

RELAZIONI CON I MEDIA

Tel. +39 06 83055699 - Fax +39 06 83053771
e-mail: ufficiostampa@enel.com

www.enel.it

ENEL *BEST IN CLASS* PER I FONDI ETICI STOREBRAND

- *L'attenzione di Enel per le tematiche sociali e ambientali ha attratto investimenti dei fondi etici di tutto il mondo per 1,8 miliardi di euro*

Roma, 26 febbraio 2009 – Per il secondo anno consecutivo, Enel è rientrata nel novero delle 14 *utilities "best in class"* selezionate dai fondi etici Storebrand Pionér e Storebrand Global SRI. Il Gruppo guidato dall'Amministratore Delegato Fulvio Conti è stato selezionato dai due fondi scandinavi al termine di un'analisi che ha coinvolto 53 società europee e che ha premiato l'adozione di politiche all'avanguardia in campo ambientale e sociale (*Corporate Social Responsibility*).

L'attenzione di Enel alle tematiche poste dalla CSR è già oggi riflessa nell'azionariato del Gruppo. In base ai dati di fine settembre 2008, nel capitale di Enel erano presenti 66 fondi etici detentori del 19,3% delle azioni in mano ai fondi di investimento internazionali. In base agli attuali valori di Borsa, l'investimento complessivo dei fondi etici in Enel è pari a circa 1,8 miliardi di euro.

La valutazione dei fondi Storebrand è condivisa dai maggiori analisti mondiali della CSR. Da anni infatti Enel è stabilmente presente nei più importanti indici seguiti dai fondi etici come il *Dow Jones Sustainability Index DJSI (World e STOXX)*, il *Global Top 25 Ethical* e il *Global Renewable Energy Equity* messo a punto da E-Capital Partners.

Il *Socially Responsible Investing (SRI)* è una strategia di investimento finanziario che considera sia gli obiettivi reddituali degli investimenti sia l'impatto sociale e ambientale che gli investimenti hanno sulla comunità.

La strategia dei fondi SRI esige anche di conoscere e valutare "dove" e "come" il proprio denaro verrà investito, in modo da operare una scelta di investimento a favore di società che agiscono in modo sostenibile ed escludendo, quindi, società che per contro assumano comportamenti non rispettosi o addirittura dannosi per l'ambiente e la società.

Nell'analisi condotta da Storebrand, i principali riferimenti sono la Dichiarazione universale dei diritti umani, le risoluzioni dell'OIL (Organizzazione Internazionale del Lavoro) e delle altre organizzazioni internazionali (compresa ad esempio *Amnesty International*), mentre in campo ambientale sono riprese le linee guida dell'UNEP (*United Nations Environmental Program*) e del WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*).