

Amber sempre più attivista nel settore delle utility

NICOLA CAROSIELLI

Nuovo affondo nelle **utility** di Amber Capital. Il fondo d'investimento attivista ha raccomandato in una lettera indirizzata al management dell'**utility** Suez, di cui detiene l'1,9%, di cedere la proprietà di Agbar, interamente controllata da Suez Environment Spain. Amber ritiene che Agbar sia «il candidato ideale per avviare un ciclo di rotazione delle azioni», aggiungendo che il ciclo di vita della società «è ormai maturo», dato il reddito inferiore al costo del capitale del gruppo. L'idea del fondo è di attuare una revisione delle attività su una scala più ampia, un cambio di strategia sostenuto dal fatto che Suez, sottoperformando rispetto alle altre **utility** europee, non creando quindi l'adeguato valore per i suoi azionisti. Oltre alle cessioni, Amber ha chiesto di ridurre le dimensioni del consiglio di amministrazione dell'**utility** spagnola a 12 membri dai 19 attuali.

«Suez ha bisogno di un riavvio strategico: il nuovo management team di Suez ora ha l'opportunità di riposizionare l'azienda», ha scritto Amber nella lettera. Non si è fatta attendere la risposta della società, in cui ha sottolineato che «è attualmente immersa in un processo di riorientamento strategico che verrà presentato in autunno». Nonostante la notevole presenza in alcune aspre campagne attiviste, soprattutto tra le **utility**, Amber non è presente nella top 10 globale per la spesa affrontata nelle campagne attiviste nel primo semestre 2019 dai fondi. In base al report pubblicato da Lazard, al primo posto, con 3,4 miliardi in nuovo capitale, resta Elliott, presente in Italia in qualità di proprietario del Milan e titolare di una quota di poco inferiore al 10% in Telecom. L'elemento più interessante, però, emerge guardando al dato complessivo. Perché, nonostante svariati annunci, le campagne attiviste in Europa nella prima metà dell'anno 2019 hanno registrato un calo del 25% su base annua con 107 nuove campagne che hanno preso di mira 99 aziende. Alle spalle del fondo di Paul Singer si è posizionato Carl Icahn (2,8 miliardi), seguito da Third Point di Daniel Loeb (1,5 miliardi) e Starboard Value di Jeffrey Smith (1,2 miliardi). Primo, invece, per numero di



campagne condotte (10), Starboard. (riproduzione riservata)