

HMG GLOBETROTTER

Part C

+12,01% par rapport au MSCI World AC sur 1 an

Les performances passées ne préjugent pas des performances futures

Gérant : Marc Girault



Informations pratiques

Forme juridique
FCP de droit français

Date de création
24 octobre 2005

Valorisation
Quotidienne

Frais de gestion
2,392 % TTC

Com. de surperformance
10% au-delà du MSCI World AC

Commission de souscription
2% max.

Affectation des résultats
Capitalisation

Dépositaire
Natixis

Valorisateur
Natixis

Commissaire aux comptes
KPMG

Code ISIN
FR0010241240

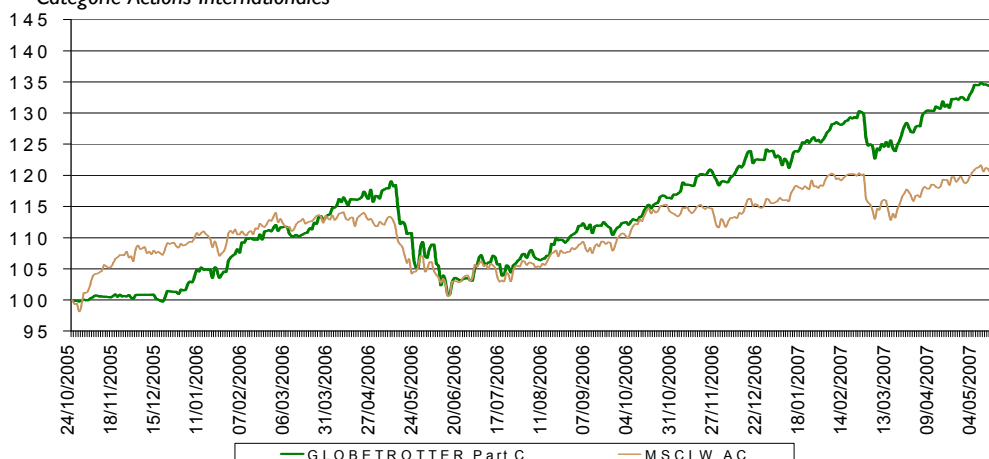
Actions Monde

MAI 2007

Performances et risques

En % (au 31/05/07)	1 mois	2007	6 mois	1 an	Depuis l'origine
HMG Globetrotter C	4,45	11,36	16,02	29,19	37,98
MSCI World AC en €	3,69	6,55	8,97	17,18	23,11
Classement S&P * (au 31/05/2007)	53/337	32/335	12/330	18/307	ND

* Catégorie Actions Internationales



Sur 1 an		Tracking Error :	7,58 %
Volatilité HMG Globetrotter :	10,36 %	Ratio d'information :	1,58
Volatilité MSCI World AC :	9,89 %	Ratio de Sharpe :	2,49

Valeur liquidative

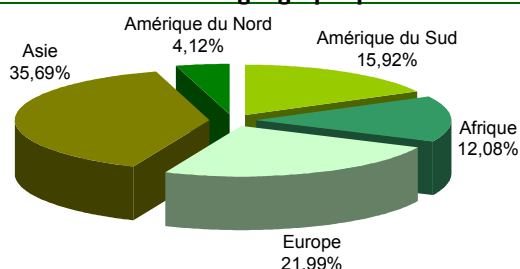
Valeur liquidative au 31 mai 2007 :	132,17 €
Actif net total :	36 717 703,70 €

Principales lignes du portefeuille

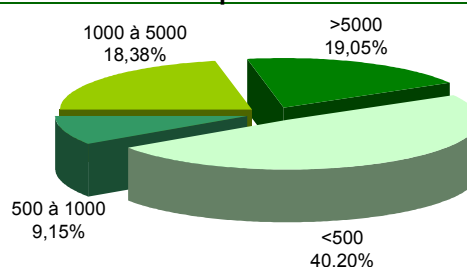
Tractebel Energia Brésil	4,59 %	<u>Achats nouveaux titres</u>
Standard Chartered	3,43 %	Jurong Cement Ltd, N.E. Chemcat Corp,
Bangkok Aviation Fuel	3,34 %	Siam City Cem Lcl.
Energias do Brasil	2,39 %	
Gajah Tunggal	2,37 %	<u>Ventes</u>
Chargeurs	2,33 %	Empresa Nacional ADR, LG Philips.
Rougier	2,26 %	
Hankuk Glass	2,16 %	
Cimpor	2,09 %	

