



## Suivre le nouveau consommateur

Publié

8 Juin 2021

Longueur

🕒 4 minute(s) de lecture

**Il est essentiel pour les sociétés de prendre le pouls des consommateurs, car le comportement des acheteurs évolue rapidement et s'inscrit dans le cadre de tendances générales. L'une des principales priorités de l'équipe actions de Carmignac consiste à anticiper les habitudes de consommation afin de déterminer si les sociétés dans lesquelles nous investissons sont bien positionnées pour y faire face.**

### Analyse de données

Nous étudions comment et où les gens achètent, ainsi que les différences d'un pays à l'autre, et les données démographiques.

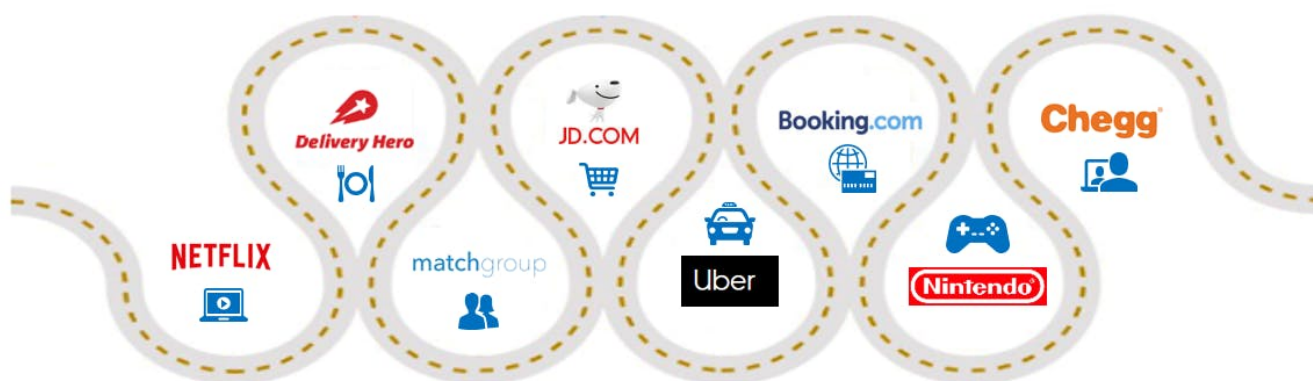
### Enquêtes

Nous suivons également de près la manière dont les consommateurs réagissent face aux produits et services des concurrents, notamment à l'aide d'enquêtes.

## La digitalisation complète : temporaire ou permanente ?

Nous savons tous que la façon dont nous consommons a considérablement évolué ces dernières années. Désormais, il existe une application pour presque tout. Nous utilisons nos téléphones pour lire l'actualité, commander des repas, surveiller notre sommeil et même investir !

Les enseignes bien connues, telles qu'Amazon ou Uber, ou leurs homologues émergents, JD.com, Sea Limited et MercadoLibre, ont explosé en 2020, les dynamiques de confinement ayant contraint les gens à consommer différemment. Aujourd'hui, la question essentielle pour ces sociétés est de savoir si le taux d'adoption était uniquement lié à ces restrictions, ce qui entraînerait une moindre utilisation à mesure de la réouverture des économies. Avons-nous atteint le plein potentiel de ces valeurs « Covid » ?



Source : Carmignac, 2021. La composition du portefeuille est susceptible de varier au fil du temps et sans préavis. Les marques de commerce et logos n'insinuent aucune affiliation ou approbation.

Chez Carmignac, nous sommes convaincus que la digitalisation globale a encore une large marge de développement, et ce pour plusieurs raisons :

**L'importance des habitudes.** Nous pouvons déjà constater dans certains pays qui ont rouvert que les consommateurs continuent de commander des repas, d'acheter en ligne, etc.

**La pénétration reste faible.** Et notamment dans certains secteurs tels que la distribution et dans certaines régions comme l'Europe et les marchés émergents.

**L'accroissement des marges.** Après des années de forte croissance, ces plateformes devraient voir leur marge bénéficiaire s'améliorer à mesure qu'elles augmentent la monétisation de leurs écosystèmes.

