

METAVERSO, come guadagnarci | L'ALTRA COPERTINA/Grimaldi, così si salva il mare dalla plastica

# Economy

MODELLI. OPPORTUNITÀ. SOLUZIONI.

www.economymagazine.it



Settembre 2022 Euro 3,50



## PNRR, CE N'È PER TUTTI



Anche le piccole e medie imprese possono trovare mille occasioni nel Piano. Che non è a rischio-crisi, perchè il governo uscente ha i poteri per completarlo. Ed ecco come fare per prendere la propria fetta.



### PICCOLI MA SOSTENIBILI

Ricerca Makno per Innexa rivela: Pmi motivatissime sugli Esg

### TREU: «TANTO LAVORO, MA...»

Intervista con il presidente del Cnel: «Sì al salario minimo, più ispettori in giro»



### EDILIZIA SÌ MA VERDE

È la filosofia che guida (con successo) la Saint Gobain

### PRUA SULL'INNOVAZIONE

Le novità di Sanlorenzo per il Salone di Genova

### EXPORT

L'Ice guida le imprese verso il Sud Est asiatico

### SPORT & MANAGEMENT

Le performance sportive fanno bene al bilancio

## A TUTTO FINTECH

Grazie alle tecnologie digitali il mercato degli asset privati è diventato più trasparente: si sono aperte nuove opportunità per Pmi e startup, e al contempo per investimenti altamente redditizi



di Riccardo Venturi

**P**mi e startup, non solo in Italia ma in tutto il mondo, hanno un crescente bisogno di trovare strumenti di finanza alternativa, proprio mentre i risparmiatori cercano rendimenti adeguati alle sfide dell'alta inflazione. Questa duplice esigenza sta spingendo a livello globale quella tendenza del fintech che è stata definita democratizzazione dei private asset. Fino a non molto tempo fa, infatti, solo gli investitori istituzionali potevano trarre profitto da at-

**IL FINTECH DIGITAL INDEX AIUTA GLI IMPRENDITORI AD INDIVIDUARE LA SOLUZIONE PIÙ ADATTA ALLE PROPRIE ESIGENZE**

tività a forte tasso di crescita come le azioni di società private o i prestiti alternativi. Ma grazie alle tecnologie digitali la situazione sta cambiando: le fintech entrano nel mercato degli asset privati, rendendolo più trasparente e aprendo nuove opportunità per Pmi e startup, e al contempo per investimenti altamente redditizi. Un esempio di questa tendenza è italiano e viene da Innexa, società del sistema camerale italiano, punto di riferimento nel settore della finanza

e del credito per le Pmi, con particolare attenzione a strumenti, servizi e prodotti della finanza alternativa e del fintech. Si tratta del **Fintech Digital Index**, un database analitico, facile da consultare, che vuole aiutare gli imprenditori ad individuare la soluzione digitale e innovativa più adatta alle proprie esigenze gestionali e finanziarie. È così possibile visualizzare le imprese italiane che offrono servizi fintech non solo nell'ambito dei finanziamenti per le imprese, ma anche in quelli di pianificazione finanziaria, fatturazione e tesoreria; blockchain, sicurezza e assicurazioni; pagamenti digitali.

### La crescita del private equity si è già affermata nel 2021

Da un lato i venti di crisi globale hanno colpito gli investimenti in fintech – quelli in venture capital sono scesi a 21 miliardi di dollari nel primo tri-

mestri dal 29 del trimestre precedente - e soprattutto le valutazioni dei giganti del fintech, uno su tutti, **Paypal**, la cui valutazione di Borsa è scesa sotto i 100 miliardi di dollari quando l'anno scorso aveva superato i 360 miliardi. Ma dall'altro le stesse dinamiche che fanno prevedere a molti uno scenario recessivo o di bassa crescita spingono le fintech che raccolgono risorse finanziarie per le imprese che lo meritano in cambio di rendimenti interessanti. Come sottolinea il venture capital internazionale **Digital Horizon**, questo risponde anche ad un'ulteriore tendenza, quella della fuga dalle Borse da parte di molte aziende tecnologiche, che stanno ritardando le Ipo.

Solo il 23% dei fondatori di aziende in rapida crescita prevede di quotarsi in Borsa entro il 2024, solo il 3% nel corso di quest'anno, specie perché non sono soddisfatti delle valutazioni basate sulle metriche aziendali tradizionali, come l'Ebitda, che non riflettono il reale potenziale di crescita. La tendenza era già chiaramente visibile l'anno scorso:

a livello globale si è registrato il record di 144 operazioni di investimenti di private equity per oltre 12 miliardi di dollari di investimenti, oltre il doppio del massimo precedente di 5 miliardi di dollari del 2018. Nel secondo semestre in particolare c'è stata una serie di grandi operazioni: negli Stati Uniti, come quella da 767 milioni di dollari su Nydig, nel Regno Unito, con Genesis Digital Assets finanziata per 431 milioni di dollari, in Brasile, 251 milioni di dollari su Provo), in Vietnam, 250 milioni di dollari su Vietnam Payment Solution, e in India, con Vastu Housing Finance finanziata per 200 milioni di dollari.

Per fare un paio di esempi di fintech globali che permettono l'accesso al private equity, la californiana **Carta**, specializzata nella tenuta dei registri degli azionisti, nel 2021

ha lanciato il mercato Carta X, dove è possibile acquistare azioni di startup non ancora quotate in Borsa;

e la piattaforma tedesca Moonfare semplifica gli investimenti nei principali fondi di private equity e nelle società private per gli investitori al dettaglio, gestendo già più di 1 miliardo di euro.

