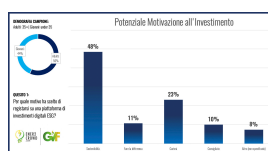


MENSILE ONLINE
Reg. Trib. di Roma
Nro. 75/2021 del
05/05/2021

Direttore Resp.
Alejandro Gastón
Jantus Lordi de
Sobremonte

Editore e Proprietario:
International Center for
Social Research
Cod.Fisc. 97911440580

ISP: BT Italia S.p.A. - Via
Tucidide 56 - 20134
Milano - Aut. DGSCER/1/
FP/68284



INVESTIMENTI GREEN:
MOTIVAZIONI E
BARRIERE

ENER2CROWD.com

GLI ITALIANI
PREDILIGONO I
RENDIMENTI PIÙ ALTI

l'idealista WEB

Giorgio Mottironi
CSO e co-fondatore
della «società benefit»
Ener2Crowd



Investimento sostenibile digitale, motivazioni e barriere: ecco il sondaggio di Ener2Crowd.com, la piattaforma ed app numero uno in Italia per gli investimenti green

di Redazione

Ecco i risultati del sondaggio realizzato in modalità CATI da [Ener2Crowd.com](https://ener2crowd.com), la piattaforma ed app numero uno in Italia per gli investimenti green, su un campione di «prospect» di entrambi i sessi con un portafoglio di investimento attivo.

Gli italiani preferiscono i richiami di rendimenti (e rischi) più alti, spesso in ottica speculativa

Ener2Crowd.com —la piattaforma ed app numero uno in Italia per gli investimenti green— ha condotto uno **studio** su una particolare **nicchia dei suoi utenti**, quella dei «prospect» che fanno parte della *community* dei **GreenVestor** ma che ancora non sono “*passati all’azione*”: **1.000 individui** di entrambi i sessi con un portafoglio di investimento attivo, **ma senza ancora alcuna operazione effettuata**.

«*L’obiettivo è quello di capire quali siano le motivazioni che hanno spinto alcuni di loro a registrarsi su una piattaforma di investimenti digitali certificata ESG e quali siano le principali barriere che hanno portato a non completare subito l’investimento*» spiega **Giorgio Mottironi**, CSO e co-fondatore della **società benefit Ener2Crowd** che nell’ultimo anno ha toccato i suoi massimi di sempre: oltre **23 milioni di euro** di fondi raccolti ed oltre **110 progetti finanziati** di cui 48 negli ultimi 12 mesi, con un **7,8% di rendimento lordo medio** per gli investitori e —cosa più importante— la certezza che ogni euro investito contribuisce ad **evitare 0,4 chilogrammi di emissioni di CO2**.

Il sondaggio è stato realizzato in modalità **CATI** su un campione di 1.000 individui di entrambi i sessi con un portafoglio di **investimento attivo** ma senza ancora alcuna operazione effettuata, di cui il 56% di soggetti “adulti” di 35 anni ed oltre (**35+**) ed il 44% di soggetti “giovani” **under-35**.

«*I dati raccolti hanno messo in evidenza che l’interesse per i temi della sostenibilità (48% delle risposte) è il principale driver dell’avvicinamento a soluzioni di investimento green, seguito dalla pura e semplice curiosità di conoscere nuovi strumenti (23%) ed —al terzo posto— dalla voglia di fare la differenza (11%). Non troppo staccata, con il 10%, vi è poi anche la risposta di essere stati consigliati da amici o conoscenti che già hanno fatto questa esperienza*» sintetizza **Giorgio Mottironi**, CSO e co-fondatore della **società benefit Ener2Crowd**, *Chief Analyst del GreenVestingForum*, il forum della finanza alternativa verde, nonché *Special Assistant to the Secretary-General for Environmental and Scientific Affairs dell’Organizzazione Mondiale per le Relazioni Internazionali (WOIR)*.

«*Il tema della sostenibilità —prosegue Mottironi— riscontra maggiore successo tra gli adulti con il 50% dei casi, contro il 40% dei più giovani. In campo finanziario, sembrerebbe insomma che gli adulti siano più attenti agli aspetti ESG, testimoniando come nell’altro gruppo sia forse meno chiaro il ruolo e la forza che una finanza sostenibile di matrice sociale possa avere nel supportare la transizione energetica e nel combattere il cambiamento climatico*».

l’idealista

PERIODICO MENSILE

Registrazione presso il Registro della Stampa del Tribunale di Roma Nro. 75/2021 del 05/05/2021

Direttore Responsabile
Alejandro Gastón Jantus
Lordi de Sobremonte

Free Press edito dall’ICSR
International Center for Social
Research, senza scopo di lucro



The *International Center for Social Research* is an association engaged in the scientific study of society, having as its aim the furtherance of the **science of Sociology**.

The primary mission of the Center is to support, conduct and facilitate social scientific research, stimulating and improving research, instruction, and discussion, and encouraging cooperative relations among persons engaged in the scientific study of society.

The Center is organized and operated exclusively for scientific, educational and charitable purposes. It does not profit from its scientific activities, does not attempt to influence legislation as a substantial part of its activities, and does not participate at all in campaign activity for or against political candidates.

