

## Compte rendu ZOOM Athymis du 1<sup>er</sup> octobre 2020

### Introduction par Antoine Gasiorowski

Belle année 2020 pour Athymis Gestion et collecte positive.  
Très bonnes performances sur toute la gamme dans un environnement complexe. Antoine invite à nous solliciter aussi pour les mandats de gestion qui se comportent très bien dans la durée.

### Performances de l'offre Athymis Gestion (au 28/09/2020)

	2020	2019	Depuis la création
Athymis Millennial <sup>(1)</sup>	+11,52%	+25,12%	+49,02%
Athymis Millennial Europe <sup>(2)</sup> PEA	-6,39%	+24,24%	+15,63%
Athymis Better Life <sup>(3)</sup>	+13,24%	+25,35%	+27,37%
Athymis Industrie 4.0 <sup>(4)</sup>	+3,21%	+25,16%	+17,12%
Athymis Patrimoine	-0,48%	+8,46%	+37,11%

(1) Part P créée en juin 2016.  
(2) Part P créée en septembre 2016.  
(3) Part créée en juillet 2017.  
(4) Part I créée en novembre 2018.

Les performances et réalisations du passé ne constituent en rien une garantie pour des performances actuelles ou à venir.  
Les données de performance ne prennent pas en compte les commissions et frais contractés à l'émission ou au rachat de parts.  
Nos fonds sont exposés aux risques suivants : Risque actions, Risque de marché, Risque lié à la gestion discrétionnaire, Risque de change, Risque de taux, Risque de crédit, Risque de perte en capital.



Document réservé aux professionnels : merci de lire l'avertissement en fin de présentation. 72



La conférence Et Demain ?! aura lieu début décembre en format digital.

### Marché du luxe, quelle tendance ? avec Sabrina Marzaro, experte internationale et professeur au Fashion Institute de NY

Historiquement marché du luxe résilient sur 10 ans  
2020 baisse de 20 à 35% attendue, reprise lente attendue. Retour sur les chiffres 2019 prévu en 2023. Baisse de 40 à 50% chez les grands au cœur de la crise  
Consommateur chinois et digital facteurs positifs

En crise les clients cherchent: sécurité, distraction, apporter du sens à la vie

1<sup>er</sup> tendance : **entreprises avec lesquels les clients partagent des valeurs** (social activists), recherche de plus de valeur dans les produits, de qualité et de créativité. Recherche de sécurité et réassurance. Accélération sur le bien-être, les soins.

2<sup>e</sup> tendance **polarisation entre les maisons**, les grandes maisons qui investissent seront les gagnantes. Importance de l'agilité, esprit startup. Cette fluidité implique aussi la supply chain, car la gestion flexible des inventaires est devenue clé.

**Le consommateur chinois** représente 35% de la consommation luxe globale, cela va s'accroître. Le tourisme sera en baisse jusqu'à minimum mi 2021. 40% du luxe vient du tourisme d'où importance du digital. « Revenge shopping » des chinois en ligne, la golden week commence maintenant, le digital est clé. D'autant plus important que US et Europe tarderont à sortir de la crise du coronavirus.

**E-Commerce et digitalisation** du parcours client sont fondamentaux. 10 à 12% en e-commerce avant la crise. Kering a connu une hausse de 72% des ventes en lignes. Digitalisation du parcours clients : online et offline se rapprochent. Burberry vient d'ouvrir son premier social retail store. Apport du digital dans le physique et du réel dans le digital. Idée de jeux dans les magasins : gamification du parcours client.

### **Quelles sont les marques du futur ?**

Sunnei marque très Gen Z et Millennial à Milan, technologie.

Ganni marque danoise.

Peloton vélo connectés dans le sport (une valeur du fonds Athymis Millennial NDLR)

Everlane dans la mode.

### **Quelle modification du mix produits du luxe ?**

Les produits sans saisonnalité ont plus de succès, difficultés pour le prêt à porter.

Cosmétiques, sacs à main, cuir et chaussures devraient progresser. Les bijoux et montres devraient avoir à court terme des difficultés car non intégration du digital, dépendent du wholesale et de l'expérience en magasin.

### **Quels sont les « Best in class » du digital ?**

EN 2025 30% du luxe prévu sur digital, les grands devraient accélérer Louis Vuitton et Dior devraient continuer à bien fonctionner, comme Gucci. Burberry essaie de percer mais a plus de difficultés. Online et offline devraient converger, les GenZ achètent en magasin ou sur portable sans vraiment faire la différence.

Présentation du livre de Sabrina : Swiping for prince charming en vente sur Amazon, Antoine offre 5 exemplaires aux premiers emails reçus 😊

### **Athymis Millennial Europe par Arnaud Chesnay**

A -6,4% YTD, belle « remontada » du fonds dans un univers européen difficile (CAC 40 à -20% et Eurostoxx à -15% et stoxx 600 à -11,5%). Depuis 5 mois surperformance chaque mois. 5% de surperformance sur l'indice de référence YTD (les performances passées ne préjugent pas des performances futures).