### Il modello crowdfunding si afferma in Italia

In Italia cresce in modo particolare il cosiddetto crowdfunding, quella parte del crowdfunding che passa attraverso una piattaforma internet abilitante, che include l'equity crowdfunding, che prevede la sottoscrizione di capitali di rischio, e il lending crowdfunding, con la concessione di prestiti. Secondo il recente settimo **Report italiano sul crowdfunding** della School of management del Politecnico di Milano, al 30 giugno risultavano autorizzati da Consob 51 portali per la raccolta di capitali online secondo il modello dell'equity crowdfunding, mentre per il lending ne sono state contate 12 destinate a finanziare imprese e 20 specializzate nel

real estate. La raccolta complessiva negli ultimi 12 mesi è stata pari a 430 milioni; come si legge nel Report, una goccia nell'oceano rispetto agli impieghi sul mercato finanziario italiano, eppure una quota non trascurabile se rapportata alle startup e alle Pmi che sono le tipologie di imprese che più difficilmente riescono ad accedere al capitale. Nel primo semestre dell'anno la raccolta complessiva ha fatto registrare un piccolo calo: 212,91 milioni contro 217,69 milioni del secondo semestre 2021 (-2,2%) – anche se il calo è consistente nell'equity crowdfunding non immobiliare; resta forte la crescita rispetto al primo semestre del 2021. Se poi si aggiunge a questo valore il contributo delle piattaforme fintech che erogano prestiti

**LO SCENARIO RECESSIVO SPINGE LE FINTECH CHE RACCOLGONO RISORSE FINANZIARIE IN CAMBIO DI RENDIMENTI INTERESSANTI**

Marco Giorgino, responsabile scientifico dell'osservatorio Fintech & insurtech della School of management del Politecnico di Milano

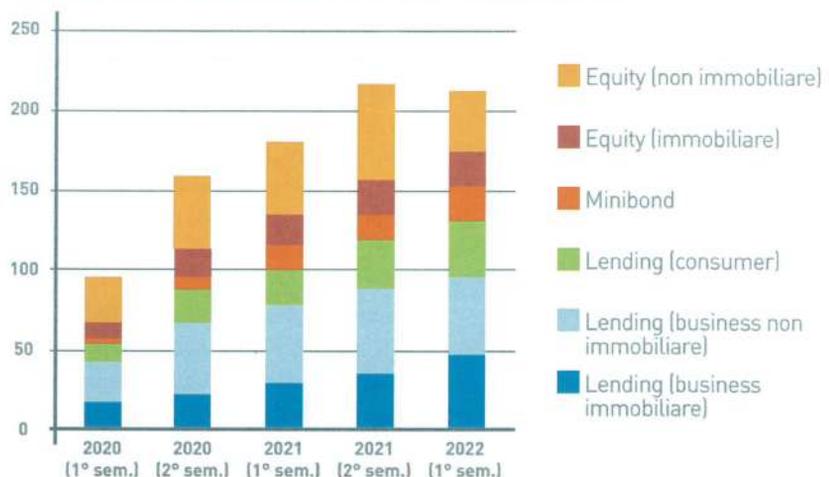


a persone e imprese facendo solo leva su capitali di investitori professionali, fondi di credito e banche, la raccolta si moltiplica in maniera consistente.

## Il risparmiatore, però, non va lasciato solo

«Il tema della democratizzazione dei private asset ci confronta con un mondo, quello degli investimenti finanziari, che per ovvie ragioni riconducibili al contesto, con la crescita dell'inflazione e l'andamento dei mercati, è in grande difficoltà» dice **Marco Giorgino**, responsabile scientifico dell'osservatorio Fintech & insurtech della School of management del Politecnico di Milano. «Le potenzialità offerte dai private asset sono oggi una necessità, per cercare di coprirsi un po' meglio dal rischio inflattivo. Avere soluzioni che permettono anche al piccolo risparmiatore di accedere a queste categorie di attivi è molto interessante. Ma bisogna stare anche attenti a non lasciare solo il consumatore di fronte a questo tipo di opportunità: in Italia la cultura finanziaria media è ancora contenuta, è un po' difficile che il consumatore con un'app in mano riesca a esplorare con successo le opportunità di investimento in

## I numeri del crowdfunding in Italia: il flusso dei finanziamenti erogati (milioni di euro)



Fonte: Osservatorio Crowdfunding della School of Management del Politecnico di Milano

private assets, che di fatto hanno bisogno di un certo tipo di competenza sul rischio e sul rendimento atteso, di solito riconducibili a investitori professionali e istituzionali. Ben vengano dunque queste opportunità, ma con cautela e prudenza: siamo un Paese con una grande cultura del risparmio ma con una contenuta cultura finanziaria, dobbia-

mo stare attenti che questo risparmio venga sempre protetto, non esposto a rischi a cui non è abituato».

## Il ruolo del circuito camerale e il caso virtuoso di Innexa

Come sottolineato nel Report italiano sul crowdfunding, anche gli enti pubblici

## GLI STRUMENTI FINANZIARI "EMBEDDED"

Una tendenza del mondo delle fintech è quella della diffusione di strumenti finanziari, specie di pagamento, embedded o incorporati. Coerentemente con l'aumento dell'importanza del servizio accanto al prodotto, le banche tendono a diventare anche fornitori di servizi finanziari, molte aziende propongono i propri sistemi di pagamento, si diffondono i sistemi Buy Now, Pay Later (compri adesso, paghi più tardi) - anche se va aggiunto che il campione di quest'ultima tendenza, la società svedese Klarna, è assurda suo malgrado a

simbolo del rischio di una bolla finanziaria nel fintech: dalla valutazione monstre di 46 miliardi di dollari dell'anno scorso è passata a "soli" 6,5 miliardi. «Tutte le nuove ondate tecnologiche sono caratterizzate da fasi di grande euforia seguite da quelle di consolidamento» commenta Giorgino, «l'abbiamo visto anche con le società internet degli anni '90. Anche il fintech ha bisogno di un consolidamento, situazioni di grave perdita selezionano in modo più rigoroso gli operatori». Il responsabile scientifico dell'osservatorio

Fintech & insurtech della School of management del Politecnico di Milano vede negli strumenti fintech embedded un'opportunità preziosa per le nostre filiere industriali. «Il pagamento digitale è uno strumento per creare una relazione ancora più forte tra chi paga e chi viene pagato» rimarca Giorgino, «si integra anche con il tema della supply chain finance, della relazione cliente-fornitore sempre più integrata, dove la gestione dei pagamenti è uno strumento per offrire altri servizi riconducibili ai processi amministrativi

e a un'ottimizzazione della gestione finanziaria. Conoscendo i saldi delle controparti si possono meglio fare scelte di pianificazione finanziaria, e quindi si arriva a una conoscenza del cliente molto più approfondita, sulla quale costruire servizi su misura del cliente, ottimizzando la sua gestione finanziaria e amministrativa. Pensiamo a quanto ne potrebbero essere beneficiare le Pmi Italiane, considerando che forse tra gli ambiti di maggiore inefficienza c'è proprio la gestione finanziaria e amministrativa».

