

PRICING POWER

—
 PAR JULIE JOURDAN, GÉRANTE
 AMPLEGEST PRICING
 POWER US
 —



Gilles CONSTANTINI
 Gérant Amplegest Pricing Power



Julie JOURDAN
 Gérante Amplegest
 Pricing Power US



Maxime DURAND
 Analyste Financier

Pricing Power : une notion universelle, mais une réalité locale

Si la notion de Pricing Power concerne un grand nombre de sociétés à travers le monde, sa matérialisation dépend de l'environnement économique, réglementaire, voire culturel dans lesquelles les entreprises se déploient. La cote américaine offre de ce point de vue des opportunités d'investissement fortement complémentaires des marchés européens.

Quelle que soit leur localisation géographique, les entreprises du monde entier sont confrontées aux mêmes enjeux : hyperconcurrence, disruption des modèles établis, versatilité des consommateurs, transformation des circuits de distribution... La concomitance de ces facteurs tire les prix de vente à la baisse et pousse les états-majors à instituer un rapport de force favorable avec leurs clients et leurs fournisseurs afin de protéger leurs marges et leur croissance. Comment ? En érigeant des barrières à l'entrée solides et durables : marque forte, avance technologique, savoir-faire discriminant... Bref, en se constituant un Pricing Power structurel.

Fort poids de l'innovation technologique dans le Pricing Power « à l'américaine »

Mais si le Pricing Power constitue un atout universel, la matérialisation de ces barrières à l'entrée est, quant à elle, profondément ancrée dans des réalités locales. Elle est notamment tributaire de l'environnement économique, réglementaire, voire culturel et historique dans lequel chaque entreprise a évolué. Cette diversité des contextes a ainsi amené certains à se constituer des savoir-faire et des avantages comparatifs spécifiques qu'il est devenu particulièrement complexe de dupliquer pour tout nouvel entrant. Ces avancées concurrentielles ont ensuite été déclinées à une échelle globale, créant des groupes internationaux souvent éloignés de la notion-même de marché domestique. C'est ce cheminement qui a permis au luxe français, à la voiture allemande ou encore à la technologie américaine de conquérir le monde dans une logique « ricardienne » ou chaque pays exporte son expertise.

Vivier irremplaçable d'opportunités, la technologie américaine est loin d'être le seul attrait outre-Atlantique pour le pricing power. L'innovation, socle de l'économie américaine, offre des possibilités et des diversifications uniques.

Dans la santé par exemple, **Thermofisher**, acteur majeur dans les sciences de vie, ou encore **Zoetis** leader mondial dans la santé animale ont assis leur pricing power sur une innovation constante et des réseaux des distributions maîtrisés. La création de barrières à l'entrée élevées ancre leur leadership et leur permet de présenter des marges particulièrement solides.

Dans la consommation, le *pricing power* américain se distingue également avec succès. **Lulu Lemon**, marque haut de gamme dans l'*Athleisure*, continue de gagner des parts de marché sur un segment en croissance, grâce à la force de la marque et à la technicité des produits vendus. Une création de valeur qui se concrétise par un pricing très supérieur à la concurrence, une très grande loyauté de ses clients et un solide succès sur les nouveaux segments développés. Autre exemple, **Disney**, marque emblématique américaine, et championne de la « création d'expériences » grâce à sa galerie d'actifs et à la maîtrise de sa distribution au travers de ses parcs, de ses films et de sa plateforme de streaming.

Si la création de valeur du pricing power transcende les frontières, force est de constater qu'elle prend des formes différentes selon la zone géographique, rendant particulièrement opportune une stratégie transatlantique. Une exposition sur les cotes européennes et nord-américaines permet d'enrichir l'univers d'investissement et donc, d'accroître la diversité et la complémentarité des modes d'expression de ce Pricing Power et d'offrir des opportunités supplémentaires.

