NEWS - Green ed ESG

Perché è il momento perfetto per parlare di GREEN BOND

IL GREEN DEAL DELLA UE SPINGERÀ ULTERIORMENTE IL MERCATO EUROPEO DEI GREEN BOND, GIÀ IN CRESCITA DA QUALCHE ANNO. PER LE IMPRESE ITALIANE L'OCCASIONE È IMPORTANTE, ANCHE IN VISTA DEL RECOVERY FUND: PER LA PMI MEDIA, PERÒ, UN GREEN BOND COMPORTA UNO SFORZO MOLTO SIGNIFICATIVO

La crescita costante del segmento, la strategia europea e le opportunità concretissime per il mercato italiano. Sono almeno tre (e tutte ottime) le ragioni per parlare di green bond, come ci ha raccontato Francesca Ciceri, Head of Institutional Clients di Amundi Sgr. Partiamo dalla crescita costante che, anche pre-Covid, ha riguardato le emissioni e la loro profondità. «Nel 2019 – spiega Ciceri – l'investment grade ha toccato i 55 miliardi di euro e anche l'high yield è in crescita a 4 miliardi di euro. Molto interessante anche il private debt, possibile fonte alternativa di finanziamento per le piccole e medie imprese. In generale, negli ultimi anni il mercato punta con forza sul tema green che, però, comporta un framework impegnativo per l'emittente».

UE a più velocità

Una spinta ancora più rilevante nello scenario post Covid. In primis per il Green Deal dell'Unione Europea, che andrà a premiare questa asset class, prevedendo il monitoraggio dell'efficienza e dell'efficacia dell'uso del provento in spesa su progetti green nei diversi settori industriali. All'interno della UE, però, le situazioni di partenza degli Stati membri sono alquanto eterogenee, «con Francia e Germania che restano leader sia per dimensioni che per nuove emissioni – prosegue Ciceri – e una crescita delle emissioni complessive europee nel 2019 di almeno dieci volte rispetto al 2014. Se l'attenzione allo sviluppo dei green bond è molto forte, l'Italia è ancora il quinto Paese per emissioni nel periodo 2010-2020, con 14 miliardi di dollari circa».

Una dura prova per le PMI

L'Italia, appunto. Il nostro Paese si avvia per la prima volta verso il traguardo delle emissioni a doppia cifra: è lontana dai leader europei, ma cresce. «In Italia – commenta Ciceri – la vera sfida sono le PMI, tradizionalmente banco-centriche sul fronte dei finanziamenti, che potrebbero intercettare anche gli effetti del Recovery Fund». Una sfida non banale, perché le PMI tradizionalmente non hanno emesso debito e il debutto dei cosiddetti minibond, dal 2013-2014, ha dimostrato che per l'imprenditore è difficile passare dal contatto diretto con la banca al confronto con altri tipi di investitori, con procedure amministrative e legali complesse. «L'imprenditore deve essere assistito – conferma Ciceri – nel compiere un salto quantico: emettere debito significa acquisire informazioni e tecnicismi non immediati».

Il ruolo del public sector

Anche perché un green bond porta con sé requisiti specifici, «a cui neanche le Large Cap sono perfettamente attrezzate – precisa Ciceri. Il settore pubblico avrà un ruolo essenziale per



Francesca Ciceri, Head of Institutional Clients di Amundi Sgr

064954

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Amundi

dare la spinta e creare un framework: una tassonomia, ma anche dei gruppi di supporto tecnico che facilitino la conoscenza di nuovi emittenti. Da un lato il public sector aiuterà a creare un contesto e delle regole, dall'altro, grazie a programmi di assistenza ed educazione finanziaria al settore industriale, si potrà generare un circolo virtuoso, bottom-up, per favorire la definizione di che cosa è green».

E quello degli asset manager

Gli asset manager, in questo processo, hanno un ruolo importante: movimentando i capitali, hanno le competenze per far parte di technical group chiamati a definire anche cosa può essere positivo in termini di impatto e come misurarlo. «Questo framework dovrà essere adatto al mercato dei capitali – spiega Ciceri – garantendo sia che l'emissione abbia un mercato sia che gli impatti positivi del green bond siano misurati in base a criteri precisi. Con la maturazione del mercato vedremo probabilmente l'affermarsi di un modello vincente di definizione di "green" e dei KPI per misurarla, che diventerà uno standard di fatto».

Partire da definizioni esclusive

Nel frattempo, «partiamo da una tassonomia europea che indica – prosegue Ciceri – cosa è green. Da qui in poi, ogni singolo attore farà riferimento a ulteriori criteri di definizione che incorporano inevitabilmente un livello di soggettività. Una ulteriore sfida è l'individuazione dei KPI. L'importante, in questa fase, è fare scelte precise e avere una modalità di misurazione dichiarata e trasparente da comunicare agli investitori».

Fissare obiettivi e decidere come raggiungerli

In altre parole: oggi è difficile trovare un "green waterproof", una definizione di green oltre ogni ragionevole dubbio che metta d'accordo tutti. «Chiarezza e trasparenza nelle definizioni sono essenziali – afferma Ciceri – e così lo è la modalità di misurazione del raggiungimento dei risultati. Una volta definiti gli obiettivi da raggiungere, ogni anno si deve valutare a che punto si è arrivati: anche qui l'evoluzione del mercato porterà con il tempo a rivelare che cosa è davvero green e che cosa, invece, è solo greenwashing. Si potrebbe anche procedere in modo inverso: partire cioè dalla definizione dei risultati da raggiungere, per esempio la riduzione delle emissioni, e poi percorrere la catena del valore a ritroso per individuare che cosa è green e cosa non lo è».

Trovare il senso del green nel quotidiano

Col tempo il green potrebbe così uscire dall'attuale vaghezza semantica per diventare qualcosa di estremamente concreto. «Nella nostra percezione individuale – conclude Ciceri – gli impatti si potranno vedere abbastanza facilmente. Il green ha bisogno di pragmatismo: un climate bond non deve prevedere solo principi, ma anche fissare obiettivi che possano essere concretamente misurati per valutare, per esempio, se un'azienda ha attivato un processo di transizione e di cambiamento all'interno della propria strategia industriale. Durante il lockdown, per esempio, tutti ci siamo facilmente resi conto che la qualità dell'aria era migliorata: allo stesso modo, l'impatto ambientale positivo di un progetto può essere verificato con criteri e metodologie molto concreti».

A.G.

POCO A CHE VEDERE COI SOCIAL BOND

Nella buzzword "ESG" l'ambiente e la dimensione sociale vanno a braccetto, ma i social bond fanno storia a sé rispetto ai green bond. «Sono strumenti diversi – commenta Ciceri – e uno dei punti in comune è che l'Italia ha in entrambi i casi ampi spazi di crescita. Ci sono diverse problematiche per lo sviluppo dei social bond nel nostro Paese, alcune legate anche ai progetti sottostanti: hanno ambiti di intervento spesso di dimensioni ridotte e sono promossi da tipologie di attori, come ad esempio le cooperative, difficilmente raggiungibili dal mercato dei capitali o privi di un framework sull'impatto sociale. Siamo attenti al fenomeno, ma il mercato non è ancora maturo».

064954

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Amundi