

Fidelity introduceert China Consumer Fund om te profiteren van China's ongekeerde groeipotentieel

- *Eerste fonds in Nederlands dat zich direct richt op groeitrends in de consumentensector van Groot-China;*
- *Speelt in op een interessant, langdurig beleggingsthema en profiteert van de opkomende middenklasse en het groeiende consumentisme in China;*
- *Biedt beleggers toegang tot ondernemingen die producten en diensten verkopen aan Chinese consumenten;*
- *Streeft naar bovengemiddelde rendementen door in te spelen op de dynamische perspectieven die de Chinese consumentensector in de komende tien jaar zal bieden door een spectaculaire groei van het aantal consumenten en de consumptieve uitgaven en een verandering van consumptiepatronen.*

Amsterdam, 20 mei 2011 – China werkt hard aan een nieuw economisch evenwicht, waarin het zwaartepunt van de export verschuift naar de binnenlandse consumptie. Ondertussen stevent dit veelzijdige land af op een koppositie in de wereldeconomie, waarbij de meerjarige groei ondersteund wordt door het onlangs bekendgemaakte 12^e vijfjarenplan.

Om temidden van de matige wereldwijde groei te profiteren van dynamische groeimogelijkheden, introduceert Fidelity International het Fidelity Funds China Consumer Fund, dat zich richt op beleggers die willen profiteren van de snelgroeiende consumentenmarkt in dit land met 1,3 miljard inwoners. Het fonds biedt beleggers unieke mogelijkheden, omdat het direct toegang biedt tot aandelen van ondernemingen in Groot-China, in plaats van indirecte toegang via Europese of Amerikaanse ondernemingen.

Raymond Ma, fondsbeheerder van het FF China Consumer Fund, selecteert ondernemingen die zich bezighouden met de ontwikkeling, fabricage of verkoop van producten of diensten aan consumenten in China. Hij beschrijft zijn beleggingsstijl als een "mozaïek"-aanpak, waarin ca. 70% van de aandelen geselecteerd wordt op basis van fundamentele bottom-up research, ca. 10% op basis van technische analyse, nog eens 10% op basis van sectoranalyse en tot slot 10% op basis van top-down keuzes. Dit resulteert in een portefeuille van 80 tot 120 aandelen uit China, Hongkong en Taiwan, die gemiddeld 12 tot 18 maanden in portefeuille zullen worden gehouden. De benchmark van het fonds is de MSCI China Index NR.

Raymond Ma werkt vanuit Hongkong en is geboren in China. Het is een groot voordeel dat hij Mandarijn spreekt, meer dan tien jaar ervaring heeft in de Chinese consumentensector en goede contacten heeft in de markt.

Over het nieuwe fonds zegt Raymond Ma: “Het FF Chinese Consumer Fund biedt beleggers de mogelijkheid te profiteren van de enorme structurele verschuiving die zich in de Chinese consumentensector aan het voltrekken is. China staat op de drempel van een nieuwe fase in de ontwikkeling van het consumentisme, die zijn weerga niet kent en waardoor zowel de omvang als de kwaliteit van de Chinese consumptie baanbrekend zal veranderen. Het huidige overheidsbeleid, dat de consumptie bevordert, de sterke groei van productiviteit en inkomens, onderpenetratie van consumentengoederen en -diensten, stijging van de kwaliteit van de consumptie en de snel voortschrijdende verstedelijking zijn stuk voor stuk factoren die ertoe zullen leiden dat China steeds minder afhankelijk wordt van de westerse vraag en op eigen kracht zal uitgroeien tot een ontwikkelde economie met een volwassen, stabiele en duurzame consumentenklasse.”

“China bevindt zich nu op het punt dat Japan aan het eind van de jaren '60 bereikte en Korea aan het eind van de jaren '80”, legt Raymond Ma uit. “De afgelopen tien jaar waren voor China een gouden tijd wat betreft de ontwikkeling van de productie en door investeringen gestuurde groei. De komende tien jaar zal de groei gestuurd worden door de consumptie. De binnenlandse consumptie als percentage van het BBP zal naar verwachting de komende decennia omhoog schieten en de groeiende welgestelde middenklasse van China en de voortschrijdende verstedelijking van het binnenland zullen leiden tot nieuwe mogelijkheden en nieuwe winnaars. Het China Consumer Fund is erop gericht waarde te creëren uit deze fundamentele perspectieven.”

