




Gelijke tred houden met de nieuwe consument

Gepubliceerd

4 Juni 2021

Lengte

 3 minuten leestijd

Het is voor bedrijven enorm belangrijk dat ze voortdurend de vinger aan de pols houden bij consumenten, aangezien hun gedrag onder invloed van bredere trends razendsnel kan omslaan. Kunnen anticiperen op consumptiepatronen is prioriteit nummer één voor het aandelenteam van Carmignac; daaruit kunnen we namelijk afleiden of bedrijven waarin we beleggen goed gepositioneerd zijn.

Gegevensanalyse

We gaan na hoe en waar mensen winkelen, maar ook welke verschillen er zijn tussen landen en bevolkingsgroepen. Ook onderzoeken we hoe consumenten reageren op concurrerende producten en diensten, met name door middel van enquêtes.

Enquêtes

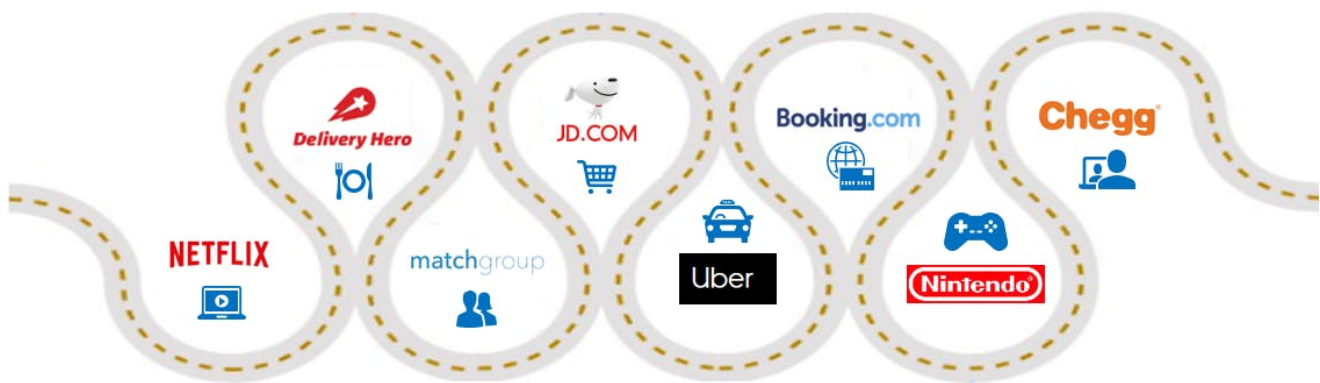
We gaan na hoe en waar mensen winkelen, maar ook welke verschillen er zijn tussen landen en bevolkingsgroepen. Ook onderzoeken we hoe consumenten reageren op concurrerende producten en diensten, met name door middel van enquêtes.



Volledig digitaal: tijdelijk of blijvend?

We weten allemaal dat de manier waarop we consumeren in de afgelopen jaren ingrijpend is veranderd. Voor vrijwel alles bestaat tegenwoordig wel een app. We gebruiken onze telefoons om het nieuws te lezen, eten te bestellen, ons slaapritme te evalueren en zelfs om te beleggen!

Bekende namen zoals Amazon of Uber, maar ook hun tegenhangers in opkomende landen, JD.com, Sea Limited en MercadoLibre hebben in 2020 forse koersstijgingen kunnen noteren: doordat we met zijn allen zo veel thuis moesten blijven, was het onvermijdelijk dat onze consumptiepatronen ook ingrijpend veranderden. De hamvraag voor deze bedrijven is nu of die digitale revolutie slechts samenhang met de lockdowns. In dat geval zouden de gebruikersaantallen namelijk weer dalen zodra de wereldeconomie heropend wordt. Hebben deze coronastijgers hun volle potentieel verwezenlijkt?



Bron: Carmignac, 2021 Portefeuillesamenstelling kan in de loop van de tijd zonder voorafgaande kennisgeving gewijzigd worden. De gebruikte handelsmerken en logo's wijzen niet op banden met of goedkeuring van de desbetreffende bedrijven.

Bij Carmignac zijn we ervan overtuigd dat er nog rek zit in het thema digitalisering, en wel om diverse redenen:

Gewoontes bekijken. In sommige landen waar de economische activiteit alweer op gang is gekomen, zien we nu al dat consumenten hun eten nog altijd laten bezorgen, online blijven kopen, etc.

