

SHARING MEDIA®

Quotidiano Digitale | Reg. Trib. di Roma nro. 106/2021 del 09/06/2021 | Dir. Resp.: Viola Lala

Editore: SHARING MEDIA SRL - ROC 36886 - REA RM-1640967 - P. IVA IT-16193971005

Testata periodica telematica internazionale di attualità, politica, cultura ed economia

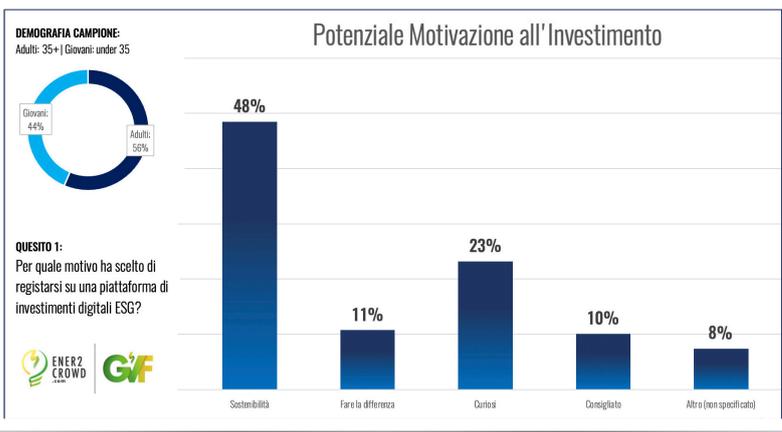
ISP: BT Italia S.p.A. - Via Tucidide 56 - 20134 Milano - Aut. DGSCER/1/FP/68284



SHARING MEDIA®

Il Media Network Sharing Media Srl

Le testate giornalistiche del network Sharing Media sono registrate presso la Sezione per la Stampa e l'Informazione del Tribunale di Roma ed in quanto tali permettono di usufruire dell'incentivo statale sugli investimenti pubblicitari. La società è iscritta al ROC – Registro degli Operatori della Comunicazione al Nro. 36886.



Investimento sostenibile, motivazioni e barriere

di Redazione

Ecco i risultati di un sondaggio realizzato in modalità CATI su un campione di «prospect» di entrambi i sessi con un portafoglio di investimento attivo.

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



Start Up Innovativa

Fondata a Roma a maggio 2021, Sharing Media Srl si è costituita come startup innovativa, specializzandosi nell'edizione di libri a marchio editoriale "Edizioni Sharing Media Srl", già registrato presso l'Agenzia ISBN, nell'edizione di testate periodiche online ed offline e nello sviluppo e prototipazione di un innovativo servizio di ottimizzazione delle inserzioni pubblicitarie. «Vogliamo produrre libri che risvegliano le coscienze, per questo l'attività libraria per noi è molto importante», sostiene Viola Lala, amministratrice unica di Sharing Media e direttrice responsabile dell'omonimo Quotidiano "Sharing Media". Il piano d'impresa di Sharing Media prevede un'alta sensibilità allo sviluppo sostenibile e l'adozione di modelli di business orientati all'innovazione sociale.

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**.

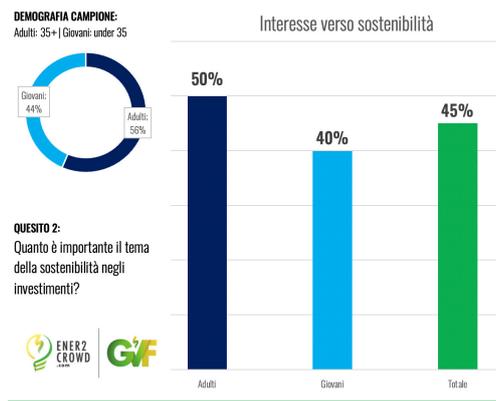
Il sondaggio è stato realizzato in modalità **Computer-Assisted Telephone Interviewing (CATI)** su un campione di 1.000 individui di entrambi i sessi con un portafoglio di **investimento attivo ma senza ancora alcuna operazione effettuata**, di cui il 56% di soggetti "adulti" di 35 anni ed oltre (**35+**)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



SHARING MEDIA®

Image licensed to SHARING MEDIA® by ICP



«Il tema della **sostenibilità** —prosegue **Giorgio Mottironi**— sembra però riscontrare un **maggiore successo e riscontro 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**».

