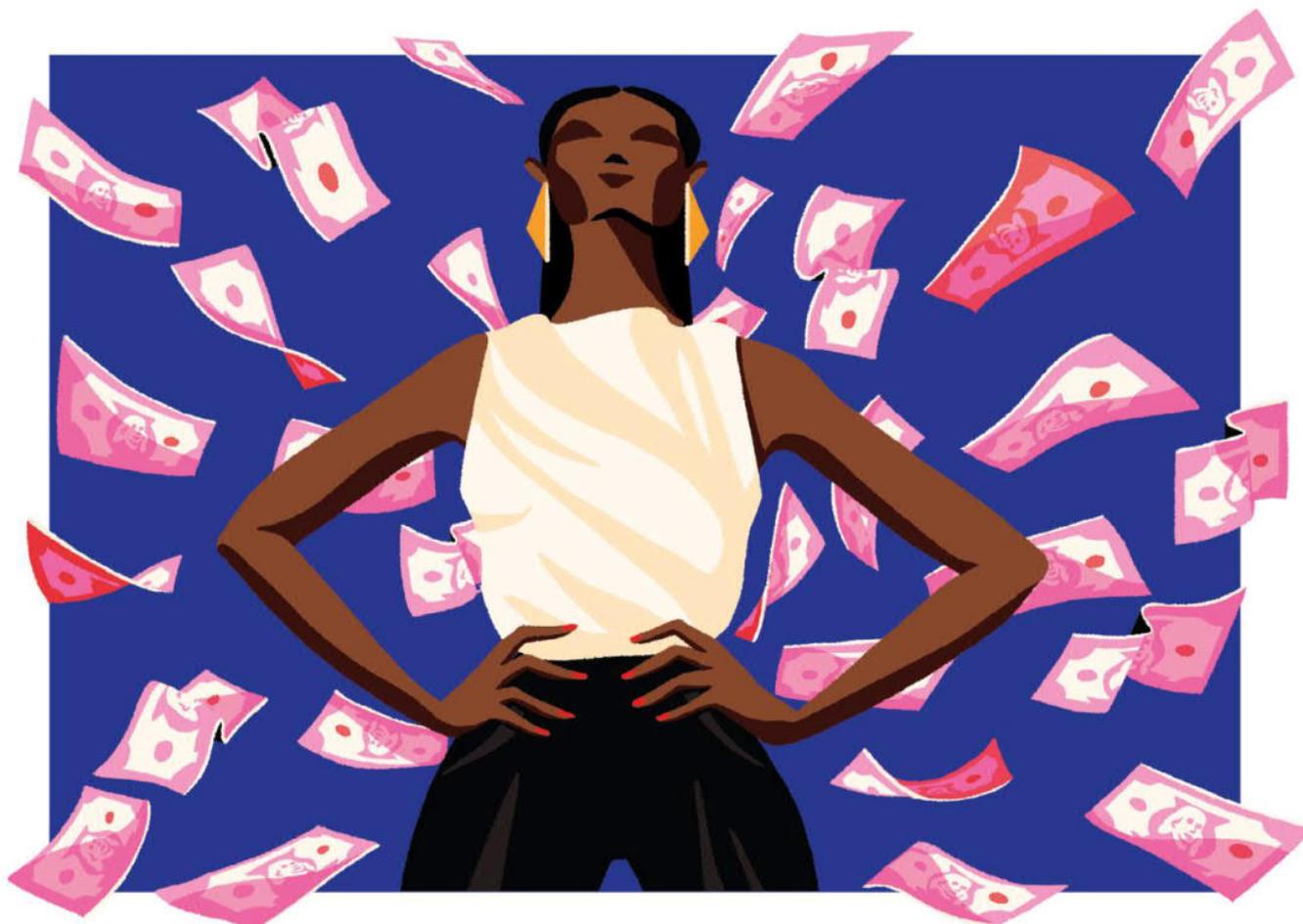


Argomento: AIPB: Si parla di Noi

DAL MONDO



Se il colore dei soldi è il rosa

SEMPRE PIÙ SPESSO SONO LE DONNE A TENERE I CORDONI DELLA BORSA, E NON SOLO IN FAMIGLIA. ALCUNE LEGGI LE AIUTANO, MA OSTACOLI E PREGIUDIZI SONO ANCORA TANTI

di **Vittoria Puledda**

Illustrazioni di **Giovanna Giuliano**

SEMBRA QUASI UNA provocazione, visto il forte pregiudizio che circonda ancora oggi il rapporto delle donne con il denaro o, più in generale, con il mondo della finanza, ma davvero il colore dei soldi sembra essere diventato il rosa. La famosa "altra metà del cielo" tiene infatti più spesso di quanto si creda i cordoni della borsa, prende decisioni di investimento per tutta la famiglia; in una parola, è il decisore finale sull'impiego dei risparmi e dei capitali.

