



## Ricerca «Prodotti SRI: il coinvolgimento consulente-cliente»

*ETicaNews con Real Trend-Anasf*

Salone dello SRI 2018  
Università Bocconi, Milano  
8 novembre 2018

*A cura di Elena Bonanni*

## Il sondaggio Real Trend



- **Osservatorio mensile** di Anasf
- Campione permanente di **600 consulenti iscritti**
- Questionario composto di domande relative alle **scelte di investimento dei clienti**
- Obiettivo: **rilevare i mutamenti** che avvengono nella fascia di mercato presidiata dai consulenti.
- Si compone di **domande fisse** e di una serie di **quesiti che variano** di mese in mese, **riguardanti un argomento di attualità**.

## Contenuti della presentazione

Focus su...

L'analisi

Conclusioni

# Focus su...

## CLIENTI

- Il grado di **INTERESSE** dei clienti verso i temi SRI e l'attenzione da parte dei **MEDIA**.

## FORMAZIONE

- Informazione e formazione sia in ottica di **ASPETTATIVE** sia di specifiche richieste alle **RETI**.

## AUTHORITY

- Il ruolo delle **LABEL** e i cambiamenti in atto a livello di **NORMATIVA** europea.

Focus su

L'analisi

Conclusioni

# L'ANALISI

**Scenario**

**Percezione  
conoscenza**

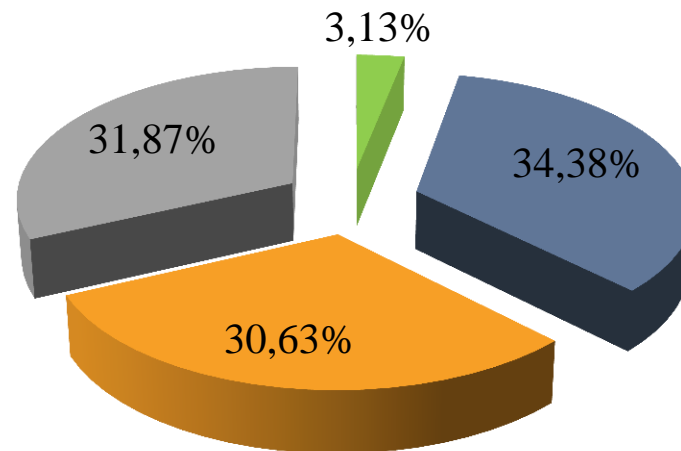
**Aspettative  
informazione  
formazione**

**Richieste  
alla Rete**

**Aspettative  
Authority**

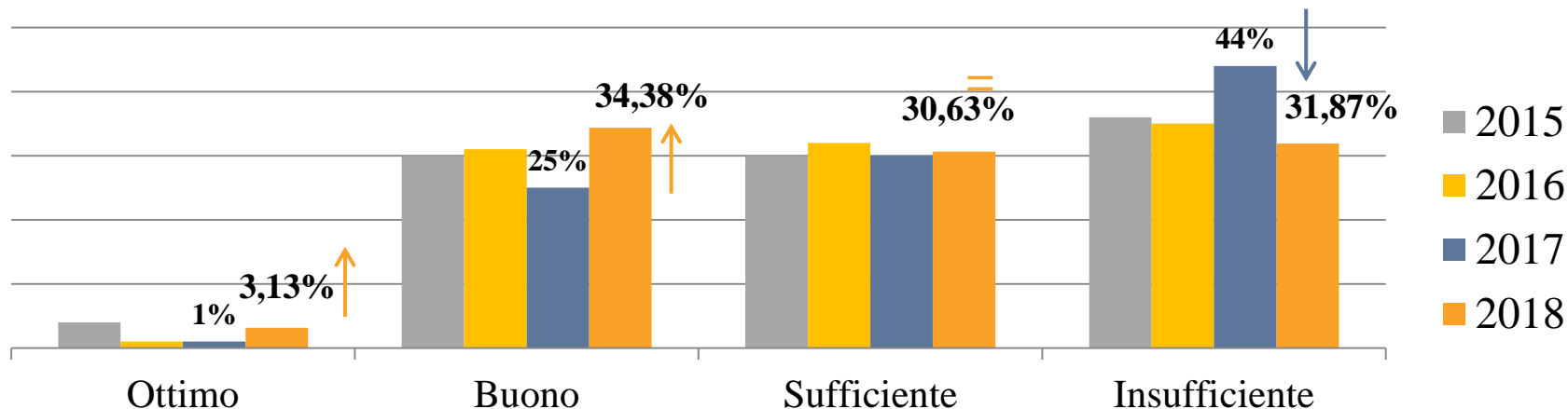
Qual è il grado di **INTERESSE** (attenzione) verso la finanza Sri dei tuoi CLIENTI?

