

Sintesi delle posizioni espresse da Volkmar Lübke

Tutela dei consumatori e standard degli investimenti "etici"

Investimenti "etici": nuovi impegni per le organizzazioni dei consumatori

I cosiddetti investimenti "etici", ossia quelle transazioni in cui l'attenzione non si concentra solo sul rendimento del capitale investito, ma anche e soprattutto sulle attività che con esso vengono sostenute, hanno riscosso anche in Germania un notevole successo a partire dalla metà degli anni '90 del secolo scorso.

Chiaramente si tratta di prodotti che hanno attirato l'interesse dei diversi operatori di settore – offerenti, consulenti e istituti di ricerca. Con il risultato che anche questo mercato, non diversamente da tutti gli altri, ha accusato una progressiva perdita di trasparenza mano a mano che aumentavano la quantità e i soggetti dell'offerta specifica.

Questa nuova forma d'investimento pone le organizzazioni dei consumatori di fronte a un dilemma: nella logica del "consumo responsabile", esse non possono che salutare con favore l'introduzione di principi etici anche nel settore finanziario. D'altro canto, il potenziale ingannevole insito nell'investimento "etico" induce a chiedere anche in questo frangente regole e controlli più rigidi a difesa dei consumatori. Si tratta insomma di esporre le dovute critiche in modo da non ingenerare nei consumatori l'idea che anche in questo segmento di mercato non ci si possa fidare sempre e comunque delle finalità etiche dei prodotti offerti.

Le parole usate per definire gli investimenti "virtuosi" devono essere tali da impedire un loro uso distorto a fini ingannevoli.

La domanda fondamentale che si pone chi sceglie un prodotto finanziario "etico" è se "il contenuto corrisponda davvero a quanto promette la confezione", ovvero a ciò che il consumatore si aspetta: un investimento gestito nel rispetto delle finalità etiche perseguite dall'investitore.

Ad oggi non sono ancora state varate normative vincolanti, né standard qualitativi uniformi in grado di risolvere le criticità sopra descritte. Questa lacuna va colmata al più presto, se vogliamo poter valutare in modo oggettivo la particolare (o meglio, la reale) qualità dei prodotti finanziari "etici".

No all'abuso di termini allettanti

Il rischio di mistificazione si annida già nella denominazione di un prodotto o servizio finanziario. Per ciascuna tipologia sarebbe quindi opportuno introdurre termini unitari, che risultino quanto più possibile chiari ed esplicativi e che debbano essere obbligatoriamente adottati (magari nella forma di una sottodenominazione) da tutti gli offerenti nel presentare i loro prodotti.

Le offerte finanziarie che non pongono alcun limite etico-morale al loro orizzonte di investimento non dovrebbero potersi avvalere di espressioni come "prodotto etico" o "etica", né nel proprio nome, né nel prospetto di presentazione.

Nel caso degli investimenti "virtuosi", i nomi specifici e gli appellativi di genere devono evocare in modo preciso e comprensibile a tutti la composizione e i criteri di scelta correlati al prodotto al quale si riferiscono.

Attenzione agli investimenti "sostenibili"

È assolutamente necessario vigilare sul potenziale ingannevole degli investimenti cosiddetti "sostenibili", eventualmente anche vietando determinate formulazioni fuorvianti. Gli obblighi di legge in tema di consulenza finanziaria vanno opportunamente adeguati al settore in questione.

Non tutti i valutatori d'impresa e gli analisti "etici" sono davvero indipendenti

I conflitti d'interesse riguardanti gli offerenti e gli operatori della finanza "etica" non possono essere risolti semplicemente attraverso la concorrenza e le regole autoimposte, ma devono essere disciplinati mediante leggi adeguate.

Mancano standard vincolanti per la valutazione delle imprese "etiche"

Ai fini della valutazione di imprese operanti nella finanza "etica" è necessario stabilire standard vincolanti che permettano un confronto oggettivo delle varie offerte.

I requisiti qualitativi minimi utilizzati dai valutatori d'impresa devono essere noti al comune consumatore e verificati mediante apposite procedure di auditing.

Standard qualitativi di riferimento per i valutatori d'impresa e le agenzie di rating nel settore della finanza "etica"

...

Qualità della valutazione

I metodi di valutazione utilizzati devono soddisfare i seguenti requisiti:

- separazione tra attività di raccolta dati e valutazione
- determinazione adeguata dell'ambito di indagine (impresa nel suo complesso, singoli reparti, singoli stabilimenti produttivi ecc.)
- adozione di modelli collaudati per la selezione e la legittimazione dei criteri e degli indicatori usati nella valutazione
- adozione di modelli atti a verificare le dovute modifiche ai criteri di valutazione
- inclusione di peculiarità nazionali, regionali e/o specifiche del settore in questione
- tenuta in considerazione delle varie qualità delle informazioni nell'attività di valutazione
- orientamento del modello valutativo agli obiettivi dell'indagine, a garanzia della validità dei risultati conseguiti
- eventuale modificazione del modello valutativo, d'intesa e in base agli obiettivi del cliente
- algoritmo di valutazione predefinito, eventuale ponderazione/valutazione a garanzia dell'affidabilità dei risultati conseguiti
- motivazioni specifiche per le valutazioni del potenziale di un'impresa
- documentazione dei singoli processi decisionali e valutativi (tracciabilità)
- metodi di revisione e controllo interno di comprovata efficacia.