



Stare al passo con il nuovo consumatore

Data di pubblicazione

4 Giugno 2021

Lunghezza

🕒 4 minuto/i di lettura

Di fronte al rapido cambiamento dei comportamenti di acquisto che evolvono all'interno di grandi trend, porsi al costante ascolto dei consumatori è fondamentale per le aziende. Una delle principali missioni del team azionario di Carmignac è anticipare i modelli di consumo, per comprendere se le società nelle quali investiamo sono perfettamente posizionate per trarre vantaggio dai cambiamenti in atto.

Analisi dei dati

Analizziamo le modalità e i luoghi in cui le persone acquistano e verifichiamo le differenze a livello geografico e demografico.

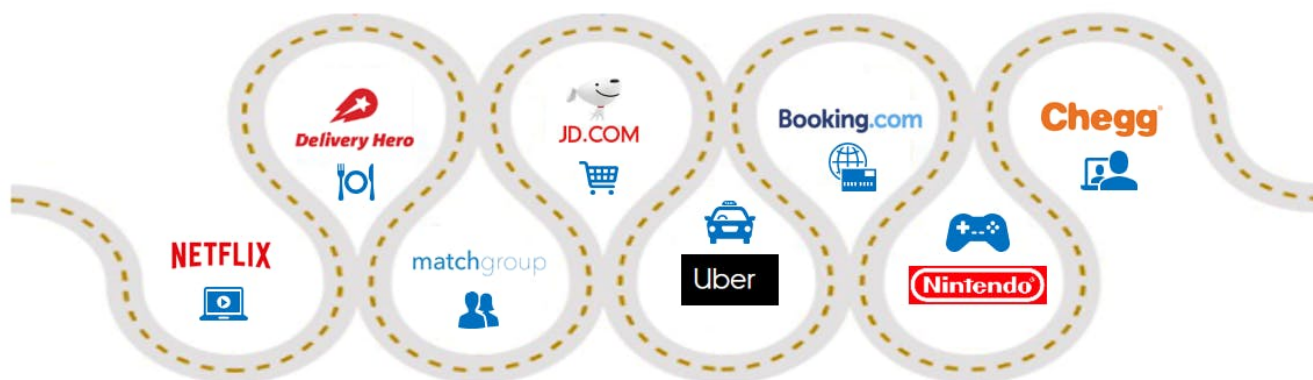
Indagini

Monitoriamo attentamente le reazioni dei consumatori a prodotti e servizi concorrenti, principalmente avvalendoci di indagini sui consumatori.

Il Full digital è una moda passeggera?

Tutti sappiamo che il nostro modo di acquistare e consumare è cambiato radicalmente negli ultimi anni. Ormai esistono app praticamente per ogni cosa. Utilizziamo il cellulare per leggere le notizie, ordinare una cena, monitorare il nostro sonno e anche per investire!

Società mondialmente conosciute come Amazon o Uber, o le loro controparti nei paesi emergenti, JD.com, Sea Limited e MercadoLibre, sono cresciute esponenzialmente nel 2020 a seguito del lockdown che ha costretto milioni di persone a modificare le abitudini di consumo e acquisto. Il punto ora è capire se il tasso di adozione di queste società sia stato trainato unicamente dall'emergenza epidemiologica e se quindi la riapertura delle economie porterà a un ridimensionamento del coinvolgimento degli utenti. Abbiamo già raggiunto il pieno potenziale di queste società la cui espansione è legata al Covid?



Fonte: Carmignac, 2021. La composizione del portafoglio può variare nel tempo e senza preavviso. I marchi di fabbrica e i loghi non implicano alcuna adesione o approvazione da parte delle società rappresentate.

Noi di Carmignac siamo convinti che la tematica generale della digitalizzazione non si sia ancora sviluppata pienamente, per diverse ragioni:

L'importanza delle abitudini. Nei paesi dove l'economia è già ripartita si constata che i consumatori continuano a ordinare piatti a domicilio, ad acquistare online, ecc.

