

GAM Multistock - Luxury Brands Equity

Dicembre 2019

Riservato esclusivamente ad investitori professionali

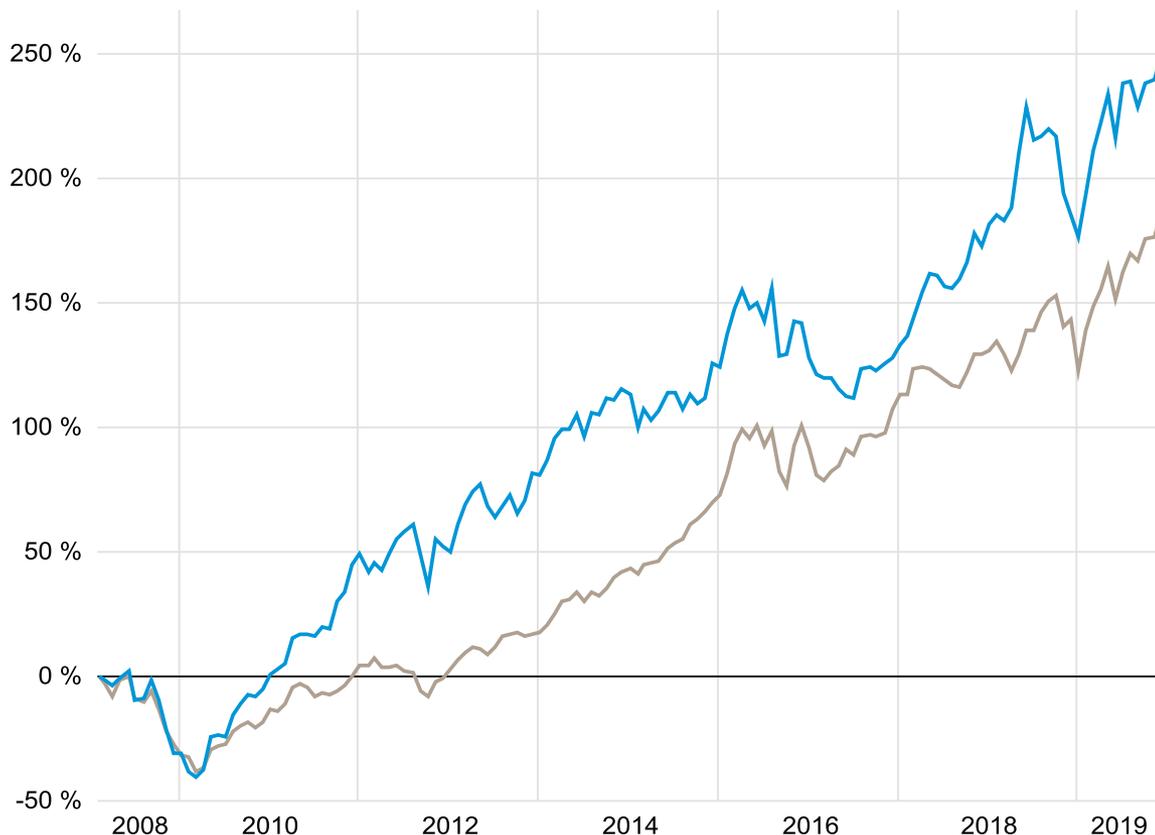
Questo documento è di natura confidenziale ed elaborato solamente per l'utilizzo da parte dei soggetti a cui è stato consegnato o spedito. Non deve essere riprodotto, copiato, o dato nella sua interezza o nelle sue parti a nessun altro soggetto

Indice

Performance	<u>Pag. 3</u>
Il fondo si presenta	<u>Pag. 4</u>
Perché sceglierlo?	<u>Pag. 5</u>
Aggiornamento	<u>Pag. 15</u>
ISIN e informazioni sul comparto	<u>Pag. 17</u>

GAM Luxury Brands Equity - EUR / C

Performance da 31 gen 2008 (data di lancio) a 30 nov 2019



	Perf. semplice %	Perf. ann. %	Dev. st. ann.
GAM Luxury Brands-EUR / C	250,5	11,2	16,7
MSCI World Index in EUR	187,7	9,3	12,8

GAM Luxury Brands Eq-EUR / C
MSCI World Index in EUR

I rendimenti passati non sono indicativi di rendimenti futuri così come di presenti o futuri trends. I rendimenti sono al netto delle commissioni, degli altri onorari e degli altri oneri.

Fonte: GAM, MSCI

Cambio di nome: Julius Baer Multistock - Luxury Brands Fund, dal 30.06.17 GAM Multistock - Luxury Brands Equity. La denominazione legale completa del fondo è GAM Multistock - Luxury Brands Equity. Domicilio è: Lussemburgo. Capitale a rischio. Ogni strumento finanziario implica un elemento di rischio. Pertanto, il valore dell'investimento così come il rendimento dello stesso sono soggetti a variazioni e il valore iniziale dell'investimento non può essere garantito.

