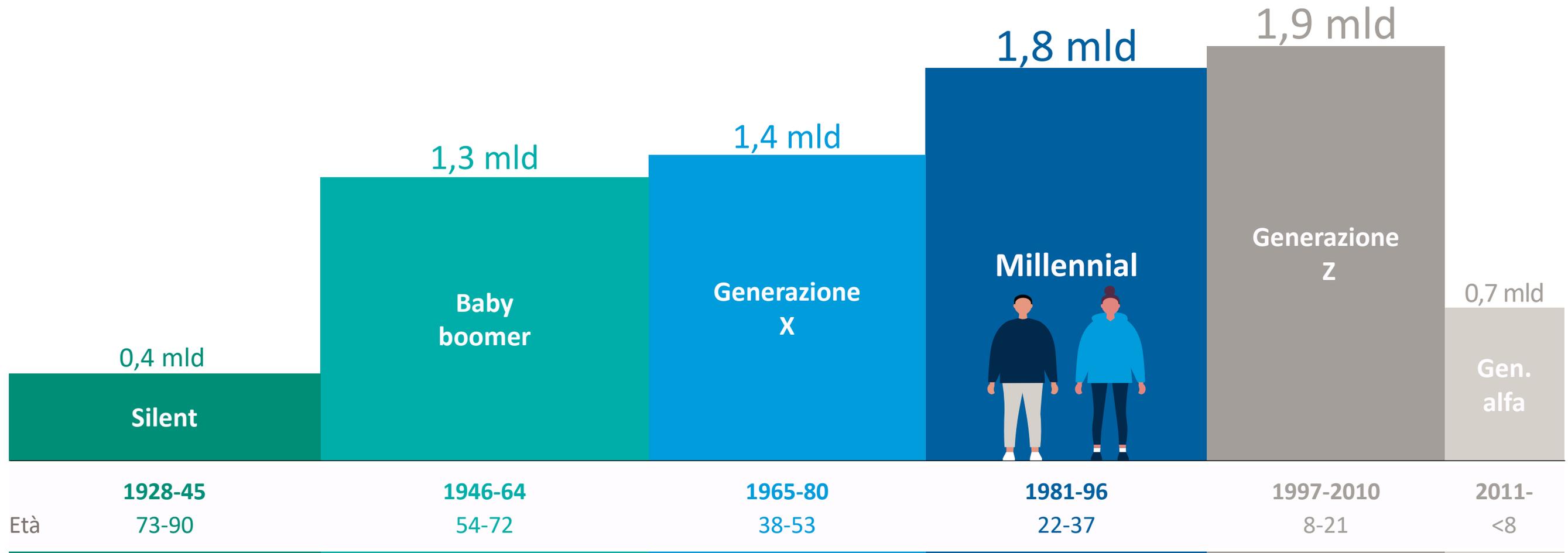




La generazione dei millennial

Il ruolo dei millennial
in un'era di
innovazione
dirompente

Chi sono i millennial?