La penetrazione è ancora bassa. Soprattutto nel settore degli alimentari, ma non solo, e in alcuni mercati come l'Europa o i paesi emergenti.

La crescita dei margini. Dopo anni di tassi di crescita sostenuti, i margini di profitto di queste piattaforme dovrebbero ulteriormente migliorare in quanto continuano a "monetizzare" il proprio ecosistema.

La digitalizzazione non dovrebbe limitarsi all'e-commerce ma dovrebbe prendere piede anche in altri ambiti della nostra vita quotidiana. Per esempio, l'adozione tecnologica accelera nel settore dell'istruzione ma ha ancora ampi margini di crescita, pur essendosi sviluppata enormemente dagli inizi della pandemia.

La spinta al cambiamento

È interessante notare che se da un lato la digitalizzazione ha rivoluzionato le nostre modalità di consumo, dall'altro ha rafforzato la richiesta di **genuinità ed esperienza**.

Carmignac intende focalizzarsi sulle società che si dimostrano più attente **alla valorizzazione del fattore umano** nelle transazioni commerciali o allo sviluppo di nuove modalità di shopping. Per esempio alcune piattaforme si differenziano in maniera netta rispetto agli altri siti di vendita perché spiegano ai consumatori che dietro ogni articolo ci sono delle persone. Un esempio è Etsy, una piattaforma di e-commerce che ha attivato una "comunità di venditori", imprenditori creativi e artisti che consentono alla società di proporre prodotti unici.

Per quanto riguarda la ricerca di **esperienza** invece, ci concentriamo sulle società che possono offrire un'esperienza in-store unica agli acquirenti, come Ferrari o l'azienda di abbigliamento per lo sport Lululemon, che utilizzano la realtà aumentata per consentire ai clienti di provare i prodotti.



Esperienza In-store



Un altro cambiamento interessante che caratterizza la nostra epoca è la preferenza per modalità di consumo più sostenibili. Il netto incremento della produzione e vendita di auto elettriche è sicuramente incentivato dai sostegni statali e dall'adeguamento delle infrastrutture, ma denota anche un cambiamento delle abitudini dei consumatori. Nel nostro portafoglio puntiamo a trarre vantaggio da questa tendenza. Carmignac ha sviluppato un processo rigoroso di ISR in base al quale almeno il 90% dei titoli detenuti è analizzato in funzione dei rischi e delle opportunità ESG. Questa analisi è centralizzata nel nostro sistema proprietario di ricerca START1. Effettuiamo inoltre una riduzione del 20% dell'universo di investimento in base a una serie di filtri, tra cui l'esclusione di società con un rating ESG basso.

La ricerca dell'unicità

Infine, il nuovo consumatore ricerca sempre l'unicità, chiaramente uno dei principali obiettivi delle società operanti nel settore lusso. Le persone desiderano tuttora oggetti che non tutti si possono permettere. Una società come Hermès applica una politica deliberata di accesso molto limitato alle sue borse più costose e ambite, come la Birkin e la Kelly. Questi articoli non sono acquistabili online, inoltre ormai la casa ha scelto di non creare più le liste d'attesa nelle sue boutique. Perciò l'unico modo per ottenerne una è avere instaurato da tempo una relazione con Hermès. Inoltre, la rarità di queste borse fa sì che mantengano pressoché intatto il loro valore sul mercato di seconda mano. Le borse di Hermès conservano l'80% del loro prezzo di vendita sul mercato dell'usato, mentre Chanel e Louis Vuitton solo il 63%.

Approfondisci i nuovi trend nella selezione titoli di:

Carmignac Investissement



Alla ricerca delle società leader di oggi e di domani

Fondo azionario globale senza restrizioni in termini regionali, settoriali e di capitalizzazione di mercato

Driver di performance incentrati su tendenze di lungo termine e opportunità tattiche

Processo di investimento disciplinato, basato sull'analisi fondamentale bottom-up per massimizzare la generazione di alfa.



