

FENNTARTHATÓ BEFEKTETÉS | JOBB HOZAMOK | VÍZ ÉS HULLADÉK

Nem mind zöld

Kevesek játékanak tűnik egyelőre Magyarországon a befektetői környezettudatosság, pedig a zöldalapok hozamai többnyire verik a piaci átlagot.



REVICKY ZSOLT

A privátbanki ügyfelek harmada sem érdeklődik pillanatnyilag a fenntartható fejlődést támogató befektetések iránt, de 40 százalékuk tervezi, hogy a közeli jövőben foglalkozik e kérdéssel – állapítja meg a Blochamps tanácsadó cég friss tanulmánya. A vagyonukat együtt összesen évi 5 ezermilliárd dollárral gyarapítók közül inkább a nők döntenek felelősebben világszerte a befektetéseikről, 45 százalékuknak fontos, hogy a megtakarításaival környezetvédelmi vagy etikus társadalmi célt szolgáljon. Sok múlik a befektetési szolgáltatókon is, jóllehet a 80 százalékuk kínálatában akad már zöldbefektetési lehetőség, azt csupán az ügyfelek tizedének ajánlják fel.

„Robbanás előtt áll ez a piac, tele izgalmas befektetési lehetőséggel” – vélekedik Vízkeleti Sándor, az Amundi Alapkezelő veze-

tője. Kísérletképpen az Aranykor Önkéntes Nyugdíjpénztárral közösen nyáron e-mailben ajánlották fel a tagoknak, hogy részben a fenntartható fejlődést segítő alapokba csoportosíthatják át a pénzüket. Egy hónap alatt több mint egymilliárd forint átmozdítási szándékot jeleztek vissza az ügyfelek.

Az unióban egyelőre nincsenek egyértelmű kritériumai a fenntarthatóságot célzó befektetéseknek, jövőre születet rendelet erről. De minősítések már léteznek. A magyar vállalatok közül a tőzsdei blue chipeket értékelik, közülük a legjobb a Mol lett. Az olajvállalatok esetében azt nézik, hogy mondjuk egy liter benzint mekkora környezetkárosítással állítanak elő, de a magyar cégnél számított a részben elektromos flottára alapozott közösségi autózási rendszer is.

A Greenpeace hulladékszobra az Országgyűlés előtt. Környezetkímélési minősítés

Környezetkímélési minősítés

Magyarországon még csak pislákol ez az üzletág, de azért már látszik, hogy fokozatosan épül

A zöldalapkezelők közül vannak olyanok, amelyek szinte kizárólag a környezetvédelmet szolgáló vállalatok papírjaiba fektetnek be. Vagy fordítva: bizonyos, a környezetre vagy a társadalomra károsnak tartott cégeket kizárják a körből, így a szénerőműveket, a tömegpusztító fegyverek gyártóit vagy a dohányipart – hangsúlyozza Varga Ádám, az Erste Bank privátbanki üzletágának szakértője. S hiába környezetkímélő egy cég, ha gyermekmunkát alkalmaz a harmadik világban vagy korrupciós botrányba keveredik, mert olyankor nem fektetnek beléjük.

A pénzügyi világban egyébként a fenntarthatóságot szélesebb értelemben használják, mint másutt – magyarázza Varga. A Befektetési Alapkezelők Magyarországi Szövetsége a minap döntött arról, hogy 2021-től nemcsak aszerint kategorizálja az alapokat, hogy mibe fektetnek be, hanem azt is feltünteti, megfelelnek-e a felelős környezeti, társadalmi és vállalatvezetési (angol rövidítés alapján ESG-) szempontoknak.

Ide nemcsak a zöldcégek tartoznak, hanem olyanok is, amelyeknek kiemelkedő a társadalmi felelősségvállalásuk vagy etikus az irányítási mechanizmusuk. Ez utóbbi is meglehetősen tág fogalom, fontos például, hogy bejuthatnak-e nők a topmenedzsmentbe, milyen a javadalmazási politika, segítik-e a hátrányos helyzetű munkavállalók előrejutását, hitelesek-e a cég beszámolóit.

„Lemaradtunk Európától, Magyarországon még csak pislákol ez az üzletág, de azért már látszik, hogy fokozatosan épül” – bizakodik Bálint Attila, a Raiffeisen Bank privátbanki részlegének vezetője. A Magyar Nemzeti Bank adatai sem biztatóak: a magyarországi befektetési alapokba helyezett körülbelül 6200 milliárd forintos vagyonnak körülbelül a fél százaléka (azaz mintegy 30 milliárd forint) lehet az ESG-kritériumoknak megfelelő alapon. „A MÁP+ lekötötte a lakosság figyelmét” – ad magyarázatot Bálint. A szuperállampapírba egy év alatt majdnem 4,5 milliárdot fektetett a lakosság.

Az MNB adataiból kimaradnak azonban azok a fenntartható fejlőd-

dést támogató nemzetközi befektetési alapok, amelyeket a külföldi háttérű nagybankok (K&H, Raiffeisen, Erste, UniCredit) vagy befektetési alapkezelők (például Amundi, Fidelity, Blackrock) kínálnak a módos ügyfélkörüknek. Így a magyarok összes zöldbefektetése ennek a duplája is lehet. A slágertermékek azok az alapok, amelyek a vízgazdálkodás vagy a hulladékkezelés megújításával foglalkozó cégek papírjaiba fektetnek.

