

Succo (Bnp Paribas IP): "Vi presento l'Osservatorio Sri"

Andrea Succo spiega gli obiettivi dell'Osservatorio, nato nel primo semestre del 2016, che effettua un'analisi quantitativa e una qualitativa, cioè una serie di sondaggi per valutare la penetrazione di questa strategia all'interno dei portafogli.



Un osservatorio dedicato al **mercato degli investimenti Sri**, sempre più richiesti dagli investitori italiani: lo ha presentato **Andrea Succo**, head of external distribution Italy di **Bnp Paribas Investment Partners**, nel corso di un workshop organizzato nell'ambito del Salone dello Sri, un appuntamento organizzato da ETicaNews e rivolto agli investitori retail e ai consulenti finanziari. Nell'intervista con Bluerating.com Succo ha fatto il punto della situazione nel settore.

Quanto sono importanti per voi le strategie di investimento Sri, di cui si occupa l'Osservatorio Sri?

Si tratta di una prima analisi del mondo dei prodotti Sri. Per noi è molto interessante, visto che abbiamo sviluppato un'esperienza di oltre vent'anni su queste tematiche, e abbiamo oltre 20 miliardi di attivi in gestione su prodotti Sri. I nostri prodotti si dividono in due categorie, a seconda dei settori su cui investono: Best in class, cioè focalizzati su società che applicano best practices ambientali e sociali indipendentemente dal settore di attività, e Tematici, che invece investono in aziende attive in settori che trattano questo genere di tematiche, in ambito ambientale (risorse idriche, gestione dei rifiuti, qualità dell'aria) e in ambito sociale e di governance (diritti, diritti degli azionisti, eccetera). Inoltre, dal 2012 abbiamo integrato in tutti i nostri fondi i principi Esg dell'investimento responsabile.

Come funziona l'Osservatorio Sri?

E' nato nel primo semestre del 2016, e l'analisi si compone di due parti: una quantitativa, che ha l'obiettivo di scattare una foto generale dei fondi del settore, sia in termini di dimensione sia in termini di attori di mercato, e una qualitativa, che consiste in una serie di sondaggi per valutare la penetrazione di questa strategia all'interno dei portafogli, anche in considerazione del rapporto consulente/cliente. Quanti clienti chiedono fondi di questo tipo e quanti consulenti li propongono? Si tratta di un mercato in crescita ma ancora piccolo, in termini di domanda ma anche di offerta: quanti più fondi ci sono tanto più i clienti li richiedono. L'obiettivo è anche far conoscere meglio questi prodotti, superando alcuni preconcetti che li vogliono prodotti di moda, o di nicchia. A tendere, invece, tutti i prodotti sul mercato dovranno conformarsi e adottare politiche socialmente responsabili.

