


 IL SALONE DEL
RISPARMIO

TENDENZE Responsabilità sociale e inclusività degli investimenti sono temi che stanno crescendo di peso nella sensibilità dei gestori e dei consulenti. Nel frattempo aumenta il numero dei delusi dal fai-fa-te

Spazio alla sostenibilità

di Jole Saggese

Più che la preoccupazione per i possibili effetti della Mifid2 sui risparmiatori, protagonista della decima edizione del Salone del Risparmio, organizzata da Assogestioni, è stata la consapevolezza della necessità di nuovi modelli di consulenza. Va in questa direzione la sfida lanciata dall'industria per una maggiore sostenibilità, responsabilità sociale e inclusività degli investimenti. «Concetti non nuovi, nati 27 anni fa e ancora in via di realizzazione», ha precisato Jeffrey Sachs, uno dei principali esperti a livello mondiale di sviluppo economico e lotta alla povertà della Columbia University, intervenuto al Salone. «Quattro le variabili da considerare: lo standard materiale di vita, il benessere, l'inclusione sociale e la sostenibilità ambientale». Criteri che applicati al risparmio potrebbero diventare decisivi anche per la scelta della banca o della sgr e allo stesso tempo un fattore competitivo per l'intera industria. Secondo l'indagine della società di ricerca Finer, rispetto a qualche anno fa è aumentata l'importanza degli investimenti Esg per tutte le tipologie di professionisti. In primis gli asset manager (81%), seguiti dai fund selector (77%), i consulenti finanziari (72%), i private banker (64%), gestori bancari (41%). La conoscenza da parte dei risparmiatori resta però proporzionata

al patrimonio investito: il 49% dei clienti private e con grandi patrimoni (oltre 5 milioni di euro) descrivono correttamente gli investimenti in questione, il 49% dei clienti mass market e il 42% dei clienti affluent (da 50 a 200 mila euro) confondono gli Esg con gli investimenti «non profit». Resta ancora tanta strada da fare invece per ridurre la disparità di genere all'interno dell'industria anche se, numeri alla mano, cresce la correlazione tra performance e quote rosa. «La scelta di inserire una maggiore presenza femminile non ha soltanto un impatto sociale, ma si traduce anche in rendimenti più alti dei prodotti finanziari», spiega Pietro Martorella, ad Axa i.m.Italia sim. E le aziende con una presenza femminile superiore al 33% tra le figure apicali hanno avuto performance superiori del 3,8% annuo nel periodo 2009-2016.

Altro tema trattato è il ruolo sociale della consulenza nel tentativo di indirizzare il risparmio degli italiani alla crescita delle imprese. Ugo Loser, ad di Arca sgr, ha messo a confronto quattro aziende di recente quotazione per ribadire che «l'economia italiana offre grandi opportunità di investimento anche investendo direttamente nelle società». L'impatto dei mercati ha circoscritto al 5% -secondo i dati della ricerca dell'Istituto Demia- i risparmiatori fai da te, aumentando la consapevolezza dell'importanza della consulen-

za in termini di competenza, aggiornamento e strumenti tecnologici. «Il fai-da-te si limita perlopiù alla curiosità», dice Gianluca Bosisio, dg di Banca Mediolanum, «molti si sono avvicinati a questa modalità per poi pentirsene. Per questo tipo di attività è necessaria una formazione adeguata e soprattutto saper gestire l'emotività». E Diego Martone, ceo di Demia, parla di una crescita di ex risparmiatori fai-da-te, oggi 1,9 milioni, rispetto a quelli che ancora vi si dedicano (1,6 milioni). Tutti d'accordo i rappresentanti delle reti sul contesto di mercato che spinge al consolidamento. «Stiamo assistendo a un rapido cambiamento degli strumenti per l'operatività», spiega Gianmaria Mossa, ad Banca Generali, «e questo accentua le pressioni per aggregarsi». Dello stesso avviso Alessandro Marchesin, ad di Sella sgr: «Il contesto di mercato e normativo portano a una maggiore integrazione della filiera. «La struttura organizzativa della distribuzione non ha nulla da invidiare agli altri Paesi», aggiunge Lorenzo Alfieri, responsabile Italia Jp Morgan, «compresi quelli anglosassoni». «Uno studio recente di Russel Investments», ricorda Paolo Molesini, a capo di Fideuram Intesa Sanpaolo Private Banking, «ha quantificato nel 3% il valore della consulenza: c'è quindi da considerare anche il suo valore sociale per preservare il risparmio della clientela italiana». (riproduzione riservata)