



IMPACT WEEKLY REPORT

News dal mondo
dell'impact investing
e dell'innovazione
sociale.

05 novembre 2021

VISITA IL SITO
www.fsvgda.it

Giordano
Dell'Amore
FONDAZIONE
SOCIAL VENTURE

FOLLOW US



Finanza sostenibile

[Per la ripresa verde UE servono nuove regole fiscali](#) – Rinnovabili.it

[Pre-COP26 e le accuse di greenwashing](#) – Morningstar.it

[Young finance, perché è ora di investire in modo “sostenibile”](#) – Ilsole24ore.com

[Fondi sostenibili, una gara da 35 miliardi: Europa leader in trasparenza](#) – Corriere.it

[Settimana Sri, le novità della decima edizione](#) – Focusrisparmio.com

Start-up e innovazione sociale

[Le startup, le scale-up e gli unicorni raccontati con i grafici](#) – Wired.it

[Startup, premiati i vincitori della StartCup Lombardia 2021](#) – Adnkronos.com

[Legge di bilancio 2022, cosa contiene](#) – Startupitalia.eu

[Dove le startup crescono più in fretta](#) – Repubblica.it

[Con SiNAPS la startup Corticale ascolta il cervello per curare le malattie neurodegenerative](#) – Startupitalia.eu

Impact investing

[Generali investe sulle imprese sociali](#) – Quotidiano.net

[IMPact SIM diventa IMPact SGR](#) – Advisoronline.it

[Azimut Libera Impresa e Entopan lanciano Harmonic Innovation Hub per lo sviluppo Sud](#)
- Corriere.it

[Nasce Demetra Lending, la prima piattaforma di crowdfunding immobiliare dedicata all'impact investing](#) – Bebeez.it



RECUPERO

/ di Giovanni Campagnoli*, esperto@millionaire.it

2021, è l'anno dell'Economia creativa

La 74ª Assemblea generale delle Nazioni unite ha dichiarato il 2021 l'Anno internazionale dell'Economia creativa per lo sviluppo sostenibile

Anche il Novecento, come il Settecento e l'Ottocento, terminerà solo negli anni '20 del secolo successivo. Il nostro tempo potrebbe rappresentare il periodo delle "avanguardie". Così si può guardare all'Anno internazionale dell'Economia creativa per lo sviluppo sostenibile, che giunge in un momento storico molto critico per l'economia creativa. Il sistema ha visto una riduzione del valore aggiunto pari al -8,1% contro il -7,2 medio nazionale. Anche l'occupazione è scesa (-3,5%, con un -2,1% per l'economia italiana). Peggio, le *performing arts*: -26,3% e -11,9%. Dietro i numeri, ci sono le trasformazioni in atto in questo settore, alcune legate all'emergenza, altre che resteranno. L'iniziale esplosione dell'offerta culturale su piattaforme digitali ha dimostrato che non si può improvvisare: rimarranno le offerte di qualità, in particolare quelle che creano **un ponte tra intrattenimento e sviluppo cognitivo**, così come gli eventi online.

Cresce la domanda di contenuti culturali e creativi capaci di ridurre le distanze, a favore di un maggiore senso di vicinanza e autenticità. **Creare e coinvolgere comunità** è un mantra non più solo per il mondo della comunicazione, ma per stazioni radio ed editoria locali, biblioteche, librerie di quartiere. Architettura e design invece stanno dando un contributo alle pratiche *green*. Fanno infatti i conti con l'opportunità legata al Superbonus, l'incentivo 110%, e attraggono l'interesse della filiera delle costruzioni: un'occasione per **riqualificare centri storici, periferie e aree paesaggistiche**. Ma serve attenzione e sensibilità per far sì che il miglioramento energetico introduca anche componenti di qualità. Poi c'è lo sviluppo di soluzioni di **eco-design**, verso un'economia sempre più circolare. Fare in modo che queste "avanguardie" diventino *mainstream* è il modo migliore per interpretare l'Anno dell'Economia creativa.



L'ESPERIENZA

La cupola vista dall'alto

Un progetto di recupero e valorizzazione si moltiplica. E genera nuove realtà che attraggono investimenti e porteranno lavoro, indotto economico e turismo di qualità. Kalatà (impresa culturale creativa, www.kalata.it), ha cominciato nel Santuario di Vicoforte (Cn), mettendo in sicurezza la salita nella cupola ellittica

più grande al mondo e proponendo ai visitatori un'"esperienza dentro la bellezza" del barocco piemontese. Ora replica, nei due nuovi progetti di salita a Santa Maria delle Vigne a Genova e alla cupola antonelliana di San Gaudenzio a Novara. Per questo l'impresa è stata ricapitalizzata, in equity, con fondi della finanza di impatto dei programmi di venture capital di Fondazione **Giordano dell'Amore** (www.fondazione-socialventuregda.it), di Social Faire Torino (www.socialfaire.org) e di 5 soci privati, arrivando a 250.000 euro. Obiettivo: gestire in modo creativo la valorizzazione di 10 patrimoni in Italia.



*** IL NOSTRO ESPERTO** Giovanni Campagnoli, presidente della Fondazione Riusiamo l'Italia e autore per IlSole24ore dell'omonimo libro, ha attivato l'Osservatorio Riuso del Ministero della Cultura (www.osservatorioriuso.it). Docente all'Università Salesiana lus. To su questi temi, cura la piattaforma web per il matching tra vuoti disponibili e potenziali riutilizzatori (www.mappa.riusiamolitalia.it).

