

Osservatorio Italiano Finanza Sostenibile - OIFS

Proposta di nuovo gruppo di lavoro: Finanza Sostenibile nel Retail

Roma, 1 marzo 2019

Terms of Reference

Tema

Sia in Italia che in sede europea le riflessioni sulla Finanza Sostenibile sembrano incanalate secondo un orientamento fortemente tecnico-normativo, concentrato sulle esigenze dei grandi soggetti del settore. Appare più marginale o addirittura assente la figura di uno dei principali stakeholder della Finanza Sostenibile: il piccolo investitore, il cittadino/cliente finale.

Non va trascurato che esiste una finanza che si esprime tutti i giorni nei confronti di milioni di famiglie e di migliaia di piccole e medie imprese. Le imprese finanziarie, le banche e le assicurazioni hanno ruolo e capacità di influire sulle loro decisioni. Lo Sviluppo Sostenibile richiede che le imprese finanziarie sostenibili siano vicine alla gente non solo quando le persone prendono decisioni finanziarie ma anche quando decidono i loro acquisti: è questo il key moment per avallare e sostenere, con prodotti/servizi finanziari coerenti, comportamenti d'acquisto e scelte di beni che vanno nella direzione della Sostenibilità.

In questa prospettiva che privilegia la pluralità, la larga scala, la massa dei consumatori e delle piccole e medie imprese, strumenti innovativi di Finanza Sostenibile possono contribuire a incoraggiare le scelte degli italiani verso modelli di consumo più sostenibili, favorendo i prodotti e servizi di imprese maggiormente virtuose sul piano della sostenibilità ambientale e sociale. In questo si trovano anche le premesse per una capillare diffusione e maggior consapevolezza della cultura della Sostenibilità e di premio de facto delle buone prassi.

Alcuni campi d'azione, già esistenti o ipotizzabili, sono rappresentati, per esempio, dai mutui speciali per l'acquisto di abitazioni con caratteristiche energetiche e ambientali low carbon (es. l'iniziativa pan-europea del Consorzio EeMAP <http://eemap.energyefficientmortgages.eu/>); da sistemi di credito al consumo per l'acquisto di auto maggiormente ecologiche e per elettrodomestici energeticamente più efficienti o arredamenti realizzati con materiali ecologici; prodotti di risparmio connessi con programmi di salvaguardia ambientale, ecc.

Strategicamente, il WG si orienta quindi su una nuova visione che considera il settore retail delle imprese finanziarie un innovativo campo di sperimentazione e applicazione dei concetti di Finanza Sostenibile.

Obiettivi strategici

Obiettivo del gruppo di lavoro è di formulare proposte che possano favorire la diffusione di forme innovative di finanza a sostegno di forme di consumo sostenibile.

Questo WG si concentrerà sull'elaborazione del concetto di Finanza Sostenibile per il Retail e sull'analisi delle best practices in corso di diffusione in Italia e all'estero, con la finalità di formulare modelli, approcci e indirizzi di innovazione finanziaria per supportare la diffusione di consumi sostenibili attraverso la leva della Finanza. Tale obiettivo potrà essere sostenuto da analisi su possibili e coerenti modelli di offerta finanziaria, linee formative e di sensibilizzazione delle funzioni di mercato delle imprese finanziarie, studi sulla valorizzazione degli obiettivi dei SDGs e prospettive per la comunicazione e sensibilizzazione dell'audience di riferimento. Il quadro di politiche per una finanza sostenibile emergente dalle attività dell'Osservatorio permetterà di inserire le proposte del gruppo di lavoro in un quadro strategico che ne favorisca l'attuazione.

Guida e partecipanti al gruppo di lavoro

La guida di questo WG può trarre beneficio da una rosa di co-chairs in cui includere, tra gli altri, l'associazione promotrice, Associazione Europea Sostenibilità e Servizi Finanziari-ASSO SEF, l'Alleanza Italiana Sviluppo Sostenibile ASVIS, associazioni delle società finanziarie particolarmente vicine al settore retail quale ASSOFIN (associazione italiana del credito al consumo e immobiliare) e le più importanti associazioni delle imprese finanziarie [ABI, ANIA].

Nel WG non possono poi mancare le principali imprese bancarie e assicurative, possibilmente con un bilanciamento tra grandi e piccole imprese, con rappresentanti a contatto con le strategie e dinamiche di mercato e di sviluppo prodotto.

Tra i partecipanti potranno essere inclusi operatori molto vicini ai mercati retail [es: PLEF] e le rappresentanze dei consumatori e delle imprese [soprattutto quelle medio-piccole]

Next steps

Marzo - Aprile 2019: Incontri dei co-chairs per la condivisione degli assunti strategici del progetto

Maggio 2019: Kick off meeting con i membri del WG per discutere e approvare il piano di lavoro

Giugno – Dicembre 2019: Attuazione del piano di lavoro e incontri del WG.

Relazioni di avanzamento del progetto alla plenaria dell'OIFS.