Il campione si suddivide in maniera equilibrata tra: buono, sufficiente e insufficiente. Meno di un terzo indica che i propri clienti hanno un grado di interesse Insufficiente. Quasi il 38% ritiene l'interesse Buono o Ottimo.



■ Ottimo ■ Buono ■ Sufficiente ■ Insufficiente

## INTERESSE dei clienti - Confronto 2015/2018



D. Qual è il grado di interesse (attenzione) verso la finanza Sri dei tuoi clienti?

- Rispetto a un anno fa aumenta di nove punti (dal 25% al 34%) la percentuale di coloro che ritiene buono il grado di interesse dei clienti verso i temi SRI.
- Scende invece dal 44% al 32% la percentuale di chi lo ritiene insufficiente.



**Scenario**

**Percezione  
conoscenza**

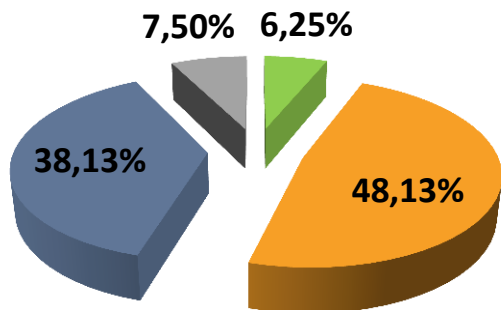
**Aspettative  
informazione  
formazione**

**Richieste  
alla Rete**

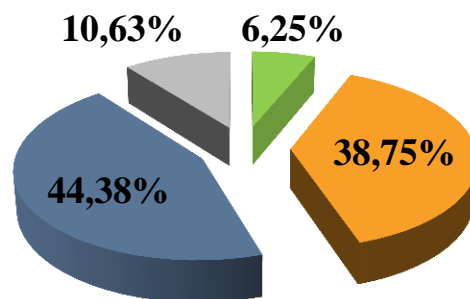
**Aspettative  
Authority**

Qual è il tuo (del consulente) grado di **CONOSCENZA** della finanza Sri?