Il fondo si presenta



Settore in Crescita

**Aumento della
ricchezza globale
e dei milionari
soprattutto nei
paesi emergenti**



Nuovi trend

**Il gestore considera
nella sua analisi i
nuovi trend che muovono
il mercato:
Millennial e Gen Z,
online luxury, Global/Local**



Gestione attiva

**La differenza tra chi
vince e chi perde
nel mercato del Lusso
è più forte
rispetto a prima**

PERCHÈ
SCEGLIERLO?

Punti chiave del processo d'investimento

Selezione delle azioni

Rigorosa analisi bottom-up focalizzata sui **'value creators'**, con una dettagliata analisi proprietaria e **'triangolazione'**

Costruzione del portafoglio integrata con criteri di corporate governance



TREND
SECOLARE
DI CRESCITA

La domanda di lusso nel lungo termine è molto stabile

Il lusso ha sorpassato la crescita globale del PIL negli ultimi due decenni

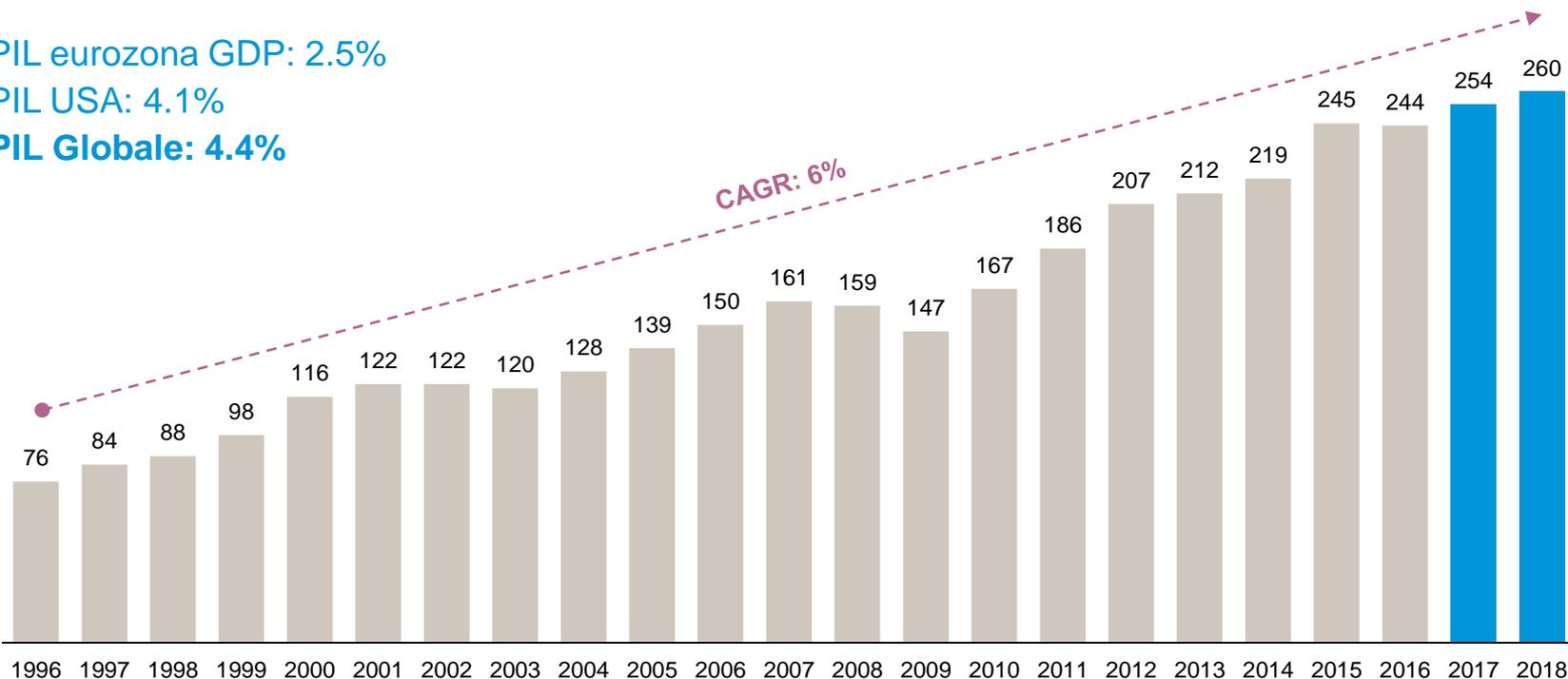
Mercato globale dei beni di lusso personali, 1996-2018 (€ mld)