## LA DERIVA GREEN

L'altra tendenza del fintech globale è quella che più ti attendi: la diffusione delle fintech green. Ce n'è un po' per tutti i gusti: la nuova banca danese Bunq invita gli utenti a raggiungere la neutralità personale in termini di emissioni di carbonio in soli due anni, piantando un albero per ogni 100 euro spesi. Il servizio irlandese Amplify dona il 2% di ogni transazione a una campagna sul cambiamento climatico selezionata dall'utente. Stripe Climate è uno strumento che consente ai clienti B2B di impostare contributi automatici alle aziende che si impegnano a ridurre la loro impronta di carbonio. La banca verde Shoal di Standard Chartered e Starling Bank utilizzerà i fondi dei conti di risparmio dei clienti per investire solo in progetti ecologici e sostenibili. L'ecofintech britannica Sugì si collega a 80 piattaforme di investimento attraverso l'open banking e mostra agli investitori come le aziende del loro portafoglio contribuiscono al riscaldamento globale. «Con le Fintech green bisogna stare molto attenti» mette però in guardia il responsabile scientifico dell'osservatorio Fintech & insurtech della School of management del Politecnico di Milano. «quelle che sono "targate" con etichette green sono in grado di raccogliere più facilmente capitale e di affermarsi con minore difficoltà; ma occhio al greenwashing, si deve verificare se a essere venduto è qualcosa di veramente verde e sostenibile o soltanto una facciata con dietro poco».

nazionali e locali attraverso le finanziarie regionali e gli sportelli dedicati, le associazioni imprenditoriali, i Confidi e il circuito camerale con la società consortile Innexa sono parte attiva nella diffusione della conoscenza e nell'assistenza alle imprese. In particolare nel 2021 Innexa (vedi l'articolo più avanti), in collaborazione con la Came-

ra di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, ha realizzato l'Equity Crowdfunding Hub2 che permette di consultare le principali caratteristiche delle imprese che hanno lanciato una campagna di equity crowdfunding o che hanno raccolto capitali utilizzando questo strumento. L'obiettivo è da un lato garantire una maggiore trasparenza del mercato, dall'altro favorire lo scambio e una maggiore liquidità delle quote con l'intento, in futuro, di contribuire allo sviluppo di un mercato secondario.

Inoltre, negli scorsi mesi è stata autorizzata ad operare **Finnexa**, la piattaforma di crowdfunding del sistema camerale a servizio del sistema imprenditoriale italiano realizzata da Innexa, che nasce con l'obiettivo di contribuire alla crescita della finanza innovativa e dell'intero sistema del crowdfunding italiano, lavorando in una logica di networking con gli operatori di mercato, gli altri gestori e con i professionisti e le associazioni che affiancano le imprese. «In questi ultimi due anni la disponibilità di risorse finanziarie per le imprese è stata garantita dallo straordinario impegno del Governo nazionale reso possibile dal Temporary Framework, con imponenti risorse pubbliche» osserva **Danilo Maiocchi**, diret-

tore generale di Innexa. «Nel prossimo futuro, però, è molto probabile che la finanza complementare "privata" debba giocare un ruolo fondamentale per la tenuta del sistema. Per questo come Camere di Commercio siamo sempre più protesi ad offrire strumenti a supporto dell'incontro tra domanda e offerta di nuova finanza, e sempre più decisi a sostenere gli operatori del mercato del crowdfunding».

### Azimut ci crede e acquisisce Mamacrowd

Nell'ambito della crescita del crowdfunding italiano è particolarmente significativa l'operazione che all'inizio dell'anno ha portato **Azimut** al raggiungimento della maggioranza del capitale di Mamacrowd, la più importante piattaforma italiana di equity crowdfunding, che permette di investire nelle migliori startup e Pmi italiane. Azimut è uno dei principali operatori indipendenti nel risparmio gestito in Europa, fondata nel 1989 e attiva in 17 paesi; gestisce un patrimonio complessivo di oltre 80 miliardi di euro. È presente da diversi anni nel settore degli investimenti alternativi, con masse in gestione superiori a 4,2 miliardi di euro nei prodotti di private markets, con fondi di pri-





DANILO MAIOCCHI, DIRETTORE GENERALE DI INNEXA

ce du secteur financier, con un target di raccolta di 35 milioni di euro. Azimut sottolinea che nel panorama delle 6,2 milioni di imprese italiane, 7mila sono aziende tecnologiche ad alto tasso di crescita e complessivamente solo 3773 sono quotate, mentre la maggior parte necessita di finanziamenti privati. Mamacrowd consente l'accesso a queste aziende, anche con piccoli investimenti, da parte di tutti i risparmiatori orientati a costruire un portafoglio di grande potenzialità e allineato con uno scenario caratterizzato da una continua innovazione tecnologica.