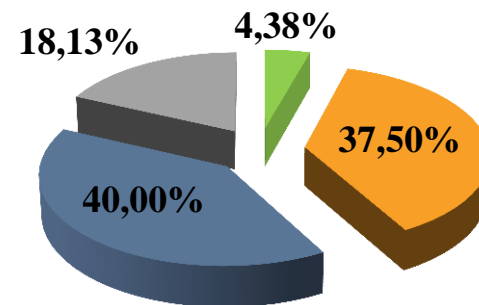
### PRODOTTI



### CRITERI ESG



### INDICI PERFORMANCE ESG



■ Ottimo

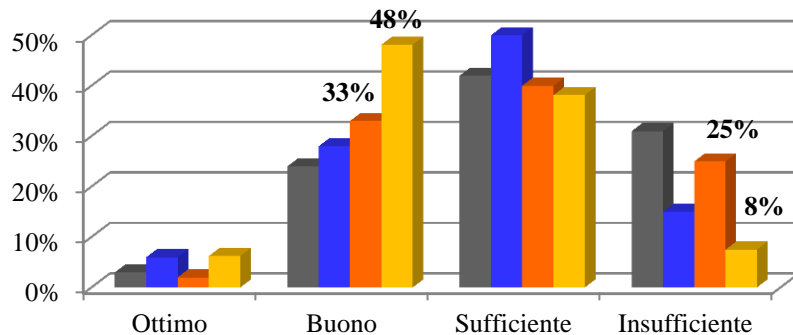
■ Buono

■ Sufficiente

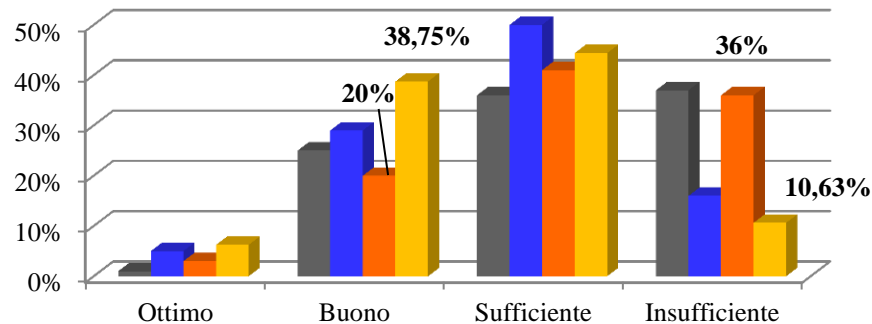
■ Insufficiente

## CONOSCENZA della finanza Sri – Confronto 2015/2018

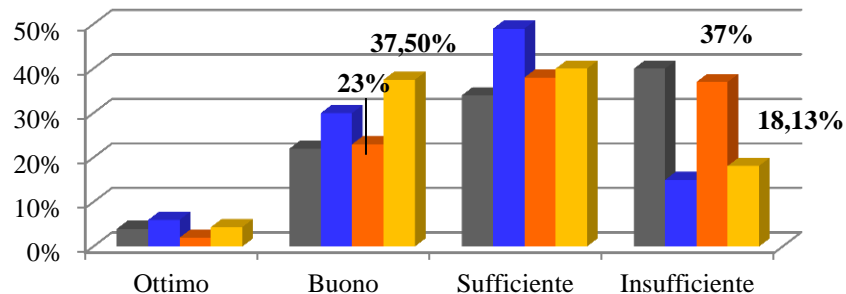
### PRODOTTI



### CRITERI ESG



### INDICI PERFORMANCE ESG



■ 2015

■ 2016

■ 2017

■ 2018

- Cresce la conoscenza sul tema da parte dei consulenti finanziari, sotto tutti gli aspetti: criteri Esg, prodotti SRI e indici di performance ESG (con una forte caduta della percentuale che giudica la conoscenza insufficiente).
- Sono i criteri ESG a registrare il miglior aumento di chi ritiene la propria preparazione buona (18 punti percentuali).

# L'ANALISI

**Scenario**

**Percezione  
conoscenza**

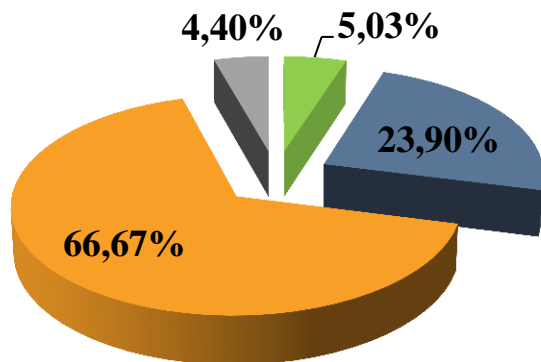
**Aspettative  
informazione  
formazione**

**Richieste  
alla Rete**

**Aspettative  
Authority**

# Aspettative informazione/formazione

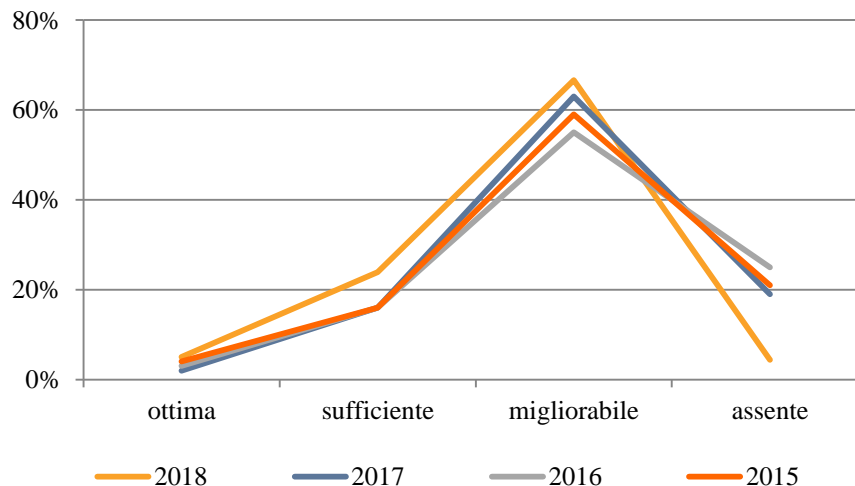
Ritieni l'**INFORMAZIONE** sulle tematiche di finanza responsabile:



■ Ottima ■ Sufficiente ■ Migliorabile ■ Assente

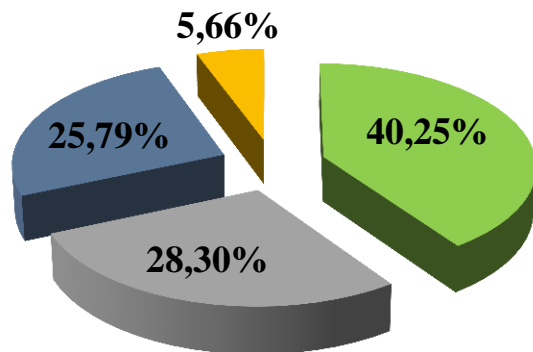
Nel 2018 crolla la percentuale di chi ritiene l'informazione assente. Allo stesso tempo, raggiunge il massimo storico chi ritiene l'informazione migliorabile. Il dato segnala un aumento delle aspettative e dell'interesse. Nel complesso si ritiene insoddisfatto per l'informazione il 71% circa del panel (era circa l'80% negli anni precedenti). Aumenta comunque anche chi ritiene l'informazione buona o ottima.

## INFORMAZIONE – Confronto 2015/2018



# Aspettative informazione/formazione

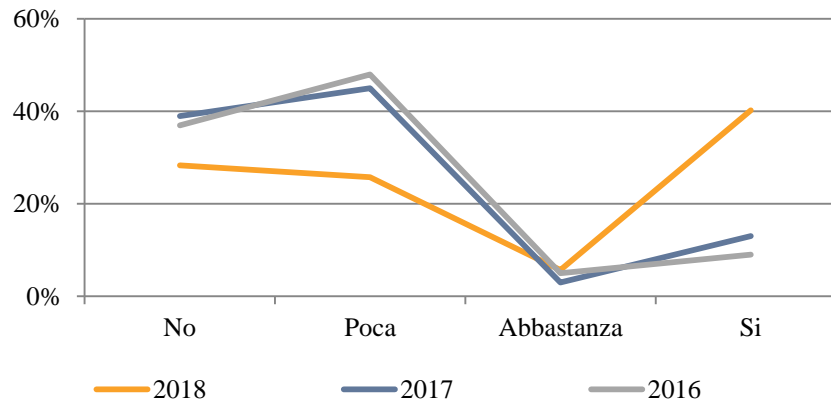
Nel corso del 2018, hai notato **MAGGIORE ATTENZIONE** da parte dei **MEDIA** sui temi Sri?



■ Si ■ No ■ Poca, come nel 2017 ■ Abbastanza, come nel 2017

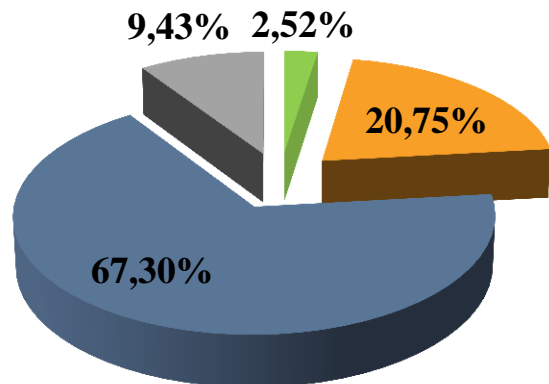
L'attenzione dei media verso la finanza responsabile e sostenibile è cresciuta. Il 40% del panel (a fronte del solo 13% del 2017), vede incrementato lo spazio dedicato alle tematiche SRI; solo il 26% nota ancora poca attenzione da parte dei mezzi di stampa italiani (era il 45% lo scorso anno).

