

IL PUNTO DI MAURO MASI*

Sostenibilità, il momento dei fatti

I criteri cosiddetti Esg (Environmental, Social, Governance; ambiente, sociale, modo di dirigere) descrivono, come è noto, una azienda secondo parametri non finanziari valorizzando la portata sociale e ambientale. L'elenco di fondi e prodotti finanziari che oggi agitano come bandiera la rispondenza ai criteri di Esg e la finalità Green è davvero molto lungo. Forse anche troppo. Qualche mese fa alcuni analisti indipendenti hanno in effetti messo in luce che parecchi fondi «green» in realtà avevano in portafoglio molte società «brown». Più in generale viene ormai denunciato da più parti il fenomeno del greenwashing, per cui società tutt'altro che green e sostenibili cercano di presentarsi come tali.

Pochi giorni fa Andy Kessler sul *Wall Street Journal* ha enumerato «The Many Reasons Esg is a Loser (Le molte ragioni per cui Esg è un perdente)». Le principali: portafogli incoerenti con le pretese di sostenibilità e in genere non troppo diversi da quelli di fondi non Esg; costi di gestione troppo elevati (nettamente al di sopra della media), performance mediamente peggiori. In tutto questo non c'è nulla di nuovo, a ben vedere. Tutti noi ci ricordiamo del periodo (inizi 2000) in cui andava di moda la corporate social responsibility. Le principali società e le più grandi banche, quotate e non, cominciarono a produrre un bilancio parallelo a quello civilistico, presentando le proprie realizzazioni in termini di confronto positivo con gli stakeholder. Quei bilanci erano molto belli an-

che esteticamente: colorati, con molte più immagini e meno tabelle dei noiosi bilanci di esercizio tradizionali, e restituivano un'immagine confortante e friendly delle grandi imprese e banche. Tutto questo fu letteralmente spazzato via dalla crisi finanziaria del 2008/2009. Quella crisi mise sul banco degli accusati molte banche e molte società che erano campionesse della corporate social responsibility.



Mauro Masi

Cosa voglio dire? Che l'impegno per la sostenibilità non ha senso? Assolutamente no, è invece fondamentale, così come era fondamentale quello per la responsabilità sociale d'impresa. E va benissimo anche fare un bilancio parallelo dove questo impegno trovi testimonianza (per molte società è già un obbligo redigerlo, per altre no). Tenta di dire una cosa diversa: che quell'impegno si deve vedere negli altri numeri. Si deve vedere anche, e forse, soprattutto nel bilancio d'esercizio. Perché è ormai largamente ac-

quisito che la sostenibilità deve innervare il business. Voglio dire, in altre parole, che l'impegno per la sostenibilità non deve abbellire solo la comunicazione; l'impegno per la sostenibilità deve abbellire e rendere quindi effettivamente sostenibili i bilanci aziendali. Qualcuno potrebbe dire per la sostenibilità è il momento dei fatti non delle parole. È proprio così.

***delegato italiano
alla Proprietà intellettuale
CONTATTI: mauro.masi@consap.it**

© Riproduzione riservata

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