L'ecosistema che Azimut sta sviluppando consentirà di seguire le aziende nelle diverse fasi di crescita e necessità finanziarie. «In pochi anni, Mamacrowd è riuscita a diventare leader in Italia nell'equity crowdfunding con oltre 100mila utenti registrati e una raccolta totale superiore ai 100 milio-

ni di euro» ha affermato **Dario Giudici**, amministratore delegato di Mamacrowd. «La decisione di un partner industriale importante come Azimut, di aumentare il proprio impegno nel nostro progetto rappresenta sia una testimonianza significativa della bontà del lavoro fatto sia un ottimo presupposto per crescere ancora e creare ulteriori sinergie oltre a quelle sviluppate con successo finora». Quanto al primo semestre dell'anno, la visione di Giudici è positiva. «Mai come oggi, l'equity crowdfunding, in particolare dopo la pandemia, è stato uno strumento così importante per la raccolta dei capitali da parte degli imprenditori italiani e per l'economia reale. Lo dimostrano i quasi 20 milioni raccolti solo da startup nei primi sei mesi del 2022, insieme ai 13,5 milioni per le Pmi e a più di 20 milioni su progetti immobiliari».

vate equity, private credit, venture capital e real assets a cui possono avere accesso gli investitori retail. Tramite una piattaforma di prodotti e servizi, Azimut si pone l'obiettivo di avvicinare il risparmio privato favorendo l'immissione di liquidità nell'economia reale alle Pmi e startup innovative per stimolarne la crescita nel tempo. In particolare, Azimut e Mamacrowd hanno sviluppato, e continueranno a farlo in futuro, strumenti d'investimento altamente innovativi che permettano di creare valore per le imprese e per il risparmio privato.

L'operazione consolida le sinergie già esistenti con Azimut; nel 2021 infatti Mamacrowd ha selezionato 26 aziende che hanno così avuto accesso al fondo Az Eltif - Alicrowd, il primo prodotto Eltif di Venture Capital di Azimut Investments che consente agli investitori privati di accedere alle più interessanti startup e Pmi innovative, protagoniste dello sviluppo tecnologico industriale e digitale Made in Italy. Il nuovo accordo mira a potenziare la capacità congiunta di creare ulteriori fondi per supportare le migliori aziende italiane, ad iniziare dal lancio di AliCrowd 2, approvato a fine 2021 dalla Cssf, la Commission de surveillan-

## COMBATTERE IL GREENWASHING

Sostenibilità non è solo green, anche nelle fintech. «Un ambito importante è quello delle fintech che propongono soluzioni più facilmente fruibili, e quindi consentono un'inclusione finanziaria maggiore, abilitando fasce della popolazione che altrimenti farebbero fatica ad accedervi, ad avere servizi finanziari e bancari» nota Giordano, «allargare la platea significa fare inclusione e anche educazione finanziaria, nel momento in cui il risparmiatore usa la fintech che mentre opera gli permette di migliorare il suo livello di cultura finanziaria». Un altro aspetto di grande rilevanza serve proprio a combattere il greenwashing.

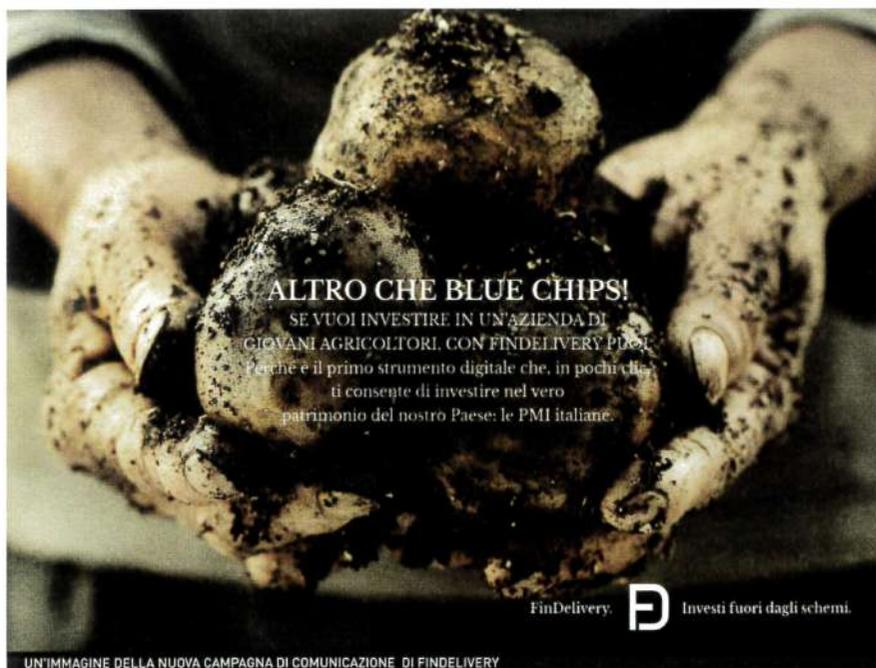
«Sappiamo che sempre più, nella valutazione degli investimenti, dei crediti, di tutte le operazioni di impiego del capitale, bisognerà fare valutazioni del profilo Esg» osserva il professore della School of management del Politecnico di Milano. «Il problema è che non è così facile, i dati sono destrutturati e disomogenei. Non è come valutare un conto economico o un piano di flussi cassa, come abbiamo sempre fatto e continueremo a fare. Avere società tecnologiche con tecnologie digitali che sanno processare i dati, estraendoli anche in tempo reale da database diffusi sul profilo Esg delle imprese, aiuterà certamente». Ecco

che si apre un nuovo terreno promettente. «Le fintech che aiuteranno in questa direzione avranno sicuramente uno sviluppo molto importante, perché da un lato c'è un fabbisogno di conoscenza del profilo Esg delle imprese via via crescente, dall'altro la necessità di valutazione dei profili Esg ha bisogno di soluzioni digitali in grado in modo efficiente e veloce di estrarre una valutazione, uno score, un rating, qualche forma di giudizio sul profilo di sostenibilità» conclude Giordano. «Ma rimane la premessa: attenzione a vedere ciò che veramente è green, ad andare un po' oltre la confezione e guardare il contenuto per evitare i fenomeni di greenwashing».

