

Salone del Risparmio 2019

04 aprile 2019

Investimenti, le scelte al femminile

di LUIGI DELL'OLIO



Uno studio ha indagato le scelte d'investimento delle risparmiatrici. Intanto **Banor** racconta i criteri seguiti nella scelta dei titoli

Il 44% delle risparmiatrici assume in autonomia le decisioni finanziarie per la propria famiglia e il 60% è informata sui prodotti di risparmio presenti sul mercato. I dati emergono da un'indagine condotta da Doxa con il Forum per la Finanza Sostenibile e il sostegno di Etica Sgr.

"Le donne preferiscono **investimenti a basso rischio** in misura superiore rispetto agli uomini e sono più sensibili agli aspetti sociali e di governance", racconta **Roberto Grossi**, vice dg di Etica Sgr. "L'attitudine a mitigare le fonti di rischio e l'inclinazione a integrare i propri obiettivi di risparmio con la sostenibilità, le avvicina agli investimenti responsabili".

Di Esg ha parlato al Salone del Risparmio anche **Banor Sim**, che si è soffermata in particolare sugli strumenti per effettuare l'analisi in merito. "Con l'obbligo per le aziende di pubblicare il bilancio di sostenibilità, oggi abbiamo a disposizione molte informazioni", spiega il responsabile azionario **Angelo Meda**. "Per la gestione di questi dati c'è chi si affida a provider terzi che assegnano un rating e chi preferisce non legarsi alla metodologia esterna. Infatti, a seconda del provider che si seleziona, si possono riscontrare valutazioni diametralmente opposte sulla stessa azienda, con un problema di coerenza del dato". La scelta di **Banor Sim** è stata di partire da un database che fornisce tutti i numeri delle società appartenenti all'indice mondiale Morgan Stanley All Countries, quindi dai dati grezzi, poi applicare la metodologia sviluppata da Sasb (un istituto Usa finanziato da università, governo e società del risparmio gestito), che definisce le metriche chiave per ciascun settore. Incrociando i due sistemi, la società crea il suo rating interno. "Inoltre, mentre il bilancio di sostenibilità viene diffuso una volta l'anno", aggiunge Meda, "l'azienda può avere **problemi di reputazione** in qualunque

momento. "Da qui la necessità di integrare le analisi con le informazioni provenienti da un database sulle notizie dai media", conclude.

Argomenti

[Salone del Risparmio](#)

IL NETWORK

Espandi 

[Fai di Repubblica la tua homepage](#) [Mappa del sito](#) [Redazione](#) [Scriveteci](#) [Per inviare foto e video](#) [Servizio Clienti](#) [Pubblicità](#) [Privacy](#) [Codice Etico e Best Practices](#)

Divisione Stampa Nazionale [GEDI Gruppo Editoriale S.p.A.](#) P.Iva 00906801006 Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di CIR SpA ISSN 2499-0817