

Largo consumo, ecco la scommessa di Borsa per la seconda parte dell'anno

15 luglio 2024



Al giro di boa di metà anno, nelle case d'affari è abitudine di ritirare fuori la palla di cristallo, messa via a fine Dicembre, per cercare di prevedere la seconda metà del calendario. Lo fa, in questo caso, **Banor**, che lancia la scommessa sul largo consumo: le grandi aziende di prodotti base saranno il jolly dei mercati.

Il gruppo indipendente italiano di private banking, guidato da **Massimiliano Cagliero**, ha ricordato come il primo semestre del 2024 sia stato caratterizzato da un forte rialzo di **Wall Street**, seguito a debita distanza dall'Europa, mentre i mercati asiatici siano rimasti un po' al palo, a parte l'India che ha continuato a sovraperformare l'area.

Panoramica sul mercato azionario

Gli **Stati Uniti** continuano a segnare massimi storici, ma solo grazie alla **bolla** di pochi **titoli tecnologici**, mentre l'**economia reale** ha cominciato a dare vari segnali di **debolezza**. Il mercato sconta uno scenario da fiaba "**Goldilocks**" (Riccioli d'Oro): **rallentamento morbido** e una **riduzione dell'inflazione**, anche se più dilazionata rispetto alle aspettative di inizio anno. L'**Europa**, invece, si trova di fronte ad un bivio, secondo Banor: se si dimostrerà capace di procedere spedita nell'affrontare le sfide globali – a cominciare dalla **digitalizzazione** e dalla **transizione energetica** – proseguendo con la creazione di un mercato unico dei capitali, allora si potrà contare su solidi margini per un forte rialzo dei mercati azionari, considerando che c'è uno **sconto verso il mercato USA mai visto prima**. All'interno dell'Europa, poi, **l'Italia** è il paese con le più basse valutazioni: il mercato azionario domestico sconta il nanismo, essendo fatto da molte piccole medie aziende. E le PMI in tutto il mondo quotano a forte sconto rispetto alle large cap. I flussi che sono stati sfavorevoli a causa dei **riscatti dei PIR** dovrebbero invertirsi verso le fine del 2024, per tornare positivi a inizio 2025.

Occhio al carrello della spesa

I beni di largo consumo, tradizionalmente i settori alimentare (incluse le bevande alcoliche), prodotti per la casa e per la persona – offrono oggi ottime probabilità di un apprezzamento del capitale, a fronte di rischi relativamente contenuti, osserva Banor. Negli ultimi anni, il settore, tradizionalmente considerato un porto sicuro dagli investitori, per la natura di bene di prima necessità, è stato fortemente penalizzato in Borsa. L'anomalia è da ascrivere principalmente a due fenomeni esterni: la diffusione della **pandemia del 2020** su scala globale e l' **inflazione** . L'effetto «lockdown» ha infatti indotto ad un minor consumo di cibo e bevande fuori casa piuttosto che di beni legati al benessere e alla cura della persona. Le pressioni sui prezzi, conseguenti al forte stimolo all'economia da parte dei governi e delle Banche Centrali di tutto il mondo, hanno causato problemi alle catene globali di approvvigionamento. L'inflazione ha **compresso i margini** delle società di largo consumo, che hanno aumentato molto i prezzi, ma non in misura sufficiente a ribaltare interamente l'aumento dei costi sui loro clienti finali. Tale dinamica ha avuto un impatto negativo sui volumi, con i **consumatori che hanno limitato gli acquisti** a causa della riduzione del potere d'acquisto.

Contano sempre i fondamentali

Tuttavia, è il ragionamento del caso di investimento di Banor, dal punto di vista dei fondamentali, queste società presentano bilanci molto solidi che sono attesi in ulteriore miglioramento anche nei prossimi trimestri. Guardando poi alle valutazioni, sembrano particolarmente allettanti, dal momento che molte società del settore passano di mano a **multipli che sono sui livelli minimi** degli ultimi dieci anni. Banor, tuttavia, consiglia di selezionare le **aziende europee di più grandi dimensioni** e con marchi affermati, perché sono più mature, difensive e resilienti. Le aziende più “storiche” tendono ad avere un maggior potere di determinazione dei prezzi e quindi una maggiore capacità di trasferire ai clienti gli aumenti di prezzo.