A legnagyobb hazai kereskedelmi bankok lassan a kevésbé pénzes ügyfelek felé is nyitnak zöldkínálattal. A Raiffeisennél például 3 milliárd forintot forgatnak az Ausztriában menedzselte fenntarthatósági alapban, de ebből egymilliárd már a „sima” lakossági klienseké, akik az idéntől vásárolhatnak. Az Erste pedig „Future” programjában bármilyen kicsi havi megtakarítás fialtatására is kínál zöldmegoldást. Az OTP Banknak is van saját, a lakosságnak szóló, nemzetközi nagyvállalatok papírjaiba fektető klímaváltozási alapja.

„Miközben a jellemzően idős privátbanki ügyfélkör rugalmatlan a portfóliója zöldebbé alakítása iránt, a fiataloknak fontos, hogy a befektetéseik hasznos társadalmi célt szolgáljanak. A fő szempont azonban náluk is a hozam” – állapítja meg Karagich István, a Blochamps vezetője. A klímaváltozás miatt leginkább szorongó tizenévesek pedig nem hoznak még önálló befektetési döntéseket.

Az éves hozam szempontjából ugyanakkor az ESG kategóriájába eső befektetések még jobbak is, mint a piaci átlag, jellemzően legalább 1–1,5 százalékponttal – szögezi le Bálint. Sőt az ESG minősítésű vállalatok közül a legjobb 20 százalék papírjain elérhető éves hozam 5 százalékponttal magasabb, mint a legrosszabb 20 százalékon, azaz minél környezettudatosabb egy cég, annál magasabbra értékeli a tőkepiacokon – toldotta meg Vízkeleti. A fenntartható fejlődést segítő vállalatok részvényei és kötvényei ráadásul válságállóbbak, ami abból is fakad, hogy a befektetők elkötelezettek irántuk, ezért például a koronavírus okozta krízisben sem szabadultak meg tömegesen tőlük. ■ GYENIS ÁGNES



Szakonyi Eszter
a szalonjában a
kozmetikusaival.
Igény a
lecsendesedésre

TURY GERGELY

| SZÉPSÉGÁPOLÁS | TERMÉSZETESEBBEN | SMINKRENESZÁNSZ |

A négy fal között

Az önkéntes vagy kötelező karantén fenekestül felforgathatta, hogyan tekintünk a tükörbe. A járvány hozzásegített a tudatosabb szépségápolási praktikák terjedéséhez.

otthoni
prakti-
kákkal
kiegészí-
tett online
oktató-
videókat
vagy
edukatív
hírleveleket
készítettek

Az úgynevezett „rúzsindex” azt jelezte a 2000-es évek elején, hogy miként reflektál a rúzs-eladás a gazdaságra. Nehezebb gazdasági helyzetben a drágább ruhák és cipők helyett inkább olcsóbb termékeket – például rúzsot – vásárolnak a nők. Úgy tűnik, az elmélet a világjárvány alatt is megáll, hiszen az egekbe repültek a különféle szépségápolási termékek eladásai. Ezek a termékek ugyanis megnyugvást és kényeztetést csempészték az összemosódó napokba.

„Sokan szinte szertartásosan kötődnek az elmúlt években megszokott, kiszámítható rendhez. Rendkívül új és intenzív élmény számunkra az, mekkora a vendégek igénye a lecsendesedésre” – számol be Szakonyi Eszter kozmetikusmester és egészségügyi szakkosmetikus, a Vintage Beauty Szépészeti Nőintézet alapítója arról, hogyan látja a szépségápoláshoz fűződő viszony változását. Gazdasági és külkereskedelmi végzettségét is kamatoztatja az általa alapított biokozmetikai márkánál,

a Vintage Beautynál. Mivel a Nőintézet kozmetikumokat fejleszt, gyárt és értékesít, továbbá kozmetikaként is működik, gyártói, szállítói és kereskedői oldalról is rálát arra, hogyan hatott a koronavírus-járvány a szépségiparra.

A szépségipari szolgáltatók – például fodrászok, kozmetikusok – nagyobb része bezárt tavasszal. „A legtöbben a karantén első hónapjaiban keresték a vendégekkel a kapcsolattartás és a megőrzés lehetőségeit: például otthoni praktikákkal kiegészített online oktatóvideókat vagy edukatív hírleveleket készítettek” – emlékszik vissza. „Sokan propagálták, hogy a vásárlók segítsék a magyar cégeket, így rengeteg új vevője lett a webáruházunknak – ők mostanra visszatérővé váltak. Az online eladásaink 40–50 százalékkal nőttek február óta, de hasonló felívelésről számoltak be más magyar forgalmazók is” – mondja a Vintage Beauty alapítója.

Az is változott, hogy mit is keresnek a szépségért vágyók: „Egyre keresettebbek az otthoni szépségápolási protokollok elvégzését lehetővé