



## Ricerca «SRI: il coinvolgimento consulente-cliente» V<sup>a</sup> edizione

*Luca Testoni (ETicaNews) e Gian Franco Giannini Guazzugli (Anasf)*

Salone SRI 2019  
Palazzo delle Stelline  
20 novembre 2019

## 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**

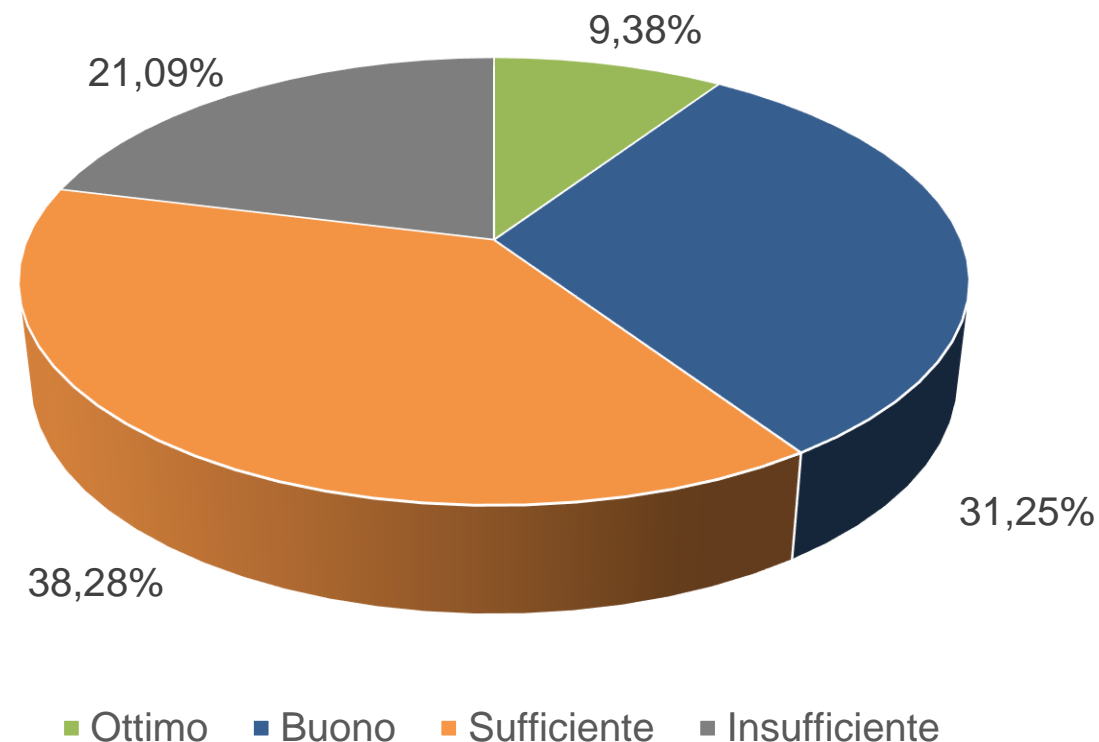
**Aspettative  
Authority**

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

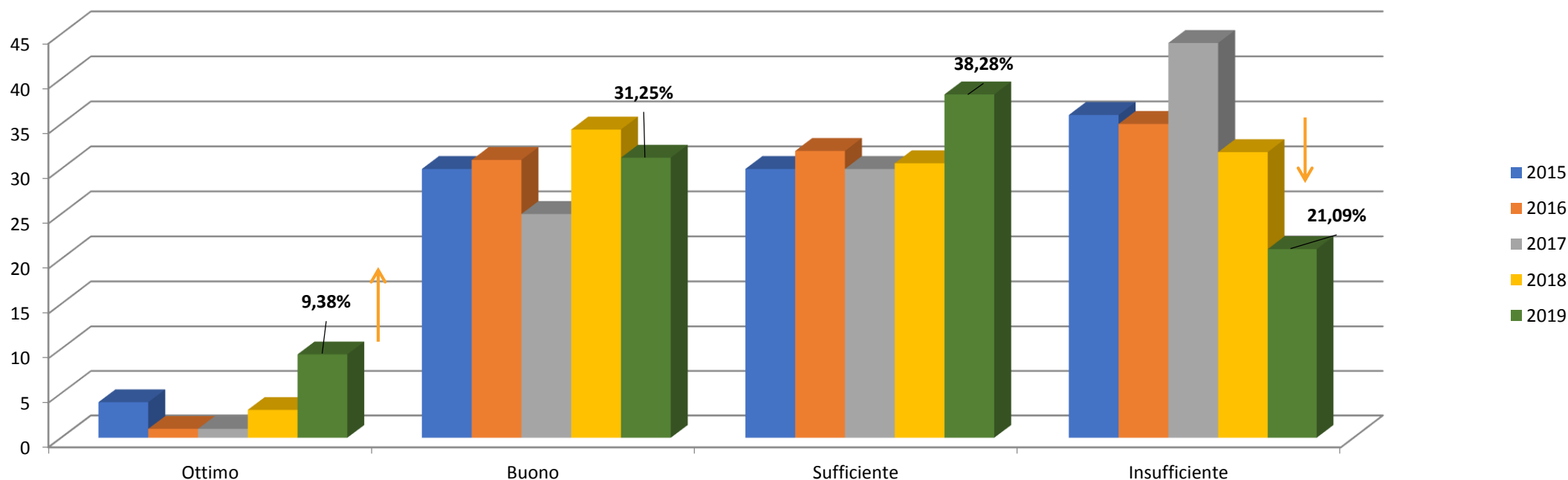
Il campione si suddivide prevalentemente tra sufficiente e buono.

Poco più di un quinto del campione indica che i propri clienti hanno un grado di interesse insufficiente.

