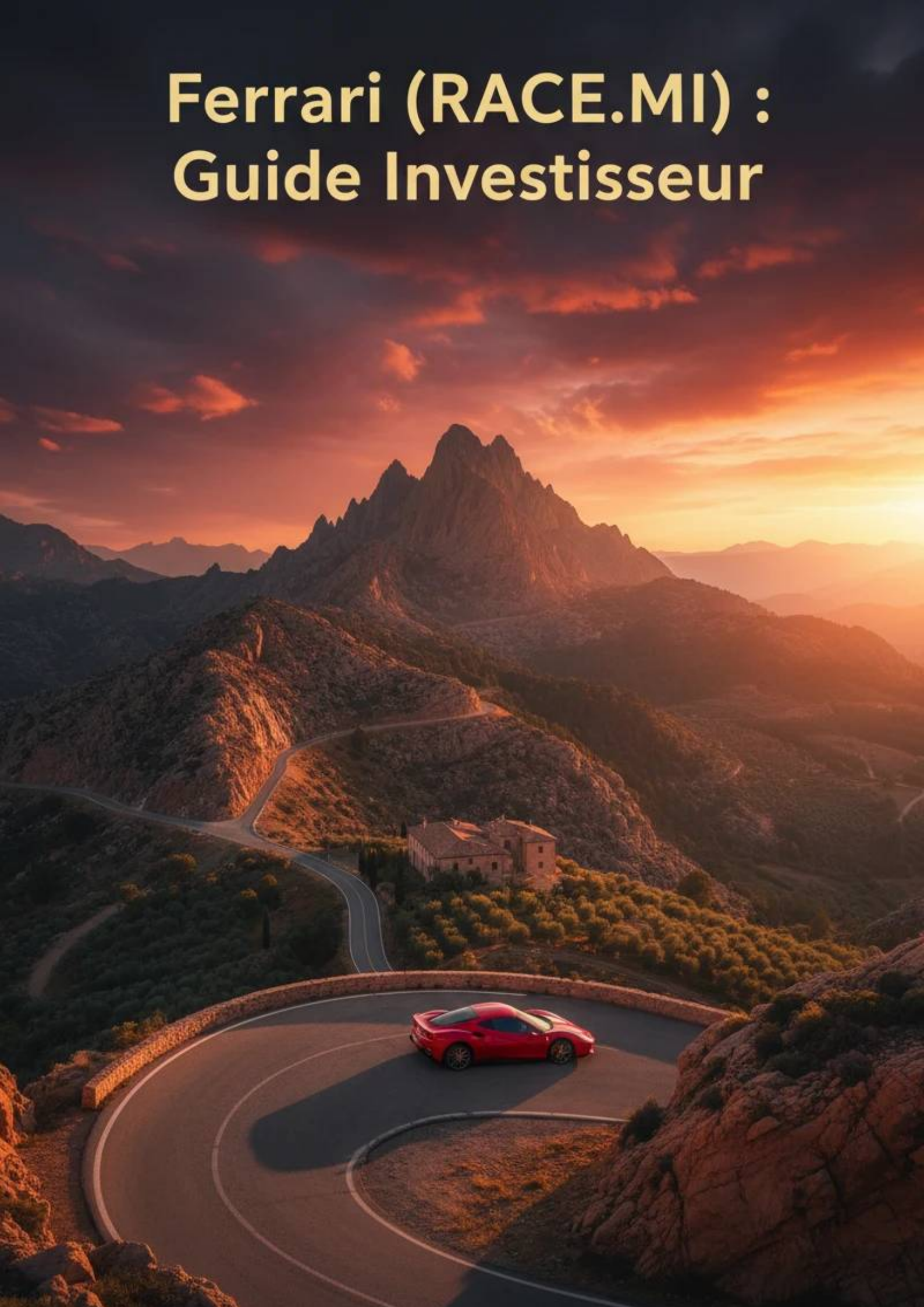


Ferrari (RACE.MI) : Guide Investisseur



Ferrari (RACE.MI) : Guide Investisseur

Par Fusianima Expert

ÉDITIONS FUSIANIMA

[Lire la version interactive sur Fusianima.com](https://www.fusianima.com)

Table des matières

Chapitre 1 : L'ADN Ferrari : Plus qu'une marque, une légende mondiale	4
Chapitre 2 : Le Modèle Économique : Pourquoi Ferrari n'est pas un constructeur comme les autres	7
Chapitre 3 : Comprendre l'action RACE : Guide pratique pour l'investisseur débutant	10
Chapitre 4 : La Liste d'Attente : Le secret de la visibilité financière	13
Chapitre 5 : Les Chiffres d'Or : Décrypter le bilan financier sans être comptable	16
Chapitre 6 : Le Virage Électrique : Le défi du silence pour une icône du moteur V12	19
Chapitre 7 : L'Effet Purosangue : Comment le premier SUV a changé la donne	22
Chapitre 8 : L'Empire Lifestyle : Au-delà des voitures de sport	25
Chapitre 9 : La Formule 1 : Le laboratoire marketing et technologique	28
Chapitre 10 : Rémunérer l'Actionnaire : Dividendes et rachats d'actions	30
Chapitre 11 : Les Risques à Surveiller : Ce qui pourrait faire caler le moteur	33
Chapitre 12 : Stratégie de Portefeuille : Comment et quand investir dans Ferrari ?	36

Chapitre 1

L'ADN Ferrari : Plus qu'une marque, une légende mondiale

L'ADN Ferrari : Plus qu'une marque, une légende mondiale

Investir dans Ferrari (RACE.MI) ne revient pas à acheter une action du secteur automobile traditionnel. C'est acquérir une part d'un mythe culturel qui défie les cycles économiques classiques.