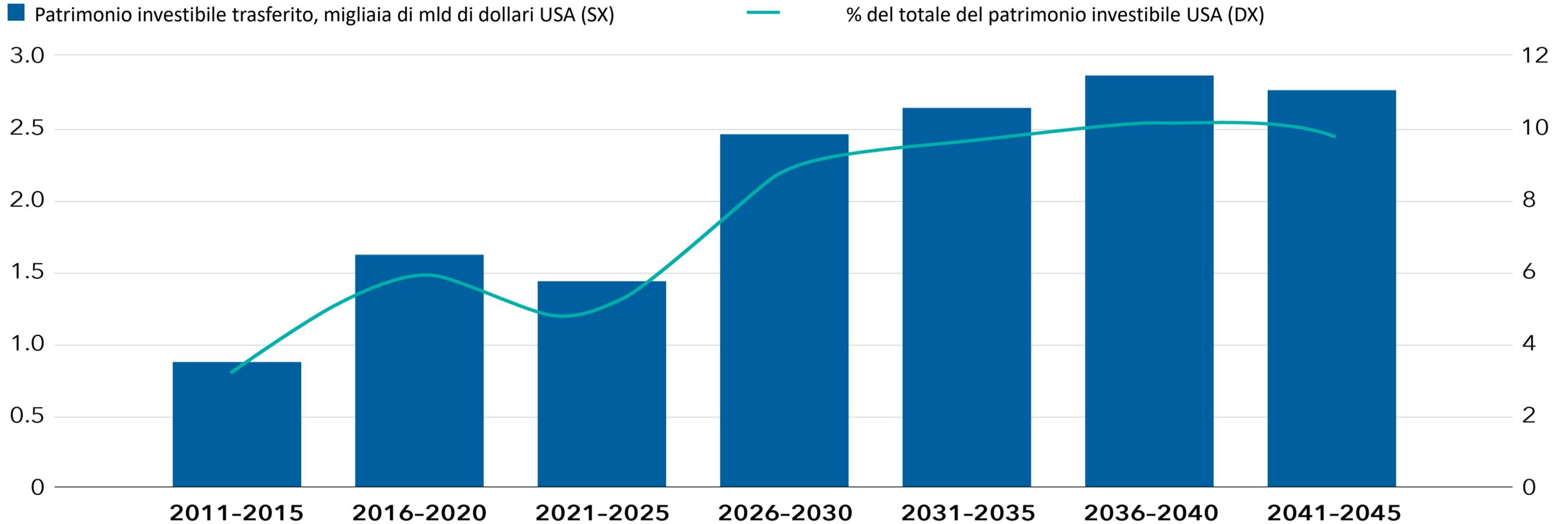


Fonti: Capital Group, novembre 2018; Pew Research Center, marzo 2018; UN Population Division utilizzando i dati del 2015 pubblicati nel 2017



Perché sono così importanti?

I millennial e la generazione X erediteranno 30.000 miliardi di dollari nei prossimi decenni



Tutti i dati rappresentano delle proiezioni, sono forniti solo a scopo illustrativo e sono utilizzati previa autorizzazione.

Fonte: Cerulli Associates: Cerulli Quantitative Update – Retail Investor Product Usage 2011 (sulla base di dati da Cerulli Associates, Federal Reserve, Center for Disease Prevention and Control, Current Population Study, Internal Revenue Service).

Quali sono le caratteristiche dei millennial?



Nativi
digitali



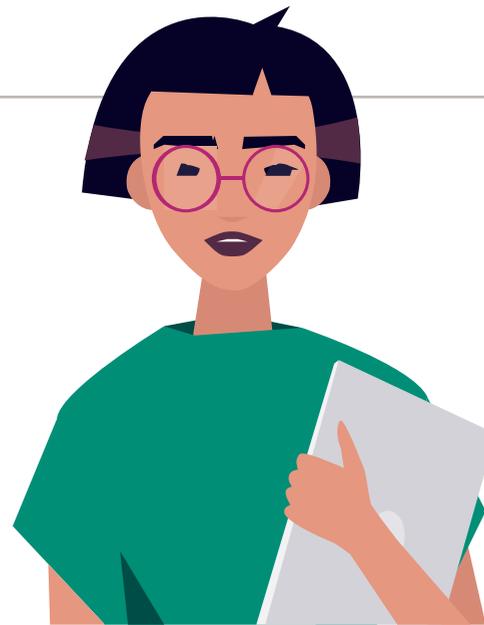
L'esperienza è più
importante del
prodotto



