

GOOD STORIES

di Massimiliano Carrà

L'etica degli investimenti

94

AMUNDI, PRIMO ASSET MANAGER EUROPEO E FRA I PRIMI DIECI OPERATORI A LIVELLO MONDIALE, HA INIZIATO A LAVORARE SULLA SOSTENIBILITÀ OLTRE 30 ANNI FA. OGGI QUESTO PERCORSO È ALLA BASE DELLA SUA STRATEGIA E DEI SUOI PIANI PER INTEGRARE PIENAMENTE I CRITERI ESG NELLE ATTIVITÀ DI GESTIONE DEL RISPARMIO

I

Innovare e comunicare responsabilmente per affrontare le sfide innescate dalla pandemia e rispondere concretamente agli effetti scaturiti dal cambiamento climatico. Sono queste, ormai, le due 'guerre invisibili e silenziose' che la società odierna sta imparando ad affrontare per guardare con fiducia al futuro. Soprattutto in un contesto in cui l'attuale rivoluzione tecnologica e digitale sta fornendo ai principali attori sociali nuovi strumenti di intervento in tutti i settori di riferimento. Anche in quello degli investimenti, come dimostra la strategia di **Amundi**, primo asset manager europeo e fra i primi dieci operatori a livello mondiale. "Abbiamo iniziato il nostro percorso nella sostenibili-



Debora Pastore

tà oltre 30 anni fa, con il lancio del nostro primo fondo etico nel 1989", spiega **Debora Pastore**, head of communication di **Amundi** in Italia. "Oggi, nel 2021, i dati sono dalla nostra parte nel dimostrare il nostro impegno di lungo periodo. A fine settembre del 2021 gli investimenti responsabili erano 802 miliardi di euro e le masse in gestione classificate secondo gli articoli 8 e 9 della nuova normati-

va Sfdr erano più di 728 miliardi di euro, per un totale di oltre 770 prodotti".

Con 100 milioni di clienti, privati, istituzionali e corporate, e una gamma completa di soluzioni di risparmio e di investimento in gestione attiva e passiva, in asset tradizionali o reali, **Amundi** ha contribuito nel 2006 alla costituzione dei Principi di investimento responsabile (Pri), di cui è stata

GOOD STORIES

fra i primi firmatari, ponendo l'investimento responsabile alla base della sua strategia rendendolo uno degli assi portanti dell'azienda, come dimostrano altre quattro tappe fondamentali raggiunte in questi anni dalla società. "Nel 2014 siamo stati tra i co-fondatori della Portfolio decarbonisation coalition e nel 2015 abbiamo lanciato la nostra prima gamma di soluzioni per finanziare la transizione in tutte le classi di attivo. Nel 2017 e nel 2018 abbiamo partecipato al finanziamento della transizione nei paesi emergenti, e poi, abbiamo lanciato un piano d'azione triennale, Ambition 2025, con il quale ci impegnavamo a integrare pienamente i criteri esg nella nostra attività di gestione". Quindi, una volta raggiunti a inizio 2021 gli obiettivi di applicare l'approccio esg a tutti i fondi aperti a gestione attiva e di raddoppiare i fondi investiti in iniziative collegate al finanziamento della transizione energetica, la controllata del gruppo Crédit Agricole nel 2021 ha anche dato vita a due partnership innovative focalizzate sul clima, più precisamente nel contesto dello European green deal e dell'impegno cinese ad azzerare le emissioni. "Siamo stati anche i primi a sviluppare soluzioni con un benchmark allineato agli accordi di Parigi e a integrare stime sulle temperature come parte della nostra analisi esg. Inoltre, abbiamo aderito all'iniziativa Net zero asset managers, in linea con la traiettoria dell'accordo di Parigi, che coinvolge gli asset manager impegnati a raggiungere l'obiettivo delle emissioni nette pari a zero entro il 2050".

Dimostrazione ulteriore che sviluppare soluzioni per finanziare una transizione equa che tenga in considerazione anche gli aspetti sociali è, inevitabilmente, la priorità odierna di Amundi. "Crediamo che la dimensione sociale sia

cruciale e stiamo sviluppando una gamma completa di soluzioni e prodotti socialmente responsabili. Agire come asset manager responsabile è un impegno a lungo termine che Amundi ha preso fin dall'inizio e che si è concretizzato in diversi modi". Uno di questi, per esempio, è il cambio di marcia innescatosi a livello comunicativo con la pandemia. "Dopo la fase iniziale di gestione emergenziale della pandemia, l'attività di comunicazione ha vissuto una svolta evolutiva importante, in direzione di una maggiore digitalizzazione e con messaggi nuovi, in sintonia con i cambiamenti in corso nell'economia e nella società". In poche settimane, infatti, Amundi ha iniziato a utilizzare e ad affinare l'uso di piattaforme e tecnologie per realizzare eventi commerciali o di formazione delle reti distributive a distanza. Comportando sia una crescita sui social, sia pubblicitaria. "Il 2021 è stato un anno molto significativo per la comunicazione di Amundi, perché ha segnato il passaggio definitivo al mondo 'phygital'. Inoltre, è stato l'anno in cui abbiamo svolto sotto il profilo della pubblicità, con ben cinque campagne, di cui due corporate incentrate sulla nostra mission sostenibile, due

focalizzate sui fondi a impatto e sui fondi cosiddetti esg improvers e una sul nostro fondo pensione aperto, SecondaPensione, perché crediamo fortemente nell'importanza di far comprendere ai risparmiatori la necessità di investire per costruire un futuro sereno". Alla stessa stregua dei tre obiettivi del piano d'azione triennale Ambitions 2025 presentato a dicembre dalla stessa società: impegnarsi affinché le sue soluzioni di risparmio progrediscono ulteriormente nell'investimento responsabile; chiedere a un numero maggiore di imprese di definire strategie credibili di allineamento all'obiettivo Net zero 2050; e assicurare il supporto alle nuove ambizioni da parte dei propri dipendenti e degli azionisti. "Oggi ci impegniamo a spingerci ancora oltre per contribuire ad accelerare la trasformazione della nostra società e dei suoi operatori economici. Il nostro nuovo Piano esg 2025 è ancora più impegnativo e punta ad allineare tutti i nostri stakeholder: investitori, imprese, dipendenti e azionisti. L'accelerazione dei nostri impegni esg sarà la principale leva di crescita di Amundi in tutto il mondo", ha assicurato la ceo, Valérie Baudson. 

● **"Dopo la fase iniziale della pandemia, l'attività di comunicazione ha avuto una svolta evolutiva, nella direzione di una maggiore digitalizzazione con messaggi nuovi, in sintonia con i cambiamenti in corso nell'economia e nella società"**