## MEDIA - Confronto 2016/2018



# Aspettative informazione/formazione

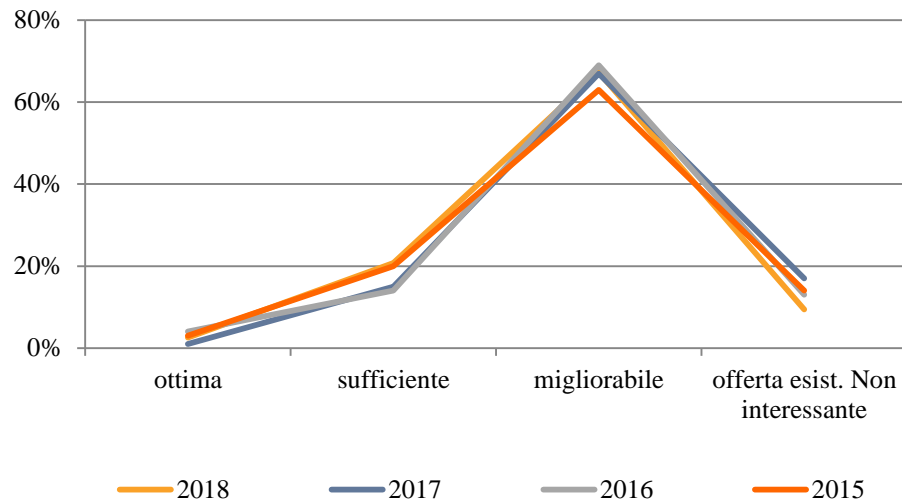
Ritieni la **FORMAZIONE** sulle tematiche di  
finanza responsabile



■ Ottima ■ Sufficiente ■ Migliorabile ■ Assente

Il 67% circa dei consulenti ritiene la formazione migliorabile. Un altro 9,4% la ritiene assente (in calo dal 17% del 2017). Il 77% è quindi insoddisfatto della formazione ricevuta. Il dato è leggermente inferiore agli anni precedenti (nel 2017 era l'84%). Aumenta lievemente nel 2018 chi ritiene la formazione sufficiente (era il 15% nel 2017).

## FORMAZIONE – Confronto 2015/2018



# L'ANALISI

**Scenario**

**Percezione  
conoscenza**

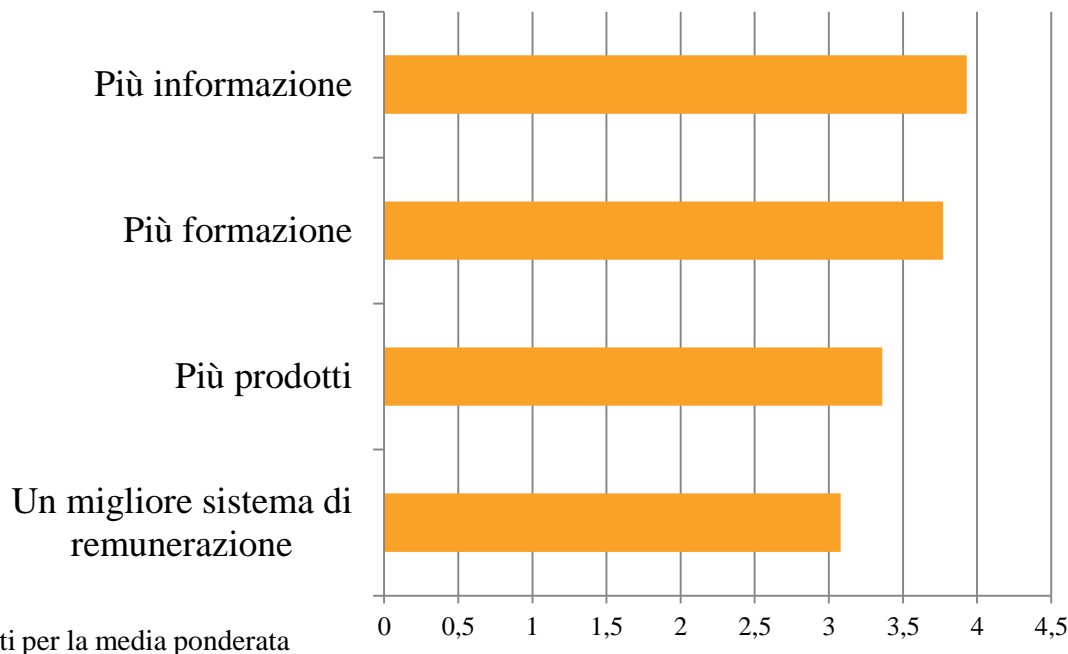
**Aspettative  
informazione  
formazione**

**Richieste  
alla Rete**

**Aspettative  
Authority**



Cosa chiedi alla tua rete in termini di finanza Sri (assegnare un voto da uno a 5)



Risultati ordinati per la media ponderata

Emerge una **forte richiesta** per maggiore informazione e formazione.

