

La sostenibilità e la qualità dei prodotti sono irrinunciabili per imprese e cittadini

Presentati in Camera di Commercio i risultati del report realizzato con Ipsos e Symbola

L'osservatorio

Anita Loriana Ronchi

La sostenibilità conviene, ai cittadini e alle imprese. Lo certifica il secondo report «Sostenibilità è qualità», promosso da Ipsos e Fondazione Symbola in collaborazione con la Camera di Commercio di Brescia e presentato nella sede camerale dal presidente Roberto Saccone con Ermete Realacci, presidente «Symbola» e Nando Pagnoncelli, presidente «Ipsos».

Nella sola provincia di Brescia, le 23mila imprese che hanno realizzato investimenti significativi in direzione della sostenibilità, sono più competitive, esportano maggiormente e godono di un vantaggio reputazionale, rispecchiando così il trend nazionale. Sono «sorprendenti» i risultati emersi dalla ricerca svolta a marzo 2024: i tre driver che spingono ad una maggiore attenzione al-

la sostenibilità sono, in ordine crescente di importanza, l'etica (7,7%), la paura, in particolare per i cambiamenti climatici e per il futuro del pianeta (22%) e la qualità (con un contributo pari al 70,3%; era il 56% nella precedente rilevazione). Una maggiore enfasi, dunque, posta dagli individui sul concetto di qualità, che rappresenta una vera e propria svolta culturale e porta con sé molte implicazioni di grande interesse.

Perché, ha sottolineato Saccone «con sempre maggiore convinzione, la sostenibilità e la qualità dei prodotti vengono percepite dai consumatori come aspetti connessi ed è pertanto fondamentale, al fine del mantenimento della competitività delle nostre Pmi sui mercati, incentivare ulteriormente tale cultura e l'adozione di pratiche sostenibili nello svolgimento dell'attività d'impresa». Da qui la decisione della Cdc di Brescia di dare il pro-

prio sostegno all'elaborazione del rapporto (da inquadrarsi nella roadmap di avvicinamento a Futura Expo 2025), che peraltro contiene focus specifici su due settori strategici dell'economia bresciana, ovvero della produzione dell'acciaio e del turismo.

I numeri. L'85% degli interpellati mostra infatti una propensione a pagare qualcosa di più per un prodotto di qualità nel settore metallurgia-acciaio (pentolame, elettrodomestici, utensili, componenti di auto-moto ed altro) e in questo «plus» la sostenibilità gioca un ruolo rilevante. Inoltre, 6 italiani su 10 si considerano consumatori etici e responsabili in tema di viaggi e turismo ed un intervistato su due è propenso a riconoscere un premio price a prodotti/servizi sostenibili.

L'85 per cento degli interpellati è propenso anche a pagare di più per un bene o un servizio sostenibile

Ciò che è mutato profondamente, in sostanza, è l'atteggiamento delle persone nei confronti di una questione ritenuta fino a qualche anno fa piuttosto «scomoda». Cambiano i costumi e gli stili di vita, mentre l'attenzione verso l'ambiente sta diventando appannaggio di una «cultura popolare», non delegata esclusivamente ai vertici istituzionali. Lo conferma Ermete Realacci: «La sostenibilità rappresenta una grande occasio-



I protagonisti. Da sinistra Pagnoncelli, Realacci e Saccone

ne per rendere la nostra economia e la nostra società più a misura d'uomo e per questo più capaci di futuro. Nel nostro Paese, in particolare, è strettamente connessa a coesione, bellezza e innovazione. La percezione di qualità dei beni prodotti in modo sostenibile spinge il consumatore verso acquisti più responsabili». Ne consegue che, se in passato la «vulgata» professava l'importanza dell'ambiente a patto che non danneggiasse l'economia, ora il paradigma si è rovesciato: chi non si impegna nella transizione green, danneggia l'economia.

La sostenibilità è da intendersi, beninteso, non solo sotto il profilo economico, ma anche ambientale e sociale. Lo specifica il «mago dei sondaggi», Nando Pagnoncelli, che spiega: «È cresciuta sensibilmente la consapevolezza nei confronti della sostenibilità: più di tre soggetti su quattro, afferma di conoscere ciò di cui si sta parlando. Ed il fatto che la qualità sia al primo posto, significa che si sta rovesciando una concezione di vita: abbandonata l'ottica pauperista, oggi il prodotto sostenibile non è «povero», ma è un prodotto migliore, e ciò riguarda tutti i settori, non solo l'alimentare». Le ricadute sono evidentemente forti per il mondo delle imprese: l'apertura alle transizioni in atto comporta importanti benefici, anche in termini di ritorno economico. //