1996-2018 CAGR

PIL eurozona GDP: 2.5%

PIL USA: 4.1%

PIL Globale: 4.4%



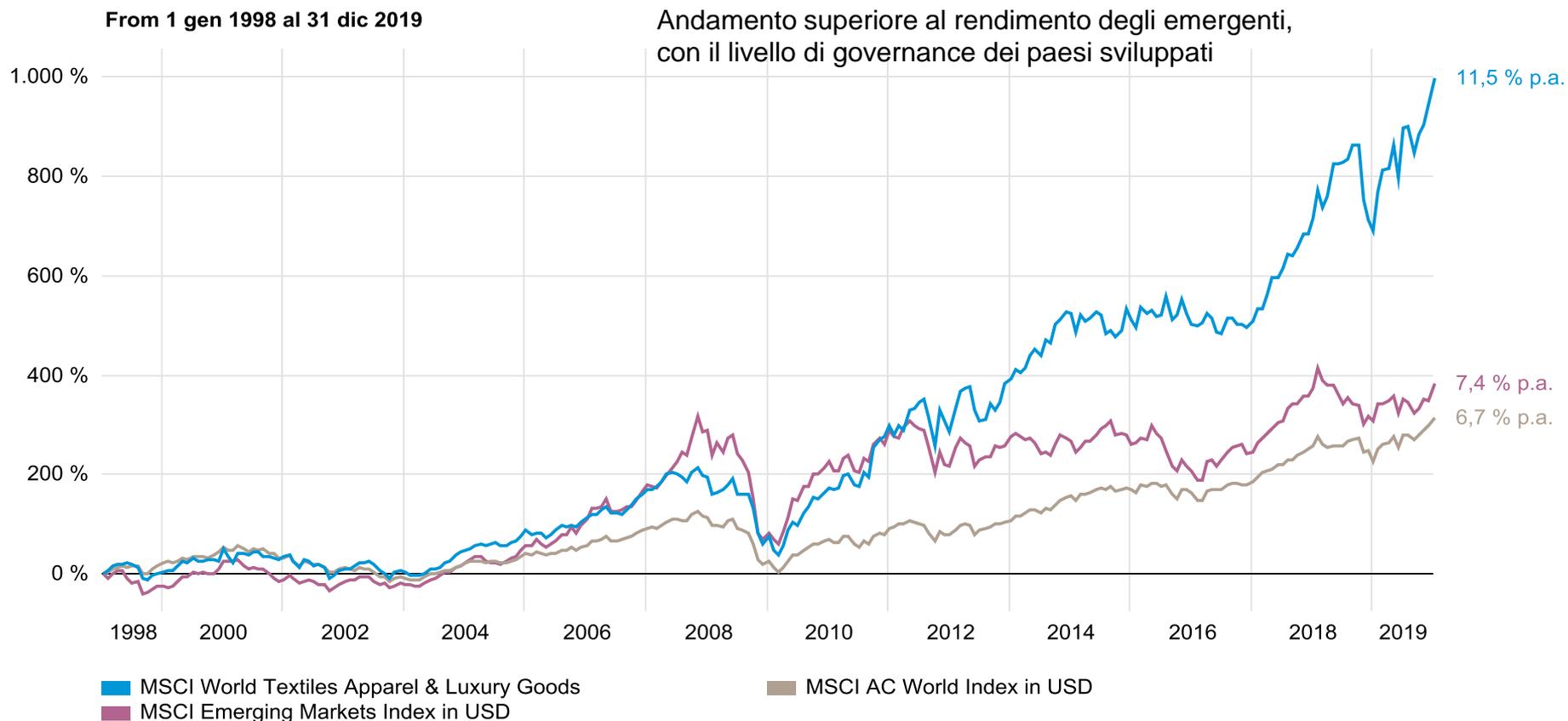
I rendimenti passati non sono indicativi di rendimenti futuri così come di presenti o futuri trends.

Fonte: Bain e IMF al Dicembre 2018.

Le opinioni sono quelle del gestore e sono soggette a cambiamenti.

