

Il momento del growth

di Ester Corvi

«**V**antaggi competitivi, crescita e qualità. Sono tre caratteristiche che cerchiamo nelle aziende quando selezioniamo i titoli da inserire nel nostro portafoglio» dice Philip Dicken, responsabile azionario europeo di Columbia Threadneedle Investments, che ha masse gestite pari a 395,2 miliardi di euro, uffici di 18 Paesi e oltre 450 investitori professionali.

Domanda. In questa fase di mercato pensa che sia vincente lo stile di investimento growth (basato sulla crescita) o quello value (ricerca del valore)?

Risposta. A mio parere lo stile growth è premiante. Oltre ad avere alte potenzialità di sviluppo, le aziende che selezioniamo devono avere anche buoni fondamentali e valutazioni di mercato interessanti. In questo modo potranno ga-

Dicken, gestore di Columbia Threadneedle, cerca le storie di crescita stabile e fra le aziende italiane individua Campari, Moncler e Diasorin

rantire, in una prospettiva a 12 mesi, un ritorno totale superiore alla media del mercato.

D. I titoli difensivi come le utility hanno invece minore appeal?

R. Rispetto ad altri settori, penso che in questa fase le utility realizzeranno performance inferiori alla media, visto che il loro business è regolamentato. Adesso preferiamo concentrarci sulla ricerca di aziende ben gestite, ma sottovalutate rispetto ai competitor e ai multipli di mercato.

D. Quali conseguenze hanno le tecnologie definite «disruptive»?

R. Le tecnologie «disruptive» stanno obbligando molte aziende a cambiare i modelli di business per adeguarsi al nuovo scenario di mercato.



D. Può fare qualche esempio?

R. Il mercato Uk è sottovalutato rispetto al resto del mondo. Questo dipende molto dalle incertezze legate alla Brexit, ma anche al fatto che sul listino di Londra c'è un'elevata presenza di aziende della grande distribuzione e del settore immobiliare, che risentono delle nuove tecnologie, anche tramite l'effetto network. In Italia fra

le società più innovative mi viene in mente Fineco Bank, che è riuscita a sviluppare una piattaforma molto competitiva, che le ha fatto conquistare progressivamente quote di mercato.

D. Ci sono altre aziende quotate a piazza Affari che ritiene abbiano un potenziale ancora da esprimere?

R. Moncler e Campari. Sono entrambe aziende molto avanzate nel marketing, nello sviluppo dei prodotti e nella distribuzione. Grazie a queste caratteristiche si distinguono dai competitor e meritano quindi di trattare a premio rispetto al mercato. Non hanno asset unici ma comunque difficili da replicare. E in questo modo beneficiano di un importante vantaggio competitivo.

D. Cosa ne pensa dell'im-

patto dell'automated trading?

R. In molti casi può distorcere le valutazioni delle azioni e dei sottostanti, nel caso degli Etf. Il problema è che adesso c'è un Etf per tutto. Il fatto di poter disporre di una grande gamma di Etf da una parte è una cosa buona, ma dall'altra crea molta confusione, soprattutto nelle fasi di mercato caratterizzate da un'elevata volatilità.

D. Tornando all'Italia, come valuta la situazione attuale?

R. Ci sono molti segnali positivi, visto che il pil è in crescita. Abbiamo un certo numero di aziende italiane nel nostro portafoglio. Oltre a Moncler e Campari, anche Diasorin. In generale non ci interessa dove un'azienda è localizzata, ma il potenziale che può esprimere. (riproduzione riservata)