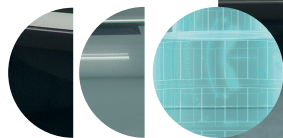


Innovatie: bron van waardecreatie

60 seconds with the
fund manager



APRIL 2023

Marketing communicatie





**Geoffroy
Goenen**



**Antoine
Hamoir**

Innovatie is de beste bedrijfsstrategie om een blijvend concurrentievoordeel te verwerven en groei en winstgevendheid in de toekomst te garanderen. Volgens Geoffroy Goenen, Head of Fundamental European Equity, en Antoine Hamoir, CFA Senior Fund Manager, kunnen bedrijven die met succes innoveren de leiders positie in hun sector veroveren, de concurrentie verslaan en hun financiële verwachtingen overtreffen.

Wat heeft een strategie die zich toelegt op innovatie beleggers te bieden?

Wij denken dat, vanuit beleggingsopzicht, innovatie op dit ogenblik belangrijker is dan kwaliteit en dienstverlening. Deze beide factoren blijven natuurlijk altijd belangrijk, maar maken niet langer het verschil.

De hedendaagse geglobaliseerde economie wordt gekenmerkt door afnemende levensduur van producten, toenemende personalisatie van de vraag en digitalisering. De meest succesvolle bedrijven gooien hun zakenmodellen radicaal om in het licht van die uitdagingen.

Innoveren levert een blijvend concurrentievoordeel op, garandeert toekomstige groei en vergroot de winstgevendheid en is daarom volgens ons de beste bedrijfsstrategie om op lange termijn goede resultaten te behalen.

Voor een belegger is een gespreide portefeuille in innovatieve bedrijven interessant omdat die het potentieel heeft om bovengemiddeld te presteren en dit in elke fase van de conjunctuur.

Hoe definiëren en identificeren jullie innovatie?

Innovatie is niet zomaar te vatten in een eenvoudige definitie – het is een proces dat nieuwe ideeën omzet in commerciële waarde. Innovatie neemt in elke sector andere vormen aan, maar wij ontwikkelden een kader met drie soorten innovatie die in alle sectoren voorkomen.

De meest voor de hand liggende vorm is productinnovatie. Daarbij gaat het om een totaal nieuw of fors verbeterd product, mogelijk op basis van nieuwe technologie.

Minder eenvoudig te identificeren is procesinnovatie. Dat wil zeggen hoe een product tot stand komt of een bedrijf is gestructureerd. Een voorbeeld is het modulair maken van ontwerpen en productieprocessen, wat de kosten drukt, de flexibiliteit en kwaliteit vergroot en de keuze voor de klant verruimt.

Nog minder tastbaar is marketinginnovatie. De merkstrategie en marktpositionering innoveren kan veranderen hoe producten of diensten worden aangeboden en zo het markt bereik vergroten. Een bedrijf is innovatief wanneer het een bewuste beslissing neemt om een bestaande markt te veranderen en om 'gecoördineerde creativiteit' centraal te stellen in zijn cultuur. Dat betekent dat innovatie niet het alleenrecht is van het departement O&O, maar deel uitmaakt van het DNA van een bedrijf, van de raad van bestuur tot de werkvloer.

60 SECONDS
WITH THE FUND MANAGER

Zijn innovatieve bedrijven ook financieel interessant?

Uit de opmars van de technologiesector in de jaren 1990 leerden we dat niet alle innovatieve technologiebedrijven erin slaagden een duurzaam zakenmodel op poten te zetten. Om die valkuilen te vermijden, selecteren we effecten niet alleen op basis van hun innovatieve karakter, maar ook vanwege hun solide financiële en niet financiële fundamenten.

Daarnaast analyseren we ze op extrafinancieel vlak om de dreigingen en kansen met betrekking tot de ESG-criteria⁽¹⁾ beter te vatten. We gaan na in welke mate de bedrijfsactiviteiten aan de grote duurzaamheidsthema's worden blootgesteld, en hoe het bedrijf met de betrokkenen omgaat. We sluiten de bedrijven uit die de 10 principes van het Global Compact van de Verenigde Naties niet naleven, net als bedrijven met controversiële activiteiten zoals wapenhandel, tabak, steenkool en andere activiteiten die we als niet-duurzaam beschouwen.

Vervolgens analyseren we elk bedrijf uit dat universum grondig aan de hand van vijf fundamentele, financiële en extrafinanciële criteria, met name de kwaliteit van het management, het groeipotentieel, de concurrentiepositie, een hoge winstgevendheid en een lage schuldgraad.

Tijdens dat proces verkleinen we het beleggingsuniversum⁽²⁾ met minstens 20 %.

In welke sectoren zien jullie de meeste innovatie?

Innovatie is in sommige sectoren duidelijk sterker aanwezig dan in andere. Een innovatiestrategie is van nature overwogen in chemie, gezondheidszorg, IT, industrie en

enkele consumptiesegmenten die betrekkelijk veel in O&O investeren. Financiële waarden, energie, nutsbedrijven en telecommunicatie zijn daarentegen veel meer basissectoren, waar innovatie vaak ondergeschikt is aan schaalvoordelen, kostenefficiëntie, regelgeving en geografische toetredingsdrempels.