Una elevata crescita composta sostiene i rendimenti degli azionisti

10% p.a. CAGR negli ultimi 20 anni

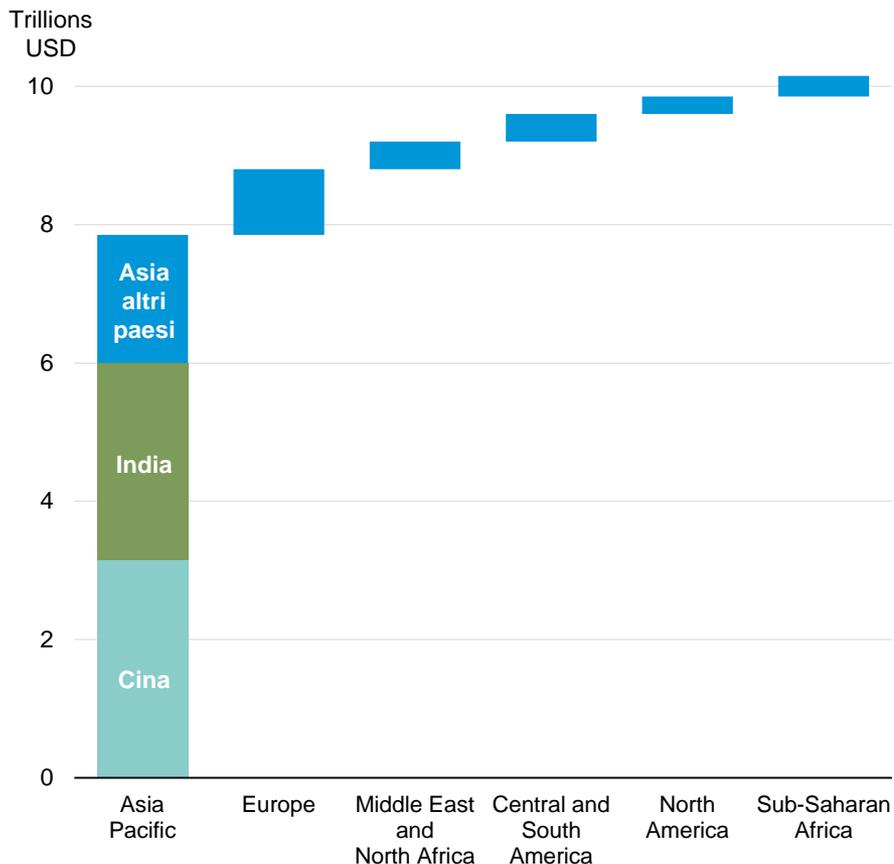


I rendimenti passati non sono indicativi di rendimenti futuri così come di presenti o futuri trends.

Tema solido: 5 persone diventano classe media ogni secondo

La classe media asiatica spingerà 80% dei nuovi consumi nei prossimi 5 anni

La classe media potrebbe spendere \$10 trillion in più entro il 2022 (PPP, con base 2011)



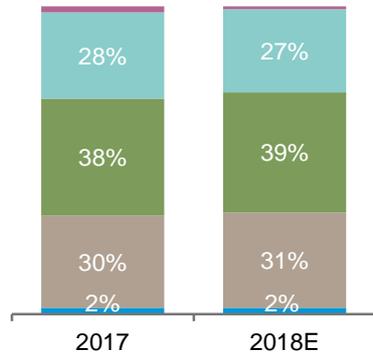
Consumi della classe media – 10 principali paesi, 2015, 2020, e 2030 (PPP, con base 2011 trillioni USD e quota globale)

Paese	2015	Quota (%)	Paese	2020	Quota (%)	Paese	2030	Quota (%)
U.S.	4.7	13	China	6.8	16	China	14.3	22
China	4.2	12	U.S.	4.7	11	India	10.7	17
Japan	2.1	6	India	3.7	9	U.S.	4.7	7
India	1.9	5	Japan	2.1	5	Indonesia	2.4	4
Russia	1.5	4	Russia	1.6	4	Japan	2.1	3
Germany	1.5	4	Germany	1.5	4	Russia	1.6	3
Brazil	1.2	3	Indonesia	1.3	3	Germany	1.5	2
U.K.	1.1	3	Brazil	1.2	3	Mexico	1.3	2
France	1.1	3	U.K.	1.2	3	Brazil	1.3	2
Italy	0.9	3	France	1.1	3	U.K.	1.2	2

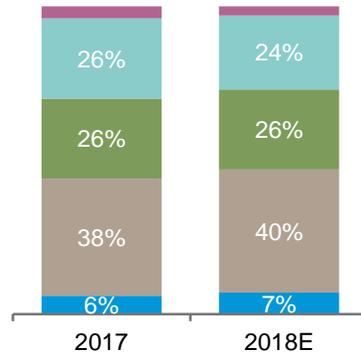
Il lusso si sta ringiovanendo

Millennial e Gen Z sono oggi 1/3 della domanda di lusso, indirizzando l'80% della crescita

Quota di spesa nel lusso per generazione

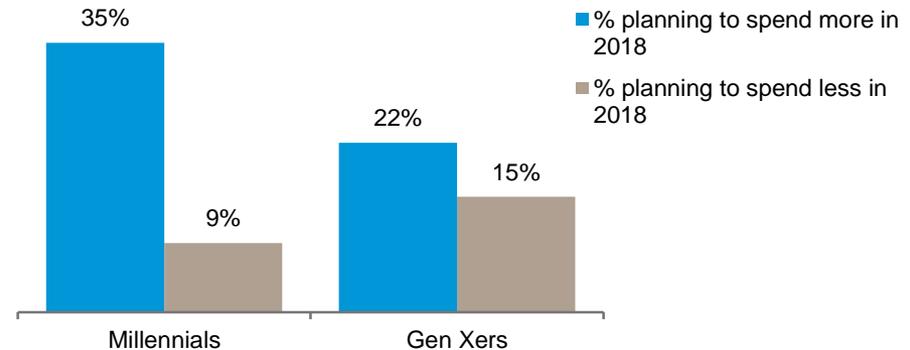


Consumatori del Lusso per generazione (% del totale)



Other
Baby boomers
Gen X
Gen Y
Gen Z

I millennial cinesi sono più attratti dal lusso rispetto alla generazione dei Xer e, ammontando a 400 milioni, rappresentano più dell'intera popolazione degli US