De marktpenetratie is nog altijd laag. Met name op sommige terreinen, zoals de supermarkten, en in sommige regio's, zoals Europa en opkomende markten

Verbetering van de marges. Na jaren van krachtige groei zal de winstmarge van deze platforms waarschijnlijk verbeteren doordat ze meer inkomsten gaan genereren.

De digitale revolutie blijft ook voor ons dagelijks leven niet beperkt tot de opkomst van de e-commerce: we kunnen erop rekenen dat uiteenlopende aspecten van ons dagelijks leven geleidelijk ook gedigitaliseerd raken. Een van de terreinen waar digitalisering om zich heen grijpt is het onderwijs, maar de technologie staat nog in de kinderschoenen, zij het dat deze sinds de uitbraak van het virus sterk in opkomst is.

Behoeftte aan verandering

Digitalisering heeft niet alleen een revolutie teweeggebracht in de manier waarop we consumeren, maar ook onze behoefte aan **authenticiteit en beleving** groter gemaakt.

We richten ons meer op bedrijven die een stapje extra zetten om **transacties te vermensenlijken** of nieuwe winkelervaringen te creëren. Sommige platformen onderscheiden zich nadrukkelijk van andere marktplaatsen doordat elk product gekoppeld is aan een gezicht. Een voorbeeld is Etsy, een e-commerceplatform met een "community van verkopers", met creatieve ondernemers/kunstenaars die Etsy in staat stellen een collectie unieke producten aan te bieden.

Wat **ervaring** betreft, richten we ons op bedrijven die consumenten een unieke in-store ervaring bieden, zoals Ferrari of sportkledingfabrikant Lululemon, die augmented reality gebruiken zodat klanten hun producten kunnen uitproberen.



Een andere noemenswaardige verandering is de trend richting duurzamer consumeren. De productie en verkoop van elektrische voertuigen zitten fors in de lift. Dit wordt weliswaar in de hand gewerkt door overheidssubsidies en infrastructuuraanpassingen, maar duidt tevens op een verschuiving in de voorkeuren van consumenten, waar we in onze portefeuille van proberen te profiteren.

Behoeftte aan uniciteit

De nieuwe consument blijft bovendien op zoek naar uniciteit, iets waar luxebedrijven gretig op inspelen. Mensen willen nog altijd dingen die slechts voor weinigen zijn weggelegd. Een bedrijf als Hermès maakt het bewust moeilijk voor consumenten om zijn meest begeerde tassen, waaronder de Birkin en de Kelly, te bemachtigen. Je kunt deze artikelen niet online kopen, en omdat het merk geen wachtlijsten meer hanteert via zijn stores, moet je een bestaande relatie hebben met Hermès om zo'n tas te kopen. Door het schaarse aanbod behouden deze tassen bovendien hun waarde op tweedehands markten. Hermès-tassen worden tegen 80% van hun winkelprijs doorverkocht, terwijl dit voor Chanel en Louis Vuitton slechts 63% is.

Ontdek de nieuwe trends in onze aandelenselectie binnen:

Carmignac Investissement



Op zoek naar de winnaars van vandaag en van morgen

Een wereldwijd aandelenfonds zonder beperkingen ten aanzien van regio, sector of marktkapitalisatie
Rendementsaanjagers die langetermijntrends en kortetermijnkansen combineren

Een gedisciplineerd beleggingsproces, gebaseerd op een fundamentele bottom-up-analyse om het genereren van alfa te optimaliseren.



Carmignac Investissement A EUR Acc

ISIN: FR0010148981

Aanbevolen
minimale
beleggingstermijn



Voornaamste risico's van het Fonds

AANDELEN: Aandelenkoersschommelingen, waarvan de omvang afhangt van externe factoren, het kapitalisatieniveau van de markt en het volume van de verhandelde aandelen, kunnen het rendement van het Fonds beïnvloeden.

WISSELKOERS: Het wisselkoersrisico hangt samen met de blootstelling, via directe beleggingen of het gebruik van valutatermijncontracten, aan andere valuta's dan de waarderingsvaluta van het Fonds.

DISCRETIONAIR BEHEER: Het anticiperen op de ontwikkelingen op de financiële markten door de beheermaatschappij is van directe invloed op het rendement van het Fonds, dat afhankelijk is van de geselecteerde effecten.

Het fonds houdt een risico op kapitaalverlies in.