Point Clé 1 : L'héritage d'Enzo Ferrari ou la culture de la gagne

- La course comme priorité absolue : Contrairement à ses concurrents, Enzo Ferrari a fondé sa marque pour financer la Scuderia Ferrari. La compétition automobile est l'âme du business, pas un simple outil marketing.
- Le principe de rareté : Enzo avait pour règle d'or de toujours produire une voiture de moins que ce que le marché réclamait. Cette stratégie maintient une demande perpétuellement supérieure à l'offre.
- L'excellence artisanale : Chaque moteur est une pièce d'orfèvrerie. Cet héritage garantit à la marque une position de leader technologique et artistique dans l'imaginaire collectif.

Point Clé 2 : Le Cavalino Rampante, un symbole de puissance émotionnelle

- Un logo iconique : Le cheval cabré n'est pas qu'un dessin ; c'est un symbole de victoire et de prestige issu de l'aviation de chasse, liant la marque à l'héroïsme.
- Le "Rosso Corsa" : Le rouge Ferrari est devenu une signature visuelle universelle. Il incarne la passion, l'adrénaline et le luxe italien à travers le monde entier.

- La communauté des Tifosi : Ferrari bénéficie d'une base de fans mondiale qui dépasse largement le cercle des acheteurs de voitures, créant une barrière immatérielle face à la concurrence.

Point Clé 3 : Un actif émotionnel unique sur les marchés financiers

- Une valeur refuge : Les modèles Ferrari sont souvent considérés comme des investissements alternatifs (comme l'art ou les montres de collection) car ils ont tendance à prendre de la valeur avec le temps.

- Une immunité économique : Le client Ferrari est ultra-riche. Par conséquent, les revenus de la marque sont décorrélés des crises économiques qui frappent les constructeurs de masse.

- Le passage du produit à l'expérience : Ferrari vend une émotion, un statut social et un accès à un club très fermé, ce qui lui confère un Pricing Power (capacité à fixer des prix élevés) exceptionnel.

Point Clé 4 : Pourquoi Ferrari est le "Hermès de l'automobile"

- Marges opérationnelles records : Ferrari affiche des marges proches de l'industrie du luxe (LVMH, Hermès) plutôt que de l'industrie lourde (Volkswagen, Toyota).

- Fidélité absolue : Une immense majorité des nouvelles Ferrari sont achetées par des propriétaires actuels, garantissant un carnet de commandes rempli sur plusieurs années.

- Contrôle total du marché de l'occasion : En certifiant ses propres véhicules anciens, Ferrari maintient la cote de ses voitures à des niveaux stratosphériques.

LE CONSEIL PRO : Ne faites pas l'erreur d'analyser Ferrari avec les ratios financiers d'un constructeur comme Renault ou Ford. Regardez Ferrari comme une marque de luxe pur. Son succès en bourse ne dépend pas du nombre de voitures vendues, mais de sa capacité à maintenir son exclusivité et son prestige intacts.

Chapitre 2

Le Modèle Économique : Pourquoi Ferrari n'est pas un constructeur comme les autres

Module : Le Modèle Économique - Pourquoi Ferrari n'est pas un constructeur comme les autres

Pour comprendre Ferrari en tant qu'investissement, il faut oublier le secteur automobile traditionnel. Ferrari ne vend pas des moyens de transport, mais des actifs de luxe et des tickets d'entrée dans un club ultra-privé.

Point 1 : La Rareté Organisée (La Règle d'Or d'Enzo)

Le fondement du succès de Ferrari repose sur un principe édicté par son fondateur, Enzo Ferrari : « Ferrari vendra toujours une voiture de moins que ce que le marché demande. »

- **Contrôle de l'offre** : Contrairement aux constructeurs de masse qui cherchent à saturer le marché, Ferrari limite volontairement ses volumes pour maintenir une demande perpétuellement supérieure à l'offre.
- **Maintien de la valeur** : Cette sous-production chronique garantit que les véhicules conservent une valeur de revente élevée, protégeant ainsi le capital des clients.
- **L'effet "Icône"** : La rareté transforme un objet mécanique en un objet de collection, rendant la marque insensible aux crises économiques classiques.

Point 2 : La Gestion Stratégique des Listes d'Attente

Chez Ferrari, l'attente n'est pas un défaut de logistique, c'est un outil marketing puissant qui renforce le désir.

- **Visibilité financière** : Avec des carnets de commandes remplis sur 24 à 36 mois, l'entreprise dispose d'une visibilité exceptionnelle sur ses revenus futurs, ce qui rassure les marchés financiers.

- **Sélection des clients** : On ne choisit pas d'acheter une Ferrari en série limitée ; c'est Ferrari qui choisit ses acheteurs parmi ses clients les plus fidèles.

- **Barrière à l'entrée** : Pour accéder aux modèles les plus prestigieux, un client doit souvent posséder plusieurs modèles précédents, créant un cycle de fidélité forcée et lucrative.

Point 3 : Des Marges de Luxe (Le duel Ferrari vs Industrie)

Sur le plan comptable, Ferrari ne se compare pas à Ford ou Toyota, mais à des géants du luxe comme Hermès ou LVMH.

- **Marge Opérationnelle** : Alors qu'un constructeur généraliste se contente d'une marge de 5 à 8 %, Ferrari affiche régulièrement des marges dépassant les 25 % à 30 %.

- **Le Pouvoir de Fixation des Prix (Pricing Power)** : Ferrari peut augmenter ses tarifs sans craindre une baisse de la demande, un luxe que peu d'entreprises possèdent.

- **La Personnalisation (Options)** : Grâce au programme "Tailor Made", un client peut ajouter des centaines de milliers d'euros d'options. Ces suppléments sont presque 100 % de profit net pour la marque.

Point 4 : Un Modèle de Croissance Décorrélé du Volume

La croissance de Ferrari ne repose pas sur la vente de "plus" de voitures, mais sur la vente de voitures "plus chères".

- **Séries Spéciales** : Le lancement de modèles ultra-exclusifs (comme la série Icona) à plusieurs millions d'euros permet de doper les bénéfices sans augmenter la production globale.

- Expansion sélective : Ferrari s'implante sur de nouveaux segments (comme avec le Purosangue) tout en maintenant des quotas très stricts pour ne pas diluer l'image de marque.