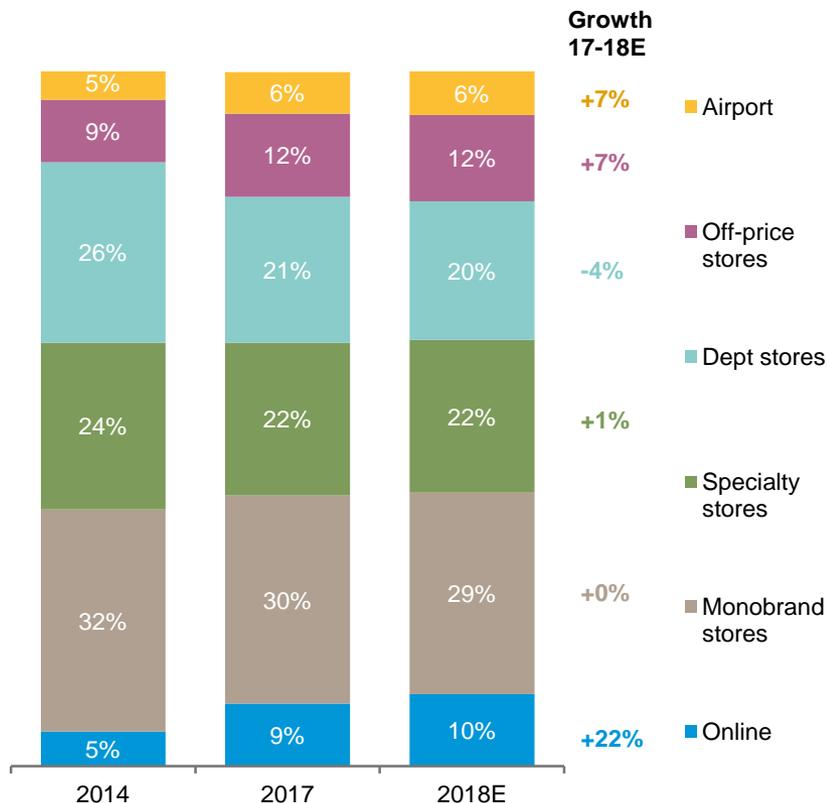
- Risonanza emozionale e esperienziale associate al marchio, sono elementi chiave per decidersi all'acquisto
- **Sostenibilità e inclusione** saranno fattori chiave
- I marchi devono innovare costantemente per reinventarsi, non possono più contare sulla fedeltà come in passato
- Mantenersi aggiornati sui trend attuali attraverso la gestione attiva è chiave per investire con successo nel settore

I rendimenti passati non sono indicativi di rendimenti futuri così come di presenti o futuri trends.

Il lusso si sta muovendo Online – la velocità del passaggio al digitale sta accelerando

Online dovrebbe duplicare la presenza nei prossimi anni, sulla spinta degli acquirenti cinesi

Mercato dei beni di lusso per canale (€mld)



Tempo necessario per raggiungere 50 milioni di utenti (in anni)



I rendimenti passati non sono indicativi di rendimenti futuri così come di presenti o futuri trends.

Il lusso può essere locale, anche in un mondo globale

I gusti stanno convergendo a livello globale; ma i mercati sono ancora incastrati in diverse categorie

India, come caso particolare

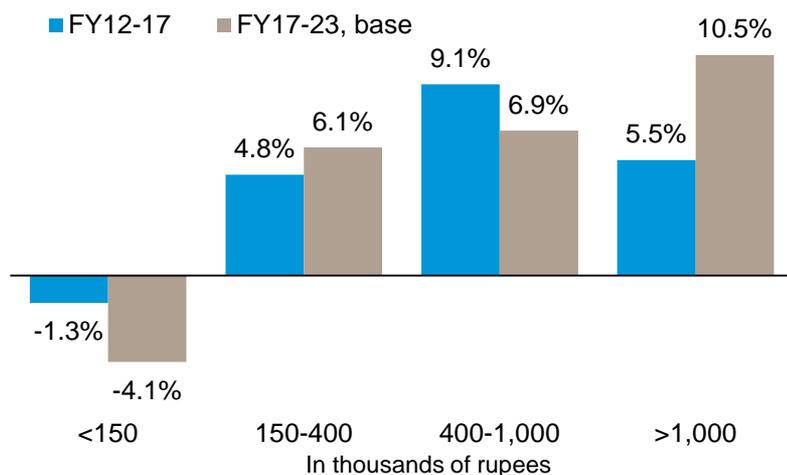
Investire in **società locali quotate nei mercati** come in India e Cina possono coadiuvare le posizioni nel lusso europeo più core. Gli investitori possono beneficiare dalla crescita del lusso con aziende locali dalla grande storia – Baijiu in Cina, gioielli da matrimonio in India sarebbero degli esempi.

Il mercato per i beni di lusso occidentali **è in crescita**, ma da una piccola base in India

Tuttavia, la crescita del reddito per le famiglie ad alto reddito **sta accelerando** ...