Aziende e mercati finanziari travolti da scandali sul «washing»

Eppure i fondi ecoresponsabili funzionano e crescono

La sfida è dimostrare la loro credibilità e trasparenza

La misurazione dell'impatto per pesare la qualità di ogni investimento

7

IL CONTRASTO AI FURBETTI DEL GREEN

di GIOVANNA MELANDRI*

Lo chiamano green and social washing. Tradotto: «Lavaggio verde e sociale». Ed è la grande insidia che rischia di avvelenare i pozzi della sfida sempre più condivisa della sostenibilità. Si tratta di una pratica di vera e propria contraffazione e concorrenza sleale. Consiste nell'immettere sul mercato prodotti che cavalciano l'onda green&social senza davvero essere frutto di strategie volte a generare impatto positivo. Come? Usando tecniche di marketing manipolativo e re-branding per vendere come «verde&sociale» ciò che non lo è, con il solo scopo di elevare la reputazione di un prodotto, di una azienda o di un fondo. Le pratiche legate alla «sostenibilità di facciata» fanno legittimamente infuriare i grandi player dell'economia impact. In Italia in prima linea contro il green washing c'è Andrea Boragno, presidente di Alcantara, tra le prime aziende ad ottenere la certificazione «carbon neutral». Che dal simposio di Venezia sulla sostenibilità dello scorso settembre ha rilanciato la vera sfida che sta per interessare il mondo dell'impresa, dichiarando: «Non fare green washing sarà il nostro vantaggio competitivo».

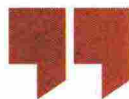
Anche i mercati finanziari sono stati travolti da alcuni scandali legati a fenomeni di washing. La Daws è finita sotto la lente delle Authority in Usa e Germania perché «sospettata di aver aumentato le credenziali Esg», con crollo del titolo del 13,7%. Il problema del washing finanziario è cresciuto di pari passo con la vera e propria esplosione degli investimenti sostenibili. Secondo alcune stime, nel 2024 i fondi ecoresponsabili avranno accumulato la cifra di 11mila miliardi di dollari, vista anche l'importante accelerazione verso questo tipo di investimenti legata all'effetto-pandemia. Sia il settore Esg che quello **impact investing** (anch'esso in crescita, arrivando nel 2020 a circa 800 miliardi di dollari investiti a livello internazionale), si sono mostrati particolarmente resilienti alle crisi di sistema sul piano dei rendimenti, oltre che virtuosi sul piano dell'impatto positivo. Si impone, però, fortissimo il tema della «impact integrity». La partita è quella della credibilità del prodotto finanziario Esg e ad impatto.

Come distinguere un investimento a reale impatto da uno contraffatto, o cosiddetto «false impact»? La strada è una sola. È quella su cui scommettiamo da anni e si chiama misurazione dell'impatto, attraverso processi sempre più standardizzati di valutazione. Sol-

tanto una corretta valutazione dell'impatto generato può consentire di «pesare» la qualità reale di un investimento social e green. E superare la contraddizione che sarà oggetto anche della Cop26 di Glasgow: un crescente innamoramento, di imprese e mercati, verso la sostenibilità e però, purtroppo, livelli record di emissioni inquinanti e riscaldamento globale, che non solo non decrescono, ma restano in costante aumento. E a cosa servono gli investimenti green se non a piegare la curva del global warming e delle conseguenze drammatiche del climate change? Una stagione di rigore e «regulation» ci attende, dunque, e non deve spaventarci. E in questa

stagione l'alleanza tra pubblico e privato sarà decisiva. L'Europa ancora una volta è apripista

Le istituzioni europee sono scese in campo in modo imponente per assicurare coerenza tra comunicazione e sostanza con strumenti di valutazione, misurazione e monitoraggio: il regolamento 2088 del 2019 (Sfdr) sulla trasparenza del mercato della finanza sostenibile è -insieme alla tassonomia che ne è derivata nel giugno 2020 degli investimenti green (presto sarà definita anche tassonomia sociale) un passo avanti decisivo. Ma la battaglia per la impact integrity non si vince solo «top down», attraverso un sistema di regolazione e sanzioni a guida pubblica. Serve un attivo protagonismo di imprese e investitori privati nell'elaborare e definire i paletti della «impact eco-



Serve un attivo protagonismo di imprese e investitori privati nell'elaborare e definire i paletti della «impact economy»

Va superato il dualismo di bilanci di sostenibilità scollegati dalla rendicontazione finanziaria delle organizzazioni economiche Occorre integrare il reporting finanziario con i fattori legati all'impatto sociale e ambientale

nomy». Occorre superare il dualismo di bilanci di sostenibilità scollegati dalla rendicontazione finanziaria delle organizzazioni economiche. Occorre integrare il reporting finanziario con i fattori legati all'impatto sociale e ambientale. Ed è questa la sfida degli IWAs (Impact Weighted Accounts), uno schema su cui sta lavorando il movimento dell'impact economy mondiale assieme a George Serafeim della Harvard Business School, volto proprio a incoraggiare la «tracciabilità» nelle voci di bilancio degli investimenti in risparmio energetico, sicurezza dei lavoratori, effetti sociali positivi generati etc. Trasformando il bilancio e il reporting contabile in strumento di certificazione social-green, così da aiutare gli investitori a discernere, arginando concretamente ogni possibile mistificazione. E ogni forma di washing.

*Presidente Social impact Agenda Italia

© RIPRODUZIONE RISERVATA