Au-delà du commerce en ligne, la digitalisation devrait continuer à s'étendre à d'autres pans de notre quotidien. Par exemple, l'éducation figure parmi les domaines où la digitalisation s'accélère, mais elle en est aux premiers stades de l'adoption de la technologie malgré une croissance très rapide depuis l'épidémie.

## La nécessité d'un changement

Il est intéressant de noter que si la digitalisation a révolutionné la façon dont nous consommons, elle a également renforcé notre besoin **d'authenticité** et **d'expérience**.

Nous nous concentrons davantage sur les sociétés qui s'efforcent d'**humaniser les transactions** ou de réinventer notre manière d'acheter. Par exemple, nous investissons dans des enseignes telles qu'Etsy, une plateforme de commerce en ligne dotée d'une « communauté de vendeurs » qui sont des entrepreneurs/artistes créatifs permettant à Etsy de proposer une gamme de produits uniques. Par conséquent, ce type de plateformes offre une forte différenciation par rapport aux autres marchés, car le fabricant/producteur y est mis en avant.

Nous recherchons également des sociétés capables d'offrir une **expérience** unique aux consommateurs dans les magasins, telles que Ferrari ou Lululemon, qui ont recours à la réalité augmentée pour permettre au client d'essayer leurs produits.



## Expérience en magasin



Nous assistons également à une nette accélération de la production et de la vente de véhicules électriques. Bien que cela soit soutenu par les subventions publiques et l'adaptation des infrastructures, il s'agit également d'une évolution des préférences des consommateurs, dont nous avons essayé de tirer parti dans notre portefeuille.

### Le besoin d'unicité

Enfin, ce nouveau consommateur est toujours en quête d'un caractère unique, que les sociétés de luxe ont de toute évidence l'ambition d'offrir. Les gens souhaitent encore des choses que peu de personnes peuvent obtenir. Une société comme Hermès rend délibérément difficile pour les consommateurs d'accéder à certains de ses sacs les plus convoités, tels que le Birkin et le Kelly. Ces articles ne s'achètent pas en ligne, et puisque la marque ne propose plus de listes d'attente dans ses magasins, un contact chez Hermès est nécessaire pour s'en procurer un. De plus, la rareté signifie également que ces sacs conservent leur valeur sur les marchés d'occasion. Les sacs Hermès rapportent 80 % de leur prix de vente lors de la revente, tandis que les sacs Chanel et Louis Vuitton n'en rapportent que 63 %.

---

**Retrouvez ces nouvelles tendances dans notre sélection de titres au sein de :**

## Carmignac Investissement



### **A la recherche des gagnants d'aujourd'hui et de demain**

Un Fonds actions internationales investi sans contrainte géographique, sectorielle ou de taille de valeur.

Des moteurs de performances combinant tendances de long terme et opportunités tactiques.

Un processus d'investissement discipliné basé sur une analyse fondamentale « bottom-up » afin de maximiser la génération d'alpha.



## Carmignac Investissement A EUR Acc

ISIN: FR0010148981

Durée minimum de placement recommandée



### Principaux risques du Fonds

**ACTION:** Les variations du prix des actions dont l'amplitude dépend de facteurs économiques externes, du volume de titres échangés et du niveau de capitalisation de la société peuvent impacter la performance du Fonds.

**RISQUE DE CHANGE:** Le risque de change est lié à l'exposition, via les investissements directs ou l'utilisation d'instruments financiers à terme, à une devise autre que celle de valorisation du Fonds.

**GESTION DISCRÉTIONNAIRE:** L'anticipation de l'évolution des marchés financiers faite par la société de gestion a un impact direct sur la performance du Fonds qui dépend des titres sélectionnés.

Le Fonds présente un risque de perte en capital.