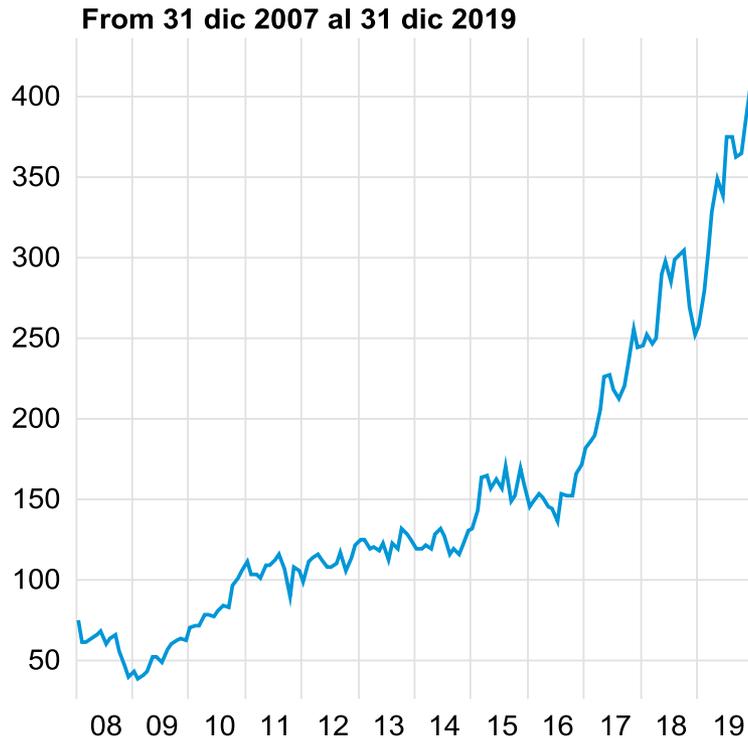
...come la sua domanda per marchi di lusso locali, gioielli nello specifico – l'India è il **2° mercato più grande per l'oro**

Crescita del reddito per i diversi segmenti di consumatori indiani



La potenza del rendimento composto

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton



LVMH

- Un portafoglio ben bilanciato di posizioni sul lusso attraverso beni di moda e in pelle, vini ed alcolici, orologi e gioielli, profumi e cosmetici e agenzie viaggi
- Andamento ciclico con la base dei consumatori Europei/Americani combinato con crescita strutturale delle spese di viaggio/lusso nella classe media asiatica
- Caratteristiche di rendimento sul capitale nel medio termine con investimento nei negozi fisici che hanno raggiunto il picco e crescente attenzione alla generazione dei flussi di cassa

I rendimenti passati non sono indicativi di rendimenti futuri così come di presenti o futuri trends.

Fonte: Bloomberg.

Gli strumenti finanziari menzionati in questo materiale sono riportati a scopo puramente illustrativo. Non devono essere interpretati come un'offerta diretta o una raccomandazione d'investimento. Le opinioni espresse sono quelle del gestore al momento della pubblicazione e sono soggette a modifiche. I loghi sono marchi dei rispettivi proprietari e vengono utilizzati a scopo illustrativo e non devono essere interpretati come approvazione o sponsorizzazione di GAM.

AGGIORNAMENTO

Retrospettiva

- Per il mese di dicembre, il fondo GAM Luxury Brands è salito poiché le valutazioni si sono allineate a livelli più ragionevoli, rispetto alla crescita degli utili offerta. I settori più trascurati quali industria e value ciclici si sono indeboliti a favore di quelli orientati alla crescita, tra cui il lusso.

Performance e cambiamenti in portafoglio

- Il fondo ha effettuato un +3.29% nel mese, e +26.76% da inizio anno
- Hanno contribuito positivamente soprattutto Kering, Nike e Prada. I titoli peggiori: SMCP, Treasure Wine Estates e Remy Cointreau. Dopo le notevoli correzioni del portafoglio nel T1 2019 per riflettere il riallineamento su una tematica pure play nel lusso, per il resto gli adeguamenti delle posizioni sono stati relativamente modesti nel corso dell'anno. In termini geografici, la maggiore allocazione è sulla Francia, seguita da USA e poi Italia.

Prospettive e strategia

- Il propulsore principale resta la forza costante dei millennial cinesi. Continueremo ad investire in titoli di ottima qualità con crescita dei ricavi difensiva e visibile.

I rendimenti passati non sono indicativi di rendimenti futuri così come di presenti o futuri trends. I rendimenti sono al netto delle commissioni, degli altri onorari e degli altri oneri.

GAM Luxury Brands Equity

Esposizione alle 25/35 migliori società del lusso a livello globale

Cosa ci piace:

- Premium brand con una storia e un forte potere negoziale nelle sotto categorie del lusso in cui opera (abbigliamento e pelletteria, cosmesi, athleisure, orologi e gioielleria, divertimento, auto, vini ed alcolici pregiati, e-commerce del lusso)
- Società esposte alle tematiche locali del lusso come quelle globali e dei grandi paesi emergenti
- Società che si muovono attivamente nei paesi asiatici, sulla sensibilità dei millennial/Gen Z per il mondo digitale, e nel lusso personalizzato ed esperienziale
- Online disruptor: questa tipologia rimane sotto utilizzata e offre un notevole potenziale per la crescita
- Una crescita composta dei ricavi al 15%+ margini e un alto ROCE crea un notevole valore per gli azionisti