Più del 40% ritiene l'interesse Buono o Ottimo.



## INTERESSE dei clienti - Confronto 2015/2019



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

- Rispetto a un anno fa triplica (dal 3% al 9%) la percentuale di coloro che ritiene ottimo il grado di interesse dei clienti verso i temi SRI
- Scende invece dal 31% al 21% la percentuale di chi lo ritiene insufficiente

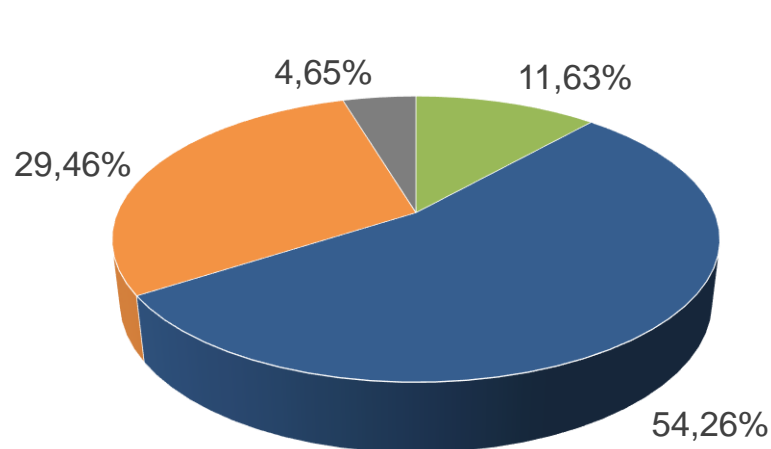


# L'ANALISI

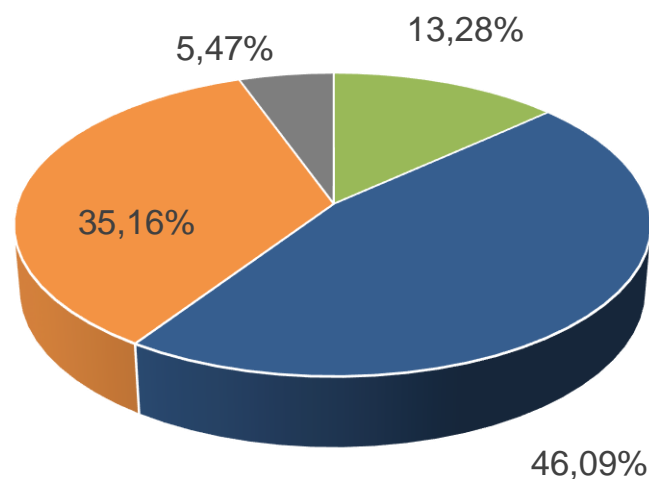


Qual è il tuo (del consulente) grado di **CONOSCENZA** della finanza Sri?