Studi comportamentali e ricerche empiriche hanno più volte sottolineato che le donne sono mediamente più riflessive, guardano a un orizzonte più lungo e confidano meno sulle intuizioni; di conseguenza, quando investo-

no valutano con più attenzione i rischi e pensano di più ai bisogni futuri. La considerazione meno evidente è che le donne con un portafoglio importante e con un ruolo attivo nella gestione del portafoglio non sono poi così poche; anzi, con un minimo di forzatura logica, sono la "categoria" più numerosa di un campione rappresentativo di Papeironi nazionali, quello che affida i risparmi ai private banking aderenti all'Aipb (Associazione italiana private banking). È ovvio che, in sé, l'essere donna non costituisce una categoria; però a livello di database ricade sotto questa voce circa il 35% del risparmio gestito dal mondo del private banking; ben più per esempio degli imprenditori (pari



al 20%). In soldoni, si tratta di circa 300 miliardi di ricchezza mobiliare (esclusi immobili e imprese di famiglia).

«È una cifra considerevole e sorprendente per chi è abituato a pensare che la gestione dei grandi patrimoni sia riservata a capofamiglia di genere maschile», sottolinea Antonella Massari, segretario generale Aipb. Da qui è nata l'idea della ricerca realizzata in collaborazione con l'istituto specializzato Ipsos e con Candriam, colosso europeo specializzato nella gestione patrimoniale (con circa 140 miliardi di asset in gestione) su *Il valore della donna investitrice*. Il campione su cui si è focalizzata l'attenzione è più ristretto, 60mila donne, che rispondono a tre requisiti: sono professionalmente attive e con un elevato standing professionale, con un patrimonio finanziario di almeno 250mila euro (il livello di entrata nel mondo del private banking) e che si occupano attivamente della sua gestione. In tutta Italia rappresentano appena lo 0,2% della popolazione femminile adulta, mentre gli uomini che corrispondono

agli stessi criteri sono cinque volte più numerosi. Sono donne "di alto profilo", come le definisce la ricerca, che possono rappresentare un modello aspirazionale per altre, soprattutto se ricchezza finanziaria a parte - vengono messe in condizioni di poter esprimere al meglio le proprie potenzialità.

A cominciare dalle necessarie politiche di sostegno all'occupazione e di riduzione del gender gap, perseguito oggi dallo stesso governo Draghi. Le donne del campione di riferimento non sono giovanissime, per ovvie ragioni (hanno in media 52 anni), in due casi su tre sono laureate, nel 19% dei casi vivono sole (e in un altro 14% con i figli). Come investitrici mettono al primo posto la sicurezza (il 50%, contro il 18% degli uomini) seguita dalla ricerca del rendimento (20%); in un caso su due guardano con interesse agli investimenti con impatti Esg - quindi in un'ottica di sviluppo sostenibile - o nell'economia reale (per quanto questi ultimi restino sottorappresentati). Le donne guardano al futuro (per se stesse e per

PARITÀ NEL TOP MANAGEMENT...

3 domande a Giovanna Galli, partner di Spencer Stuart, società di consulenza nella ricerca di top manager, specializzata nei settori banche e assicurazioni.

1. Le capita di proporre donne e di essere bocciata dai suoi clienti, oppure rinuncia in partenza?

«Né l'uno né l'altro: cerco la soluzione ottimale per le esigenze del cliente, ma mi sono imposta di fare sempre uno sforzo aggiuntivo per scovare il talento "diverso".

Gli uomini tendono a circondarsi di persone simili, per condividere meglio i meccanismi di ingaggio. Per questo ritengo che, dopo la legge per la giusta rappresentanza di genere nei consigli, sia il momento di fissare traguardi più ambiziosi, per il rispetto della diversity nelle strutture manageriali anche subito sotto l'amministratore delegato».