Carmignac Investissement A EUR Acc

ISIN: FR0010148981

Periodo minimo di
investimento
consigliato



Principali rischi del Fondo

AZIONARIO: Le variazioni del prezzo delle azioni, la cui portata dipende da fattori economici esterni, dal volume dei titoli scambiati e dal livello di capitalizzazione delle società, possono incidere sulla performance del Fondo.

CAMBIO: Il rischio di cambio è connesso all'esposizione, mediante investimenti diretti ovvero utilizzando strumenti finanziari derivati, a una valuta diversa da quella di valorizzazione del Fondo.

GESTIONE DISCREZIONALE: Le previsioni sull'andamento dei mercati finanziari formulate dalla società di gestione esercitano un impatto diretto sulla performance del Fondo, che dipende dai titoli selezionati

L'investimento nel Fondo potrebbe comportare un rischio di perdita di capitale.

Fonte: Carmignac, 30/04/2021

¹Il sistema proprietario di ricerca ESG START combina e aggrega gli indicatori ESG dei principali data provider esistenti sul mercato. Vista la mancanza di standardizzazione e rendicontazione su alcuni indicatori ESG da parte delle società quotate, non è possibile prendere in considerazione tutti gli opportuni indicatori. START centralizza le informazioni, permettendo a Carmignac di disporre di un'analisi proprietaria e di costituire la propria view su ogni società indipendentemente dai dati esterni aggregati, qualora fossero incompleti.

Questo è un documento pubblicitario. Il presente documento è destinato unicamente ai clienti professionali Questo documento non può essere riprodotto, in tutto o in parte, senza la preventiva autorizzazione della società di gestione. Questo documento non costituisce un'offerta di abbonamento, né costituisce una consulenza di investimento. I fondi di investimento francesi (fondi comuni di collocamento o FCP) sono fondi comuni in forma contrattuale (FCP) conformi alla direttiva OICVM di diritto francese. Il riferimento a determinati titoli e strumenti finanziari è a scopo illustrativo per evidenziare titoli che sono o sono stati inclusi nei portafogli di fondi della gamma Carmignac. Ciò non ha lo scopo di promuovere gli investimenti diretti in tali strumenti, né costituisce una consulenza sugli investimenti. La Società di gestione non è soggetta al divieto di negoziazione di questi strumenti prima di emettere alcuna comunicazione. I portafogli dei fondi Carmignac possono cambiare senza preavviso. L'accesso al Fondo può essere soggetto a restrizioni nei confronti di determinate persone o paesi. Il Fondo non è registrato in Nord America, in Sud America, in Asia né in Giappone. I Comparti sono registrati a Singapore come regime estero limitato (solo per clienti professionali). Il Fondo non è stato registrato ai sensi del Securities Act statunitense del 1933. Il Fondo non può essere offerto o venduto, direttamente o indirettamente, a beneficio o per conto di un "soggetto statunitense", secondo la definizione del Regolamento USA S e / o FATCA. Il fondo presenta un rischio di perdita di capitale. I rischi e le commissioni sono descritti nel KIID (Documento contenente le informazioni chiave per gli investitori). Il prospetto, i KIID e le relazioni annuali del Fondo sono disponibili su www.carmignac.com o su richiesta alla Società di gestione. Il KIID deve essere reso disponibile per l'abbonato prima della sottoscrizione. - In Svizzera, i rispettivi prospetti, i KIID e le relazioni annuali del Fondo sono disponibili su www.carmignac.ch o tramite il nostro rappresentante in Svizzera, CACEIS (Svizzera) S.A., Route de Signy 35, CH-1260 Nyon. L'agente pagatore è CACEIS Bank, Parigi, succursale di Nyon / Svizzera, Route de Signy 35, 1260 Nyon.