Per quanto riguarda le barriere che hanno impedito ai potenziali **GreenVestor** di giungere ad un investimento concreto, **esse sono per lo più di tipo obiettivo o funzionale**, legate a condizioni di **non convenienza** o di impossibilità dell'utilizzo dello strumento. Snocciolando i dati, il 23% dichiara di **non avere ancora trovato l'opportunità** in grado di soddisfare il loro *appetito di investimento* per via dei **tassi offerti** (che nel caso di prodotti ESG si attestano attorno al 7% lordo annuo) e della durata (che si attesta intorno ai 2 o 3 anni). Il 17% lamenta poi la **mancanza di disponibilità di fondi**, l'11% dichiara di aver **bisogno di conoscere meglio** lo strumento e poi ancora il 9% non ha investito **a causa della tassazione** complessa e penalizzante.

Ma la fetta più grande (40%) è ascrivibile ad «altro» di cui fanno parte **fattori psicologici ed individuali**: la maggior parte delle persone o **non ho trovato le risorse** (tempo ed energie) o ha preferito destinarle ad altre opportunità. *«Nella psicologia dell'individuo l'analisi costi-benefici è stata valutata per lo più sconsigliata rispetto alle abitudini consolidate o ad opportunità non sostenibili ma con un maggiore appeal»* sintetizza **Niccolò Sovico**, CEO di **Ener2Crowd.com**.

«Eppure oggi —come messo in evidenza da uno studio del think-tank MMMM (Make My Money Matter)— le persone dovrebbero essere ormai consapevoli che, in termini di riduzione delle emissioni di CO₂, il “greening” delle proprie attività finanziarie ha impatti decisamente maggiori rispetto a qualsiasi altra scelta di consumo, sia che si tratti di una dieta vegana, sia che si tratti di smettere di volare» enfatizza **Giorgio Mottironi**.

È infatti innegabile che far confluire fondi in modo efficace ed efficiente sulle **opportunità di sviluppo delle rinnovabili e dell'efficienza energetica**, meglio se disinvestendo da aziende o prodotti palesemente non sostenibili o che non possono fornire garanzie sul loro profilo ESG, è oggi **una delle azioni “climate positive” più importanti** che un cittadino possa compiere.

«Tale aspetto è ancor più strategico se inserito nel contesto europeo, dove geopolitica ed economia sono sempre più influenzate dalle potenze che ne alimentano la vita —in particolare con fonti fossili— invece di puntare sulla transizione energetica» sottolinea **Niccolò Sovico**.

Nella nuova arena competitiva, **Ener2Crowd.com** ha tutte le carte in regola per guidare questa transizione, non solo per le sue **“qualità intensive”** —essendo una delle pochissime piattaforme in Europa ad essersi dotata di certificazioni ESG e l'unica ad avere introdotto uno specifico indicatore, **l'Indicatore di Sostenibilità d'Investimento (ISI)**, che misura quanto ogni euro di investimento green permetta di risparmiare in termini di emissioni di CO₂— ma anche per le sue **“qualità estensive”** includendo in tale ambito tutte le attività in area benefit della società: dal contributo ai programmi per **ridurre le emissioni** all'impegno per **l'alfabetizzazione finanziaria** in ambito ESG, passando per lo sviluppo di progetti educativi a favore dell'**imprenditoria sostenibile**.

Ener2Crowd.com è di fatto l'unica **«piattaforma per investire bene»**, dove al **bene immediato e certificato** si somma l'ulteriore **bene culturale, ambientale ed economico**. *«Deve essere chiaro che non solo siamo sostenibili, ma noi stessi “produciamo sostenibilità” a livello culturale ed economico»* dicono orgogliosamente i fondatori della piattaforma.

«Siamo l'unica piattaforma —proseguono i fondatori— con prodotti finanziari realmente rispondenti ai criteri ESG, con rating ESG di ciascun proponente, “enerSCORE+” per la classificazione ed analisi sulla base dei “Sustainable Development Goals” (SDGs) dei progetti, calcolo puntuale delle emissioni di CO₂ evitate sulla base dell'Indicatore di Sostenibilità d'Investimento (ISI), portafoglio di investimento rigorosamente “carbon positive” (grazie all'ISI ogni investitore sa quante emissioni sta contribuendo ad evitare) e programmi di alfabetizzazione ed educazione finanziaria ad hoc».

PRESS OFFICE AJCOM®

Dal 2022 canali tradizionali e digitali per far crescere il business

«Mettiamo al primo posto la totale condivisione dei valori etici del nostro lavoro, perché oggi il mondo ha sempre più il suo punto cardine nella comunicazione e ne dipende: la notizia è un pilastro che richiede una grande assunzione di responsabilità» sottolinea **Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte**, sociologo e giornalista professionista di lungo corso, titolare dell'Agenzia di Stampa AJCOM®

Info: www.aj-com.net



I servizi di **News Delivery** e **Web Marketing** di AJCOM® sono coordinati da un team di **giornalisti professionisti** con alle spalle anni di esperienza di redazione in quotidiani, magazine, radio e televisioni, mettendo insieme competenze nel campo giornalistico, della comunicazione grafica e visuale, del web e dei social network.

AJ-Com.Net ha le giuste competenze per poter gestire le attività di comunicazione per renderti famoso, posizionandoti sui media e distribuendo le informazioni che consideri debbano essere condivise con i media e con il pubblico.

Valorizziamo sulla stampa e sui media l'immagine dei nostri committenti (*brand awareness*) migliorandone la percezione esterna e la reputazione, creiamo e consolidiamo le **relazioni con i *decision maker* e gli *influencer*** costruendo strategicamente consenso in contesti istituzionali, promuoviamo strategie e *policy* generando credibilità in ambito istituzionale.