LE CONSEIL PRO : En tant qu'investisseur, ne surveillez pas le nombre de livraisons comme indicateur principal. Concentrez-vous sur l'évolution de l'EBITDA et le mix produit. Plus Ferrari vend de modèles "Icona" ou de séries limitées par rapport aux modèles d'entrée de gamme, plus la rentabilité par action explose.

Chapitre 3

Comprendre l'action RACE : Guide pratique pour l'investisseur débutant

Module : Comprendre l'action RACE : Guide pratique pour l'investisseur débutant

Investir dans Ferrari, ce n'est pas seulement acheter une part d'un constructeur automobile, c'est posséder une fraction d'un mythe mondial. Avant de démarrer, il est essentiel de comprendre comment l'action est structurée sur les marchés financiers.

1. Décrypter le "Ticker" : La carte d'identité de l'action

Le ticker est un code abrégé unique qui permet d'identifier une société en bourse. Pour Ferrari, ce code est particulièrement symbolique.

- Le symbole : Ferrari utilise le ticker RACE (course en anglais), un choix marketing puissant qui rappelle l'ADN de la marque.
- L'extension : Selon la plateforme que vous utilisez, vous verrez souvent un suffixe après le nom (ex: .MI). Cela indique la place boursière où l'action est échangée.
- L'utilité : Taper "RACE" dans votre barre de recherche de courtier vous évite de confondre Ferrari avec d'autres entreprises du secteur automobile.

2. Milan vs New York : Les deux visages de Ferrari

Ferrari est une société dite "double-cotée". Elle est présente simultanément sur deux places financières majeures. Voici comment choisir celle qui vous convient :

- Milan (RACE.MI) : L'action est cotée sur la bourse Borsa Italiana.

- Devise : L'Euro (€).
- Horaires : 9h00 - 17h30 (Heure de Paris).
- Avantage : Idéal pour les investisseurs européens afin d'éviter les frais de change et le risque lié à la variation du dollar.
- New York (RACE) : L'action est cotée sur le NYSE (New York Stock Exchange).
- Devise : Le Dollar américain (\$).
- Horaires : 15h30 - 22h00 (Heure de Paris).
- Avantage : Pratique pour ceux qui possèdent déjà un portefeuille d'actions américaines ou des liquidités en dollars.

3. Préparation : Avant de cliquer sur "Acheter"

Le passage d'un premier ordre ne doit pas se faire au hasard. Voici les éléments de base à configurer sur votre interface de courtage :

- Le compte de trading : Assurez-vous d'utiliser un PEA (Plan d'Épargne en Actions) pour la cotation à Milan pour bénéficier d'avantages fiscaux, ou un Compte-Titres ordinaire pour New York.
- La quantité : Déterminez le nombre d'actions que vous souhaitez acquérir en fonction de votre capital disponible.
- Le cours actuel : Vérifiez le "dernier prix" affiché pour savoir si l'action est dans votre zone de prix cible.

4. Étape par étape : Passer son premier ordre en toute sécurité

Pour un débutant, la sécurité prime sur la rapidité. Suivez ces étapes pour valider votre transaction :

- Recherchez le titre : Tapez RACE.MI (pour Milan) dans votre outil de recherche.

- Choisissez le type d'ordre :

- L'ordre "Au Marché" : Vous achetez immédiatement au prix disponible.

Simple, mais risqué si le prix varie brusquement.

- L'ordre "À cours limité" (Recommandé) : Vous fixez un prix maximum que vous ne voulez pas dépasser. L'achat ne s'exécutera que si le cours touche ce prix.

- Définissez la validité : Choisissez "Journée" pour que l'ordre s'annule s'il n'est pas rempli le soir même.

- Vérifiez et Validez : Relisez le montant total (Prix x Quantité + Frais de courtage) avant de confirmer.

LE CONSEIL PRO : Si vous résidez en Europe, privilégiez systématiquement la cotation RACE.MI (Milan). Cela vous permet d'intégrer Ferrari dans un PEA, ce qui rendra vos gains (plus-values et dividendes) totalement exonérés d'impôts sur le revenu après 5 ans de détention. C'est l'un des meilleurs moyens d'optimiser la rentabilité de votre investissement dans la marque au cheval cabré.

Chapitre 4

La Liste d'Attente : Le secret de la visibilité financière

Module : La Liste d'Attente : Le secret de la visibilité financière

Dans l'industrie automobile classique, les constructeurs se battent pour écouler leurs stocks. Chez Ferrari, la dynamique est inversée : ce sont les clients qui attendent plusieurs années pour obtenir leur véhicule. Pour un investisseur, cette liste d'attente n'est pas qu'une anecdote marketing, c'est un atout stratégique majeur.

1. Comprendre le concept de "Carnet de Commandes" (Backlog)

Le carnet de commandes représente le total des voitures déjà vendues, mais dont la production et la livraison interviendront dans le futur. Voici pourquoi il est unique chez Ferrari :

- **Durée record** : Il s'étend généralement sur 24 à 36 mois.
- **Engagement ferme** : Un client Ferrari verse un acompte significatif, ce qui rend les annulations extrêmement rares.
- **Demande excédentaire** : La marque produit volontairement une voiture de moins que ce que le marché demande pour maintenir cette tension.

2. Une visibilité parfaite sur les revenus futurs

Pour un analyste financier, Ferrari offre une prédictibilité que l'on retrouve rarement ailleurs, même dans le secteur du luxe. Cette visibilité permet de :

- **Garantir le chiffre d'affaires** : L'entreprise sait déjà ce qu'elle encaissera l'année prochaine et l'année suivante.

- Optimiser la production : Les usines de Maranello tournent à plein régime avec une planification millimétrée, évitant ainsi les surstocks coûteux.

- Sécuriser les marges : Comme les modèles sont déjà configurés (souvent avec de nombreuses options de personnalisation), Ferrari connaît précisément ses futures marges bénéficiaires.