Top 5 allocazioni (su 24) al 31 Dicembre 2019

Name	Country	Wgt	Market cap (USD)	Sales growth (%)		EBIT margin (%)		P/E		EV/EBITDA		Div. yield (%)		ROCE	
				2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
LVMH	France	9.2%	211,179	14.2	7.8	21.5	21.9	25.9	23.3	13.6	12.2	1.8	2.0	17.5	17.9
Hermes	France	7.2%	73,565	13.3	8.5	34.0	34.3	43.9	39.6	23.1	20.8	0.8	1.0	30.5	29.1
Estée Lauder	USA	6.2%	42,761	7.8	7.5	17.9	18.6	33.7	30.4	21.0	18.8	0.9	1.0	30.9	32.1
Kering	France	5.8%	67,268	15.1	8.3	29.7	30.1	19.8	17.1	11.5	10.4	2.4	2.7	26.9	26.5
L Oréal	France	5.1%	152,280	9.5	5.9	18.6	18.9	31.7	29.3	20.1	18.5	1.7	1.9	18.4	19.0
Portfolio weighted average			61,161	8.8	8.1	20.1	20.8	29.1	25.9	17.2	15.4	1.4	1.5	19.5	19.8
Range															
High			211,179	30.1	32.0	34.0	34.3	47.8	41.9	29.0	25.5	3.0	3.4	37.7	38.0
Low			870	(2.3)	3.8	(30.6)	(23.6)	11.7	9.4	6.2	5.1	-	-	(27.9)	(38.4)
Median			24,200	8.2	7.4	19.9	20.3	30.3	27.6	17.6	15.7	1.3	1.5	17.5	18.3

Altre società presenti:

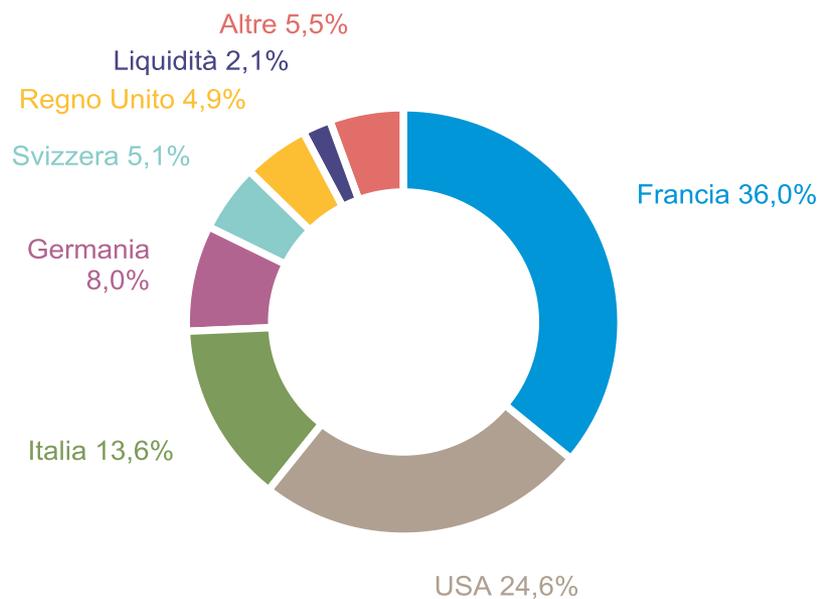
Pernod Ricard, Moncler, Treasury Wine Estates, Ferrari, Adidas.

I rendimenti passati non sono indicativi di rendimenti futuri così come di presenti o futuri trends.

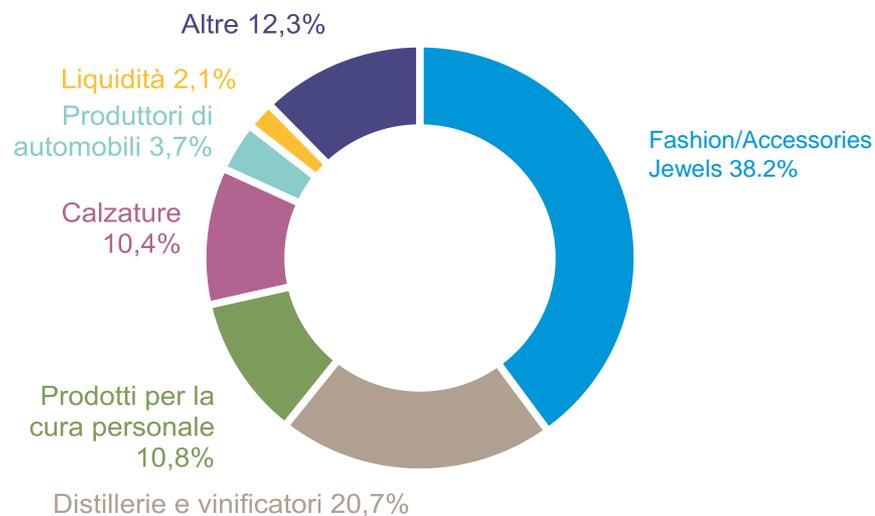
GAM Luxury Brands Equity

Analysis per 31 dic 2019

Breakdown per paese



Breakdown per settore



GAM Luxury Brands Equity

Informazioni sul prodotto

Tipologia classe	ISIN	Valuta	Classe	Comm. Gestione	Comm. Distr.
Retail alla carta	LU0329429897	EUR	B	1.60%	N/A
Retail alla carta	LU0329430986	EUR	E	1.60%	0.75%
Istituzionale nelle polizze	LU0329430473	EUR	C	0.85%	N/A