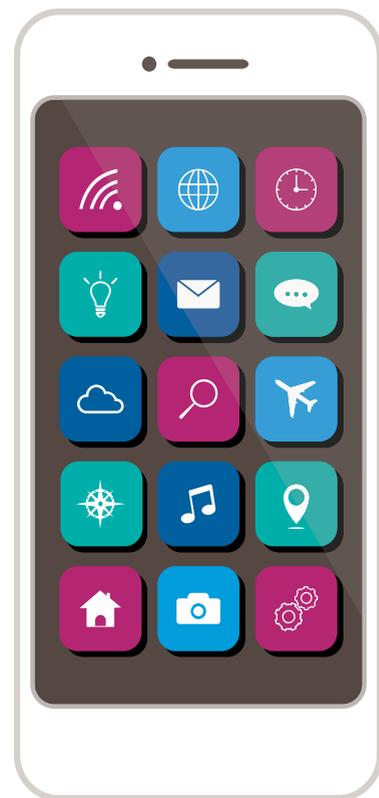
Coscienza
sociale



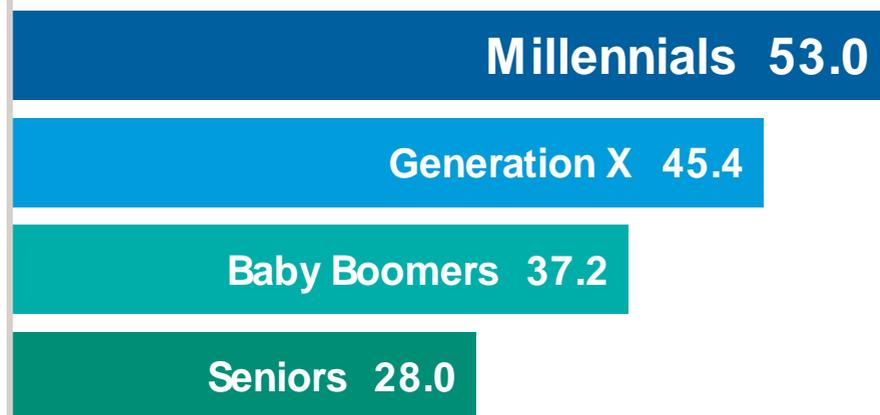
Marchio e
autenticità



La prima generazione cresciuta in un mondo tecnologico



Tempo trascorso online alla settimana¹
Ore



Il 91%

dei millennial sostiene di avere un rapporto sano con la tecnologia² ...



150

... ma controlla il telefono circa 150 volte al giorno³



Il 30%

degli utenti di Facebook è composto da millennial⁴



Il 53%

si sveglia almeno una volta a notte per controllare il telefono²

Le presenti informazioni sono fornite a scopo puramente informativo e non costituiscono un'offerta, né una sollecitazione di offerta o una raccomandazione all'acquisto o alla vendita di alcun titolo o strumento ivi indicato.

1. Indagine di Ipsos tra la popolazione benestante USA nell'autunno 2016, Ipsos, settembre 2016

2. Indagine di Qualtrics e Accel

3. Inc.com; aprile 2017

4. Worldwide; We Are Social; Hootsuite; Facebook; luglio 2018; a partire dai 13 anni; in base al pubblico di riferimento degli annunci pubblicitari

Due case study



Netflix: marchio più citato dai millennial statunitensi¹

Tesi d'investimento

- Rete TV via Internet in abbonamento, leader mondiale nel settore, all'avanguardia nel mercato crescente dello streaming
- L'espansione globale procede rapidamente: 167 milioni di abbonati in 190 Paesi²



