

## FORVALTERKOMMENTAR

I mars har vi vært på reisefot, og denne gangen var destinasjonen Kina. Vi deltok på en selskapskonferanse i Hong Kong der vi hadde til sammen over 30 selskapsmøter. Vi møtte i hovedsak kinesiske konsum-selskaper eller selskaper innen automatisering og produksjon. Etter konferansen fulgte av en rundtur til byene Fuqing, Ningde, Hangzhou og Ningbo for flere fabrikk- og selskapsbesøk innen Kinas store elbilverdikjede. Hovedformålet med denne turen var å finne nye mulige idéer til fondet og få et bedre innblikk i Kinas økonomiske situasjon.

Det vi opplevde var at den kinesiske forbrukeren fortsatt er noe forsiktig og at det trolig vil ta tid for konsumet å virkelig ta fart. Spareraten i Kina er veldig høy sammenlignet med amerikanere, skandinaver og europeere. Det var en forventning når Kina endelig gjenåpnet etter 3 år med pandemi, at kinesisk forbruk skulle øke til fordel for den høye sparingen. Dette har ikke skjedd, og vi tror det vil ta tid for den kinesiske konsumenten å få tilbake tilliten igjen. En aldrende befolkning, svakere sikkerhetsnett, og de siste årene, et svakt eiendomsmarked er store drivere av den høye sparingen.

Likevel, er det flere segmenter der konsumet har kommet seg betraktelig. Den kinesiske forbrukeren har blitt mer fokusert på «value for money» som betyr at de ønsker å finne billigere alternativer, men ikke nødvendigvis på bekostning av kvalitet. Reiselysten har også kommet tilbake og vi ser samme trend som i vesten, der tjenester og opplevelser er en større driver til forbruk.

Innen automatisering ser vi at Kina har kommet langt. Kinas rolle som en global produsent er drevet av høyautomatisert produksjonslinjer og ikke i like stor grad billig arbeidskraft som tidligere. Denne rollen er heller tatt over av land som Vietnam, Filippinene og India. Vi besøkte blant annet en bilfabrikk eiet av Geely (eieren av bl.a. Volvo, Polestar Zeekr, Lotus, Smart m.f.). Fabrikken var nesten helautomatisert der fabrikkansatte i større grad jobbet med testing av sluttproduktet, eller vedlikehold av automatiseringstutstyret. Fabrikken vi besøkte kunne produsere 450 biler per dag, hadde over 60% av energiforbruket dekket av egen solkraft og produserer flere biler per ansatt enn både Toyota, VW og Tesla.

Kinas satsning på automatisering og elbiler har drevet frem mange gigantiske bilmerker, og flere kommer. Konkurransesituasjonen virker bare å eskalere og dette vil trolig fortsette å drive ned prisene på biler, som er bra for forbrukeren, men negativt for bilprodusentene.

Til slutt, så møtte vi også et av våre nye tilskudd til porteføljen også. Ikke alle selskapene var fra Kina, og Filippinske International Container Terminal Services (ICT) var en av dem. Selskapet er en global havneoperatør som fokuserer på mellomstore havner i fremvoksende markeder. ICT har vist en enorm god evne til å drifte havnene og har bygget opp en diversifisert portefølje der de har tatt over svakt drevne statsdrevne havner og effektivisert driften. Deler av denne effektiviseringen har også kommet lokale myndigheter til gode som betyr fornøyde motparter. ICT operer i en høymarginindustri med lokale monopoler og sterk lønnsomhet. Hovedeier og ledelsen har et veldig langsiktig perspektiv som passer vår investeringsfilosofi. Tidligere hadde selskapet mye gjeld, men over de siste årene har de brukt mye av kontantstrømmen til å nedbetale gjeld og har nå en sterk balanse. Vi har fulgt selskapet i flere år og mye grunnet sistnevnte har vi nå valgt å ta selskapet inn i porteføljen.

### Forvalter:



Dan Erik Glover

### Hvorfor være investert i fondet?

ODIN Emerging Markets posisjonerer seg mot den langsiktige vekstdriveren i fremvoksende økonomier, nemlig økt kjøpekraft blant konsumentene. Vi har et «defensivt» fond for de kundene som gjerne ønsker å ta del i veksten og velstandsøkningen i fremvoksende markeder, men som ikke ønsker for høy risiko. I svært sterke markeder gir normalt fondet noe svakere avkastning enn referanseindeksen. Historisk har vi sett at vår posisjonering av fondet gir godt betalt i mer urolige markeder.

### Hvordan er fondet posisjonert?

ODIN Emerging Markets består i dag av selskaper i fremvoksende markeder med sterke markedsposisjoner, høy kapitalavkastning og det vi anser som god eierstyring. Mange av våre selskaper selger sine varer direkte til konsumentene og vil derfor dra nytte av vekst i middelklassen samtidig som de i stor grad er skjermet fra politisk påvirkning. Med fokus på stabile forretningsmodeller med gode vekstmuligheter er fondet godt posisjonert til å skape god avkastning i årene fremover. Vi ønsker selskaper som opererer i ulike markeder, og som selger ulike produkter til ulike kunder.

[Les om ODIN-Modellen her >>](#)