3. Un bouclier contre les cycles économiques

Contrairement aux constructeurs de masse (comme Ford ou Volkswagen) dont les ventes s'effondrent lors d'une récession, Ferrari bénéficie d'une protection structurelle :

- L'effet tampon : Si l'économie ralentit aujourd'hui, Ferrari continue de livrer les commandes passées il y a deux ans.

- Résilience de la clientèle : Les "Ultra High Net Worth Individuals" (personnes très fortunées) sont moins impactés par l'inflation ou la hausse des taux d'intérêt.

- Maintien des prix : Ferrari n'a jamais besoin de faire de remises ou de promotions pour écouler ses modèles, préservant ainsi la valeur de la marque.

4. L'alchimie entre rareté et désirabilité

La liste d'attente crée un cercle vertueux pour l'actionnaire de la firme au cheval cabré :

- Valeur de revente élevée : La rareté du neuf soutient les prix sur le marché de l'occasion.

- Fidélisation : Pour accéder aux séries limitées les plus prestigieuses, un client doit déjà posséder plusieurs modèles, renforçant la récurrence des achats.

- Pouvoir de prix (Pricing Power) : Cette demande constante permet à Ferrari

d'augmenter ses tarifs régulièrement sans perdre de clients.

LE CONSEIL PRO : Lors de l'analyse des rapports trimestriels de Ferrari (RACE.MI), surveillez attentivement la mention de la "couverture du carnet de commandes". Si la direction indique que le carnet couvre l'année N+2, cela signifie que la trajectoire de croissance est sécurisée, peu importe les soubresauts de l'économie mondiale. C'est le signal d'un investissement à faible risque opérationnel.

Chapitre 5

Les Chiffres d'Or : Décrypter le bilan financier sans être comptable

Module : Les Chiffres d'Or - Décrypter le bilan financier sans être comptable

Investir dans Ferrari, ce n'est pas simplement acheter une action d'un constructeur automobile. C'est entrer au capital d'une maison de luxe dont la santé financière défie les lois classiques de l'industrie. Pour comprendre pourquoi le titre RACE.MI est si prisé, il faut savoir lire entre les lignes de ses résultats annuels.

Voici les quatre piliers financiers à surveiller pour évaluer la performance de la firme au Cheval Cabré :

Étape 1 : Le Chiffre d'Affaires ou la "Rareté Organisée"

Le chiffre d'affaires de Ferrari ne repose pas sur la quantité de voitures vendues, mais sur la valeur de chaque unité. C'est le principe du luxe.

- Le mix produit : Ferrari gagne plus d'argent en vendant des séries limitées (comme la gamme Icona) et des options de personnalisation qu'en augmentant les volumes de production.
- Le prix de vente moyen (ASP) : Il est l'un des plus élevés au monde, dépassant souvent les 350 000 euros par véhicule.
- La diversification : Au-delà des voitures, le chiffre d'affaires inclut les revenus de la Scuderia Ferrari (sponsoring) et les produits dérivés.

Étape 2 : L'EBITDA Record, le moteur de la rentabilité

L'EBITDA (Bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement) est l'indicateur qui mesure la puissance brute de la machine Ferrari avant les ajustements comptables.

- Des marges insolentes : Alors qu'un constructeur classique se réjouit d'une marge de 10 %, Ferrari affiche souvent un taux d'EBITDA supérieur à 35 %.
- Un pricing power unique : Ferrari peut augmenter ses prix sans perdre de clients, ce qui protège ses marges même en période d'inflation.
- Efficacité opérationnelle : Chaque euro dépensé en recherche et développement est optimisé pour maintenir l'avance technologique de la marque.

Étape 3 : Une Dette Maîtrisée et Stratégique

Contrairement à beaucoup de ses concurrents, Ferrari n'est pas écrasé par ses emprunts. Sa structure financière est saine et sécurisée.

- Dette Industrielle Nette : C'est le chiffre clé à surveiller. Ferrari maintient ce niveau de dette très bas par rapport à sa capacité de remboursement.
- Liquidités disponibles : Le groupe conserve toujours une réserve de cash importante pour faire face aux imprévus ou financer de nouveaux projets.
- Confiance des marchés : Grâce à sa stabilité, Ferrari emprunte à des taux très avantageux, ce qui réduit le coût de son capital.

Étape 4 : La Génération de Free Cash-Flow (Flux de trésorerie disponible)

C'est "l'argent de poche" qui reste une fois que toutes les factures et les investissements ont été payés. C'est le véritable carburant de la croissance de l'actionnaire.

- Autofinancement : Ferrari finance ses usines et le développement de ses modèles

électriques uniquement avec l'argent qu'elle gagne, sans avoir besoin de mendier auprès des banques.

- Dividendes croissants : Une partie de ce cash est reversée chaque année aux actionnaires sous forme de dividendes.
- Rachats d'actions : Ferrari utilise souvent son surplus de cash pour racheter ses propres actions, ce qui augmente mécaniquement la valeur des parts restantes.

LE CONSEIL PRO : Ne comparez jamais les chiffres de Ferrari avec ceux de Renault ou Volkswagen. Comparez-les avec ceux de LVMH ou Hermès. La valorisation de Ferrari s'explique par sa capacité à générer des marges de luxe tout en conservant une barrière à l'entrée technologique immense. Regardez la croissance du Free Cash-Flow : tant qu'il grimpe, la machine reste bien huilée.

Chapitre 6

Le Virage Électrique : Le défi du silence pour une icône du moteur V12

Module : Le Virage Électrique : Le défi du silence pour une icône du moteur V12

Pour Ferrari, l'enjeu de l'électrification est double : répondre aux normes environnementales mondiales tout en préservant l'âme émotionnelle qui justifie le prix de ses voitures. Ce module décrypte comment la marque au Cheval Cabré négocie ce tournant historique.

Point Clé 1 : L'hybridation comme laboratoire de performance

Ferrari n'a pas abordé l'électrique par contrainte, mais par le prisme de la vitesse. L'hybridation est utilisée pour combler les faiblesses des moteurs thermiques.