Solo in seconda battuta, si pone l'attenzione su più prodotti e un migliore sistema di remunerazione, che non rappresentano quindi la priorità nelle richieste dei consulenti.

Il risultato è analogo al 2017.

# L'ANALISI

**Scenario**

**Percezione  
conoscenza**

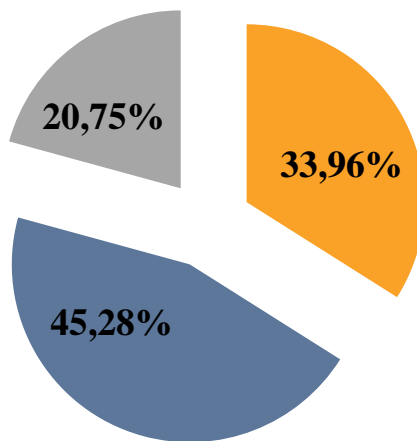
**Aspettative  
informazione  
formazione**

**Richieste  
alla Rete**

**Aspettative  
Authority**

# Aspettative Authority

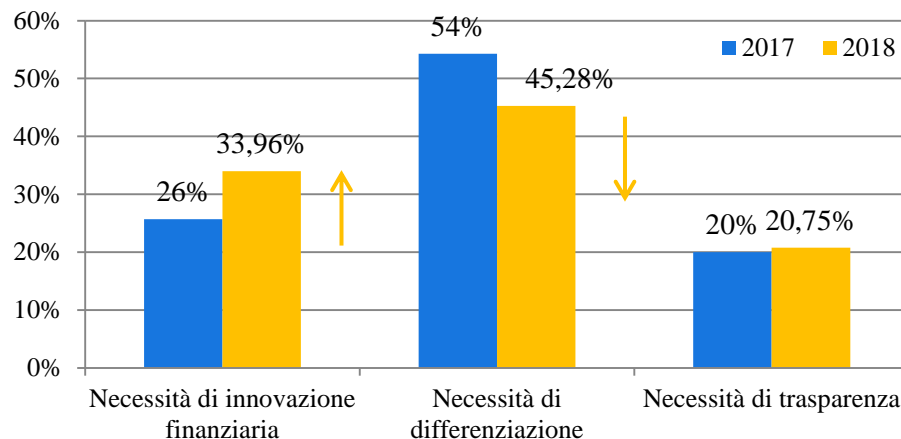
L'inserimento di **PRODOTTI SRI** nei portafogli, è una efficiente risposta alle (risposta unica):



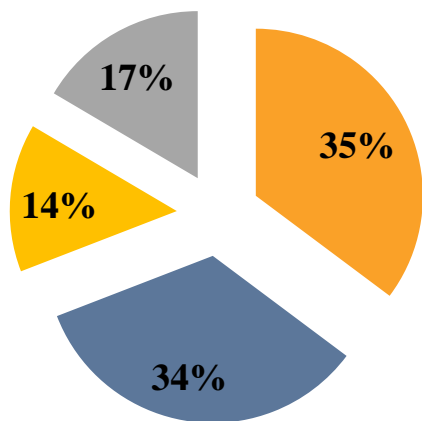
■ Necessità di innovazione finanziaria   
 ■ Necessità di differenziazione  
■ Necessità di trasparenza

L'inserimento dei prodotti Sri in portafoglio viene visto soprattutto come una efficiente risposta alle necessità di differenziazione, come nel 2017. Tuttavia, aumenta la quota di coloro che indicano come risposta la necessità di innovazione finanziaria. Inferiore e stabile la percentuale di chi fa riferimento alla necessità di trasparenza.