Beleggen in bedrijven die waarde creëren door te innoveren leidt tot enkele stijlvoorkeuren en specifieke kenmerken in de portefeuille. Die zal vooral bestaan uit midcaps, groei en kwaliteitsaandelen. Uit de hoge ex ante tracking error van onze portefeuille blijkt echter dat een innovatiestrategie wezenlijk verschilt van een benchmarkgebonden strategie.

Hoe zoeken jullie innovatieve bedrijven met gezonde kerncijfers?

Wij zijn ervan overtuigd dat innovatie en een degelijk zakenmodel een winnende combinatie kunnen vormen, maar de precieze succesfactoren achterhalen is verre van eenvoudig.

Je moet een gedisciplineerde aanpak volgen om innovatie te identificeren en te meten, en die vervolgens combineren met een beoordeling van de kerncijfers en kundig portefeuillebeheer.

Leder lid van ons fundamentele aandelen-team volgt zijn sector al minstens tien jaar. Ze hebben allemaal inzicht in het financiële profiel van een bedrijf en de relevante factoren die de markt beïnvloeden. Ze beschikken over de vaardigheden en tools om de intrinsieke waarde van een bedrijf te evalueren aan de hand van intern ontwikkelde financiële modellen. In de meeste bedrijven beweert het management wel innovatie hoog in het vaandel te voeren en dus vergt het ervaring om met de juiste dosis scepsis het kaf van het koren te scheiden.

(1) De bovenvermelde ESG-analyse voor bedrijven wordt toegepast op minstens 90 % van de beleggingen van de strategie, uitgezonderd deposito's, liquiditeiten en afgeleiden van indices.

(2) We houden alleen rekening met de sectoren die niet door het Candriam Exclusion Policy worden uitgesloten. Dat document is beschikbaar op <https://www.candriam.fr/fr/professional/market-insights/sri-publications/>

Voor welk soort belegger is een aandelenstrategie op basis van innovatie het meest geschikt?

Aangezien de strategie een voorkeur heeft voor kwaliteit, moet ze normaliter zowel op middellange als lange termijn de bredere markt verslaan. Over een volledige conjunctuurcyclus gemeten mogen beleggers een aanzienlijke bovengemiddeld rendement verwachten. Onze resultaten uit het verleden tonen aan dat wij ons kunnen onderscheiden van andere actief beheerde aandelenfondsen.

De strategie is ontworpen met het oog op particuliere beleggers op zoek naar hoogwaardige aandelenbeleggingen om voor langere tijd aan te houden, die minder belang hechten aan benchmarkstrategieën. Dergelijke beleggers kunnen deze strategie in de kern van hun portefeuille opnemen.

Voor institutionele beleggers heeft de strategie wellicht een meerwaarde als satellietportefeuille, bijvoorbeeld om alfa te genereren op lange termijn.

De voornaamste risico's van de strategie zijn:

- **Risico van kapitaalverlies**
- **ESG-beleggingsrisico**
- **Duurzaamheidsrisico**
- **Aandelenrisico**
- **Wisselkoersrisico**
- **Liquiditeitsrisico**
- **Concentratierisico**
- **Risico verbonden aan financiële derivaten**
- **Tegenpartijrisico**
- **Risico verbonden aan externe factoren**

ESG-beleggingsrisico: De extra-financiële doelstellingen die in dit document worden voorgesteld, zijn gebaseerd op veronderstellingen van Candriam. Deze veronderstellingen zijn gebaseerd op de eigen ESG-ratingmodellen van Candriam, waarvan de implementatie toegang tot diverse kwantitatieve en kwalitatieve gegevens vereist, afhankelijk van de precieze sector en activiteiten van een bepaalde onderneming. De beschikbaarheid, kwaliteit en betrouwbaarheid van deze gegevens kunnen variëren en bijgevolg een impact hebben op de ESG-ratings van Candriam. Voor meer informatie over ESG-beleggingsrisico's wordt verwezen naar de Transparency Codes, of het prospectus als het om een fonds gaat.



Dit document wordt louter ter informatie verstrekt. Het vormt geen aanbod tot aan- of verkoop van financiële instrumenten en houdt geen beleggingsadvies in. Het bevestigt ook geen enkele vorm van transactie, tenzij dit uitdrukkelijk werd overeengekomen. Hoewel Candriam de gebruikte gegevens en bronnen met veel zorg selecteert, kunnen fouten of weglatingen niet a priori worden uitgesloten. Candriam kan niet aansprakelijk worden gesteld voor enig direct of indirect verlies als gevolg van het gebruik van dit document. De intellectuele eigendomsrechten van Candriam dienen te allen tijde nageleefd; de inhoud van dit document mag niet worden gereproduceerd zonder voorafgaande schriftelijke goedkeuring. Candriam raadt beleggers aan om op zijn website www.candriam.com het document "Essentiële Beleggersinformatie", de prospectus en alle overige relevante informatie te raadplegen alvorens te beleggen in een van zijn fondsen, met inbegrip van de netto inventariswaarde. Deze informatie is beschikbaar in het Engels of in een plaatselijke taal van elk land waar het fonds verhandeld mag worden.