- Le boost de puissance : L'utilisation de moteurs électriques permet d'obtenir un couple instantané, rendant les accélérations plus brutales que sur les modèles purement thermiques.

- L'héritage de la Formule 1 : La technologie KERS (récupération d'énergie au freinage) issue des circuits est directement intégrée aux modèles de série comme la SF90 Stradale.

- Transition douce : En proposant des hybrides rechargeables, Ferrari éduque sa clientèle à la conduite silencieuse en ville tout en conservant le moteur thermique pour la piste.

Point Clé 2 : L'horizon 2025 et le premier modèle 100% électrique

L'année 2025 marquera une rupture majeure avec le lancement de la première Ferrari

totallement électrique. Ce projet est au cœur de la stratégie de croissance de l'action RACE.MI.

- L'E-building de Maranello : Ferrari a inauguré une usine ultra-moderne dédiée à la fabrication des moteurs électriques, des onduleurs et des batteries.
- Maîtrise technologique : Contrairement à d'autres constructeurs, Ferrari conçoit ses propres composants électriques pour garantir une exclusivité technique totale.
- Positionnement luxe : Ce modèle ne cherchera pas à concurrencer Tesla, mais à créer une nouvelle catégorie de "Supercar électrique" aux finitions artisanales.

Point Clé 3 : Le défi du son et de l'émotion

Le rugissement du moteur V12 est la signature de Ferrari. Le passage au silence de l'électrique est sans doute le plus grand défi marketing et technique de la marque.

- Brevets sonores : Ferrari a déposé des brevets pour des dispositifs capables d'amplifier les fréquences naturelles des composants électriques afin de créer une signature acoustique unique.
- Dynamique de conduite : Le poids des batteries est compensé par une répartition des masses optimisée et un logiciel de contrôle de trajectoire (Torque Vectoring) ultra-précis.
- Expérience sensorielle : L'objectif est de faire ressentir au conducteur la même adrénaline qu'à bord d'une voiture thermique, grâce aux vibrations et aux retours d'informations du châssis.

Point Clé 4 : Analyse stratégique pour l'investisseur

Pour un investisseur, le virage électrique de Ferrari doit être observé sous l'angle de la rentabilité et de la pérennité de la marque.

- **Maintien des marges** : Ferrari prévoit que ses modèles électriques auront des marges similaires, voire supérieures, aux modèles thermiques grâce à un prix de vente élevé.
- **Mix de ventes 2030** : L'objectif affiché est de 40% de modèles électriques, 40% d'hybrides et seulement 20% de moteurs thermiques (utilisant des carburants de synthèse).
- **Valeur résiduelle** : La rareté des derniers moteurs thermiques et l'innovation des modèles électriques devraient soutenir la valeur des véhicules sur le marché de l'occasion, un pilier de la valorisation boursière.

LE CONSEIL PRO : Ne voyez pas l'électrification comme un risque de dilution de la marque, mais comme un levier de croissance technologique. La capacité de Ferrari à produire ses propres batteries et moteurs électriques ("In-house") est un avantage concurrentiel majeur qui protège ses secrets industriels et ses marges opérationnelles face à la concurrence.

Chapitre 7

L'Effet Purosangue : Comment le premier SUV a changé la donne

L'Effet Purosangue : Comment le premier SUV a changé la donne

Pendant des décennies, l'idée d'un véhicule à quatre portes chez Ferrari était perçue comme une hérésie. Pourtant, le lancement du Purosangue a marqué un tournant historique pour la firme de Maranello, redéfinissant les frontières du luxe automobile tout en boostant les indicateurs financiers de l'action RACE.MI.

Point 1 : Un succès commercial sans précédent

Dès son annonce, le Purosangue a généré un enthousiasme qui a dépassé les prévisions les plus optimistes de la direction. Ce succès repose sur plusieurs piliers stratégiques :

- Un carnet de commandes complet : Ferrari a dû suspendre temporairement les prises de commandes peu après le lancement tant la demande était massive, garantissant ainsi une visibilité de revenus sur plusieurs années.
- Une stratégie de rareté : Contrairement à ses concurrents (Lamborghini Urus ou Porsche Cayenne), Ferrari a plafonné la production du Purosangue à 20 % du volume total annuel des livraisons.
- Le maintien de la valeur : En limitant l'offre, Ferrari s'assure que le véhicule ne subit pas de décote sur le marché de l'occasion, protégeant ainsi l'image de marque premium.

Point 2 : L'élargissement stratégique de la clientèle

Le Purosangue n'est pas seulement un nouveau modèle, c'est une porte d'entrée vers un nouveau segment de marché pour Ferrari.

- Conquête de nouveaux profils : Le modèle attire des clients plus jeunes et des familles qui souhaitent utiliser une Ferrari au quotidien, et non plus seulement le week-end sur circuit.
- Fidélisation de l'écosystème : De nombreux acheteurs du Purosangue possédaient déjà des modèles sportifs et attendaient une option "pratique" pour rester fidèles à la marque sans passer par la concurrence.
- Augmentation du panier moyen : Avec un prix de départ avoisinant les 390 000 euros (hors options), le Purosangue tire vers le haut le prix de vente moyen de l'ensemble de la gamme.

Point 3 : Diversifier sans diluer le prestige

Le défi majeur était de proposer un véhicule volumineux sans perdre l'âme de la marque. Ferrari a réussi ce pari grâce à des choix techniques radicaux :

- Le choix du moteur V12 : En installant un moteur V12 atmosphérique en position centrale-avant, Ferrari a prouvé que la performance et le son restaient la priorité absolue.
- L'innovation technologique : L'utilisation d'une suspension active révolutionnaire permet au Purosangue de se comporter comme une véritable voiture de sport malgré sa garde au sol élevée.
- L'esthétique disruptive : En refusant l'appellation "SUV" et en optant pour des portes à ouverture antagoniste (suicide doors), la marque a créé une catégorie à part entière.