2. Quote di genere anche tra gli alti dirigenti?

«È un passaggio fondamentale per accelerare i meccanismi di inclusione, per cui alla fine la scelta di un amministratore delegato donna non sia vissuta né come troppo rischiosa né come scelta di genere. Del resto, occorre essere in più d'uno per contare davvero. Fare squadra è fondamentale, e non solo per le donne».

3. Si riferisce a qualcosa in particolare?

«Credo sia importante introdurre un diversity ranking nei livelli a stretto riporto dell'amministratore delegato. Non solo riferito al genere, ma alle persone portatrici di disabilità o provenienti da altre culture: aumenta la ricchezza per gli individui e per l'azienda».



... E UNA FINANZA MENO MASCHILE

E tre domande ad Anna Tavano, capo della Corporate e Investment Bank di HSBC Italia, la più grande divisione della banca nel nostro Paese.

1. Com'è la situazione delle donne nel suo settore?

«Nelle grandi operazioni - e nelle grandi società - si incontrano prevalentemente uomini, e per una donna, magari giovane, è più difficile accreditarsi in quell'ambiente abitato da uomini spesso brizzolati. Per questo quando ho iniziato a muovere i primi passi nel mondo della finanza a Londra ho indossato gli abiti maschili in tutti i sensi; austera e competente, pretendevo da me stessa di conoscere ogni singolo dettaglio e tendevo a nascondere la mia femminilità».

2. Poi cosa è successo?

«Dopo diversi anni di lavoro ho abbandonato gli abiti maschili perché ho capito che essere donna è un valore di cui essere orgogliosi. Oggi, sono me stessa in tutto: anche con i sobrii tailleur non manca mai il tacco dodici. Non è solo una questione di look ma di mentalità».

3. In quali aspetti le donne devono ancora migliorare?

«Fare network con altre donne, in questo purtroppo siamo meno brave degli uomini. Dobbiamo imparare a creare una rete e a sostenerci a vicenda, ed è quello che cerco di fare dentro e fuori dalla banca, con progetti specifici di mentorship. Oggi molto è cambiato, ma rompere il soffitto di cristallo è ancora un obiettivo non pienamente raggiunto, e le donne devono aiutarsi tra loro».

i bisogni prospettici della famiglia), per cui puntano a impiegare il 60% delle risorse in progetti di medio-lungo termine; una minoranza, il 4%, anche in un anno difficile come il 2020 è stata favorevole a tenere parcheggiata sul conto corrente la nuova liquidità. «La ricerca mette in luce quanto le investitrici di alto profilo abbiano una concezione degli investimenti finanziari *long term thinking*», sottolinea Matthieu David, capo della branch italiana di Candriam. **Dunque, le donne sono investitrici mature, consapevoli e non avventate, in media più degli uomini** con analoghe caratteristiche. Ma quante sono riuscite davvero a infrangere il "soffitto di cristallo"? Ancora troppo poche. Quando non sono difese da disposizioni di legge - per esempio le quote rosa nei consigli di amministrazione - quello che una volta era definito il sesso debole continua a essere il sesso soccombente. Secondo l'ultimo rapporto della Consob sulla corporate governance, cioè le regole di (buon) governo che reggono le società quotate,

l'amministratore delegato è donna solo in 15 casi (su 240) e per di più si tratta di società medio-piccole (solo il 2% della capitalizzazione di Piazza Affari), mentre nei consigli di amministrazione la presenza sfiora il 40% (ma lì c'è, appunto, la legge a imporre la diversità di genere). Non solo, il pregiudizio sul rapporto donne-soldi è duro a morire: una ricerca realizzata dalla banca anglo-asiatica Hsbc, intitolata significativamente *She is the business*, ha verificato che per un'imprenditrice è più difficile raccogliere capitali per l'azienda. E se questo vale a livello mondiale, può essere ancora più vero in un Paese come il nostro che, nello scorso dicembre, ha visto scendere di 99mila unità l'universo delle donne lavoratrici, mentre nel 2019, prima dell'arrivo del Covid, la differenza tra tasso di occupazione maschile e femminile era di 20 punti percentuali. Una condizione aggravata dal fatto che il 17% delle donne lascia il lavoro dopo la nascita del secondo figlio. Condizione che, purtroppo, la pandemia ha solo peggiorato. ■