

Commento sul mercato

Il «circolo vizioso positivo» - come l'investimento di capitale genera la sostenibilità

Scritto da: Holger Beitz, CEO PrismaLife AG

Ruggell, 13.08.2020

In un articolo pubblicato su Handelsblatt, l'ex Ministro e Vicecancelliere tedesco Joschka Fischer mette in guardia dall'assumere una prospettiva pragmatica a breve termine nell'affrontare la crisi del Coronavirus. Egli prevede che il 2020 potrebbe - e dovrebbe - essere l'inizio di una grande ondata di trasformazione.

Di fatto, la pandemia ci dimostra ancora una volta che né gli individui, né le aziende, né gli Stati e né i governi sono in grado di sottrarsi a tutte le restrizioni del nostro ambiente.

Tuttavia, la risposta alla pandemia evidenzia che il nostro comportamento ha anche una estrema influenza su ambiente e condizioni di vita. Si è ridotto l'inquinamento causato dallo smog, meno traffico, più acqua limpida o meno rumore sono esempi. Naturalmente, tali effetti non possono essere semplicemente prolungati, se si vuole evitare il collasso del nostro sistema economico e sociale.

La consapevolezza di dover affrontare in modo più consapevole e responsabile la questione delle conseguenze indesiderate e non immediatamente percepibili, che le nostre stesse azioni hanno per noi stessi, ci diventa chiara in una nuova maniera, in considerazione della crisi e delle sue probabili conseguenze a lungo termine.

Dalla strategia pull alla strategia push

Ma come ci si allontana da questi vecchi meccanismi di concentrarsi primariamente sui problemi evidenti e meno su quelli fondamentali? Naturalmente possiamo tentare di giustificare a livello intellettuale la necessità di un cambiamento. Ma la sola nozione non basta per cambiare il proprio agire. Spesso è difficile cambiare il proprio atteggiamento, perché il contributo di questo cambiamento di comportamento al conseguimento del grande obiettivo è quasi impercettibile.

Le misure " conformi al sistema ", cioè che utilizzano meccanismi pratici di gestione aziendale che tengono conto di aspetti a lungo termine o che addirittura li monetizzano, appaiono più promettenti. Per il settore assicurativo, in particolare per le assicurazioni sulla vita, la

prospettiva a lungo termine è una parte indispensabile del modello di business. Non ultimo dal punto di vista del rischio, questa prospettiva a lungo termine richiede anche la considerazione di criteri di sostenibilità.

Di conseguenza, la sostenibilità deve diventare il pilastro attivo della Strategia aziendale. Finché la sostenibilità sarà "solo" una simpatica aggiunta alla Politica aziendale, essa rimarrà comunque debole. Ma se investitori e importanti partner commerciali fanno dipendere il loro ingaggio dalla strategia di sostenibilità dell'azienda, allora sorge la pressione di cambiare per ottenere la "licenza di operare" a lungo termine.

All'incontrario, ciò significa che gli investimenti devono essere giudicati molto più vigorosamente di prima in base alla loro fondamentale ecosostenibilità. Ed è evidente che ci devono essere differenze di rendimento tra le aziende futuro-sostenibili e quelle i cui rischi di insolvenza continuano ad aumentare sotto l'aspetto ESG.

Questo cambio di prospettiva nella pianificazione di Strategie aziendali e di investimenti è in pieno fermento. Se si evitano modelli di business non sostenibili e si preferiscono quelli sostenibili, sorgono pressioni ad innovare e a trasformarsi, spinte da semplici considerazioni economiche e teoriche di rischio. In questo caso si tratta di un "circolo vizioso" positivo.

Le stesse considerazioni valgono anche per i clienti nella pianificazione e nella configurazione della loro previdenza e dell'accumulo di patrimonio. È nostra convinzione che non sia sufficiente offrire "prodotti sostenibili", ma che anche gli stessi fornitori lavorino in modo credibile su un modello di business sostenibile. Solo così i clienti o gli investitori possono convincersi.

Torniamo alla Crisi del Coronavirus: possiamo - e dobbiamo - continuare ogni giorno a rivalutare il modo migliore per affrontare la pandemia. Joschka Fischer ha anche ragione: è un campanello d'allarme al momento giusto ed esige che le persone si assumano le proprie responsabilità. Dobbiamo gestire i massicci interventi relativi alla lotta contro la crisi in modo da poterne trarre un vantaggio a lungo termine. La priorità deve essere data a misure realmente innovative ed ad investimenti di carattere innovativo, creando così incentivi per un comportamento sostenibile.

PrismaLife

PrismaLife AG è la compagnia di assicurazioni sulla vita leader del Liechtenstein con sede a Ruggell. In qualità di specialista per le polizze "nette", la società si concentra su una chiara separazione tra prodotto e remunerazione. La società gestisce un patrimonio di circa 1,3 miliardi di euro. Gli investimenti del pool di copertura sono orientati in modo sostenibile. PrismaLife offre inoltre ai clienti numerose soluzioni di Fondi con orientamento sostenibile. Ulteriori informazioni sono disponibili al link: www.prismalife.com

Contatto per la stampa

Dr. Hubert Becker

Instinctif Partners

Telefon +49 221 42075-24

hubert.becker@instinctif.com