

top-10

VAN DE MAAND

IN DE BOODSCHAPPENKAR

De effectenbeurzen puilen steeds meer uit van de grote technologiebedrijven en die trend zal niet snel stoppen. Maar terwijl online shoppen daarmee eveneens een vlucht neemt, wordt ook de traditionele boodschappenkar nog altijd iedere week gevuld. Eten, drinken en persoonlijke verzorging blijven daarbij een belangrijke basis. Ook voor beleggers, die onveranderd blijven investeren in de grote jongens op dit gebied. Hieronder een top-10 op basis van het belegd vermogen van BinckBank-klanten:

- 1 Unilever
- 2 Heineken
- 3 Nestlé
- 4 AB InBev
- 5 Johnson & Johnson
- 6 l'Oréal
- 7 Coca-Cola
- 8 Procter & Gamble
- 9 Kraft Heinz
- 10 Danone

Bron: BinckBank



GOKJE WAGEN

Gokken en beleggen, volgens sommigen is het één pot nat. Onze ervaring is dat aandelen beter renderen dan staatsloten of fruitautomaten. In dat verband is het goed nieuws dat Frankrijk zijn staatsloterij Française des Jeux (FDJ) naar de beurs in Parijs wil brengen. Het land wil zijn aandeel in FDJ afbouwen van 72 procent tot 20 procent. De beursgang brengt de Franse schatkist naar verwachting zo'n 1,5 miljard euro op die zal worden gebruikt om de staatsschuld terug te brengen.

De Fransen mikken op 21 november voor de beursnotering, op 6 november wordt de bandbreedte voor de uitgifteprijs bekendgemaakt.

FDJ stamt uit een staatsloterij opgericht in 1933 die onder meer gewonde veteranen uit de Eerste Wereldoorlog moest helpen. De omzet van FDJ vorig jaar was zo'n 1,8 miljard euro. Onder sportliefhebbers is het bedrijf ook bekend als sponsor van de wielploeg van Thibaut Pinot, die deze zomer de Tour de France had kunnen winnen als hij niet twee dagen voor Parijs was uitgevallen met een blessure.

De beursgang van FDJ is wel afhankelijk van marktomstandigheden, waarschuwde topvrouw van de loterij Stéphane Pallez. Wij denken dat FDJ Parijs wel haalt en dat de Franse gokliefhebbers de aandeelhouders best weleens een mooi rendement zouden kunnen bezorgen.



– Column –



Luiken dicht

Wetenschappers mogen het rijkelijk laat vinden, maar de urgentie om de gevolgen van klimaatverandering onder ogen te zien, is definitief doorgedrongen tot de financiële markten.

Neem het World Economic Forum dat jaarlijks een lijst van de meest aannemelijke en grootste risico's voor de wereld publiceert. Dit jaar bestaat de top 3, voor het eerst, volledig uit gevaren die direct verband houden met klimaatverandering. Naast natuurrampen en extreem weer voorziet het WEF grote problemen als de risico's van klimaatverandering niet voortvarend worden aangepakt.

Beleggers onderkennen inmiddels dat laatste risico, zoals onder andere blijkt uit de snel toenemende vraag naar duurzame beleggingen. De vraag is zo groot dat aanbieders van beleggingsproducten moeite hebben om duurzame producten in de gewenste omvang op de markt te brengen. Het gevaar bestaat dan dat duurzame beleggingen toch niet zo groen zijn als ze beloven. Beleggen in duurzame trackers betekent bijvoorbeeld vooral beleggen in techbedrijven als Google en Microsoft, maar ook in de bewustere bedrijven uit de oliesector of auto-industrie.

Het is niet eenvoudig om te bepalen welke beleggingen groen zijn of niet. Onlangs nog waarschuwde toezichthouder AFM voor greenwashing, de situatie waarbij ondernemingen activiteiten onterecht als duurzaam betitelen.

Het risico op greenwashing wordt versterkt doordat er geen duidelijke normen zijn voor duurzaamheid. Of eigenlijk zijn er te veel normen; partijen als MSCI, Bloomberg en

Sustainalytics hanteren allemaal hun eigen systematiek om de mate van duurzaamheid te bepalen.

Om meer duidelijkheid te krijgen ligt de bal vooral bij de ondernemingen waarin belegd kan worden. Het is aan hen om voldoende en vergelijkbare informatie te geven over de kansen en risico's die ze lopen op het gebied van milieu, sociaal beleid en governance (ESG). Dat is vitale informatie voor iedere belegger. Ondernemingen die niet voldoende rekening houden met de impact van ESG kunnen in zeer korte tijd hun businessmodel in elkaar zien klappen.

Onder druk van beleggers worden ondernemingen steeds transparanter. Coca-Cola bijvoorbeeld gaf lang geen inzicht in het eigen plastic- en watergebruik, maar is daar nu toch mee begonnen na vragen van een aandeelhouder.

Nog steeds zijn er echter bestuurders die liever de luiken dichthouden, bijvoorbeeld uit angst om te veel informatie te geven aan concurrenten. Dat ze daarbij ook beleggers ondermaats informeren nemen ze op de koop toe. Die beleggers blijven dan onwetend van een deel van de risico's die ze lopen. Het is tijd voor maatregelen die dat tegengaan.



PAUL KOSTER
is directeur van de VEB