Raymond Ma verwacht dat de Chinese lonen en de binnenlandse vraag de komende vijf tot tien jaar sterk zullen blijven stijgen en daarmee de bloei van de consumentensector nog meer zullen stimuleren. “In het 12^e vijfjarenplan heeft de regering een begin gemaakt met de aanpak van de ongelijke verdeling van de welvaart, door loonsstijgingen zodanig te bevorderen dat het gemiddelde inkomen in het land in de komende zeven jaar zal verdubbelen. Als gevolg van het één-kind-beleid is er een grote groep twintigers die profiteren van het spaargeld van hun ouders en nu klaar staan om dat geld uit te geven. En nu de Chinese middenklasse in staat én bereid is om te betalen voor een hogere levensstandaard, kunnen merkartikelen en luxegoederen wel eens zeer populair worden. Er is een omvangrijke groep Chinese smallcap-ondernemingen die in de afgelopen tien jaar zijn uitgegroeid tot midcap-marktleiders in China en uitstekend van al deze ontwikkelingen kunnen profiteren,

zodat ze een goede kans maken om in de toekomst uit te groeien tot wereldwijde marktleiders.

Raymond Ma ziet dat zowel het aanbod als de penetratie van consumentengoederen in China in veel opzichten nog steeds onderontwikkeld is, wat voor bepaalde ondernemingen aanzienlijke groeimogelijkheden zal opleveren. “In de meeste internationale benchmarks zien we, ondanks de immense opmars in de afgelopen decennia, nog altijd een onderpenetratie van Chinese consumentengoederen. Naarmate het evenwicht in de Chinese economie verschuift en er meer aandacht wordt geschonken aan het terugdringen van de achterstand in de consumptie, zal de groei van China waarschijnlijk steeds stabiel en meer autonoom worden, wat zal leiden tot een winstpotentieel dat in het westen nog nooit is waargenomen. Het FF China Consumer Fund is erop gericht om de ondernemingen op te sporen die bij uitstek van deze ontwikkelingen kunnen profiteren.”

Het FF China Consumer Fund steunt op 5 factoren die de sterke groei van de consumptie en de veranderingen van de Chinese consumptiepatronen ondersteunen:

- *Overheidsbeleid dat de consumptie bevordert* – Loonsstijgingen, belastingvoordelen en subsidies, gecombineerd met grotere sociale zekerheid
- *Sterke economische groei en stijgende inkomens in China* – de lonen stijgen vanaf een laag niveau en zullen volgens de prognoses in zeven jaar verdubbelen
- *De huidige onderpenetratie van consumentengoederen en -diensten* – In vergelijking met de meeste andere markten is de onderpenetratie in China nog steeds aanzienlijk
- *Upgrading van de consumptie* – Chinezen spenderen steeds meer aan producten en diensten van hogere kwaliteit
- *Verstedelijking* – Is gunstig voor de herverdeling van de welvaart en emancipatie van de plattelandsgebieden

Paul van Olst, Head of Distribution van Fidelity in Nederland, benadrukt: “*Fidelity is geen nieuwkomer in Azië: al meer dan 40 jaar geleden openden we hier ons eerste kantoor. Dankzij Fidelity’s combinatie van een wereldwijd netwerk en lokale expertise, zijn we Azië bijzonder sterk en actief aanwezig. Per 31 december 2010 beheerde Fidelity in totaal USD 55,7 miljard in de regio Azië-Pacific (ex-Japan) en in China alleen zo’n USD 20 miljard. Raymond Ma wordt ondersteund door meer dan 100 research-analisten en fondsbeheerders in Azië, waaronder 5 die zich uitsluitend bezighouden met de Chinese consumentensector. Dit nieuwe fonds neemt in Fidelity’s aanbod van Aziatische fondsen een bijzondere plaats in, omdat het voor het eerst een geografische insteek combineert met een thematische benadering.*”

- EINDE -



Over Fidelity International

Fidelity International (FIL) biedt beleggingsproducten en -diensten aan aan particulieren en instellingen in het Verenigd Koninkrijk, continentaal Europa, het Midden-Oosten en Azië-Pacific. Het bedrijf is opgericht in 1969 en heeft meer dan 5.000 medewerkers in 23 landen en beheert of administreert activa van cliënten met een totaal van US\$ 255.5 mrd (EUR 181.7 mrd). FIL heeft meer dan 7 miljoen customer holdings en beheert meer dan 750 aandelen, vastrentende waarden, onroerend goed en asset allocatie fondsen. FIL's fondsmanager ontvangen research van één van de grootste onderzoeksteams, die 99% van 's werelds grootste beursgenoteerde bedrijven dekken. Fidelity International is een onafhankelijke onderneming en is niet beursgenoteerd.

Gegevens per 31 maart 2011

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Richard Feenstra
Fidelity International
+31 20 797 71 12
+31 6 226 311 55
richard.feenstra@fil.com