

«Investire nelle aziende sostenibili»

Il convegno. Ieri in Sala Bianca la tavola rotonda sul risparmio promossa da Banca Generali Private. Gli italiani? «Investono negli immobili e nei titoli a reddito fisso: il contrario di quello che dovrebbero fare»

COMO

MARILENA LUALDI

Investire in aziende sostenibili fa evitare rischi finanziari. E bisogna abbattere il mito che faccia guadagnare di meno: può rivelarsi anzi più redditizio.

Un tema affascinante e affrontato con concretezza, nella tavola rotonda di Banca Generali Private in sala Bianca, moderata dal direttore de "La Provincia" Diego Minonzio.

L'ora della consapevolezza

L'ha sottolineato in apertura Massimiliano Melegari, area manager di Banca Generali Private, aprendo la strada al confronto sugli investimenti in chiave Esg (ambiente, società e governance). Si è deciso di portare avanti la riflessione tra esperti e testimonianze comasche perché - ha osservato Marco Bernardi, vicedirettore generale della banca - è importante dare voce alle eccellenze del territorio. Aggiungendo: «Ogni giorno ognuno di noi deve porsi la domanda se la scelta che compie è a breve o lungo termine». Ecco, il tempo. Il

Rodolfo Fracassi: «Stiamo investendo nel futuro, nelle aziende che faranno meglio»

professor Paolo Legrenzi di Cà Foscari l'ha posto con l'immagine della clessidra: «Un ottimo risparmiatore è un pessimo investitore. Di solito si addebita la responsabilità alle emozioni che ci portano fuori strada. Mentre sono molto utili, come il carburante che ci fanno andare avanti. A unire sostenibilità e risparmio è il tempo. E i tempi della sostenibilità sono lunghi».

Ma come investire in un mondo migliore attraverso la direzione tracciata dagli Esg? Jenny Assi di Supsi l'ha messo a fuoco: «Investendo su aziende che si impegnano in responsabilità sociale». E come riconoscere un'azienda simile, ha incalzato Minonzio?

Rodolfo Fracassi, cofondatore di MainStreet, ha insistito: «È il momento della consapevolezza: non importa quanto hai in tasca. Siamo noi gli obbligazionisti delle aziende. Se diamo mandato di fare rendimento ma anche di avere impatto sociale o ambientale, possiamo. Bisogna appunto avere la consapevolezza e farsi sentire. Non solo per essere altruisti: stiamo investendo nel futuro, nelle aziende che faranno meglio». I 17 goals tracciati dall'Onu per la sostenibilità sono un libretto di istruzioni. Quanto fa un'azienda per garantire parità di genere o risparmiare acqua? La stessa Banca Generali Private mette al centro la sostenibilità, ha ri-

cordato Marco Bernardi: «La portiamo come argomento di discussione tra i nostri clienti, una metodologia un po' diversa. I fondi valutano in modo concreto quante docce o viaggi Milano-Roma si risparmiano».

Certo, aleggia sempre la paura a frenare, ha detto Legrenzi: «Oggi gli italiani hanno risparmiato 9 mila miliardi e due terzi li hanno messi in immobili. E il terzo restante in titoli a reddito fisso, poco diversificato: l'opposto di quello che avremmo dovuto fare e che fa il fondo sovrano norvegese. Ragionare sui tempi corti e avere le paure sbagliate sono la nostra rovina».

Il requisito: la trasparenza

Mobilità, sanità e agricoltura più si stanno concentrando in questa direzione. La professoressa Caterina Carletti (Supsi) ha evidenziato: «Sustainable vuol dire durare nel tempo. Si abbina a un cambio culturale e di prospettiva. Muta il sistema di rapporti, perché le imprese devono guardare l'impatto su una serie di portatori di interesse. Un'azienda deve chiedersi: a chi genero vantaggio o svantaggio? Una logica win win».

E così un'azienda deve guardarsi allo specchio, nel bene e nel male e cercare di migliorarsi. Con un requisito fondamentale: la trasparenza, perché in quello specchio la stanno osservando tutti.



Da sin: Caterina Carletti, Rodolfo Fracassi, Diego Minonzio, Marco Bernardi, Paolo Legrenzi e Jenny Assi

Le storie

Che successo la sostenibilità e l'economia quando è etica

Due storie in cui la sostenibilità sprigiona tutti i concetti risuonati ieri in Sala Bianca. E made in Como. Il primo, quello della Fumagalli

Industria Alimentari, raccontato da Arnaldo Santi: «Siamo un'azienda familiare e abbiamo integrato la filiera, il che ci ha aiutato nelle esportazioni (il 70% delle vendite avviene all'estero)». Nel 2014 ha adottato un'etichetta etica. «Abbiamo una sostenibilità ambientale e stiamo portando avanti il packaging sostenibile. Gli standard di benessere animale sono fondamentali. Poi c'è il filone della sostenibilità sociale».

Intensa anche la testimonianza di Giada Mieli, di J. And. C. Cosmetics: «Io sono la terza generazione dei lavoratori della seta - ha detto riferendosi all'azienda di famiglia, la Tintoria Pecco & Malinverno - C'era la sericina da recuperare e abbiamo investito in quest'azione di economia circolare». Partendo dai saponi. Da allora l'attività è cresciuta, sfociando in una linea cosmetica etica: «E sto ricercando un packaging totalmente green».



**CENTRO
VENETO
DEL MOBILE**



NO IVA

www.cvmhome.it

CERMENTE (CO)

Via Europa Unità, 43

SUELLO (LC)

Via Don Mario Casati, 15

SARONNO (VA)

Viale Lombardia, 22

MOZZATE (CO)

Via Varese, 12