Point 4 : L'impact sur la performance boursière (RACE.MI)

Pour l'investisseur, l'effet Purosangue se traduit concrètement dans les bilans financiers de l'entreprise :

- Marges opérationnelles robustes : La structure de prix du Purosangue permet de dégager des marges exceptionnelles, contribuant à la rentabilité record du groupe.
- Résilience économique : Ce modèle rend Ferrari moins vulnérable aux cycles économiques, car il répond à une demande de véhicules polyvalents dans le segment de l'ultra-luxe.
- Confiance des marchés : La capacité de Ferrari à réussir son entrée sur ce segment a renforcé la confiance des analystes dans la capacité de la marque à innover sans trahir son héritage.

LE CONSEIL PRO : En tant qu'investisseur, surveillez le ratio de livraison du Purosangue. Si Ferrari maintient strictement sa limite de 20 %, cela soutiendra la valeur résiduelle et le prestige sur le long terme. Si ce plafond venait à augmenter, cela boosterait les revenus à court terme mais pourrait signaler un début de dilution de l'exclusivité.

Chapitre 8

L'Empire Lifestyle : Au-delà des voitures de sport

Module : L'Empire Lifestyle – Au-delà des voitures de sport

Pour un investisseur, comprendre Ferrari nécessite de regarder au-delà du moteur V12. La marque ne se définit plus uniquement comme un constructeur automobile, mais comme une maison de luxe globale. Cette diversification stratégique permet de décorréliser une partie des revenus de la vente de véhicules.

1. Les Parcs à Thèmes : L'immersion dans la légende

Ferrari utilise des partenariats de licence pour étendre sa présence physique mondiale sans supporter les risques opérationnels lourds. Ces parcs servent de vecteurs marketing monumentaux.

- Ferrari World Abu Dhabi : Le premier et le plus emblématique, abritant les montagnes russes les plus rapides du monde.
- Ferrari Land (PortAventura, Espagne) : Une extension européenne pour capter le public familial et touristique.
- Modèle économique : Ferrari perçoit des royalties sur l'utilisation de la marque et le droit d'entrée, limitant ainsi ses dépenses en capital (CAPEX).
- Objectif : Créer un attachement émotionnel à la marque dès le plus jeune âge.

2. La Haute Couture : Le virage vers l'exclusivité

Sous l'impulsion de sa direction actuelle, Ferrari a radicalement transformé son offre vestimentaire. Fini les simples t-shirts de fans, place à la mode haut de gamme.

- Défilés à Milan : Ferrari présente désormais ses collections lors de la Fashion Week, rivalisant avec les grands noms du luxe.

- Positionnement prix : Les articles (vestes en cuir, accessoires) sont vendus à des prix cohérents avec le secteur du luxe absolu.

- Réseau de boutiques : Rénovation des flagships (Milan, Maranello) pour offrir une expérience client premium similaire à celle d'Hermès ou de LVMH.

- Cible : Toucher une clientèle plus jeune, urbaine et féminine qui ne possède pas forcément de voiture de sport.

3. Le Merchandising et les Partenariats Stratégiques

La marque au Cheval Cabré est l'une des plus puissantes au monde. Elle capitalise sur cette force à travers des collaborations sélectives.

- Horlogerie : Partenariat avec Richard Mille pour des montres ultra-exclusives dépassant parfois le prix de la voiture elle-même.

- Gaming et E-sport : Présence forte dans les simulations de course et les jeux vidéo (Assetto Corsa, Gran Turismo) pour dominer l'espace numérique.

- Objets de collection : Éditions limitées d'objets d'art et de miniatures à haute valeur ajoutée.

4. L'impact financier pour l'investisseur (RACE.MI)

Pourquoi cette stratégie "Lifestyle" est-elle un argument massif pour l'actionnaire ?

- Amélioration des marges : Les produits dérivés et les licences affichent souvent des marges opérationnelles supérieures à la production industrielle.

- Résilience économique : Les revenus de licence sont moins cycliques que les ventes de voitures de luxe.

- Valorisation boursière : Le marché valorise Ferrari sur des multiples de secteur du luxe (30x à 50x les bénéfiques) plutôt que sur des multiples automobiles (5x à 10x).
- Rareté : En limitant la production de voitures, Ferrari utilise le lifestyle pour satisfaire la demande excédentaire des fans.

LE CONSEIL PRO : Ne jugez pas le succès de la division Lifestyle de Ferrari uniquement par son chiffre d'affaires immédiat. Sa véritable valeur réside dans la préservation de l'équité de marque. En réussissant sa transition vers la mode et le divertissement haut de gamme, Ferrari s'assure que son logo reste le plus désirable au monde, ce qui garantit le pouvoir de fixation des prix (Pricing Power) sur ses voitures pour les décennies à venir.

Chapitre 9

La Formule 1 : Le laboratoire marketing et technologique

Module : La Formule 1 : Le laboratoire marketing et technologique

Pour un investisseur, la Scuderia Ferrari n'est pas qu'une simple écurie de course. Elle est le moteur principal de la valorisation boursière de la marque. Contrairement à ses concurrents, Ferrari dépense peu en publicité traditionnelle, car la Formule 1 constitue son unique et plus puissante vitrine mondiale.

1. Une vitrine marketing à l'échelle planétaire

- Zéro budget publicitaire classique : Ferrari ne paie pas pour des spots TV ou des affiches. La visibilité offerte par les retransmissions des Grands Prix suffit à maintenir le prestige de la marque.

- L'effet "Halo" : Les succès en compétition créent un sentiment d'exclusivité et de supériorité qui justifie les prix de vente extrêmement élevés des modèles de route.

- Fidélisation de la communauté : La F1 entretient la passion des Tifosi, transformant des fans en futurs acheteurs ou en consommateurs de produits dérivés (merchandising), une source de revenus non négligeable.

2. Le transfert technologique : De la piste à la route

- L'innovation moteur : Les technologies développées pour la course, comme les systèmes hybrides (ERS), sont directement adaptées aux modèles de série comme la SF90 Stradale.

- Matériaux composites : L'usage intensif de la fibre de carbone et des alliages légers en F1 permet à Ferrari d'alléger ses voitures de sport pour améliorer leurs

performances.