Per quanto riguarda le barriere che hanno impedito ai potenziali **GreenVestor** di concludere il loro percorso e di giungere quindi 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 bene i dati, il 23% del campione intervistato da **Ener2Crowd.com** 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).

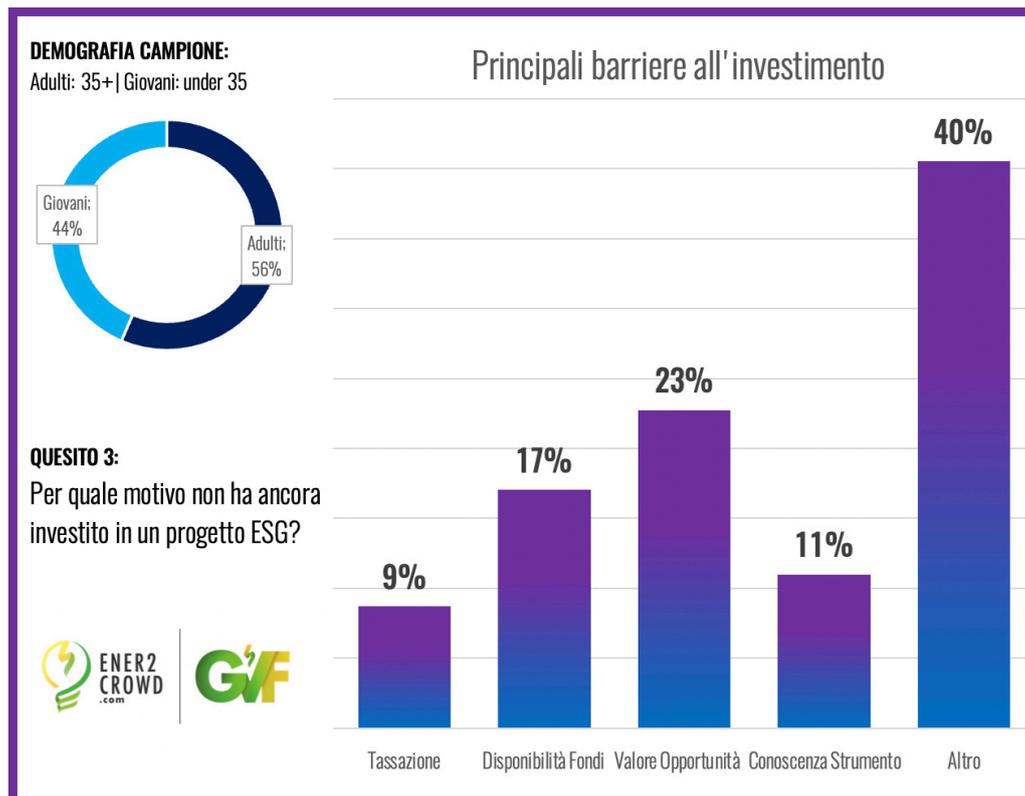
Il 17% lamenta poi la **mancanza di disponibilità di fondi**, l'11% dichiara di aver **bisogno di conoscere meglio** lo strumento e poi ancora il 9% non ha investito **a causa della tassazione** complessa e penalizzante. Ma la fetta più grande (40%) è ascrivibile alla categoria «altro» di cui fanno parte **fattori prevalentemente psicologici ed individuali**: la maggior parte delle persone o **non ho trovato le risorse (tempo ed energie)** per investire o ha preferito destinarle ad altre opportunità.

«Ciò significa che nella psicologia dell'individuo l'analisi costi-benefici è stata valutata per lo più **sconveniente rispetto alle abitudini consolidate** o ad opportunità non sostenibili ma con un maggiore appeal nella prospettiva del singolo» 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 diviene ancor più strategico se inserito nel contesto europeo, dove geopolitica ed economia rischiano di essere 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.

*«Ed è sempre importante ricordare —proseguono i fondatori— che siamo l’unica piattaforma con prodotti finanziari **realmente rispondenti ai criteri ESG**, con rating ESG di ciascun singolo 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».*

ALEJANDRO GASTÓN JANTUS LORDI DE SOBREMONTÉ SOCIOLOGO & GIORNALISTA PROFESSIONISTA

Attraverso il suo marchio AJCOM®, il giornalista **Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte** (www.aj-com.net) si occupa di portare le aziende ed i professionisti sui media, per renderli visibili, credibili ed autorevoli in Italia ed in molti altri Paesi del mondo.