Un migliaio di interviste ad italiani con età compresa tra 16 e 70 anni

Il report è stato realizzato mediante la somministrazione di un migliaio di interviste ad un campione della popolazione italiana con età compresa tra i 16 e i 70 anni. Il settore ad avere, nella percezione dei cittadini, la più elevata percentuale nel comportamento responsabile e sostenibile risulta essere l'alimentare di origine vegetale, seguito da viti-vinicolo, energia,

farmaceutico e cosmetico, alimentare di origine animale, prodotti pulizia e cura della casa, arredamento e mobili. Quanto ai focus, nel settore della metallurgia-acciaio la sostenibilità è associata alla qualità quando si pone attenzione alla sicurezza dei lavoratori (44%), si investe in ricerca e sviluppo (42%) e sono presenti certificazioni ambientali (42%).

A-Ipo, il fondo d'investimento per le eccellenze

Finanza

Il nuovo strumento inizialmente sarà distribuito sulla rete di Banca Valsabbina

BRESCIA. Anthilia Capital Partners Sgr lancia il nuovo Fia «A-Ipo Fund», fondo d'investimento alternativo chiuso non riservato che punta alle eccellenze produttive del Paese in fase di quotazione o già quotate, con focus nel segmento Growth di Euronext Milano (Egm). Il fondo sarà distribuito inizialmente sulla rete di Banca Valsabbina, grazie alla collaborazione avviata tra le due realtà nell'ambito del risparmio gestito per sviluppare soluzioni di investimento «su misura» dedicate al tessuto produttivo ed imprenditoriale italiano.

Anthilia, con 2,5 miliardi di euro attivi in gestione e consulenza è tra i leader nel segmento del private capital in Italia con oltre 1,45 miliardi di euro investiti nelle Pmi domestiche e soluzioni focalizzate nel segmento Pmi

dedicate sia alla componente equity che debito.

«Il fondo A-Ipo rappresenta un'ulteriore leva di intervento nell'ambito dei prodotti dedicati alle energie imprenditoriali del Paese - commenta Daniele Colantonio nella veste di partner e responsabile sviluppo prodotti di Anthilia Sgr -. Uno strumento che contribuisce a rafforzare anche il mercato dei capitali nel suo complesso: un mercato di quotazione efficiente è importante anche per il segmento non quotato che lo precede in termini di lifecycle». Parole a cui fanno seguito quelle di Hermes Bianchetti, vicedirettore generale vicario di Banca Valsabbina: «Nel corso degli ultimi anni la banca si è sempre più avvicinata a strumenti evoluti ed innovativi, al fine di veicolare risorse in modo efficiente nell'economia reale, anche in sinergia con le opportunità offerte dal «mercato dei capitali». Al contempo abbiamo avviato un percorso di innovazione in ambito Asset & wealth management, integrando il nostro catalogo prodotti con servizi consulenziali avanzati, nonché offrendo forme di

investimento alternative a quelle più tradizionali».

Il modello d'investimento del team azionario di Anthilia, guidato dal Partner Paolo Rizzo, si basa su un'approfondita attività di due diligence, costruita mediante oltre 50 indicatori economico finanziari, e su una continua interazione con il management delle società target. Il fondo «A-Ipo» è un Fia chiuso non riservato di diritto italiano conforme alla normativa sui Pmi alternativi. Il Fondo dà accesso a due benefici fiscali importanti: esenzione della tassazione sulle plusvalenze realizzate ed esenzione del fondo dal calcolo del perimetro successorio. Il veicolo si rivolge sia ad una clientela privata (10mila euro la soglia d'ingresso) che istituzionale. Il perimetro d'investimento si concentra su tre fasi: pre-Ipo, Ipo e post-Ipo, investendo nella componente equity quotata o nel capitale di Pmi non quotate nei casi di pre-Ipo. Quest'ultima componente non potrà superare il 20% del portafoglio. Nella fase di Ipo il fondo investirà sul mercato primario nella fase di offerta pubblica iniziale, mentre in caso di post-Ipo si concentrerà sulle imprese quotate da meno di 3 anni e con capitalizzazione inferiore ai 300 milioni di euro, offrendo supporto a realtà non ancora adeguatamente valorizzate sul mercato.

Il fondo prevede distribuzioni periodiche annuali crescenti e si concentrerà nei settori maggiormente rappresentati dal segmento di elezione. //

CONFINDUSTRIA
Brescia

30 MAGGIO 2024 ore 15:00

Sala Conferenze Cav. Lav. Pier Giuseppe Beretta
Via Cefalonia 62 - Brescia

ASSEMBLEA
GENERALE

SESSIONE PRIVATA

RISERVATA AGLI ASSOCIATI

Per informazioni e iscrizioni

