

Sfumature green

Essere sostenibili, o crederci, può avere mille declinazioni. Il compito di un istituto bancario dovrebbe però essere il fare da esempio, per trascinare nell'agone aziende e istituzioni.



L'anima green di un'azienda può anche tradursi in una parete di piante debitamente strutturata?

ultimi anni, o di un trend che viene da più lontano? «Di sostenibilità se n'è sempre fatta, e molta, semplicemente non definendola tale. È un termine ampio che raccoglie tutti quegli approcci e decisioni che vogliono proiettare la vita di un'impresa al lungo periodo. Per fare un esempio, è il tipico approccio che hanno le aziende di famiglia al fare business, a patto che i valori originali della famiglia sopravvivano. È quello che abbiamo scoperto nel nostro piccolo plasmando la Green Division; siamo una banca in cui il concetto di famiglia è ancora molto presente, i cui valori sono molto tangibili, e vanno ben oltre la dimensione ambientale, ma prosperano da decenni in quella sociale, e di Governance», nota Malnati.

Per definizione tutte le imprese nascono in famiglia, determinante è il come evolvano. Non per questo il mercato è mosso da santi, o quanto comunicato agli investitori è sempre eccessivamente veritiero. «A livello territoriale, nel caso di società di piccole e medie dimensioni, c'è un controllo sociale un po' più forte che non nei confronti dei grandi Gruppi internazionali, il che limita la portata di un fenomeno, il Greenwashing, certamente preoccupante. Molte aziende sottovalutano ancora tutti i rischi che diffondere determinate informazioni false o molto ambigue gettano sul proprio business, specie in chiave prospettica. Quando però gli sforzi di un'impresa sono genuini e importanti, e dunque vi è consapevolezza per la tematica, non si deve mai dimenticare perché lo si stia facendo. Rendicontare il rendicontabile per il gusto di farlo è del tutto inutile laddove non vi sia 'materialità', quanto è significativo il dato che catturo e poi comunico? Fa riflettere che molte aziende oggi (specialmente quelle quotate) spendano più nel reporting che

Esiste una comprensibile e diffusa tendenza ad associare al termine sostenibilità una chiara e netta connotazione green, come se questa ne fosse quasi l'unico elemento, o comunque quello dominante. Ecco allora che in ambito investimenti i giganti dell'energia e delle materie prime potrebbero non essere più così appetibili, al pari dell'intero sistema finanziario, la cui impronta climatica è destinata a essere trascurabile rispetto al tessuto produttivo. Dunque, perché tutto questo continuo e costante discuterne?

«Quando un istituto bancario parla di sostenibilità è abbastanza intuitivo pensare a score e framework, ad esempio Msci Esg Rating, il cui obiettivo è proprio discriminare il livello Esg di una data azienda, il cui titolo potrebbe entrare a far parte di un portafoglio o di un fondo. Se già a questo livello c'è un equivoco, determinante non è mai la sola componente 'ambiente', le banche sono realtà complesse che non si occupano solo di investimenti, ma che per loro natura, specie se territoriali, interagiscono con le comunità locali. C'è dunque sì una componente 'investimento', ma c'è poi anche 'tutto il resto', ed è dove possono fare la vera differenza», rileva Simone Malnati, Responsabile dei Progetti Speciali di Banca del Sempione, coinvolto in prima

persona nelle tematiche Esg.

Intorno a questo equivoco negli ultimi anni si sono moltiplicate narrazioni del tutto fantasiose che sono poi andate a confluire sotto al termine Greenwashing. La tendenza a rendere tutto più verde di quanto non sia. Semplice questione di marketing? «La sostenibilità è un concetto trasversale e molto ampio, non incapsulabile, che ad esempio nel nostro caso coinvolge tutti i dipartimenti della banca. Da qui la creazione di una Green Division, che funge da anello di raccordo di tutte le iniziative sostenibili promosse. Alla base delle molte ambiguità c'è la poca conoscenza della tematica da parte di molti, essendo un concetto relativamente giovane in termini di definizione, ma è sbagliato valutare negativamente la relativa componente di marketing e comunicazione. A patto che vi siano sostanza e progetti concreti, solo parlandone si può dare il buon esempio, e spingere altri a fare lo stesso, altrimenti si depotenziano i possibili ulteriori effetti positivi. Nel nostro piccolo, ad esempio, dalla nascita della Green Division nel 2020 a oggi, abbiamo attivato 15 differenti progetti a impatto che toccano tutte le sfere dell'Esg e contiamo di proseguire con questo ritmo anche negli anni a venire» prosegue il responsabile.

Si tratta dunque di un'idea balzana degli

nello sviluppo di concrete attività Esg. Compreso e interiorizzato il senso della sostenibilità si tratta poi di calarlo nella realtà quotidiana, operazione ancor più delicata», sottolinea il responsabile.

