

RISPARMIO GESTITO

Assogestioni, patrimonio oltre i 2.500 miliardi

L'industria del risparmio gestito - stime Assogestioni - in giugno ha superato la soglia record dei 2.500 miliardi di (2.504 per la precisione) consolidando il trend di crescita che sta caratterizza il settore da mesi.

— a pagina 23

L'intervista

Tommaso Corcos

Presidente di Assogestioni

«Un dialogo ordinato società-soci è utile E andrebbe investito l'intero consiglio»

Antonio Criscione

In questo periodo c'è una grande attenzione alle modalità di dialogo tra investitori istituzionali e società. Quello che viene chiamato engagement. In Italia Assogestioni, l'associazione che riunisce i gestori, aveva varato nel 2013 dei Principi di Stewardship per dare delle indicazioni sul tema ai propri associati. Nelle settimane scorse Assonime ha varato le proprie linee sul punto, dal lato emittenti. Da diverso tempo Assogestioni ha avviato una consultazione con molteplici stakeholder per trasporre in Italia gli SDX americani. È ora pronta una prima versione e si tratta di un pacchetto molto ampio che, come anticipa Tommaso Corcos, presidente di Assogestioni a Il Sole 24 Ore, «può essere articolato con flessibilità e proporzionalità».

Lei dice che questo dialogo è utile alle società e agli investitori. Iniziamo da questi ultimi. Perché? Innanzitutto, una premessa. L'engagement per noi investitori è un obbligo che nasce con la direttiva Shareholder rights 2. E poi abbiamo voluto mettere ordine in una materia che spesso era caotica, con casi di investitori che contattavano consiglieri. Un dialogo ordinato è utile agli investitori, che possono così comprendere meglio le scelte e i meccanismi di governance dell'azienda. Una comunicazione diretta può spesso essere il modo più efficace per rappresentare le analisi e le valutazioni

dell'investitore istituzionale.

E per gli emittenti?

Per gli emittenti il primo punto che vedo di vantaggio è di rappresentare meglio e direttamente agli investitori i punti di vista dell'emittente su certe tematiche, molte delle quali devono poi passare al vaglio dell'assemblea. Poter illustrare direttamente il punto di vista della società aiuta il confronto sui giudizi dati dai proxy advisor proprio illustrando le motivazioni delle proprie strategie e si aiutano tutti gli amministratori ad agire informati. Le pratiche organizzative che prevedono tempistiche precise e predefiniscono le tematiche oggetto dell'engagement portano a superare le potenziali criticità. Nell'engagement si salvaguarda sempre la parità informativa e non si trattano argomenti coperti dalla market abuse.

Su questo tema avete varato dei principi. E sull'esempio americano degli Sdx state varando gli I-SDX. È un modello utilizzabile nel nostro ordinamento?

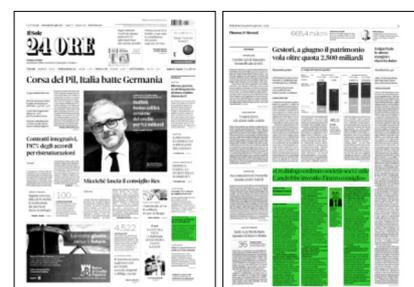
Abbiamo fatto riferimento all'SDX code ma anche all'Eiama stewardship code e poi abbiamo lavorato sia con l'associazione dei segretari dei consigli di amministrazione AISCA che con i principali studi legali. Abbiamo incontrato diverse società quotate che ci hanno dato dei riscontri utili per affinare questa prima versione degli SDX italiani. È stato un processo lungo ed articolato, che

resta aperto ad ulteriori evoluzioni.

Nella vostra proposta fate riferimento alla centralità del consiglio di amministrazione. Su come articolare il dialogo però ci sono alcune differenze con quanto ha indicato Assonime. Secondo voi sono differenze superabili?

Il consiglio di amministrazione è centrale e ad esso spetta come articolare questa attività dell'engagement. Il cda deve essere informato in via preventiva della richiesta di dialogo e successivamente viene relazionato dell'attività svolta. È essenziale che si dia a questi incontri una rappresentazione più ampia della collegialità del cda, piuttosto che schierare in campo la diarchia presidente/amministratore delegato. Non si pensi solo all'engagement a due vie, c'è molto valore anche nell'engagement one-way così che il mercato possa essere ascoltato. Questa forma di incontro è molto utile soprattutto nei momenti in cui l'azienda non può aprire un dialogo perché ad esempio sono in corso operazioni straordinarie.

Avete il timore che l'engagement possa essere visto



come qualcosa di ostile verso le aziende?

Noi investiamo in queste aziende. Siamo interessati a che l'azienda vada bene e che la sua governance in particolare funzioni. Non è un'azione ostile: siamo lì per aiutare. In queste aziende abbiamo investito i denari dei risparmiatori anche perché crediamo nel management. Per questo la nostra proposta è molto rispettosa delle aziende ed è particolarmente apprezzata da quegli emittenti che hanno sperimentato la grande utilità di un dialogo strutturato con gli investitori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**TOMMASO
CORCOS**

Presidente di Assogestioni, reduce da una consultazione con molteplici stakeholder per trasporre in Italia i principi SDX americani