

IL MAKE UP REPUTAZIONALE, UN NEMICO DA COMBATTERE

L'opinione

“

La strumentalizzazione di un bisogno collettivo (una società ecologica e meno disuguale) è una trappola per il movimento Impact

GIOVANNA MELANDRI

Tutti pazzi per la sostenibilità. Anche nella finanza, anche nell'impresa. Improvvisamente, la consapevolezza che ogni investimento generi un impatto, ambientale e sociale, è diventata patrimonio diffuso, comune. Un fattore reputazionale dirimente. E tuttavia due nemici del salto verso la Impact Economy sono in agguato. Da un lato gli shareholders che non ci credono abbastanza; vedi il caso Danone-Faber. Dall'altro il rischio sempre più diffuso del washing, ovvero dell'uso strumentale del driver social e green per guadagnare punti facili sui mercati. La riflessione è cruciale. E non si può che partire dalla finanza. Oggi i dati ci dicono che un numero sempre maggiore di shareholders insegue sinceramente obiettivi sociali e ambientali. Raggiungerli attraverso la qualità degli investimenti, piuttosto che utilizzando successivamente i dividendi, aiuterebbe azionisti e sistema economico a cooperare per raggiungere obiettivi condivisi di sostenibilità. I manager hanno un ruolo cruciale: possono interpretare la delega e gli interessi degli azionisti ottimizzando il benessere di coloro che li hanno eletti. E, come hanno scritto già nel 2017 Luigi Zingales e Olivert Hart in un decisivo articolo pubblicato sull'*Harvard Business Review*: «Gli azionisti eleggono i dirigenti per promuovere i propri interessi, che possono comprendere anche considerazioni non monetarie». Tradotto: la responsabilità del management non è solo quella di massimizzare il profitto; certo gli obiettivi non monetari devono essere chiari e misurabili. Ogni investimento ha conseguenze sociali e ambientali e quindi l'urgenza è quella di passare a un modello di "finanza 3D", capace di ottimizzare contestualmente rischio, rendimento e impatto. Purtroppo, però, la relazione tra shareholders e stakeholders, proprio su questo, può drammaticamente saltare. È successo clamorosamente sul caso Danone. Con una vera e propria "destituzione organizzata" del manager Emmanuel Faber, attore di punta del capitalismo sostenibile, dalla carica di Ceo del gruppo. L'operazione è stata guidata da alcuni fondi chiamati "attivisti": Artisan e Bluebell. Le ragioni? Una performance finanziaria della Danone a guida Faber inferiore ai suoi concorrenti diretti, in particolare sulla crescita del valore azionario (+22% rispetto a 43% e 55% di Nestlé e Unilever). Eppure i due fondi "attivisti" che hanno sfiduciato Faber si dichiarano Esg, nonché promotori dei principi delle Nazioni Unite sugli investimenti responsabili. Il caso Danone dunque ci dice moltissimo sul rischio che, al di là dei proclami, i grandi player della finanza rifiutino il trade-off tra profitto e la più inclusiva logica stakeholder. Non è questione da poco: nessuna riforma del capitalismo verso la sostenibilità è possibile senza un riorientamento vero della finanza. Ecco perché insistiamo e scommettiamo sull'impact investing, strumento ineludibile e strategico,

“compromesso al rialzo” per lo sviluppo sostenibile. Ponendo l'attenzione non solo sul volume delle risorse finanziarie, ma anche sulla qualità generativa delle stesse. Qui, però, si spalanca il tema della impact “integrity”, contro il rischio di una vera e propria contraffazione celebrativa della sostenibilità. La strada è una sola: perfezionare il meccanismo della misurazione. La valutazione d'impatto accerta l'intenzionalità di un investimento di contribuire alla soluzione di un problema, sociale o ambientale, e la capacità trasformativa dell'investimento stesso. Ecco perché i modelli di valutazione d'impatto sono l'infrastruttura intangibile necessaria per certificare ciò che è davvero Esg o Impact e distinguerlo da ciò che non lo è, evitando il pericolo di un “populismo ecologico”. Per far decollare questa nuova asset class di investimenti è urgente e necessario lavorare dunque sulla corretta classificazione dei prodotti, tanto Esg quanto Impact. In questa direzione, ad esempio, va il regolamento europeo 2088 del 2019 (Sfdr, Sustainable finance disclosure regulation), entrato in applicazione in tutti gli Stati membri lo scorso marzo. E anche il regolamento 852 del 2020, dedicato proprio alla tassonomia ambientale, con l'istituzione di una piattaforma stabile sulla finanza sostenibile. A questo fine è nata la “Impact-Weighted Accounts Initiative” (Iwai). Ne ha parlato su questo giornale Sir Ronald Cohen, presidente del Gsg (la cabina di regia mondiale del movimento Impact), nella sua intervista di qualche giorno fa. La missione della Iwai è quella di sviluppare una contabilità finanziaria integrata, che dia traccia nei bilanci e nei documenti contabili dell'impatto ambientale e sociale generato dall'attività imprenditoriale. Anche per consentire agli investitori e all'autentica finanza Impact di comprendere meglio le caratteristiche delle imprese su cui scommettono. Separare ciò che davvero è a impatto (sociale e/o ambientale) positivo da ciò che è “lavaggio”, make up, marketing reputazionale. Ecco dunque il secondo nemico della Impact Economy: una superficiale consonanza alle tendenze. Quasi una *trend following strategy*, basata sulla strumentalizzazione di un bisogno collettivo emergente - quello di una società più ecologica e meno disuguale - perché tutto resti com'era. Trappola inaccettabile per il movimento Impact, che anche per questa ragione continua a strutturarsi e a fare rete.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