Crescita di Netflix
Su base annua²

+31%

Crescita
dei ricavi

+21%

Abbonamenti

+9%

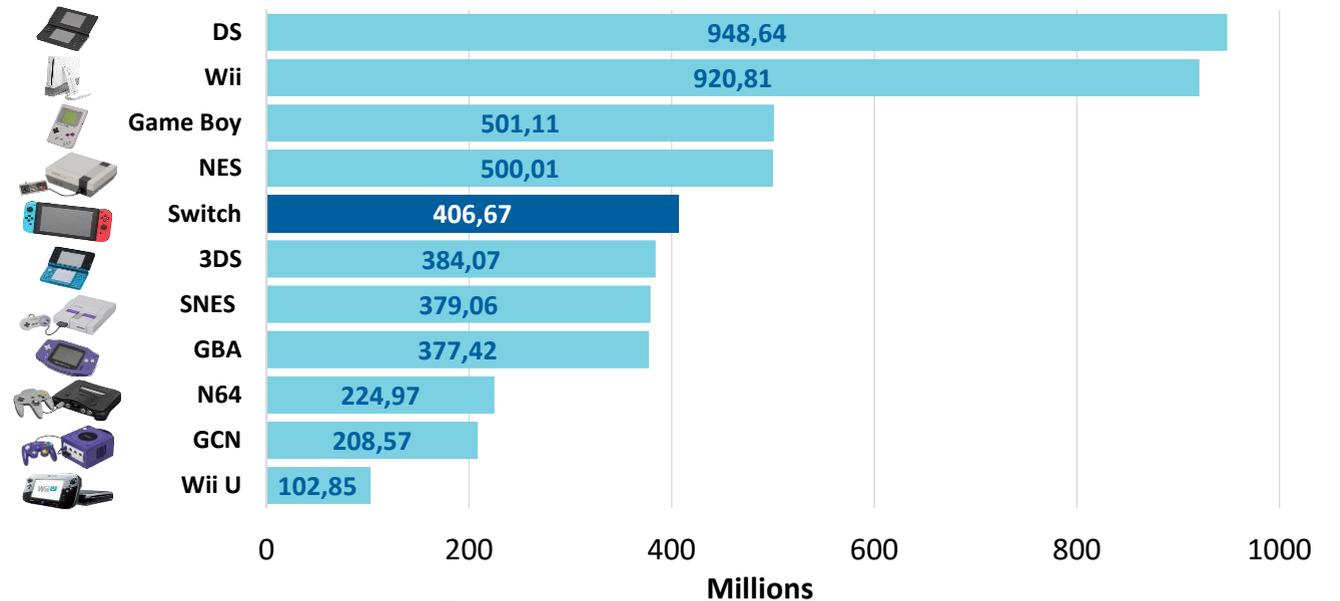
Prezzo di
vendita
medio

Nintendo: integrazione dei videogiochi per dispositivi mobili nella strategia a lungo termine

Tesi d'investimento

- Forte crescita del segmento software potenziata dall'elevato numero di utenti della console Switch e dal modello di abbonamento online
- Potenziale di rialzo derivante dal segmento dei videogiochi per dispositivi mobili in Cina

Nintendo historical software sales (as of FY21, Q1)



Dati aggiornati a giugno 2020. Fonte: tweaktown.com

I risultati passati non sono indicativi di quelli futuri. Le presenti informazioni sono fornite a scopo puramente informativo e non costituiscono un'offerta, né una sollecitazione di offerta o una raccomandazione all'acquisto o alla vendita di alcun titolo o strumento ivi indicato.

1. Fonte: Sondaggio 2019 YouGov NextGen WOM

2. Lettera del T4 2019 agli azionisti Netflix, 21 gennaio 2020

L'impegnativa innovazione nei pagamenti mobili

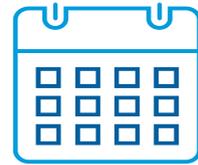


I millennial e le loro finanze¹



Il 72%

utilizza l'app mobile di un istituto finanziario



Il 66%

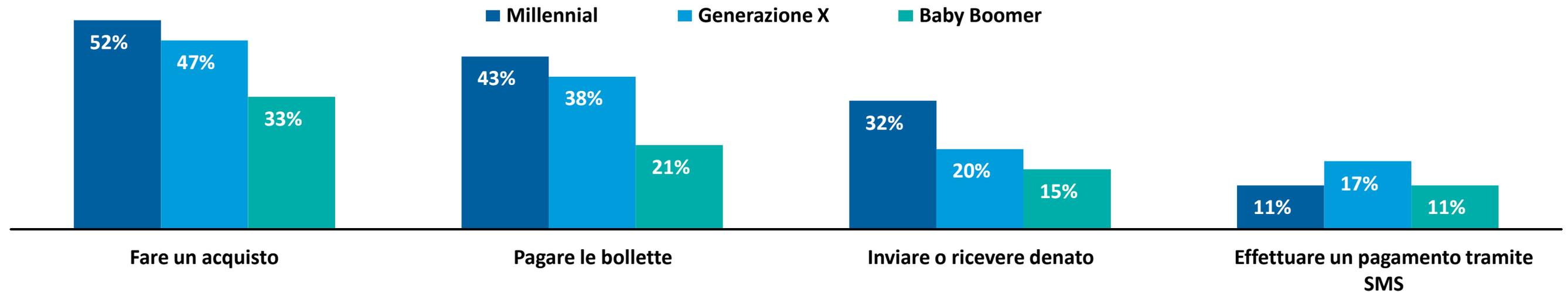
utilizza l'app varie volte a settimana



Il 30%

la utilizza quotidianamente

Utilizzo dei pagamenti mobili tra i titolari di smartphone²



1. FICO Survey: The Digital Generation: How technology is transforming the way consumers bank, 2016

2. The Pew Charitable Trusts, maggio 2016

I millennial pongono nuove sfide agli istituti finanziari



MasterCard: sfruttamento della tecnologia e dei dati per costruire soluzioni innovative per i clienti

MasterCard ritiene che siano tre i fattori indispensabili per qualsiasi soluzione rivolta ai millennial:

Tesi d'investimento

- Beneficiaria della crescente penetrazione in tutto il mondo dei pagamenti contactless e dei pagamenti tramite carta di credito e smartphone
- Ha registrato una crescita degli utili costantemente solida, favorita dalla storica conversione ai pagamenti digitali
- Solido team di gestione e leadership tecnologica



I risultati passati non sono indicativi di quelli futuri. Le presenti informazioni sono fornite a scopo puramente informativo e non costituiscono un'offerta, né una sollecitazione di offerta o una raccomandazione all'acquisto o alla vendita di alcun titolo o strumento ivi indicato.