PRICING POWER

—
PAR JULIE JOURDAN,
GÉRANTE AMPLEGEST
PRICING POWER US
—

À PROPOS D'AMPLEGEST

Créée en 2007, Amplegest est une société de gestion indépendante exerçant trois métiers pour une clientèle institutionnelle et privée

GESTION
PRIVÉE

GESTION
D'ACTIFS

FAMILY
OFFICE

Au 31 mars 2023, Amplegest gère 3 milliards d'euros, dont 1,9 milliard d'euros pour le compte de ses clients privés et 1,1 milliard d'euros en Asset Management. Par ailleurs elle supervise 982 millions d'euros en Family Office sous la marque Canopée et assure la commercialisation des fonds d'Octo Asset Management, 470m€ d'encours à fin mars.

Amplegest fait partie du Groupe Cyrus majoritairement détenu par ses managers et salariés.

Vos contacts presse

Aissata Sissoko

06 15 34 34 00

asissoko@fargo.agency

Céline Sené

06 16 83 87 06

csene@fargo.agency

Les opinions et avis exprimés dans cette lettre ne constituent pas une offre, une recommandation ou un conseil en investissement et sont exclusivement conçus à des fins d'information.

Du fait de leur simplification, les informations sont partielles. Elles peuvent être subjectives et sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. La responsabilité d'Amplegest ne saurait être engagée par une prise de décision sur la base de ces informations.

Le fonds Amplegest Pricing Power est géré par Amplegest, société de gestion dont le siège social est situé au 50 bd Haussmann 75008 PARIS et agréée par l'AMF sous le n° GP07000044.

Le fonds présente, notamment, un risque de perte en capital, ce dernier n'étant pas garanti. Avant toute souscription, il convient de se rapprocher de son conseiller financier et de consulter les risques indiqués dans le prospectus du fonds, disponible sur simple demande et sur le site internet : www.amplegest.com

Risques inhérents aux investissements en OPC

Risque lié à la gestion : la performance de l'OPC dépend d'une part du choix des valeurs sous-évaluées sélectionnées et d'autre part du timing de désinvestissement de ces valeurs.

Risque de perte en capital : Les OPC ne comportent aucune garantie ni protection, le capital initialement investi peut ne pas être restitué.

Risque actions : si le marché des actions baisse, la valeur liquidative des OPC peut baisser.

Risque de taux : l'OPC peut être investi en fonds ou en titres obligataires. La valeur liquidative de l'OPC pourra baisser si les taux montent.

Risque de crédit : la défaillance, la dégradation de la signature de l'émetteur ou son anticipation par le marché aura un impact négatif sur la valeur du titre et donc la valeur liquidative de votre OPC.

Risque de change : en fonction de ses anticipations, le gérant pourra décider de couvrir ou non le risque de change.

Risque lié aux obligations convertibles : La valeur des obligations convertibles dépend de plusieurs facteurs : niveau des taux d'intérêt, évolution du prix des actions sous-jacentes, évolution du prix du dérivé intégré dans l'obligation convertible. Ces différents éléments peuvent entraîner une baisse de la valeur liquidative de votre OPC.

Risque lié aux titres de titrisation : via l'investissement dans des OPC diversifiés, il existe un risque reposant principalement sur la qualité des actifs sous-jacents, qui peuvent être de natures diverses (créances bancaires, titres de créances). Ces instruments résultent de montages complexes pouvant comporter des risques juridiques et des risques spécifiques tenant aux caractéristiques des actifs sous-jacents.

Risque de liquidité : tous les titres en portefeuille peuvent ne pas présenter le même degré de liquidité.

Risque lié aux petites et moyennes capitalisations : le volume de ces titres peut être réduit d'où des variations de cours pouvant être importantes, ce qui peut entraîner une variation à la hausse comme à la baisse plus forte et plus rapide de la valeur liquidative de votre OPC.

L'attention de l'investisseur est attirée sur le fait que les conditions de fonctionnement et de surveillance de certains pays émergents, peuvent s'écarter des standards prévalant sur les grandes places internationales. De ce fait, la valeur liquidative peut baisser.

Risque de contrepartie : prend en compte les pertes encourues par l'OPC au titre de ses engagements vis-à-vis d'une contrepartie, en cas de défaillance de celle-ci ou de son incapacité à faire face à ses obligations contractuelles.