## PRODOTTI SRI – Confronto 2017/2018



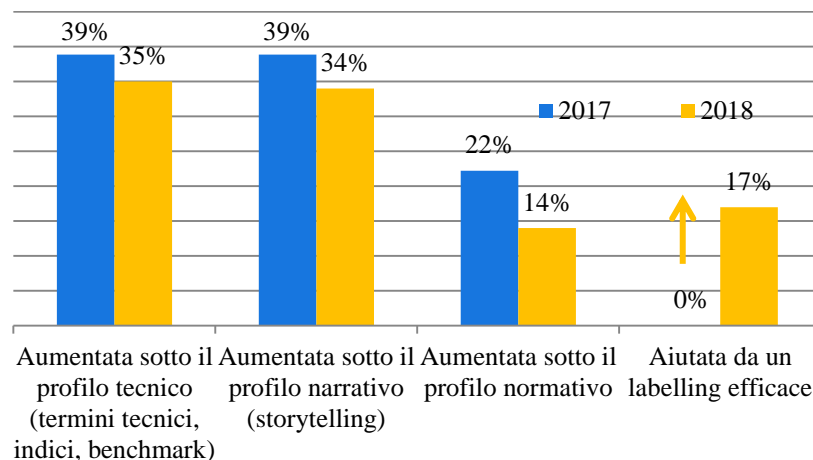
La **TRASPARENZA SRI** andrebbe (risposta multipla):



- Aumentata sotto il profilo tecnico (termini tecnici, indici, benchmark)
- Aumentata sotto il profilo narrativo (storytelling)
- Aumentata sotto il profilo normativo
- Aiutata da un labelling efficace

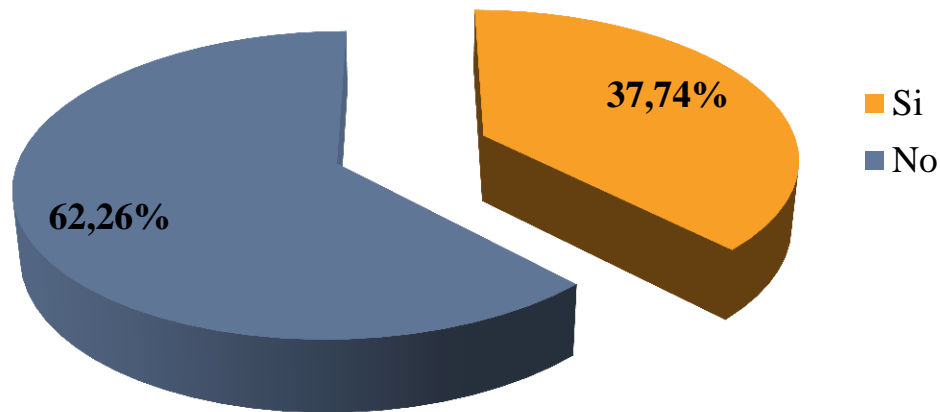
I consulenti ritengono necessario aumentare la trasparenza SRI sotto il profilo tecnico e sotto il profilo normativo. Il 17% delle risposte indica che la trasparenza deve essere aiutata da un labelling efficace. Il dato ribalta quanto emerso nel 2017 quando nessun consulente sentiva l'esigenza di un labelling.

### TRASPARENZA SRI – Confronto 2017/2018



# Aspettative Authority

È a conoscenza dell'**Action Plan europeo** e dell'avvio di percorsi legislativi che puntano a **integrare le considerazioni Esg nel processo d'investimento e di advisory** in maniera consistente, informandone puntualmente i clienti?



# Aspettative Authority

L'integrazione degli Esg nel **fiduciary duty**, ovvero nell'insieme degli obblighi dei soggetti che amministrano un patrimonio di altri, a suo avviso:

Si tradurrà in una differente strategia di analisi degli investimenti dei clienti