Rappel de l'approche du fonds, fonds PEA et notamment de l'importance des barrières à l'entrée et des tendances impulsées par les millennials : digitalisation, santé et bien-être,

cloud et mode locatif, accélération de méga-marques. **Le mouvement accélère ce qui est très motivant.**

Description des mouvements :

- Renforcement de la consommation discrétionnaire sur les gagnants structurels : L'Oreal, SEB (25% du CA en Chine), Pernod, Moncler dans le luxe et aussi Kering, Essilor.
- Renforcement des semi-conducteurs dans le récent « sell-off » du Nasdaq : Soitec, ASML, STM.
- Léger allègement de la nutrition après un parcours exceptionnel du au phénomène du « stay at home » : Symrise, Nestlé.

### **Synthèse du positionnement.**

Le digital représente 24% du portefeuille avec SAP ou Teamviewer.

Nutrition 21% avec Kerry ou DSM.

Consommation discrétionnaire, Santé et bien-être Carl Zeiss ou Essilorluxottica, accroissement de la myopie chez les millennials.

Prosus et Teleperformance dans la communication.

Très bonnes surprises sur Soitec mais aussi Corbion dans la nutrition.

Année compliquée mais travail actif sur la gestion, Arnaud espère revenir rapidement en zone positive, beau message d'optimisme sur un marché européen compliqué.

### **Point sur Athymis Millennial avec Amina Touaibia, analyste**

Nouvelle belle année pour le fonds avec une performance de +11,5% au 28/09 et +49% depuis sa création en juin 2016. Une vraie satisfaction dans un contexte complexe.

Trois grands principes appliqués cette année expliquent la performance :

#### **Réactivité :**

- Vente pré-confinement des valeurs directement impactées par le virus: Live Nation dans les concerts, Imax dans les cinémas, Marriott...
- Renforcement de nos valeurs chinoises eu égard à la sortie de crise: JD.COM, Tencent.
- Entrée de valeurs dans la baisse comme Apple, entrée en mars quasiment au plus bas.

#### **Diversification et gestion du risque**

- Ecrêtage des GAFAM : environ 10% du portefeuille contre une pondération supérieure à 20% pour le S&P 500
- Ecrêtage dans la hausse de dossiers tech « exubérants » qui ont très (trop ?) bien marché comme Square (+160%) ou Shopify (+157%)

- Entrée récente de dossiers non tech : Lowe's, Domino's Pizza, Dick's sporting goods, renforcement de Nike valeur historique du fonds.

### **Exploration**

- Trouver des titres que les autres n'ont pas : Peloton (en hausse de 248% YTD !), Carvana aux résultats récemment très satisfaisants.

Le fonds est Multi thématique et multisectoriel mais offre un très beau potentiel eu égard aux dernières publications qui valident pleinement la pertinence de la thématique.

### **Rappel de quelques principes appliqués par la gestion :**

- Recherche en permanence de nouvelles idées et suivi des valeurs : L'équipe suit dorénavant des conférences en ligne en attendant la réouverture des frontières.
- Ouverture à l'international.
- La stratégie est clé : importance des barrières à l'entrée : place aux « rule makers » et « rule breakers ».
- Importance de la diversification et de la gestion du risque.
- Optimisme sur le long terme, quasi paranoïa sur le court terme (gestion du risque).

### **Question : Y a-t-il de la croissance hors Chine dans la consommation ?**

Sabrina évoque dans la nutrition la viande synthétique avec Beyond Meat ou Impossible Burger avec forte accélération uniquement aux US.

Nous nous retrouverons dans 15 jours avec Valerie Lettan pour parler immobilier US et élections en invitée spéciale.

La conférence Et Demain aura lieu en ligne début décembre.

Un GRAND MERCI à tous.

Le présent document est fourni à titre d'information uniquement et ne constitue pas la base d'un contrat ou d'un engagement de quelque nature que ce soit. ATHYMIS GESTION n'accepte aucune responsabilité, directe ou indirecte, qui pourrait résulter de l'utilisation de toutes informations contenues dans ce document. Les informations, avis et évaluations qu'il contient reflètent un jugement au moment de sa publication et sont susceptibles d'être modifiés sans notification préalable. Ce document ne saurait être interprété comme étant un conseil juridique, réglementaire, fiscal, financier ou encore comptable. Avant d'investir, le souscripteur doit comprendre les risques et mérites financiers des services ou produits financiers considérés et consulter ses propres conseillers. Avant d'investir, il est recommandé de lire attentivement la documentation contractuelle et, en particulier, les prospectus qui décrivent en détail les droits et obligations des investisseurs ainsi que les risques liés à l'investissement dans de tels produits financiers. Nos fonds sont exposés aux risques suivants : Risque actions, Risque de marché, Risque lié à la gestion discrétionnaire, Risque de change, Risque de taux, Risque de crédit, Risque de perte en capital. Les performances et réalisations du passé ne constituent en rien une garantie pour des performances actuelles ou à venir.

ATHYMIS GESTION est une Société Anonyme, au capital de 528 867 Euros ayant son siège 10 rue Notre Dame de Lorette 75009 Paris, immatriculée sous le numéro 502 521 685 RCS Paris, agréée en tant que société de gestion de portefeuille par l'A.M.F. (Autorité des Marchés Financiers) sous le numéro GP 08000035, et enregistrée sous le n° d'immatriculation ORIAS 15005566