

# Se anche Uncle Scrooge diventa Sri

Paperon de' Paperoni ha creato una divisione Csr (corporate social responsibility) nel suo impero, e ha lanciato un programma di investimenti Sri (Socially responsible investment) che copre una buona quota delle sue fantastiliardarie risorse. Non solo. Ha anche tirato fuori dalle tasche – quante lacrime, per la sua anima tirchia di finanziere con gli occhi a dollaro! – un bel mucchio di quattrini per un piano di comunicazione che trasformi l'immagine del suo blindato e invalicabile deposito, in un punto di riferimento per le esigenze della città di Paperopoli.

Fantasia?

Chissà. Lasciando ai creativi della Walt Disney la sfida con il miliardario a fumetti più famoso del mondo, è interessante ragionare sulla nascita di una rivista quadrimestrale, chiamata **Sri Chronicles**, il cui numero d'esordio porta la data del primo maggio. Niente di fondamentale: in tutto 8 pagine, e per giunta inaccessibili dal sito del gruppo finanziario che la propone. Eppure, la pubblicazione si è guadagnata un lancio nella newsletter di luglio di Eurosif, dove, appunto, ne viene annunciata l'uscita e sintetizzati gli argomenti (la governance, tema piuttosto caldo a maggio, tempi di assemblee).

La ragione di tale attenzione sta nel nome di chi ha lanciato l'iniziativa: **Edmond de Rothschild Asset Management**. Dunque, abbandonati i fumetti, questa è la realtà dei miliardari più famosi al mondo. Rothschild è il nome di una famiglia che ha tenuto le redini della finanza mondiale per gli ultimi tre secoli (si veda la sintesi di Wikipedia). Non è necessario tentare di esprimere giudizi di valore sugli accadimenti della storia. Ciò che importa è che Rothschild è un simbolo. Come il deposito di Paperopoli.

L'esempio è utile per sottolineare un paio di aspetti.

**Il primo, è che la finanza responsabile è un business.** La citata Edmond de Rothschild Asset Management ha una propria divisione Sri dedicata agli investimenti che rispettano i criteri Esg (environmental, social, governance). E questo in linea con le scelte di numerosi colossi del risparmio gestito europeo (vedi il caso Mirova, forse il più conosciuto).

**Il secondo aspetto è che la finanza responsabile comincia a richiedere investimenti di comunicazione.** Anzi, di wikicomunicazione. La rivista di Edmond de Rothschild Asset Management è ancora a un livello piuttosto basic, ma dimostra l'obiettivo di creare un canale di fidelizzazione e condivisione, oltre che di auto-presentazione. In questo campo, gli esempi sono assai rari anche nelle società finanziarie che hanno creato le proprie divisioni Sri (nella stessa Mirova, per esempio, non c'è traccia della possibilità di iscriversi a newsletter sul sito)

Insomma, **anche la finanza Sri è un mercato competitivo.** E impone un vantaggio di posizione e di posizionamento. Chi arriva prima, può vantarsene e goderne i benefici di immagine, di status, di riconoscibilità dei clienti e degli stakeholder attuali e potenziali.

**L'Italia appare in ritardo** su entrambi i fronti indicati. Sia nella creazione di team specifici e identificati. Sia nella creazione di strumenti di divulgazione e condivisione.

Il rischio, anche per chi da anni ha preso posizioni coraggiose e controcorrente, è che poi arrivi Uncle Scrooge (il personaggio di Charles Dickens da cui è nato Paperone), che si ravveda la notte di Natale, e con una sapiente strategia di posizionamento diventi il riferimento della finanza responsabile d'Italia.