per la redditività di molte aziende, “in particolare di quelle che sono state in grado di aumentare la redditività accedendo a fattori produttivi più economici nelle economie a basso salario del mondo”, aggiunge Harvie. Di pari passo, l’esperto prevede il declino di una certa forma di capitalismo rapace, a favore del cosiddetto “capitalismo morale”. “Il trend del buyback di azioni degli ultimi anni sarà probabilmente oggetto di maggiore attenzione, in particolare per quelle società che hanno utilizzato la leva finanziaria per riacquistare azioni o pagare un dividendo”, spiega Harvie, osservando che soprattutto negli Usa molte imprese sono a corto di liquidità perché “hanno speso miliardi per riacquistare le proprie azioni invece di investire nei propri lavoratori e risparmiare per i giorni difficili”.

A livello settoriale, Columbia ribadisce che la crisi accelera tendenze già in atto, quali l’aumento dell’e-commerce, la crescita del cloud computing e l’espansione delle imprese definite capital-light knowledge-driven. “Queste potenti tendenze continueranno ad avvantaggiare aziende come Amazon, Microsoft e Mastercard, tutte presenti nei nostri portafogli globali”, aggiunge.

Altre tendenze in accelerazione includono il passaggio dal contante ai pagamenti digitali, e ovviamente la spinta su tecnologia, healthcare e biotech e servizi legati alla comunicazione. Inoltre la spinta sul telelavoro “potrebbe stimolare gli investimenti nel cloud, accelerando l’abbandono delle tradizionali infrastrutture informatiche”. E ha ridato slancio ai social media: “chi aveva abbandonato le piattaforme per timori legati alla privacy - osserva Harvie - ora potrebbe tornare a frequentarle, mentre gli attacchi da parte dei governi potrebbero scemare di fronte al ruolo chiave giocato dalle aziende tecnologiche nel fornire supporto alla comunità durante la crisi”.

Nel cambiamento di abitudini innescato dalla pandemia, Nolan Hoffmeyer, gestore del fondo Thematic Subscription Economy di Thematics Am, affiliata di Natixis Investment Managers, vede anche un boom della cosiddetta “subscription economy”. “La tecnologia e la digitalizzazione hanno reso molto semplice la sottoscrizione di un servizio e basta quindi andare sul sito web del fornitore preferito di servizi streaming, compilare il modulo, fornire i dati della propria carta di credito e il gioco è fatto, sei già abbonato”, commenta Hoffmeyer. Con un elevato grado di personalizzazione, per di più. “Si pensi per esempio a Spotify, che suggerisce le playlist da ascoltare sulla base delle preferenze musicali, dell’età e del luogo in cui si vive”. Il modello della subscription economy è estremamente flessibile ed è “sostenibile sia per i consumatori sia per fornitori che vedono una fonte di reddito ricorrente e senza la necessità di spingere su nuove vendite per generare entrate, osserva Hoffmeyer, concludendo che in questo settore “i ritorni relativamente stabili e la visibilità sugli utili rappresentano poi un’opportunità di investimento interessante”.



> **Andrew Harvie**

client portfolio manager azionario globale di Columbia Threadneedle



> **Nolan Hoffmeyer**

gestore del fondo Thematic Subscription Economy di Thematics Am



> **Paolo Paschetta**

country head Italia di Pictet AM