



Engagement, il melting pot del sistema finanziario

22/02/2019

Simone Vidotto

In occasione dell'appuntamento con il Forum per la Finanza Sostenibile, si sono raccolti i diversi punti di vista degli investitori istituzionali, gestori e imprese sul tema Engagement.

L'engagement è lo strumento a disposizione degli investitori per dialogare con le aziende su determinati temi di finanza responsabile. Tra tutti il più importante è la gestione dei cambiamenti climatici.

Valeria Piani, strategic engagement lead, director, Sustainable & Impact Investing di **UBS AM** spiega che il dialogo continuo con le aziende crea valore per tutto il sistema. "Noi di UBS AM, condividiamo con le aziende opinioni su differenti temi tra cui la governance e il cambiamento climatico; è un veicolo importantissimo perché **ci permette di avvicinarci** a loro e di capire in che direzione sta andando il business. Se attraverso il dialogo riusciamo a migliorare la sostenibilità dell'azienda, è probabile che la performance finanziaria del titolo ne beneficerà, venendo incontro alle aspettative degli investitori", spiega.

Valeria Piani continua: "L'engagement è un processo che impegna gli investitori e le aziende sul medio e lungo termine. Questo significa che è fondamentale definire una strategia e degli obiettivi e tenere costantemente monitorato il risultato del dialogo".

Maurizio Agazzi, direttore generale del **Fondo Cometa**, è convinto che l'engagement sia lo strumento verso il cambiamento. "Penso che il dialogo debba essere utilizzato per unire i diversi punti di vista degli operatori. Naturalmente noi non investiamo direttamente nelle aziende, ma attraverso mandati di gestione", spiega. "Sono sempre stato contrario alle black list e ritengo che siano un fallimento per il sistema. Non dobbiamo dimenticarci che il tema SRI ha anche una valenza reputazionale sul mercato".

Anche secondo il punto di vista di un'azienda, nel processo di engagement è fondamentale trovare un linguaggio comune. **Giulia Genuardi**, head of Sustainability Planning & Performance Management di **Enel** spiega che non ci si può fermare al dato sintetico. "I processi di transizione sono molto lunghi e riguardano tutta la filiera produttiva. Sostenibile vuol dire tutto e niente: bisogna analizzare la singola azienda perché i dati possono variare a seconda **delle dimensioni della società e della tipologia di business**", spiega.

Matteo Brezza, account manager investor engagement di **Carbon Disclosure Project (CDP) Europe** sostiene che questo dialogo non riguarda solo l'azienda. "Dobbiamo considerare tutta la supply chain. Un'azienda non può muoversi da sola verso il cambiamento, ma deve curare tutta la sua filiera di fornitura".

Secondo Genuardi, "aiutano molto gli indici e le agenzie di rating perché chiedono alle società una rendicontazione anche sulla catena di fornitura in modo tale che tutta la filiera migliori le prestazioni. Ritengo che il modo migliore **per educare le aziende sia premiare i loro sforzi e non punirle nel momento in cui sbagliano**".