- **Aérodynamique active** : Les études en soufflerie pour les monoplaces dictent le design des voitures de route pour optimiser la tenue de route et la consommation.
- **Logiciels de performance** : Les algorithmes de gestion du moteur et de la traction utilisés par les pilotes sont déclinés pour offrir une expérience de conduite unique aux clients privés.

3. L'impact des résultats sportifs sur l'action RACE.MI

- **Le moral des investisseurs** : Bien que les ventes de voitures soient stables, une victoire de prestige (comme à Monza ou Monaco) renforce la confiance du marché dans la dynamique de la marque.
- **Attractivité des sponsors** : De bons résultats sportifs permettent de négocier des contrats de sponsoring plus lucratifs (HP, Shell, etc.), augmentant directement les revenus de la division "Racing".
- **Valorisation de l'actif immatériel** : Chaque titre mondial ajoute de la valeur à la marque Ferrari, qui est l'actif le plus précieux de l'entreprise au bilan comptable.
- **Corrélation psychologique** : Il existe une corrélation historique entre les périodes de domination sportive et la croissance du multiple de valorisation (P/E ratio) de l'action.

LE CONSEIL PRO : Ne surveillez pas uniquement le classement du dimanche. Analysez comment Ferrari utilise ses échecs ou succès en F1 pour ajuster sa stratégie de prix. Une Ferrari de route "inspirée" par une technologie victorieuse en F1 se vendra toujours plus cher et plus vite, boostant ainsi les marges opérationnelles de l'entreprise.

Chapitre 10

Rémunérer l'Actionnaire : Dividendes et rachats d'actions

Rémunérer l'Actionnaire : Dividendes et rachats d'actions

Investir dans Ferrari (RACE.MI) ne se résume pas à parier sur la vente de voitures d'exception. C'est aussi entrer dans un mécanisme de création de valeur très performant. La marque au Cheval Cabré utilise deux leviers principaux pour récompenser ses fidèles investisseurs.

Le Dividende : La régularité du luxe

Depuis son introduction en bourse, Ferrari a instauré une politique de distribution de dividendes prévisible et croissante. Contrairement à d'autres constructeurs, Ferrari se comporte comme une valeur du secteur du luxe avec des marges élevées qui sécurisent le paiement.

- Fréquence de versement : Le dividende est versé une fois par an, généralement au cours du mois de mai.
- Taux de distribution (Payout Ratio) : L'entreprise distribue environ 30 % à 35 % de son bénéfice net à ses actionnaires.
- Historique de croissance : Le montant du dividende par action a connu une progression constante depuis 2016, reflétant la croissance des profits de la marque.
- Rendement (Yield) : Le rendement affiché est souvent modeste (souvent inférieur à 1 %) car le cours de l'action progresse très vite, ce qui "écrase" mécaniquement le pourcentage de rendement.

Le Rachat d'Actions : Le moteur de performance "invisible"

C'est souvent l'aspect le moins compris du grand public, et pourtant le plus puissant chez Ferrari. La société utilise ses excédents de trésorerie pour racheter ses propres actions sur le marché afin de les annuler.

- Mécanisme de rareté : En rachetant ses actions, Ferrari diminue le nombre total de titres en circulation. À profit égal, chaque action restante devient plus précieuse.
- Soutien du cours : Ces rachats massifs créent une demande constante sur le marché, ce qui tend à soutenir le prix de l'action, même en période d'incertitude économique.
- Avantage fiscal : Contrairement au dividende (taxé à la source ou via la flat tax), le rachat d'actions augmente la valeur de votre capital sans frottement fiscal immédiat.
- Programmes pluriannuels : Ferrari annonce régulièrement des plans de rachats se comptant en centaines de millions d'euros sur plusieurs années.

Le Rendement Global : Analyser le "Total Shareholder Return"

Pour un investisseur de long terme, il ne faut pas regarder uniquement le chèque du dividende, mais la combinaison de trois facteurs qui forment le rendement global (TSR).

- Appréciation du capital : La hausse du prix de l'action tirée par l'exclusivité de la marque et la croissance des ventes.
- Dividende annuel : Un revenu complémentaire qui offre une rente de plus en plus importante sur votre prix d'achat initial (Yield on Cost).
- Effet de levier des rachats : L'augmentation mécanique de votre part de propriété dans l'entreprise sans avoir à déboursier un centime supplémentaire.

Historiquement, cette stratégie a permis à Ferrari de surperformer largement les indices boursiers mondiaux et le secteur automobile traditionnel.

LE CONSEIL PRO : Ne jugez pas l'action Ferrari sur son faible rendement en dividende (0,7% - 0,9%). Considérez-la comme une "action de croissance de luxe". Le véritable gain se trouve dans la hausse de la valeur du titre combinée au programme de rachat d'actions, qui fait de chaque actionnaire un propriétaire d'une part de plus en plus grande d'un gâteau qui ne cesse de grossir.

Chapitre 11

Les Risques à Surveiller : Ce qui pourrait faire caler le moteur

Les Risques à Surveiller : Ce qui pourrait faire caler le moteur

Investir dans Ferrari est souvent perçu comme un placement sûr grâce à la force de sa marque. Pourtant, aucune entreprise n'est à l'abri des turbulences.

Pour un investisseur averti, il est crucial d'identifier les zones de turbulences potentielles qui pourraient impacter le cours de l'action RACE.MI.

Point Clé 1 : Le défi de la transition écologique et des réglementations

Ferrari fonde son mythe sur la puissance et le rugissement de ses moteurs thermiques (V8 et V12). Les lois environnementales mondiales imposent une mutation rapide.

- L'interdiction des moteurs thermiques : Les décisions de l'Union Européenne pour 2035 forcent Ferrari à investir massivement dans l'électrique, un terrain où la concurrence est déjà féroce.
- La perte de l'ADN : Le risque est de voir l'attractivité de la marque baisser si le son et l'émotion de la conduite disparaissent avec les batteries électriques.
- Des coûts de R&D élevés : Développer des supercars électriques performantes nécessite des milliards d'euros d'investissements, ce qui pourrait peser temporairement sur les marges bénéficiaires.