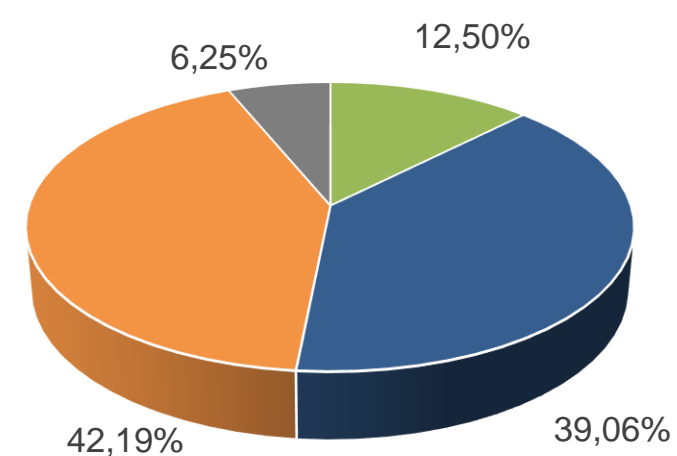
## PRODOTTI



## CRITERI ESG



## INDICI PERFORMANCE ESG



■ Ottimo

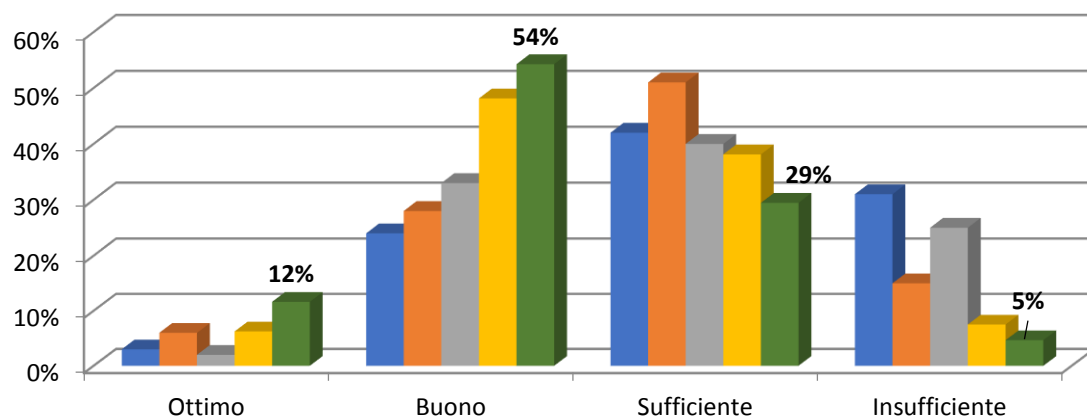
■ Buono

■ Sufficiente

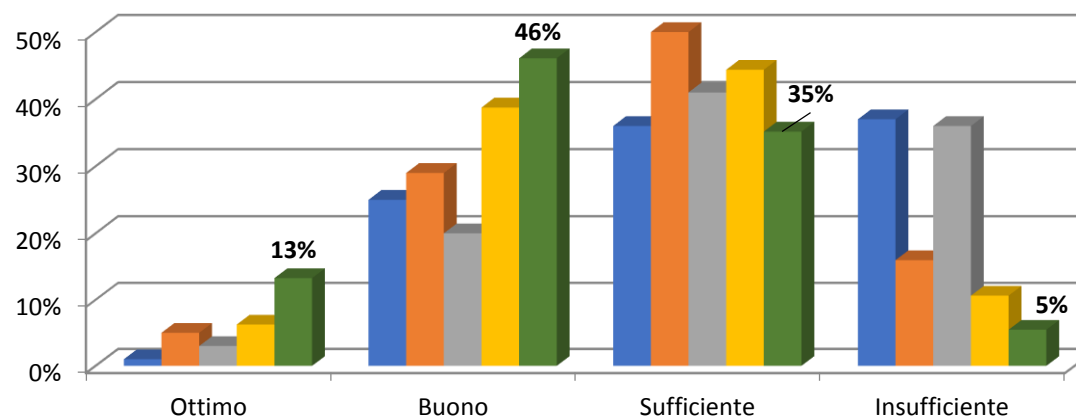
■ Insufficiente

## CONOSCENZA della finanza Sri – Confronto 2015/2019

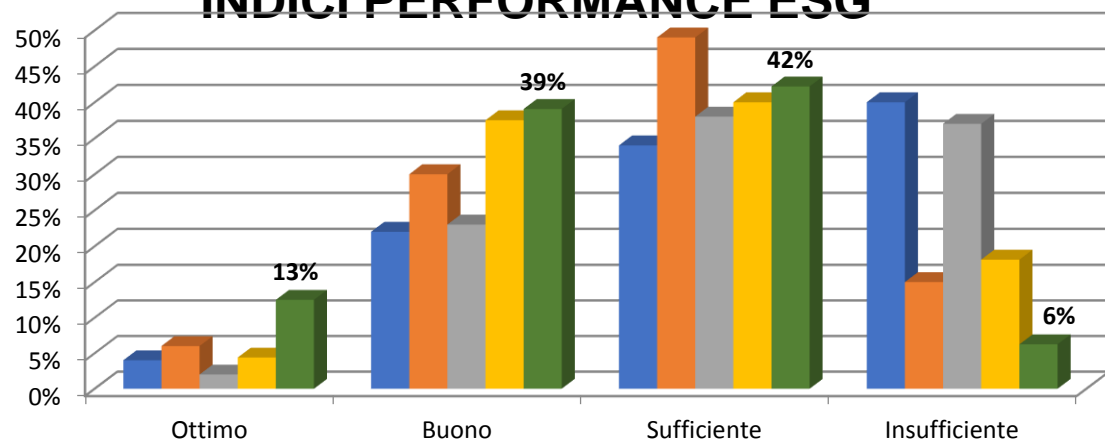
## PRODOTTI



## CRITERI ESG



## INDICI PERFORMANCE ESG



■ 2015

■ 2016

■ 2017

■ 2018

■ 2019