Promotioneel materiaal. De inhoud is enkel bestemd voor de professionele belegger. Dit document mag geheel noch gedeeltelijk worden gereproduceerd, verspreid of doorgegeven zonder voorafgaande toestemming van de beheermaatschappij. Het is geen beleggingsadvies. De informatie in dit document is mogelijk niet volledig en kan zonder voorafgaande kennisgeving worden gewijzigd. Het Fonds is een beleggingsfonds in contractuele vorm (FCP) conform de ICBE-richtlijn onder Frans recht. Verwijzingen naar bepaalde waarden of financiële instrumenten zijn voorbeelden van beleggingen die in de portefeuilles van de fondsen van Carmignac aanwezig zijn of waren. Deze verwijzingen hebben niet tot doel om directe beleggingen in die instrumenten aan te moedigen en zijn geen beleggingsadvies. De Beheermaatschappij is niet onderworpen aan het verbod op het uitvoeren van transacties met deze instrumenten voorafgaand aan de verspreidingsdatum van de informatie. De portefeuilles van de fondsen van Carmignac kunnen op ieder moment worden gewijzigd. In het verleden behaalde resultaten zijn geen garantie voor de toekomst. De resultaten zijn netto na aftrek van kosten (inclusief mogelijke in rekening gebrachte instapkosten door de distributeur). De toegang tot het fonds kan beperkt zijn voor bepaalde personen of in bepaalde landen. Dit fonds mag met name direct noch indirect aangeboden of verkocht worden ten gunste of voor rekening van een 'U.S. person', zoals gedefinieerd in de Amerikaanse 'Regulation S' en/of de FATCA. Het fonds houdt een risico op kapitaalverlies in. De risico's en kosten staan beschreven in het EBI-document (essentiële beleggersinformatie). Het prospectus, het EBI-document en de jaarverslagen van het fonds zijn te vinden op de website www.carmignac.nl of kunnen worden aangevraagd bij de beheermaatschappij. De belegger dient over het EBI-document te beschikken voordat hij op het fonds inschrijft. • In België : Belangrijke wettelijke informatie: Promotioneel materiaal. Dit document is bestemd voor professionele cliënten en werd niet voor goedkeuring voorgelegd aan de FSMA. Dit document is gepubliceerd door Carmignac Gestion S.A., een door de Franse toezichthouder Autorité des Marchés Financiers (AMF) erkende vermogensbeheerder, en zijn Luxemburgse dochteronderneming, Carmignac Gestion Luxembourg, S.A., een door de Luxemburgse toezichthouder Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF). "Carmignac" is een gedeponeerde merk. "Risk Managers" is een aan het merk Carmignac verbonden slogan. Dit document vormt geen advies met het oog op een belegging in of arbitrage van effecten of enig ander beheer- of beleggingsproduct of enige andere beheer- of beleggingsdienst. De in dit document opgenomen informatie en meningen houden geen rekening met de specifieke individuele omstandigheden van de belegger en mogen in geen geval worden beschouwd als juridisch, fiscaal of beleggingsadvies. De informatie in dit document kan onvolledig zijn en kan ook zonder voorafgaande kennisgeving worden gewijzigd. De fiscale behandeling hangt af van de individuele omstandigheden van elke belegger, en kan in de toekomst worden gewijzigd. Vraag advies aan uw financieel en fiscaal adviseur om zeker te zijn dat de voorgestelde producten geschikt zijn voor uw persoonlijke situatie, uw risicoprofiel en uw beleggingsdoelstellingen. In het verleden behaalde resultaten zijn geen garantie voor de toekomst. De resultaten zijn netto na aftrek van kosten (inclusief mogelijke in rekening gebrachte instapkosten door de distributeur). Nettorendementen worden berekend na aftrek van de van toepassing zijnde kosten en belastingen voor een gemiddelde retailclient die een fysiek Belgisch ingezetene is. Het prospectus, de essentiële beleggersinformatie en het meest recente (half)jaarverslag zijn kosteloos verkrijgbaar in het Nederlands en het Frans bij de beheermaatschappij, per telefoon op het nummer +352 46 70 60 1, op de website www.carmignac.be of bij Caceis Belgium S.A., de vennootschap die de financiële dienstverlening in België verzorgt, op het adres Havenlaan 86c b320, B-1000 Brussel. De essentiële beleggersinformatie moet vóór elke inschrijving worden verstrekt aan de belegger, welke door de belegger vóór elke inschrijving gelezen moet worden. Eventuele klachten kunnen worden gestuurd ter attentie van Compliance Carmignac Gestion, 24 Place Vendôme - 75001 Parijs - Frankrijk, of op complaints@carmignac.com of op www.ombudsfin.be.