Disposizioni importanti di carattere legale

Importanti avvertenze legali

Questo documento è confidenziale e ad uso esclusivo della o delle persone o delle entità aventi nazionalità o residenza, domicilio o sede legale in uno stato o paese in cui tale distribuzione, pubblicazione, messa a disposizione o utilizzo non è contrario alle leggi o ad altri regolamenti e non può essere riprodotto, copiato o trasmesso ad altre persone, nella sua totalità o in alcune sue parti. **Esso è rivolto a investitori/intermediari istituzionali e/o qualificati, ammissibili, professionali, sofisticati, nominati da GAM, che siano in possesso delle conoscenze e del livello di preparazione finanziaria necessari per capire e sostenere i rischi associati agli investimenti ivi descritti.** Nulla di quanto qui contenuto costituisce una consulenza finanziaria, legale, fiscale o di altro genere né si dovrà fare affidamento esclusivamente su tali informazioni per prendere decisioni d'investimento o di altro tipo. Il presente documento è qualificato come materiale di marketing. I pareri riportati nel presente documento sono quelli del gestore nell'attuale situazione e sono soggetti a modifiche. **Il prezzo delle azioni può variare sia al rialzo che al ribasso e dipende dalle fluttuazioni dei mercati finanziari che esulano dal controllo di GAM. Di conseguenza gli investitori potrebbero non recuperare l'importo investito. I rendimenti passati non sono indicativi di quelli futuri e i riferimenti a un titolo non costituiscono una raccomandazione all'acquisto o alla vendita del titolo.** Le partecipazioni e le allocazioni sono soggette a modifiche. I prezzi quotati si riferiscono alle azioni ad accumulazione, se non diversamente indicato. I dati storici possono essere ridefiniti di volta in volta. Il presente non costituisce un invito a investire in prodotti o strategie GAM. Qualsiasi decisione d'investimento deve essere presa solo dopo aver letto accuratamente il prospetto informativo vigente, i documenti di offerta, le informazioni chiave per gli investitori "KIID", lo statuto, l'attuale relazione annuale e semestrale (i "documenti legali") e dopo aver consultato un esperto fiscale e finanziario indipendente. È possibile scaricare copia gratuita dei documenti legali su Internet all'indirizzo www.funds.gam.com. Alcuni dei comparti non possono essere registrati per la vendita in tutte le giurisdizioni. Per questi comparti non si dovranno svolgere attività di marketing attivo. Le sottoscrizioni saranno solo accettate e le azioni e le quote emesse sulla base del prospetto vigente. Le azioni del fondo non sono state registrate ai sensi dello US Securities Act del 1933, e successive modifiche ("Securities Act") e il fondo non è registrato ai sensi dello US Investment Company Act del 1940, e successive modifiche ("Company Act"). Di conseguenza, salvo il caso in cui siano previste esenzioni, tali azioni non possono essere offerte, vendute o distribuite negli Stati Uniti o a soggetti fiscali statunitensi (cosiddette "US-Persons"). Tuttavia, conformemente a un'esenzione dalla registrazione ai sensi del Securities Act e del Company Act, le azioni possono essere vendute o rivendute negli Stati Uniti o a determinati investitori statunitensi qualificati in operazioni che non costituiscano un'offerta pubblica. Inoltre, alcuni prodotti GAM non sono disponibili per tutti gli investitori USA. Questo documento può far riferimento ai fondi GAM domiciliati a Lussemburgo, con sede legale in 25, Grand-Rue, L-1661 Lussemburgo, ciascuna società d'investimento a capitale variabile con struttura multicomparto e responsabilità separata tra i comparti, costituita secondo il diritto lussemburghese e autorizzata dalla CSSF come fondo OICVM ai sensi della direttiva 2009/65/CE. La società di gestione è GAM (Luxembourg) S.A., 25, Grand-Rue, L-1661 Lussemburgo.

ITALIA: Questo documento è destinato esclusivamente all'uso interno degli intermediari abilitati da GAM e/o degli investitori istituzionali o qualificati e non può essere trasmesso a terzi. In particolare non può essere utilizzato come materiale pubblicitario per il collocamento pubblico o qualsiasi altra forma di offerta pubblica dei fondi, dei loro comparti o tipi di azioni. Non sono soggetti alla predetta limitazione, lo Statuto, il Prospetto informativo, le informazioni chiave per gli investitori (anche Key Investor Information Document - KIID), le relazioni annuali e semestrali, nonché il modulo di sottoscrizione e l'elenco dei collocatori autorizzati in Italia di ciascuna SICAV. La versione aggiornata del Prospetto informativo e/o del Regolamento del fondo, la versione aggiornata dei "KIID", lo Statuto e la relazione annuale e semestrale possono essere scaricati gratuitamente dal sito www.funds.gam.com.