**Cet article est destiné à des clients professionnels. Ceci est un document publicitaire.** Ce document ne peut être reproduit, en tout ou partie, sans autorisation préalable de la société de gestion. Il ne constitue ni une offre de souscription, ni un conseil en investissement. Les informations contenues dans ce document peuvent être partielles et sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. La référence à certaines valeurs ou instruments financiers est donnée à titre d'illustration pour mettre en avant certaines valeurs présentes ou qui ont été présentes dans les portefeuilles des Fonds de la gamme Carmignac. Elle n'a pas pour objectif de promouvoir l'investissement en direct dans ces instruments, et ne constitue pas un conseil en investissement. La Société de Gestion n'est pas soumise à l'interdiction d'effectuer des transactions sur ces instruments avant la diffusion de la communication. La référence à un classement ou à un prix ne préjuge pas des classements ou des prix futurs de ces OPC ou de la société de gestion. Les portefeuilles des Fonds Carmignac sont susceptibles de modification à tout moment. Le Fonds est un fonds commun de placement de droit français conforme à la Directive OPCVM. L'accès au Fonds peut faire l'objet de restriction à l'égard de certaines personnes ou de certains pays. Il ne peut notamment être offert ou vendu, directement ou indirectement, au bénéfice ou pour le compte d'une «U.S. person» selon la définition de la réglementation américaine «Regulation S» et/ou FATCA. Le Fonds présente un risque de perte en capital. Les risques et frais sont décrits dans le DICI/KIID (Document d'Information Clé pour l'Investisseur). Le prospectus, DICI/KIID, et les rapports annuels du Fonds sont disponibles sur le site [www.carmignac.com](http://www.carmignac.com) et sur demande auprès de la société de gestion. Le DICI/KIID doit être remis au souscripteur préalablement à la souscription • En France : Le prospectus, DICI, et les rapports annuels du Fonds sont disponibles sur le site [www.carmignac.fr](http://www.carmignac.fr) et sur simple demande auprès de la Société de Gestion. Le DICI doit être remis au souscripteur préalablement à la souscription. • En Suisse : Le prospectus, KIID, et les rapports annuels du Fonds sont disponibles sur le site [www.carmignac.ch](http://www.carmignac.ch) et auprès de notre représentant en Suisse (Switzerland) S.A., Route de Signy 35, P.O. Box 2259, CH-1260 Nyon. Le Service de Paiement est CACEIS Bank, Paris, succursale de Nyon / Suisse Route de Signy 35, 1260 Nyon. Le KIID doit être remis au souscripteur préalablement à la souscription. • En Belgique : Ce document est à destination des investisseurs professionnels uniquement, il ne convient pas aux investisseurs de détail en Belgique. Informations légales importantes : Ce document est publié par Carmignac Gestion S.A., société de gestion de portefeuille agréée par l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) en France, et sa filiale luxembourgeoise, Carmignac Gestion Luxembourg, S.A., société de gestion de fonds d'investissement agréée par la Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF), suivant le chapitre 15 de la loi luxembourgeoise du 17 décembre 2010. « Carmignac » est une marque déposée. « Risk Managers » est un slogan associé à la marque Carmignac. Ce document ne constitue pas un conseil en vue d'un quelconque investissement ou arbitrage de valeurs mobilières ou tout autre produit ou service de gestion ou d'investissement. L'information et opinions contenues dans ce document ne tiennent pas compte des circonstances individuelles spécifiques à chaque investisseur et ne peuvent, en aucun cas, être considérées comme un conseil juridique, fiscal ou conseil en investissement. Les performances passées ne préjugent pas des performances futures. Elles sont nettes de frais (hors éventuels frais d'entrée appliqués par le distributeur). Les rendements nets sont obtenus après déduction des frais et taxes applicables à un client de détail moyen ayant la qualité de personne physique résident belge. Les informations contenues dans ce document peuvent être partielles et sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. Le prospectus, le KIID, les valeurs liquidatives, les derniers rapports (semi) annuels de gestion sont disponibles en français et en néerlandais gratuitement auprès de la société de gestion, tél +352 46 70 60 1 ou par consultation du site internet [www.carmignac.be](http://www.carmignac.be) ou auprès de Caceis Belgium S.A. qui assure le service financier en Belgique à l'adresse suivante : avenue du port, 86c b320, B-1000 Bruxelles. Le KIID doit être fournis au souscripteur avant chaque souscription, il lui est recommandé de le lire avant chaque souscription. Toute réclamation peut être transmise à l'attention du service de Conformité CARMIGNAC GESTION, 24 place Vendôme - 75001 Paris – France, ou à l'adresse [complaints@carmignac.com](mailto:complaints@carmignac.com) ou auprès du service de plainte officiel en Belgique, sur le site [www.ombudsfin.be](http://www.ombudsfin.be).