- 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 nei primi due casi della percentuale che giudica la conoscenza sufficiente e insufficiente)
- Sono gli indici ESG a registrare il miglior aumento di chi ritiene la propria preparazione ottima (oltre 8 punti percentuali rispetto il 2018)

# L'ANALISI

**Scenario**

**Percezione  
conoscenza**

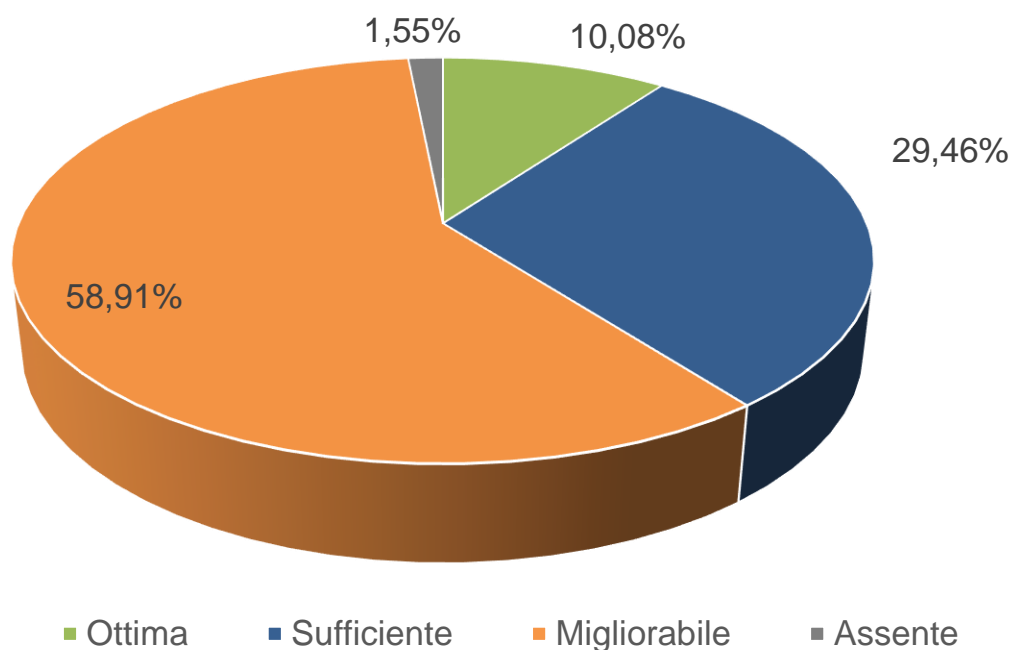
**Aspettative  
informazione  
formazione**