# Investire (e finanziarsi) fuori dagli schemi

Findelivery prosegue nella sua mission di convogliare risorse nelle Pmi, con contenuti di formazione e nuovi strumenti, come il trasferimento di quote di Srl con un click (e un solo euro) grazie alla blockchain

di Marina Marinetti



**ERA IL 2020 E IL NOSTRO PRIMO ARTICOLO DEDICATO ALLA NEONATA FINANCIALDELIVERY SI APRIVA CON QUESTA PROVOCAZIONE: «ALZI LA MANO CHI SA DOVE SI COMPRA UN MINIBOND».** Due anni dopo per molti investitori, ma anche per alcuni addetti ai lavori, la domanda rimane ancora senza risposta, come dimostrato da un mercato che fatica a decollare. Ma qualcosa inizia a muoversi, e per la fintech italiana – che oggi ha cambiato nome in Findelivery – è giunto il momento del salto di qualità, come ci spiega Cristian Armanni, presidente di Findelivery: «Negli ultimi due anni

abbiamo posto le basi per mettere a disposizione di tutti un'ecosistema straordinario per investire in tutta sicurezza, con uno smartphone e pochi clic, in qualsiasi soluzione finanziaria, da quelli più tradizionali al vero patrimonio del nostro Paese: le Pmi italiane.»

**La vostra proposta parte da un'innovazione tecnologica, ma oggi quello che raccontate è soprattutto un approccio diverso all'investimento.**

Esattamente: la tecnologia, che abbiamo sviluppato internamente attraverso Vi-

sabit, società del gruppo, è solo uno strumento che rende possibile un nuovo modo di intendere gli investimenti. Grazie alle esclusive tecnologie di VideoFirma e video-identificazione è nata FD Fiduciaria Digitale, la prima fiduciaria italiana in grado di garantire piena operatività attraverso uno smartphone, che in sostanza è il “motore” di Findelivery. Questo ovviamente porta una serie di vantaggi per il cliente, ma il nostro obiettivo non è la digitalizzazione in sé, ma è sempre stato quello di consentire a chiunque, ovunque sia, di investire in modo semplice in qualsiasi tipo di prodotto finanziario: anche e soprattutto nei prodotti meno conosciuti e in quelli non quotati.

**ATTRAVERSO LA TECNOLOGIA SVILUPPATA DA VISABIT VIENE GARANTITA LA PIENA OPERATIVITÀ DI FD FIDUCIARIA DIGITALE**

**La vostra nuova campagna punta soprattutto su un messaggio forte: investire nelle Pmi italiane. Una rivoluzione culturale, in un'epoca in cui le gestioni passive e investimenti in asset come le criptovalute la fanno da padrone.**

Il nostro target per questa campagna è l'investitore che non si accontenta di investire come tutti gli altri, ma vuole qualcosa di più, sia in termini di rendimento che in termini etici: vuole sapere dove vanno a finire i propri soldi, vuole scegliere investimenti di cui percepisce il valore. Una persona per la quale c'è differenza tra mettere soldi in un'azienda che crea lavoro e ricchezza in Italia, invece che in uno strumento di pura finanza o in una criptovaluta di cui fatica a comprendere il funzionamento. Proprio su questo filone stiamo sviluppando un pro-

getto dedicato agli investimenti sociali, sui cui però non posso ancora anticipare nulla. Tutto questo però non significa che escludiamo altri tipi di investimento: in ogni caso, grazie agli elementi forti della nostra offerta, come il flat fee, l'ottimizzazione fiscale e i vantaggi del Pir fai-da-te, utilizzare Findelivery è una buona idea per tutti gli investitori.

## Il Pir fai-da-te è uno dei punti forti della vostra offerta.

È una conseguenza naturale, considerato che l'obiettivo dei Pir è coerente con il nostro, ovvero far confluire i risparmi degli italiani nelle imprese italiane: un risultato finora raggiunto solo in parte, a causa di alcuni limiti dello strumento e delle rigidità del mercato dei capitali italiano. Quello che pochi sanno, è che il Pir è un contenitore che può essere cucito su misura per

ogni investitore: ognuno può costruirsi il proprio e beneficiare degli stessi benefici fiscali, ma scegliendo personalmente le aziende e i prodotti in cui investire. Il nostro Pir fai-da-te coglie questa opportunità e la rende semplice.

## Torniamo alla vostra comunicazione: cosa significa per voi "investire fuori dagli schemi"?

Come ripetiamo sempre, Findelivery non fa consulenza e non ha alcun tipo di prodotto da proporre: per noi investire fuori dagli schemi è proprio promuovere questo cambio di paradigma: informarsi, capire, scegliere gli investimenti migliori per sé. Anche per questo motivo abbiamo puntato molto nella nostra FinAcademy, il progetto di education

finanziaria di cui sono responsabile, con una doppia anima: nei nostri live webinar settimanali gratuiti presentiamo nuove opportunità o asset class alternative, mentre stiamo producendo dei contenuti formativi "premium" che mirano a offrire contenuti formativi pratici a tutti gli imprenditori e i professionisti interessati a conoscere meglio tecniche e strumenti per raccogliere risorse dal mercato dei capitali. In questi anni, con la FinAcademy abbiamo dato ai tanti investitori e consulenti che ci seguono l'opportunità di conoscere meglio alcuni strumenti e di scoprire tante eccellenze, soprattutto italiane. Proprio con una di queste eccel-

lenze stiamo lavorando per offrire un servizio che pensiamo possa diventare davvero un successo

**FINACADEMY PRESENTA  
SETTIMANALMENTE NUOVE  
OPPORTUNITÀ O ASSET  
CLASS ALTERNATIVE**



CRISTIAN ARMANNI, PRESIDENTE DI FINDELIVERY

“

**IL NOSTRO OBIETTIVO  
È DI CONSENTIRE  
DI INVESTIRE  
IN MODO SEMPLICE  
IN QUALSIASI  
TIPO DI PRODOTTO  
FINANZIARIO**

## Di che si tratta?

È il servizio di trasferimento di quote di Srl "con un solo click e un solo euro" per tutti i clienti di Fiduciaria Digitale, che stiamo sviluppando insieme a Commercio.network, una blockchain italiana di terza generazione, per garantire lo scambio secondario di quote societarie in modo sicuro, certo, certificabile. Questa soluzione consente di notarizzare in modo legalmente vincolante i rapporti contrattuali, e di emettere token correlati a beni reali, come appunto le quote di Srl. Tutto questo è reso efficiente e sostenibile grazie alla tecnologia blockchain di terza generazione che garantisce costi e consumi pari a un centesimo delle reti di prima generazione e velocità di transazioni elevatissime, ma soprattutto è 100% made in Italy, considerato che i 100 nodi validatori sono costituiti da aziende Italiane.