Point Clé 2 : La dépendance et le ralentissement du marché chinois

La Chine représente un levier de croissance majeur pour le secteur du luxe. Cependant, ce moteur montre des signes de fatigue.

- **Ralentissement économique** : Une baisse de la croissance en Chine réduit le nombre de nouveaux acheteurs capables de s'offrir un modèle "Purosangue" ou "SF90".

- **Changement de comportement** : La politique de "prospérité commune" du gouvernement chinois pourrait freiner l'ostentation et la consommation de biens de luxe ultra-chers.

- **Risques géopolitiques** : Des tensions commerciales entre l'Europe et la Chine pourraient entraîner des taxes d'importation punitives, augmentant mécaniquement le prix des Ferrari sur ce marché clé.

Point Clé 3 : La stabilité du management et les risques de succession

Le succès de Ferrari repose sur une vision stratégique très précise, à la croisée de l'automobile et de l'industrie du luxe.

- **Le facteur humain** : Ferrari a connu des périodes d'incertitude après le décès de dirigeants emblématiques comme Sergio Marchionne. Le départ imprévu d'un CEO clé (comme Benedetto Vigna) pourrait inquiéter les marchés.

- **L'équilibre délicat** : Le management doit réussir à augmenter les profits sans diluer l'exclusivité de la marque. Produire trop de voitures pour satisfaire les actionnaires pourrait détruire la rareté qui fait la valeur de Ferrari.

- **Guerre des talents** : La compétition pour attirer les meilleurs ingénieurs en logiciels et en batteries est mondiale. Ferrari doit prouver qu'elle peut attirer des profils "tech" et pas seulement des passionnés de mécanique.

LE CONSEIL PRO : Ne paniquez pas à la moindre annonce réglementaire. Surveillez plutôt le "Pricing Power" de Ferrari. Tant que la marque est capable d'augmenter ses prix sans faire baisser sa liste d'attente (qui dépasse souvent deux ans), cela signifie que le moteur est encore solide malgré les risques externes.

Chapitre 12

Stratégie de Portefeuille : Comment et quand investir dans Ferrari ?

Stratégie de Portefeuille : Comment et quand investir dans Ferrari ?

Investir dans Ferrari (RACE.MI), ce n'est pas seulement acheter une action, c'est intégrer un modèle économique unique basé sur la rareté et le luxe absolu. Pour transformer cette passion en profit, une approche structurée est indispensable.

Étape 1 : Définir l'allocation au sein de votre portefeuille

Ferrari est une action de croissance avec un profil de valeur refuge au sein du secteur automobile. Voici comment l'intégrer intelligemment :

- La règle du pourcentage : Ne misez pas tout sur un seul cheval. Allouez entre 5 % et 10 % de votre portefeuille global à des titres de conviction comme Ferrari.
- Le rôle de l'action : Considérez RACE comme une valeur de fond de portefeuille. Elle offre une volatilité souvent plus faible que le reste du marché lors des crises grâce à sa clientèle ultra-riche.
- Le choix de la place boursière : Pour un investisseur européen, privilégiez l'achat sur Euronext Milan (RACE.MI) afin d'éviter les frais de change liés au dollar.

Étape 2 : Adopter la méthode du DCA (Investissement Programmé)

Le "timing" parfait est impossible à saisir. La méthode du Dollar Cost Averaging (DCA) est votre meilleure alliée pour lisser votre prix d'entrée.

- La régularité : Investissez une somme fixe chaque mois ou chaque trimestre, peu

importe le cours de l'action.

- L'atténuation du risque : En achetant quand le prix baisse, vous obtenez plus d'actions ; quand le prix monte, vous valorisez votre capital. Cela réduit l'impact psychologique de la volatilité.

- L'automatisation : Programmez vos ordres pour éliminer l'aspect émotionnel souvent lié à une marque aussi prestigieuse que Ferrari.

Étape 3 : Déterminer votre horizon de placement

Le luxe est un secteur qui récompense la patience. Investir dans Ferrari demande une vision à long terme.

- Le cycle de production : Les listes d'attente pour une Ferrari durent souvent plusieurs années. Votre horizon d'investissement doit refléter cette réalité : visez au minimum 5 à 10 ans.

- Les dividendes : Bien que le rendement ne soit pas le plus élevé du marché, Ferrari verse un dividende régulier qui tend à croître avec le temps. Réinvestissez-les pour maximiser l'effet des intérêts composés.

- Le suivi des fondamentaux : Ne surveillez pas le cours quotidiennement. Concentrez-vous sur les marges opérationnelles et les lancements de nouveaux modèles (comme le Purosangue ou les futures électriques).

Étape 4 : Identifier les moments d'opportunité

Bien que le DCA soit recommandé, certains moments sont historiquement plus propices pour renforcer votre position.

- Les replis de marché : Ferrari résiste mieux que la moyenne, mais elle n'est pas immunisée contre les paniques boursières générales. Ce sont des fenêtres d'achat stratégiques.

- Les annonces de résultats : Le titre réagit fortement aux révisions à la hausse des prévisions de bénéfices (guidance). Un dépassement des attentes est souvent un signal de santé robuste.

- Le lancement de séries limitées : Ces modèles à très haute marge boostent instantanément la rentabilité future.

LE CONSEIL PRO : Ne confondez pas le prestige de la marque et la valeur de l'action. Même une excellente entreprise peut être surévaluée. Surveillez le ratio Cours/Bénéfice (P/E) : si Ferrari se paie historiquement cher, essayez de renforcer vos positions lorsque ce ratio revient vers sa moyenne historique plutôt que lors des pics d'euphorie médiatique.

FIN

Merci d'avoir lu "Ferrari (RACE.MI) : Guide Investisseur"

Une œuvre écrite par Fusianima Expert

[Lire la version interactive et commenter](#)

[Découvrir les autres œuvres de l'auteur](#)