

RAPPORTO SRI

Una ricerca Finer/Assogestioni conferma il successo degli SRI sui giovani. Ma serve più informazione

I MILLENNIALS ITALIANI SONO PRONTI

Le nuove generazioni tra le più attratte dagli investimenti etici

DI ROBERTO CARCANO

Sostenibilità, responsabilità sociale e inclusività sono concetti ormai ben noti anche per l'investitore italiano. E lo saranno sempre di più in futuro. Lo rendono esplicito i risultati della ricerca di Finer per Assogestioni, presentata all'ultimo Salone del Risparmio. L'indagine, basata su un campione di 1.700 individui (investitori, professionisti consulenti finanziari, private banker, fund selector e gestori) ha da un lato evidenziato che il target più sensibile a questi argomenti è quello dei millennials, anche se i più propensi agli investimenti appartengono ancora alla generazione dei baby boomers, e dall'altro ha confermato la centralità del tema dell'informazione. Secondo i professionisti, infatti, gli investitori finali sembrano ancora complessivamente poco informati. La conoscenza dell'argomento appare piuttosto essere proporzionale al patrimonio investito: se da una parte il 49% dei clienti private e dei clienti HNWI descrive correttamente gli ESG come investimenti che creano valore attraverso una strategia che integra l'analisi finanziaria, ambientale, sociale e di buon governo nella valutazione delle società in cui si investe, dall'altra parte, il 49% dei clienti mass market e il 42% dei clienti affluent e upper affluent, confondono gli ESG con gli investimenti no profit. Quelli, cioè, che mettono al primo posto la salvaguardia dell'ambiente e il rispetto dei diritti umani senza però considerare i profitti generati e i rendimenti per l'investitore. Una mancanza di chiarezza e di educazione finanziaria che limita ancora in maniera abbastanza significativa le potenzialità di sviluppo di questo comparto del mercato. Un altro elemento che incide sulla proporzionalità col patrimonio investito pare poi

riguardare la conoscenza della terminologia. Se i termini chiave - come sostenibilità, responsabilità sociale e inclusività, appunto - sono ben conosciuti alla gran parte di coloro che investono somme consistenti, sembrano esserlo in misura molto minore le sigle corrispondenti: solo il 10% dei clienti private e HNWI conosce il significato dell'acronimo SRI, percentuale che scende all'8% per gli investitori affluent e upper affluent e al 4% per i mass market. Non va meglio per la sigla ESG, conosciuta solo dal 12% dei private e HNWI, dal 13% degli affluent e upper affluent e dal 3% dei mass market. Rispetto a qualche anno fa, tuttavia, le tipologie di investitori intervistate si dichiarano più sensibili ai temi SRI. Le ragioni principalmente individuate sono gli effetti dei cambiamenti climatici per il 91% dei mass market, la crisi e il fallimento delle società che non rispettano i temi della SRI per il 77% di affluent e upper e il fallimento progressivo delle banche che non hanno rispettato questi valori per l'88% dei clienti private e HNWI. In sostanza, comunque, la ricerca di Finer conferma che l'ambiente finanziario nazionale è complessivamente pronto per gli investimenti SRI. «Le motivazioni degli italiani per l'operatività in questo settore sono sia di natura generale, come la sopravvivenza del globo e il futuro dell'umanità, che specificamente finanziarie, come la grande affidabilità, la stabilità dei rendimenti, la riduzione del rischio e la solidità delle aziende che sposano questi criteri», ha dichiarato **Nicola Ronchetti**, ceo Finer, commentando l'indagine. «Partire dalla sensibilizzazione degli investitori per arrivare agli aspetti finanziari sarà dunque la ricetta vincente per l'industria del risparmio gestito nei prossimi anni». (riproduzione riservata)