Structure du portefeuille

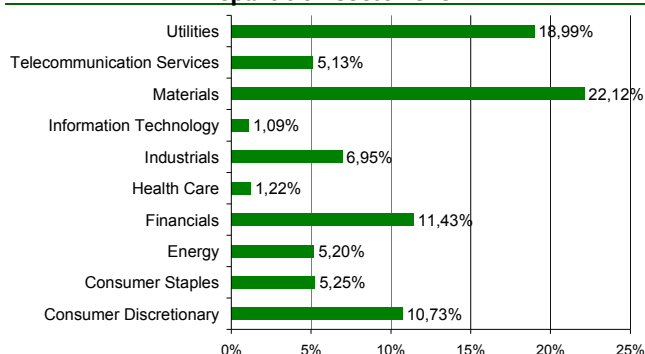
Par zone géographique



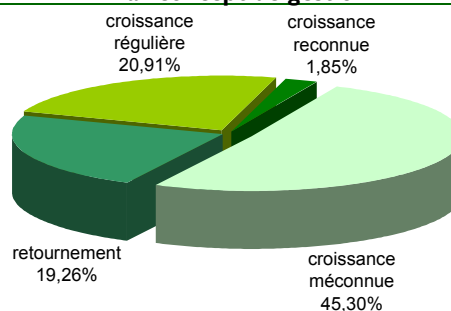
Par capitalisation



Répartition sectorielle



Par concept de gestion



Répartition par pays : les 10 principaux

Brésil	15,92 %	Corée du Sud	6,71 %
France	9,21 %	Malaisie	5,94 %
Indonésie	8,25 %	Maroc	4,29 %
Thaïlande	8,12 %	Afrique du Sud	4,20 %
Royaume-Uni	7,27 %	Turquie	3,19 %

Commentaire

Dans la foulée de notre commentaire du mois dernier, où nous nous interrogeons sur la mauvaise tenue du marché japonais, nous évoquons ce mois-ci les autres marchés asiatiques et leur performance de l'année.

Ce sont surtout les marchés les moins « mûrs » qui ont bien progressé ; Hong Kong, Taiwan et le Japon ont été handicapés par leurs grosses valeurs exportatrices. Au 31 mai, HSBC n'avait progressé à Hong Kong que de 1,1% depuis le début de l'année, et au Japon, Toyota était en baisse de 7,7%. La mauvaise tenue de Samsung (-12,4%) n'a certes pas empêché la Corée de gagner 15,8% cette année.

Il apparaît clairement que la fermeté de toutes les devises régionales (hors Japon) est un facteur dépressif pour la progression des cours des plus grandes sociétés locales, dont l'activité est très sensible à l'exportation. Nous pensons que la récente remontée du dollar US ne remet pas en cause ce que nous estimons être une tendance de fond à l'affaiblissement à long terme de cette devise. De fait, il est de plus en plus évident que la demande intérieure asiatique prend le relais de la demande américaine, comme moteur principal de la croissance régionale. Les réformes économiques réalisées dans toute la région, dont les plus spectaculairement symboliques (reconnaissance de la propriété privée et la réévaluation du renminbi) viennent de la Chine communiste, visent à conforter cette demande locale naissante et en très forte croissance.

Au cours des prochaines années, on peut donc s'attendre à ce que ce soient les valeurs moyennes locales qui tirent les indices, au détriment des grosses valeurs essentiellement exportatrices. En effet, ces sociétés moyennes sont globalement moins exposées à la demande internationale et plus sensibles à la demande locale.

Dans ce contexte émergent, HMG Globetrotter est remarquablement bien placé : l'essentiel des implantations asiatiques des sociétés européennes vise en effet à satisfaire la demande régionale, et n'est que marginalement exposé aux flux d'exportation. Notre forte présence dans les secteurs des biens de consommation, de la construction, de la distribution pétrolière notamment, place HMG Globetrotter en première ligne pour tirer parti de la croissance régionale du pouvoir d'achat des consommateurs et de la demande d'infrastructures et de meilleurs logements.