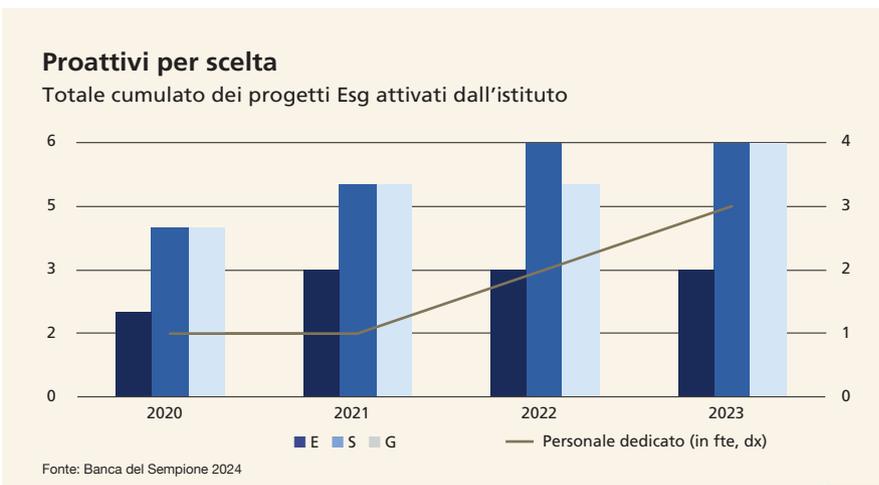
Ecco dunque il punto d'intersezione tra più dimensioni proprie di una realtà aziendale, in questo caso bancaria. La scelta dei giusti progetti cui destinare le risorse. «L'iniziativa principe di Banca del Sempione e che più mi inorgogliesce sono probabilmente i Conti Green, pur accanto a decine di altri progetti. I clienti che vi aderiscono accettano che i relativi conti siano sottoposti a criteri sostenibili ancor più forti degli altri, ma anche che a fine anno il 10% del totale dei ricavi generati per l'istituto siano devoluti ad associazioni scelte dal cliente stesso. Il tema ricorrente è spesso l'impossibilità di toccare con mano l'impatto che i progetti che si finanziano hanno. I Conti Green nascono per questo, sostengono progetti e associazioni locali. Dalla loro nascita abbiamo già potuto donare parte dei ricavi a circa 10 associazioni attive sul territorio. Le ultime a esser state premiate sono state per l'appunto Aspi, Redog e Ridere per vivere Ticino, e parlarne vuole essere anche semplicemente d'ispirazione per altri, persone o istituzioni», precisa Malnati.

E se l'appetito vien mangiando, molto spesso non c'è migliore soluzione che parlarne. I risultati? A volte del tutto inaspettati. «Anche nel caso della nostra clientela i più entusiasti e già informati, che chiedono soluzioni di questo tipo, sono i più giovani, per quanto sia sempre sbagliato generalizzare. In moltissimi altri casi è compito del consulente stimolare e informare, non fosse che la profilatura del cliente anche su queste materie è obbligatoria, e non mancano le sorprese. Spesso il principale ostacolo è infatti la non conoscenza, non lo scarso interesse, ed è fondamentale informare correttamente, da qui ad esempio il grosso sforzo che approfondiamo nella formazione e certificazione di tutti i consulenti, anche in questo ambito. Il primo messaggio è che l'Esg è semplicemente un ulteriore tassello che entra a far parte del processo d'investimento, per ridurre ulteriormente i rischi e senza dover rinunciare a una parte di performance», nota il responsabile.

Il mondo è bello perché è vario, e il cantiere Esg è sempreverde, non fosse per l'interesse di una parte di clientela. «Esistono diverse forme d'investimento so-

«Vogliamo essere d'esempio, ma per spingere gli altri a fare continuamente meglio, e di più, è anche questa la sostenibilità; anche al costo di comunicare qualche indicatore di meno, e qualche dato non troppo utile, destinando quelle risorse a cose un po' più tangibili»

Simone Malnati,
Responsabile dei Progetti speciali
di Banca del Sempione



stenibile, dalle semplici azioni di aziende ritenute Esg compliant, a forme molto più spinte, con anche 'costi' diversi da sopportare. Il Conto Green vuole essere un ibrido, gli investimenti sono gestiti secondo logiche Esg, ma al contempo non ci si limita a comprare Green bond di Swiscom o del Canton Basilea-Città, anzi. La banca reinveste il 10% del suo ricavato, lasciando scegliere al cliente in quale associazione, e consentendogli di apprezzare e toccare l'impatto avuto dalla sua decisione attraverso una testimonianza, un'email, un contatto diretto con chi il 'bene' l'ha concretamente fatto», riflette Malnati.

Il fatto che sia però una tematica particolarmente fluida, interpretata in maniera molto diversa a dipendenza di settori e aziende, rende i paragoni particolarmente problematici, al pari della misurazione delle relative performance. «Se guardiamo al mercato, l'accelerazione che c'è stata a livello ambientale negli ultimi 10 anni è esponenziale, il che ha trascinato il dibattito pubblico. In termini sociali è cresciuta meno, ma si faceva già molto in precedenza. Se guardiamo

Nel caso degli istituti più piccoli destinare capitale umano a progetti Esg è un chiaro segnale di strategia.

invece al nostro piccolo, l'impegno che ci mettiamo è dei più notevoli, anche a livello di welfare aziendale, soprattutto rispetto a dimensioni e risorse. Abbiamo deciso di mettere la sostenibilità al centro coinvolgendo e informando tutti i dipartimenti, spingendoli a collaborare concretamente, e nella formulazione del piano industriale per il prossimo triennio prevediamo di spingere ancora di più. Sta qui la differenza con molti: vogliamo essere d'esempio, ma per spingere gli altri a fare continuamente meglio, e di più, è anche questa la sostenibilità; anche al costo di comunicare qualche indicatore di meno, e qualche dato non troppo utile, destinando quelle risorse a cose un po' più tangibili», conclude il Responsabile dei Progetti Speciali di Banca del Sempione.

Giulio De Biase
Federico Introzzi