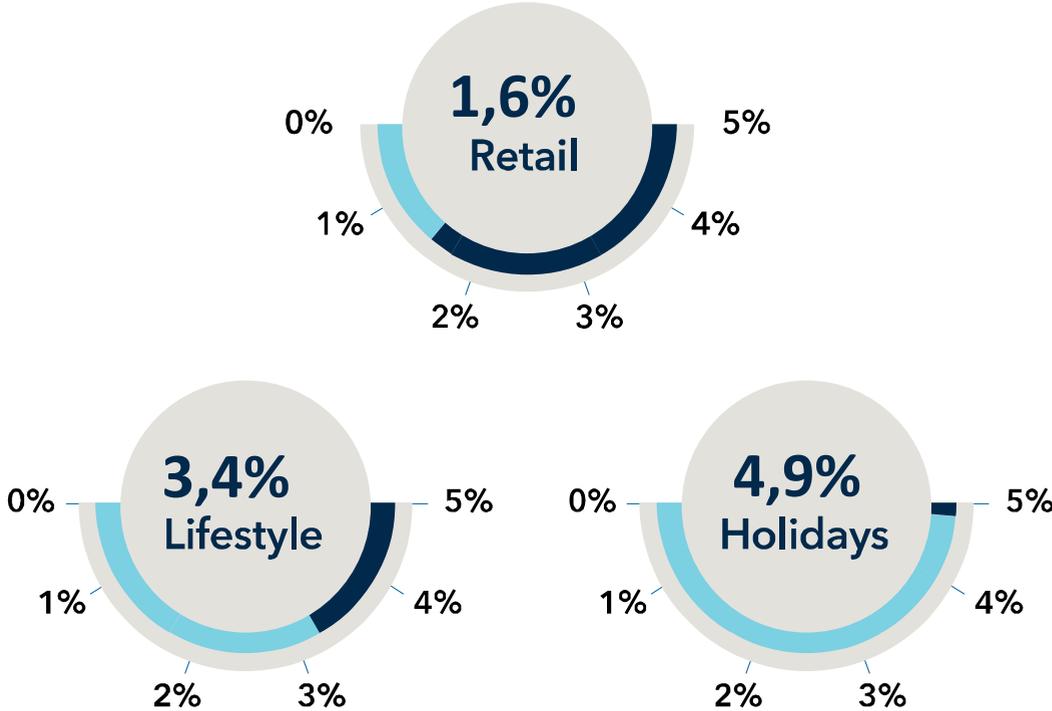
Fonti: MasterCard, Capital Group

Transizione nei modelli di consumo dai prodotti alle esperienze



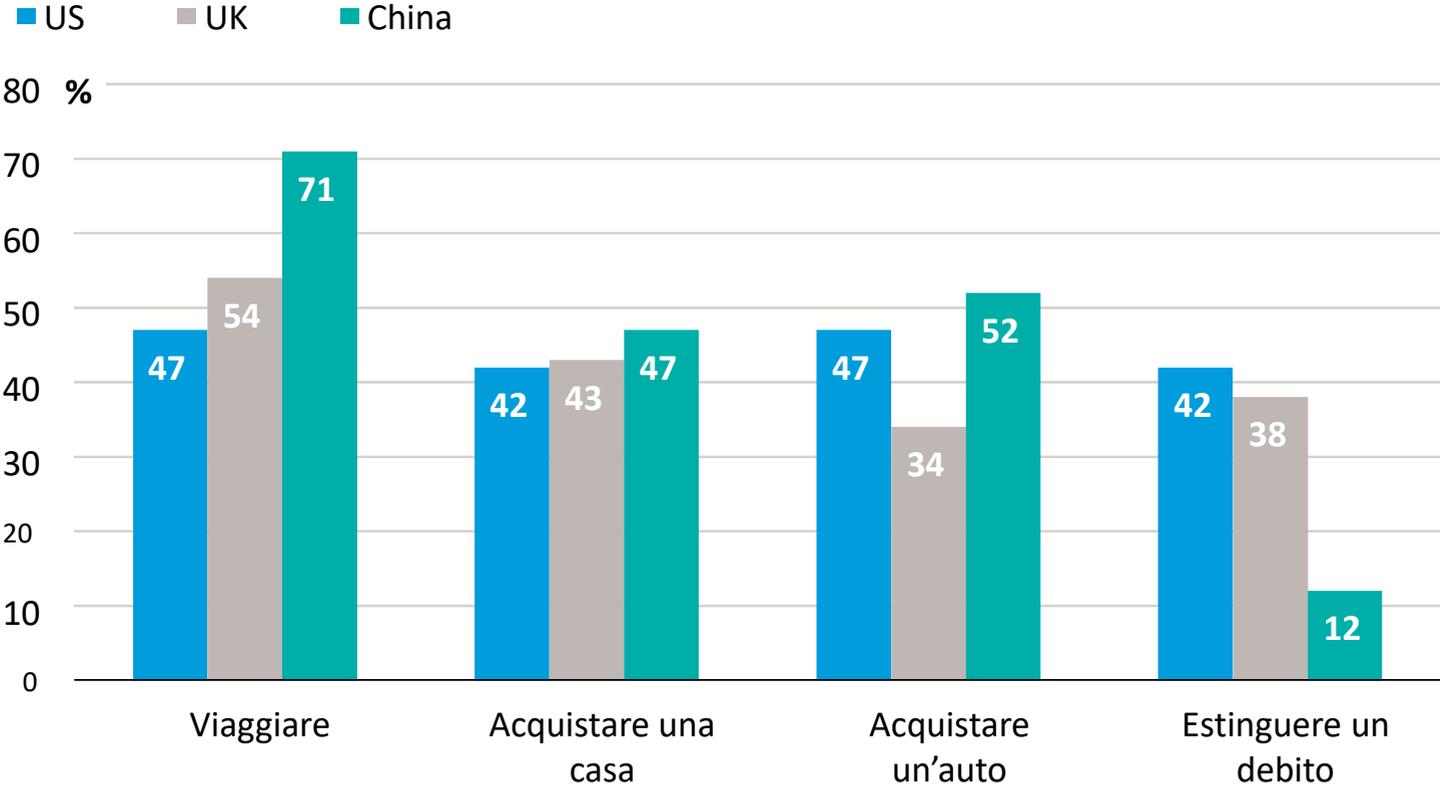
I millennial spendono in modo diverso rispetto alle altre generazioni

Previsione di crescita della spesa annuale tra i millennial nel 2020 (pre-COVID-19)



Solo a scopo illustrativo.
Fonte: Experian Spending Power Index 2019 – Millennial Growth

Pensando ai prossimi cinque anni, quali sono i due o tre fattori più importanti tra i seguenti?



Fonte: Airbnb and The Rise of Millennial Travel, Airbnb, novembre 2016

Millennial: pressioni sulle aziende affinché siano più socialmente responsabili



L'83%

ritiene che le aziende debbano essere coinvolte nelle questioni sociali¹



L'82%

pensa che le aziende possano avere un impatto maggiore affrontando i problemi della società¹



3 su 4

sono disposti a pagare di più per offerte sostenibili²



Doppia

probabilità di investire in aziende che perseguono obiettivi sociali o ambientali³

1. The Future of Business Citizenship 2014 study, MSL Group, febbraio 2014

2. 2015 Global Sustainability Report, Nielsen, ottobre 2015

3. 2017 Sustainable Signals Report, Morgan Stanley, 9 agosto 2017

Aziende che intravedono valore nella sostenibilità



Nike: innovazione nella sostenibilità e connessione digitale con i consumatori

Tesi d'investimento

- Trasformarsi in un'impresa di vendita diretta trainata dal digitale con prospettive di crescita potenzialmente più elevate
- Aumentare il ritmo dell'innovazione, con un flusso di lanci su più linee di prodotti
- Conservare il mercato target giovane attraverso un marketing audace e innovazione di prodotto

Esempio di prassi sostenibili



Il 76%

delle calzature e degli articoli di abbigliamento di Nike contiene materiali riciclati¹



7,5 mld

bottiglie di plastica deviate dalle discariche e dai corsi d'acqua dal 2010¹

Minori costi del materiale = margini più elevati



Beth Schulte
Investment
analyst

“Iniziative di sostenibilità come l'uso di scarpe riciclate rappresenteranno un'innovazione estremamente commerciabile per i giovani consumatori che hanno a cuore l'impatto ambientale dei grandi marchi.”