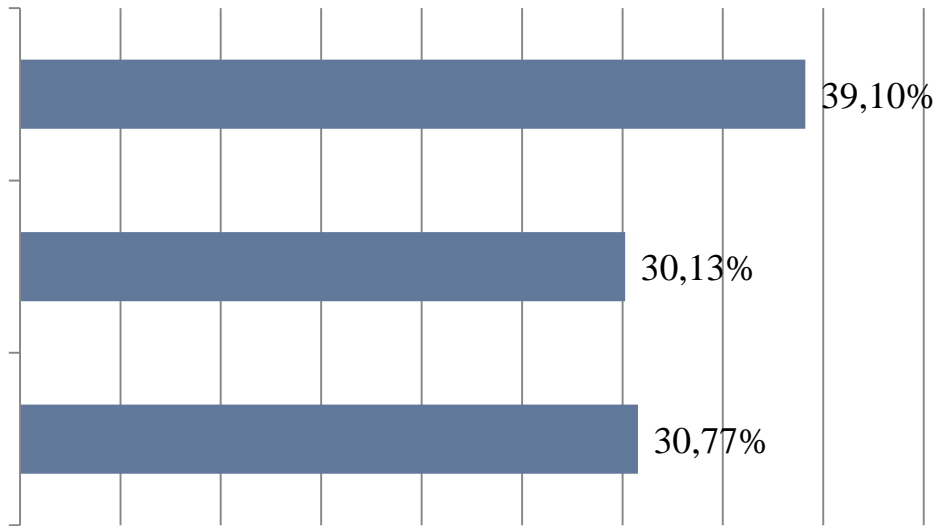
39,10%

Imporrà una differente proposta di prodotti ai clienti

30,13%

Non cambierà il rapporto di consulenza con i clienti

30,77%



Focus su...

L'analisi

Conclusioni

# Conclusioni

## SCENARIO

- Aumenta nel 2018 l'interesse dei clienti sulla finanza SRI percepito dai consulenti (c'è più spazio di dialogo del 2017).

## PERCEZIONE CONOSCENZA

- I consulenti ritengono di **conoscere meglio i prodotti SRI** rispetto a indici Sri e criteri Esg.
- Si registra un aumento della conoscenza sul tema da parte dei consulenti sotto tutti gli aspetti.
- La conoscenza dei criteri ESG è l'aspetto che registra il più elevato incremento.

## ASPETTATIVE FORMAZIONE INFORMAZIONE

- Migliora lo scenario informativo e formativo, ma per la larga maggioranza dei consulenti aumentano le aspettative e l'informazione e la formazione ricevuta rimangono nel complesso non soddisfacenti e migliorabili.
- È percepito un aumento dell'attenzione da parte dei media che, abbinato al dato sulla clientela, indica che l'attenzione complessiva verso la finanza responsabile e sostenibile sta crescendo.

## RICHIESTE ALLA RETE

- Si conferma un **chiaro consenso** per una richiesta di più **formazione e informazione**.
- C'è comunque anche richiesta per più prodotti SRI.

## ASPETTATIVE AUTHORITY

- Importante aumentare la trasparenza Sri soprattutto sotto il **profilo tecnico e narrativo**.
- Emerge un 17% di indicazioni che segnala l'esigenza di un **labelling** per migliorare la trasparenza.
- La maggioranza dei consulenti non è a conoscenza dei lavori europei in corso sugli ESG.
- Per la maggior parte dei consulenti l'integrazione degli ESG nel fiduciary duty avrà conseguenze sulla consulenza.



# Conclusioni

**2016...**

## CRESCE LA CONSAPEVOLEZZA

- L'aumento della percezione della conoscenza è il cambiamento più rilevante del sondaggio 2016 e indica un maggior desiderio di coinvolgimento.

**...2017**

## AUMENTANO LE ASPETTATIVE

- Aumentano le aspettative dei consulenti che si traducono in chiare richieste alla Rete e matura la consapevolezza sulle proprie conoscenze.

**2018**

## CRESCE L'ATTENZIONE

- Viene percepita una maggiore attenzione da parte di media e clienti. I consulenti migliorano la propria preparazione ma confermano le aspettative di informazione e formazione. Spunta l'esigenza di labelling e la prospettiva di un cambio di marcia legato all'integrazione degli ESG nel fiduciari duty.

## «Prodotti SRI: il coinvolgimento consulente-cliente»

La ricerca è stata sviluppata da **ETicaNews** in collaborazione con **Anasf** sulla base dei dati del sondaggio **Real Trend** diffuso ai consulenti dell'associazione nel mese di ottobre.



È stata presentata nel workshop «Prodotti SRI: il coinvolgimento consulente-cliente» che si è svolto durante il Salone dello SRI 2018 giovedì 8 novembre 2018.

Una versione ridotta della presentazione sarà consultabile sul sito [www.salonesri.it](http://www.salonesri.it)

Per informazioni:  
Elena Bonanni  
partner ETicaNews  
[elena.bonanni@eticanews.it](mailto:elena.bonanni@eticanews.it)  
cel. 347.4262487



Vai al sito del Salone: [www.salonesri.it](http://www.salonesri.it)  
Scrivi a : [\\_salonesri@eticanews.it](mailto:_salonesri@eticanews.it)  
[#SaloneSRI2018](https://twitter.com/SaloneSRI2018)