**Richieste  
alla Rete**

**Aspettative  
Authority**

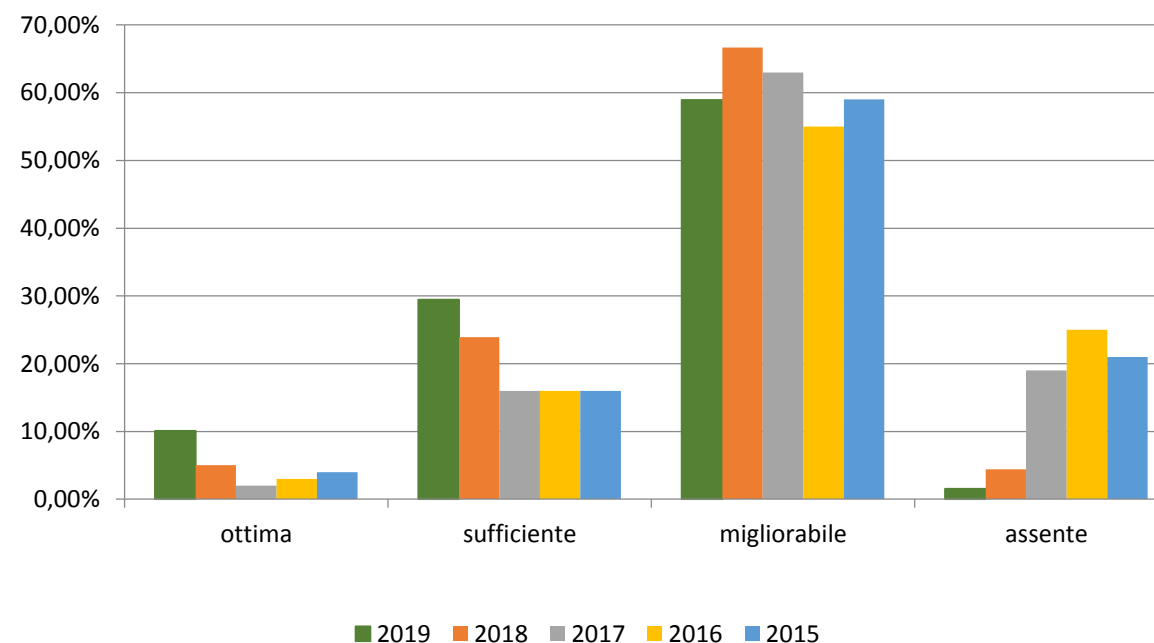
# Aspettative informazione/formazione

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



Nel 2019, al minimo storico la percentuale di chi ritiene l'informazione assente. Aumenta la percentuale di chi ritiene l'informazione sufficiente o ottima (in questo ultimo caso il valore è il doppio del 2018). Ma la quota predominante dice ancora «migliorabile»