Ruolo fondamentale del digitale per la crescita

- **122 milioni** di follower su Instagram²
- **47%** di crescita su base annua nelle vendite digitali³
- **83** citazioni del termine “digitale” nella più recente comunicazione sugli utili trimestrali³

Maggiori vendite e minori giacenze di magazzino

I risultati passati non sono indicativi di quelli futuri. Le presenti informazioni sono fornite a scopo puramente informativo e non costituiscono un'offerta, né una sollecitazione di offerta o una raccomandazione all'acquisto o alla vendita di alcun titolo o strumento ivi indicato. Le dichiarazioni espresse da un singolo individuo rappresentano l'opinione di tale persona alla data di pubblicazione e non coincidono necessariamente con le opinioni di Capital Group o delle sue affiliate. Le informazioni fornite possono non essere esaustive e non costituiscono consulenza di investimento.

1. Nike Impact Report 2019

2. Dati aggiornati a novembre 2020. Fonte: Instagram

3. A fine esercizio (maggio) 2020. Fonte: Nike

Analisi di Enel Spa attraverso la struttura di ricerca ESG sui servizi di pubblica utilità

Le prove di decarbonizzazione sono fondamentali per i servizi di pubblica utilità



Il mio approccio all'ambito ESG si basa sulla sostenibilità degli utili. L'unico modo con cui un'azienda attiva nella generazione di energia elettrica possa garantirsi utili su un arco temporale di 20 anni è diventando leader nelle energie rinnovabili. La sostenibilità ambientale e quella finanziaria vanno di pari passo."

Frank Beaudry
Investment Analyst



Secondo la nostra struttura che si concentra sui servizi di pubblica utilità, le energie rinnovabili sono un'opportunità ESG rilevante. Nel 2015 l'impegno del management di Enel volto a decarbonizzare il business ha aumentato la fiducia dei nostri analisti nell'opportunità di investimento rappresentata da questa multinazionale italiana.

La decarbonizzazione contribuisce alla sostenibilità degli utili, mitigando il rischio normativo

- La decarbonizzazione dei servizi di pubblica utilità rappresenta una politica dell'UE dal 2005, con particolare attenzione agli investimenti nelle energie rinnovabili.
- Il pacchetto dell'UE a favore della finanza sostenibile incoraggerà ulteriori flussi di capitale verso le aziende che passano ad alternative a basse emissioni di carbonio, con un impatto sulla valutazione e sul costo del capitale.
- Il cambiamento strategico apportato nel 2015 ha permesso a Enel di diventare il primo operatore privato al mondo nel settore delle rinnovabili e delle reti.

Concentrandosi su questioni ESG rilevanti, gli analisti individuano tendenze a lungo termine e investono nelle infrastrutture del futuro

- L'elettrificazione dell'economia è fondamentale per affrontare il cambiamento climatico, e i servizi di pubblica utilità sono ben posizionati per guidare la transizione.
- Le nostre strutture di investimento si concentrano sul ruolo che i servizi di pubblica utilità svolgono in questa transizione e ci aiutano a individuare i vincitori a lungo termine.
- Entro il 2022 il 68% della produzione di energia elettrica di Enel sarà esente da CO₂.
- La società potrebbe ricoprire un ruolo fondamentale nella costruzione delle infrastrutture del futuro, tra cui l'installazione di 29 milioni di contatori intelligenti di seconda generazione e 736.000 punti di ricarica pubblici e privati per veicoli elettrici entro il 2022.

Adidas: impegno in favore di una maggiore presenza femminile in azienda

Non abbastanza donne occupano posizioni senior. Il segmento altamente redditizio della clientela femminile, inoltre, è trascurato



Nel considerare la sostenibilità degli utili nel settore retail, i fattori ESG sono fondamentali. Poiché l'abbigliamento venduto tra cinque anni rifletterà i gusti dei consumatori del futuro, avere un team di leadership diversificato fornisce un vantaggio competitivo per adattare l'offerta di prodotti.

Sebastian Siersted
Investment Analyst



Prima del 2016 la nostra Investment Analyst europea ha incoraggiato più volte il management a concentrarsi sulla clientela femminile: un mercato trascurato ma dalle forti opportunità di crescita nella densità delle vendite al dettaglio attraverso una migliore qualità dell'abbigliamento femminile.

