



Investimenti socialmente responsabili: marketing e sostanza

Descrizione

Partiamo con il dire che i concetti d'investimento responsabile – **SRI Socially Responsible Investment** – rientrano nei **Sustainable Development Goals (SDGs)**, ovvero gli obiettivi di sviluppo sostenibile promossi dalle Nazioni Unite e indirizzati a ridurre la povertà, proteggere il pianeta e trovare soluzioni concrete per portare benessere e pace.

Gli SDGs sono un importante punto di partenza per definire il grado di sostenibilità degli strumenti finanziari e per misurare la contribuzione positiva allo sviluppo sociale ed economico.

In questo contesto, i fondi socialmente responsabili, noti con l'acronimo **SRI** (Socially Responsible Investments), mirano a creare valore per l'investitore e per la società nel suo complesso attraverso strategie di investimento orientate al medio lungo periodo che, nella valutazione di Paesi, istituzioni e imprese, integrano l'analisi finanziaria con quella ambientale, sociale e di buon governo (**ESG: Environment, Social, Governance**). Si tratta di una tendenza che si sta affermando con forza e che viene misurata in modo concreto con riferimento a diversi ambiti:

Environment: emissioni e fonti di energia pulite, uso dell'acqua e del territorio, riduzione dell'inquinamento, risparmio di acqua, gestione dei rifiuti

Social: rispetto dei diritti dei lavoratori e dei diritti umani, catena della fornitura, cura dei pazienti meno abbienti, distribuzione di cibo, equità salariale, housing sociale, diffusione dell'educazione per studenti a basso reddito, microcredito

Governance: diritti delle minoranze, politiche di remunerazione, presenza di consiglieri indipendenti e di donne nei CdA, politiche anti corruzione.

A livello globale le strategie sostenibili continuano a crescere e hanno superato i 30 trilioni di dollari.

Le aree più sviluppate a livello geografico sono Europa e Stati Uniti. Il Giappone risulta essere il mercato più attento agli investimenti SRI per tasso di crescita.

L'Europa con oltre 12 trilioni di euro di asset resta il mercato più grande per le strategie sostenibili, sostenuto principalmente da UK, Francia e Norvegia.

Anche nel nostro Paese, il mercato degli investimenti sostenibili è cresciuto con asset che ammontano a circa 20 miliardi di euro.

Le strategie di investimento stanno evolvendo. Si è partiti da **politiche di esplicita esclusione** di singoli emittenti/settori/Paesi seguendo diversi criteri (tra i quali armi, pornografia, tabacco, gioco d'azzardo, pesticidi, etc.), per evolvere verso **investimenti su tematiche o asset specificamente legate alla sostenibilità** (ad esempio, energia pulita, green technology o agricoltura sostenibile), per procedere verso la **partecipazione diretta** alla compagine azionaria e all'utilizzo dell'influenza dello shareholder sul comportamento all'interno dell'azienda, includendo anche il corporate engagement diretto (ad esempio, attraverso la comunicazione con il senior management e/o il CdA delle aziende), per arrivare all'**ESG Integration**, ovvero all'inclusione sistematica ed esplicita da parte degli investment manager all'interno dell'analisi tradizionale finanziaria anche di fattori ambientali, sociali e di governance. Di grande interesse, ma ancora marginale nei numeri, l'**impact investing** fatto da investimenti molto focalizzati, tipicamente espressione del mercato privato, che mirano a risolvere problemi sociali o ambientali e dove il capitale è indirizzato a individui o comunità che tradizionalmente sono sottoserviti.

La selezione degli investimenti dovrà inoltre rispondere in modo crescente ai vincoli imposti da convenzioni, norme e standard internazionali.

Ad oggi, gli standard più utilizzati sono quelli definiti in sede OCSE, ONU o dalle Agenzie ONU (tra cui ILO, UNEP, UNICEF, UNHCR): ad esempio, il Global Compact, le Linee Guida dell'OCSE sulle multinazionali, le Convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro.

Di recente, il **Parlamento europeo e gli Stati membri** hanno raggiunto un accordo sulle nuove norme in materia di obblighi di informativa riguardanti gli investimenti sostenibili e i rischi per la sostenibilità. Il nuovo regolamento stabilisce in che modo i partecipanti ai mercati finanziari e i consulenti finanziari dovranno integrare nei rispettivi processi i rischi e le opportunità ambientali, sociali o di governance (ESG), nell'ambito del loro dovere di agire nel migliore interesse dei clienti.

Gli investimenti, da attribuire in un primo momento solo a operatori istituzionali, stanno velocemente lasciando il passo a investitori privati.

Nuovi target di clienti stanno affermando le proprie posizioni.

Da una parte le **donne**. Sono sempre più autonome, indipendenti, naturalmente sensibili ai principi di sostenibilità. E soprattutto, dotate di ricchezza e redditi crescenti.

Dall'altra i **millennials**. Hanno criteri di scelta, di selezione e valori molto diversi da quelli che hanno guidato le precedenti generazioni e guardano con attenzione e con interesse a investimenti ESG, SRI e a impatto sociale.

Gli ESG dovranno diventare **fattore strategico**. Stiamo parlando di uno tra i principali **megatrend** del mondo degli investimenti.

L'industria dovrà acquisire la giusta sensibilità non solo per rispondere a indicazioni e prescrizioni normative ma per **essere all'altezza delle aspettative degli investitori**.

Le società di gestione del risparmio dovranno orientarsi verso la ricerca e la selezione di aziende eccellenti, attente all'impatto ambientale, sociale e di governance e capaci di perseguire piani di crescita sostenibili e verso paesi i cui governi dimostrino la forza e la lungimiranza di scrivere politiche attente al lungo termine, per il benessere dei cittadini e delle future generazioni.

Il marketing saprà raggiungere nuovi oceani blu* nel presentare soluzioni serie e adeguate a target di investitori sempre più attenti e consapevoli.

- (*Blue Ocean Strategy, W. Chan Kim e Renée Mauborgne, 2005*)

Valeria Ferrero

Referente per il Piemonte della [Fondazione Marisa Bellisario](#)

CATEGORY

1. Innovazioni
2. test

POST TAG

1. invidenza

Categoria

1. Innovazioni
2. test

Tag

1. invidenza

Data di creazione

17/05/2019

Autore

ferrero

default watermark