# SOSTENIBILITÀ, PER LE IMPRESE È CROCE E DELIZIA

Un Rapporto di ricerca elaborato da Makno per Innexa rivela le attese, gli entusiasmi ma anche le perplessità degli imprenditori sui valori Esg. Giovanni Da Pozzo: «Il sistema camerale amplierà i servizi che offre su questo fronte»

di Sergio Luciano

**M**ille imprenditori, interpellati nel corso del mese di luglio dagli intervistatori della **Makno** per capire cosa davvero pensano della sostenibilità e dell'obbligo di adottarla in azienda. E il quadro che è emerso dalla ricerca, svolta da una griffe tra le più qualificate del mercato per conto di **Innexa**, società del sistema camerale attiva nei servizi per le Pmi, è interessantissimo. Ricco di chiaroscuri, ma nell'insieme incoraggiante.

Praticamente tutti pensano che aderire ai principi della sostenibilità ambientale, sociale e di buona gestione (i famosi principi Esg, secondo l'acronimo inglese: environment, social and governance) sia un'esigenza per

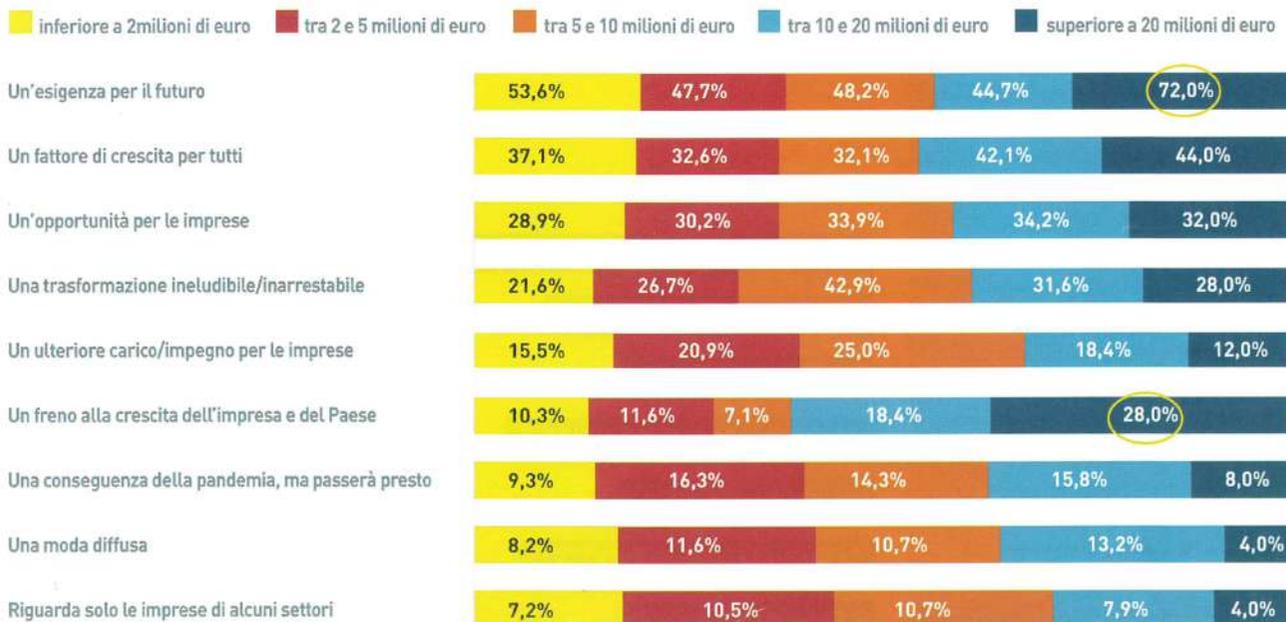
il futuro, ma alcuni, con lungimiranza, riconoscono che si tratta anche di un fattore di crescita, di un'opportunità, di una trasformazione ineludibile. Certo: come i grafici in queste pagine riassumono (e utilizzando il QR si possono consultare anche tutti gli altri che

**ELENA VASCO: «INNEXTA PUÒ GIOCARE UN RUOLO TRAINANTE A FIANCO DELLE AZIENDE SIA CON LA FORMAZIONE CHE CON I SERVIZI DI ACCOMPAGNAMENTO»**

compongono la ricerca) non mancano quelli che invece considerano tutto ciò come un'ulteriore carico, o impegno, per le imprese, addirittura nient'altro che una moda: ma sono la minoranza.

«L'adozione da parte del sistema imprenditoriale di modelli di sostenibilità - osserva a caldo **Giovanni Da Pozzo**, presidente di Innexa - sta assumendo un'importanza crescente ed è una trasformazione che interessa le imprese di tutti i settori e le dimensioni, dalle grandi alle micro. Si tratta, però di un percorso che richiede alle imprese fatica e investimenti e che quindi va adeguatamente pianificato, sostenuto e supportato - anche dalle istituzioni - affinché la sostenibilità diventi un'opportunità e un fattore di crescita per l'intero sistema economico nazionale. Dall'indagine si rileva che tra le risorse utilizzate nel percorso verso la sostenibilità, l'8,9% delle imprese intervistate ricorre a servizi forniti dal