2016: il nuovo management ha dimostrato impegno nell'aumentare la leadership femminile, sostenendo una rinnovata convinzione nelle prospettive della società

- **Il management ha individuato la fonte del problema: era necessaria una maggiore percentuale di donne in ruoli senior**
Con un migliore equilibrio di genere nelle posizioni di leadership, l'azienda sarebbe stata in grado di comprendere meglio i mercati target e fornire una gamma di prodotti più interessante.
- **Obiettivi chiari e assunzione di responsabilità: impegno iniziale volto ad aumentare il numero di donne nei ruoli di leadership portandolo dal 17 al 32%***
Nel 2019 Adidas ha raggiunto l'obiettivo del 32%, 18 mesi prima del previsto. Questo maggiore impegno da parte del management ha evidenziato la volontà di diventare un marchio solido, attuale e accattivante, e determinando la nostra accresciuta convinzione nell'azienda.

Nel corso dei nostri frequenti incontri con il management dell'azienda, continuiamo a monitorare attivamente il loro impegno per aumentare sia la percentuale di donne in posizione di leadership sia la quota di mercato dell'abbigliamento femminile.

I millennial offrono nuove opportunità alle aziende globali

Potente gruppo di 1,8 miliardi di persone che raggiungono il loro picco di spesa



Nativi
digitali



L'esperienza è
più importante
del prodotto



Coscienza
sociale



Marchio e
autenticità

- Con valori diversi da quelli delle altre generazioni, le aziende affermate dovranno evolversi e adattarsi per continuare a mantenere la loro rilevanza per questo pubblico. Le aziende vincenti hanno già iniziato a percorrere questa strada.
- Questo potente gruppo demografico offre inoltre alle nuove aziende l'opportunità di diventare leader globali in futuro.
- Tramite la ricerca bottom-up sui fondamentali, gli investitori sono in grado di individuare le multinazionali affermate e quelle in fase iniziale che beneficiano di tendenze secolari globali a lungo termine.

Informazioni normative

**Capital International Management
Company Sàrl (CIMC)**

Sede legale:
37A, avenue J.F. Kennedy
L-1855 Lussemburgo

+352 27 17 621 Telefono
+352 27 17 6290 Fax
capitalgroup.com

Registrata nel Lussemburgo con il numero:
R.C. B 41.479

© Copyright 2021. Tutti i diritti riservati.

Fattori di rischio da prendere in considerazione prima di investire:

- **Il presente documento non ha pretesa di fornire consulenza sugli investimenti, né deve essere inteso come raccomandazione personale.**
- **Il valore delle azioni e il reddito da esse derivanti possono sia aumentare che diminuire ed è possibile perdere una parte o la totalità dell'investimento iniziale.**
- **I rendimenti passati non sono indicativi di quelli futuri.**
- **Se la valuta in cui si investe si apprezza nei confronti della valuta in cui sono denominati gli investimenti sottostanti del fondo, il valore dell'investimento diminuirà.**
- **A seconda della strategia, i rischi possono essere associati agli investimenti in obbligazioni, derivati, mercati emergenti e/o a titoli ad alto rendimento; i mercati emergenti sono volatili e possono registrare problemi di liquidità.**

Il presente materiale, pubblicato da Capital International Management Company Sàrl ("CIMC"), 37A avenue J.F. Kennedy, L-1855 Lussemburgo, è distribuito a scopo puramente informativo. CIMC è soggetta alla regolamentazione della Commission de Surveillance du Secteur Financier ("CSSF", l'autorità di vigilanza finanziaria in Lussemburgo) ed è una controllata di Capital Group Companies, Inc. (Capital Group). Capital Group si impegna ragionevolmente per ottenere informazioni da fonti terze che ritiene affidabili, tuttavia non rilascia alcuna dichiarazione o garanzia sull'accuratezza, affidabilità o completezza delle informazioni. La presente comunicazione non ha pretesa di essere esaustiva né di fornire consulenza sugli investimenti, di carattere fiscale o di altra natura.

In Italia, CIMC è anche regolamentata attraverso la sua filiale dal Commissore Nazionale per la Società e la Borsa (CONSOB).

In Svizzera, la presente comunicazione è emessa da Capital International Sàrl (autorizzata e regolamentata dall'Autorità federale di vigilanza sui mercati finanziari (FINMA)), una sussidiaria di Capital Group Companies, Inc. (Capital Group).

Le informazioni sull'indice sono fornite unicamente a scopo illustrativo e di contestualizzazione. Il fondo è un OICVM a gestione attiva. È gestito senza fare riferimento al benchmark.

© 2021 Capital Group. Tutti i diritti riservati. **STR IT CH (IT) P**