Ciò che contraddistingue **Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte** nel mercato della comunicazione —ed in particolare degli Uffici Stampa— è la forte capacità consulenziale, non limitandosi ad eseguire direttive ma studiando e proponendo le strategie di comunicazione più adeguate per ogni singolo cliente.

Titolare del marchio **AJCOM**, giornalista professionista, sociologo e relatore pubblico, Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte **dal 1989 ad oggi** ha lavorato per le più grandi testate nazionali tra le quali anche i quotidiani IL TEMPO ed IL GIORNALE, i settimanali PANORAMA ed ECONOMY, i mensili CAPITAL ed IN THE WORLD, lavorando anche come *freelance* per numerose testate estere e scrivendo migliaia di articoli in italiano, inglese, spagnolo e francese.

Con il marchio registrato presso il Ministero dello Sviluppo Economico “AJCOM”, **opera dal 2002** nel campo della comunicazione, svolgendo attività di **press officer** e responsabile delle relazioni con i media per conto di società private ed enti pubblici.

Le sue aree di specializzazione includono tutti i settori: dall’ambiente all’energia, dalla moda all’enogastronomia, dal turismo al dating online.

Tra i suoi clienti anche la multinazionale canadese Solar Power Network, la ESCo Avvenia (poi acquisita da Terna), la piattaforma Ener2Crowd, il Delegato del Sindaco di Roma alla Tutela dei Consumatori e degli Utenti e perfino professionisti e sportivi del calibro di Carolina Kostner.

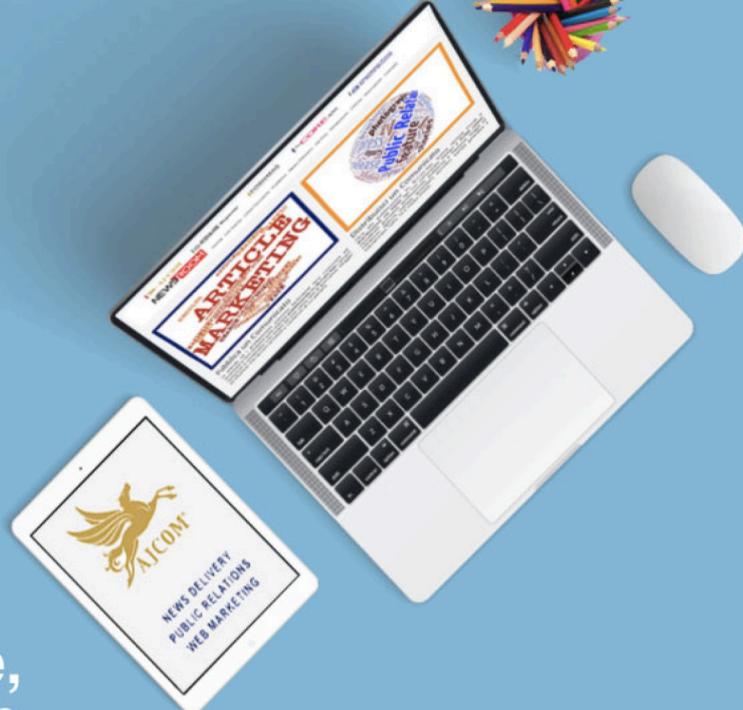
www.aj-com.net

Dal 2002 AJCOM è il primo Ufficio Stampa Web per Imprese, Enti e Professionisti.

News Delivery:
40.000 giornalisti
8.000 influencer

NewsLetter:
#144.000 VIP

**BLOG, VLOG, YouTube,
Facebook ed Instagram.**



News Delivery: dalle 40 alle 160 pubblicazioni/mese (oltre ai social).

Attraverso canali di distribuzione tradizionale e digitale, AJ-Com.Net permette alle aziende ed ai professionisti di far crescere il business aumentando la propria visibilità sui media, sui social e sul web, garantendo risultati misurabili per promuovere prodotti e servizi o per diffondere il proprio pensiero e la propria opera.

Il Target raggiunto per ciascun invio è di oltre **40 mila giornalisti** e di più di **8 mila influencer, blogger e trendsetter**.

I risultati includono dalle 40 alle 160 pubblicazioni/mese, il 90% delle quali sui media online ed il restante 10% sui media cartacei, radio e tv, con un incremento anche della visibilità nei motori di ricerca (SEO), della percezione del prodotto o servizio (BRAND AWARENESS) e quindi anche delle vendite.

Dopo ciascun invio viene fornito un report con i link ai siti che hanno pubblicato gli articoli e successivamente una Rassegna Stampa mensile in formato PDF.