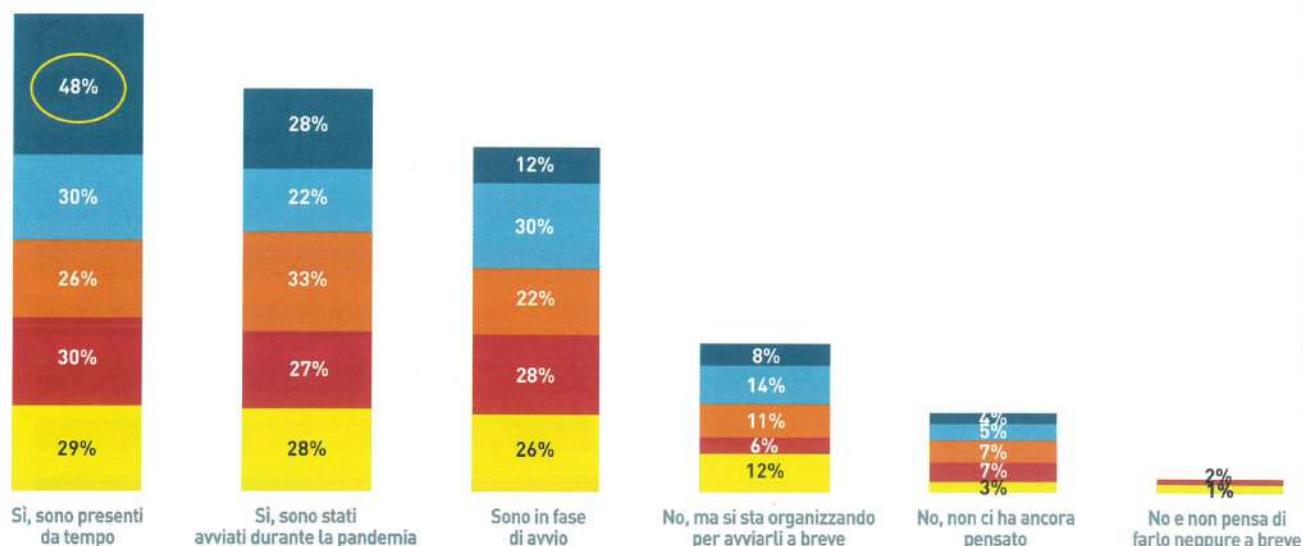
## La crescente attenzione alla sostenibilità non solo ambientale, ma anche sociale e di governance è ... per classi di fatturato



## Grado e fase di adozione di modelli sostenibili

per classi di fatturato

■ inferiore a 2 milioni di euro 
 ■ tra 2 e 5 milioni di euro 
 ■ tra 5 e 10 milioni di euro 
 ■ tra 10 e 20 milioni di euro 
 ■ superiore a 20 milioni di euro



## Una polarizzazione di opinioni, tra mugugni per i costi ed entusiasmi per le opportunità

La percezione dei temi relativi alla sostenibilità da parte delle aziende italiane è marcata, ma delinea un contesto leggermente polarizzato, caratterizzato, da un lato, dalla necessità di aderire ad un percorso forzato e tracciato da pressioni esterne all'azienda (di opinione, politiche, normative, ideologiche) e dall'altro dalla consapevolezza di poter risolvere virtuosamente in termini di competitività aziendale i risultati di questa adesione.

Tra gli elementi «attivi», un fattore di crescita per tutti e un'opportunità per le imprese vengono indicati dal 35,9% e 31,4% degli intervistati come elementi causanti la crescente rilevanza della sostenibilità. Ma, allo stesso tempo, la pressione del contesto si osserva nella scelta di due fattori «deboli» come un'esigenza per il futuro e una trasformazione ineludibile (rispettivamente con il 51,3% e il 28,4%).

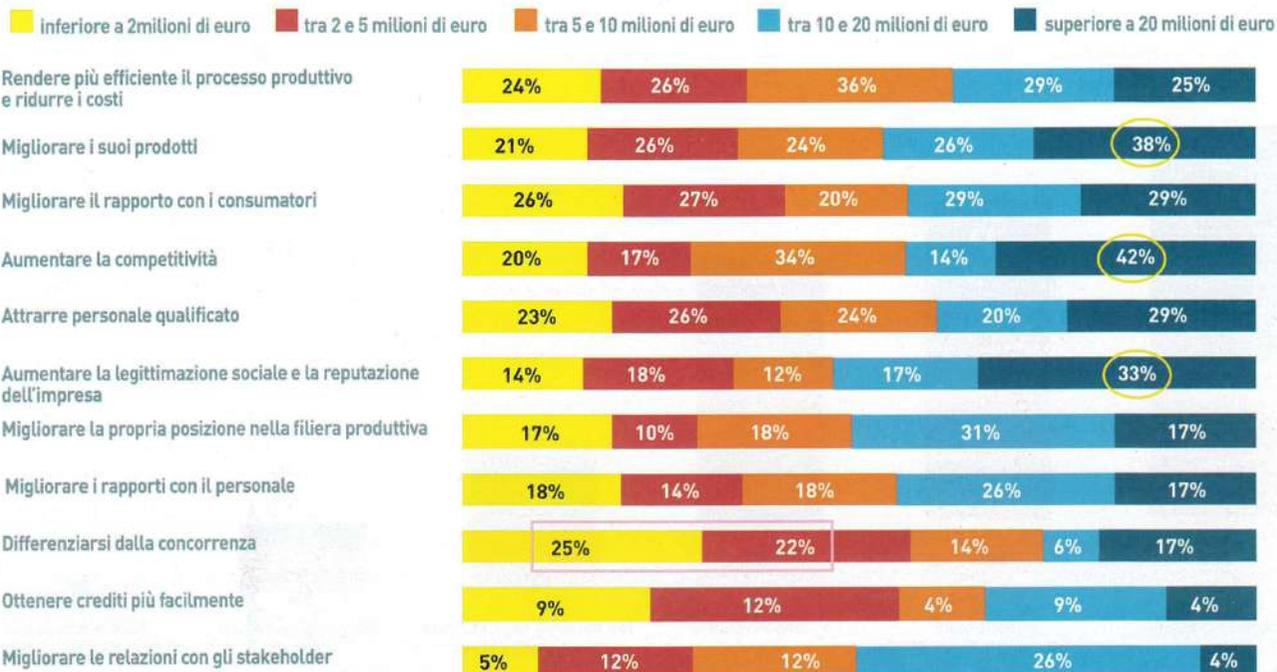
La stessa polarizzazione si osserva nel qualificare, a livello teorico, il valore della sostenibilità per un'azienda: il peso del processo - è un traguardo

raggiungibile con molta fatica (36,3%) - vince su tutti gli elementi di competitività che vi giacciono a valle. Esaminando la differenza nella percezione della sostenibilità per classe di fatturato delle aziende intervistate, la stessa polarizzazione si manifesta in maniera ancora più marcata.

Più della metà del campione di intervistati ha dichiarato di avere già adottato modelli di sostenibilità (58,5%), di cui circa la metà derivano dal contesto originatosi con la pandemia. A questi si aggiunge un altro quarto del campione che dichiara di essere in procinto di attivare azioni in questa direzione, o di essere in una fase interlocutoria ma con l'intenzione di muoversi in tempi rapidi. In questo quadro, sono prevedibilmente state le aziende più grandi ad avere da tempo attivato tali processi (48% contro la media complessiva del 30%).

Analizzando nel dettaglio gli obiettivi che le aziende si pongono nel definire i propri modelli di sostenibilità si osserva una polarizzazione tra un generico elemento di contesto (una maggiore consapevolezza per i temi

## Quale valore rappresenta la sostenibilità per la vostra impresa per classi di fatturato



ambientali e sociali, 54,8%) ed il set di fattori originati dalle dinamiche esterne: maggiore attenzione del mercato a questi temi, esigenze della comunità finanziaria e integrazione dei criteri esg nella catena di fornitura (quest'ultimo fattore particolarmente rilevante per le aziende più grandi, +12% sulla media).

La gamma di attività e funzioni su cui si auspica un contributo decisivo nell'assunzione di modelli sostenibili è ampia ed eterogenea: le aziende si attendono valore in termini di efficienza, di innovazione, di elementi di smarcamento e fattori di competitività, di benefici nel portato di reputazione e dei tratti d'immagine.

Specialmente per le grandi aziende la focalizzazione è sul miglioramento del proprio posizionamento sul mercato, sia per quello che riguarda lo sviluppo dell'offerta di prodotto, che per quello che riguarda il valore del proprio standing sotto il profilo reputazionale.

Per le aziende più piccole, più in ritardo rispetto all'adozione di modelli di sostenibilità, l'arrivare per primi a dotarsene rappresenta anche un significativo

beneficio e fattore competitivo, un percorso virtuoso per differenziarsi e smarcarsi dalla concorrenza. Nel percorso verso l'adozione di modelli di sostenibilità, di centrale importanza è la presenza di servizi professionali di sostegno alle aziende: solo un terzo delle aziende ha infatti raggiunto i propri obiettivi attraverso l'opportuna formazione di risorse interne, laddove la ampia maggioranza ha invece fatto ricorso a società esterne di diversa natura (69,4%), senza rilevanti differenze tra classi di fatturato.

Rilevante, come sempre, l'impegno economico necessario per introdurre significativi cambiamenti nel perimetro delle consuete attività aziendali (per il 40% riguarda i costi relativi alla transizione, per il 38% gli investimenti necessari agli impianti).

Di centrale importanza è anche il fattore risorse umane, che assume un duplice significato: da un lato la necessità di individuare le professionalità necessarie a identificare i modelli opportuni per guidare la transizione, e dall'altra formarle.



Sostenibilità e PMI  
Rapporto di Ricerca  
integrale

sistema camerale. Come Innexa, intendiamo ampliare la gamma di servizi offerti mettendo a disposizione delle imprese strumenti di self assessment per una valutazione del proprio posizionamento in tema di fattori Esg e sistemi di scoring».

Per **Elena Vasco** – segretario generale della Camera di Commercio Milano MonzaBrienza e Lodi - «i risultati dell'indagine mettono a fuoco due elementi fondamentali. Da un lato, sia pure con non poche resistenze, il processo di avvicinamento verso standard adeguati di sostenibilità è partito, anche tra le imprese di minori dimensioni. E' importante evidenziare, in particolare, che oltre un quinto delle imprese più piccole è consapevole del fatto che "essere sostenibili" è essenziale anche per accedere ai mercati dei capitali, dove i fattori Esg sono sempre più discriminanti nella valutazione dei progetti. Dall'altro, però, questo percorso viene ancora visto da una

parte significativa delle Pmi (circa il 40%) come un costo e uno sforzo organizzativo che si vanno ad aggiungere alle difficoltà che hanno dovuto e devono affrontare in questa fase storica estremamente complessa. Supportare le imprese in questo passaggio è un compito cruciale per il sistema camerale e Innexa, in questo contesto, può e deve giocare un ruolo trainante, sia sotto il profilo dei servizi di accompagnamento offerti alle imprese, sia sotto

**DANILO MAIOCCHI: «AGIREMO CON RAPIDITÀ E PROFONDITÀ PER PORTARE CONOSCENZE E STRUMENTI ESG NEL SISTEMA, IN PARTICOLARE PER LE PMI.»**

il profilo della formazione che, come sottolineato da molte aziende, rappresenta una delle esigenze strategiche del futuro prossimo.

«Gli esiti di questa interessante indagine - le fa eco **Daniilo Maiocchi**, direttore generale di Innexa - ci confermano la inderogabile ne-

cessità di agire con rapidità e profondità nel tessuto portante della economia imprenditoriale italiana, in particolare quella delle Pmi, per portare conoscenze e strumenti Esg in chiave semplice, accessibile e soprattutto di concreto vantaggio aziendale. Infatti, che solo una minoranza degli intervistati abbia manifestato consapevolezza che adottare pratiche di sostenibilità incrementi la competitività aziendale è un segnale di attenzione che porta istituzioni come le Camere di Commercio ad investire in sistemi semplici, fruibili e soprattutto concreti di affiancamento alle piccole e medie imprese nel percorso di allineamento Esg. Innexa, collaborando con altre società del sistema camerale, sta mettendo in campo una serie di servizi che possano accompagnare le imprese in questa virtuosa crescita. Un ringraziamento va certamente a Makno e al professor **Mario Abis** per questo importante spaccato di impresa che emerge dall'indagine».

## Quali ostacoli si incontrano nel percorso verso la sostenibilità per classi di fatturato