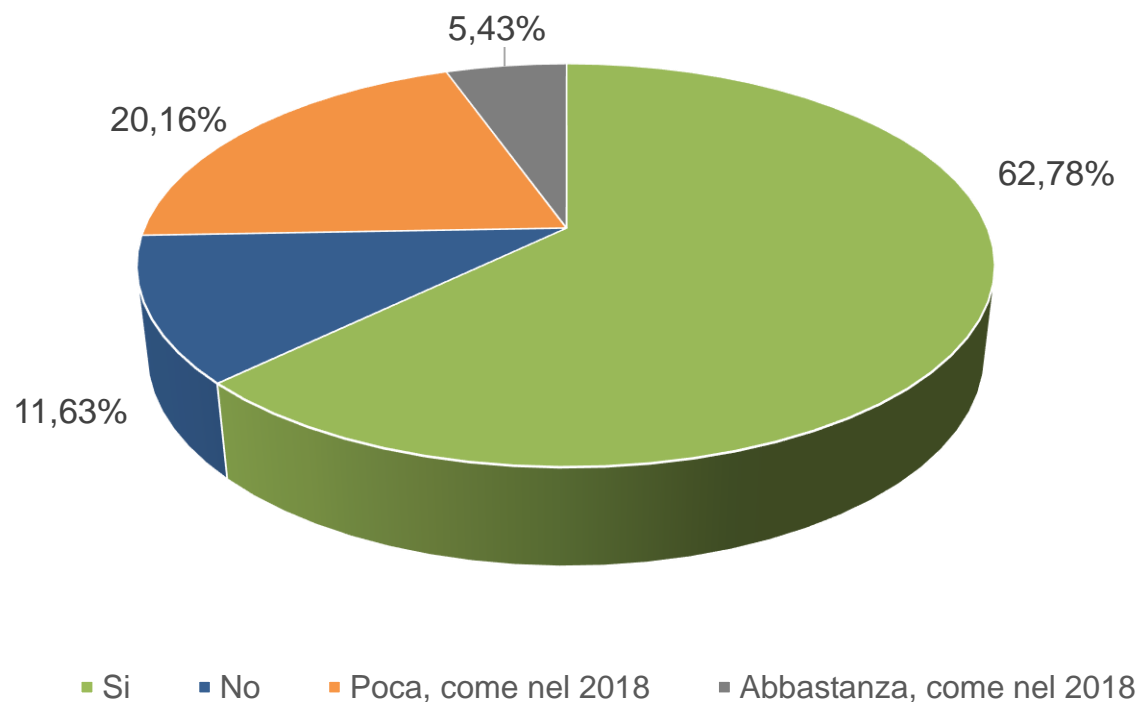
## INFORMAZIONE – Confronto 2015/2019



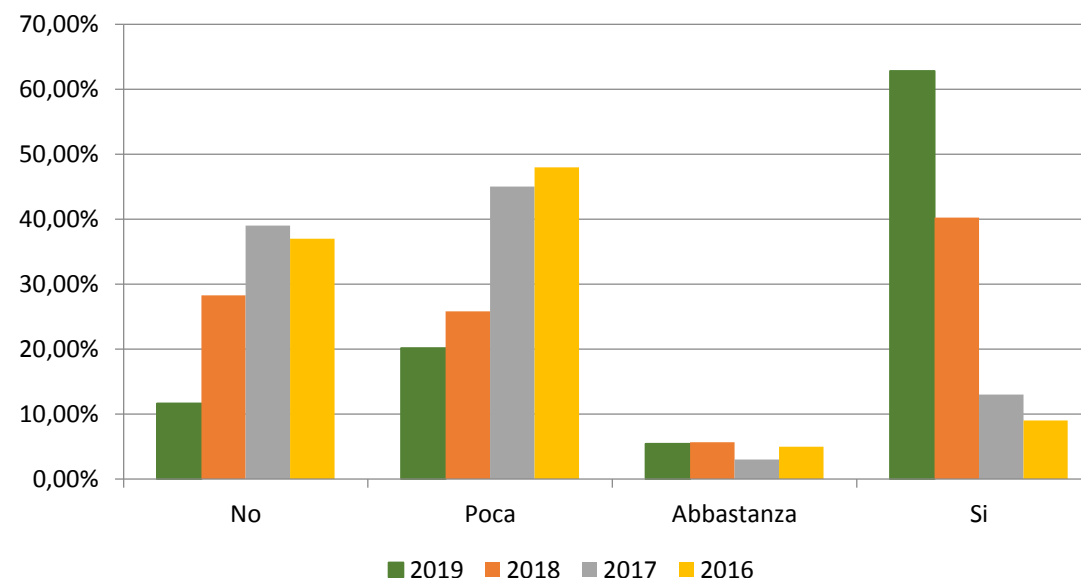
# Aspettative informazione/formazione

Nel corso del 2019, hai notato **MAGGIORE ATTENZIONE** da parte dei **MEDIA** sui temi Sri?

Evidente il balzo di chi ritiene che sia aumentata l'attenzione dei media. In questo caso la percentuale aumenta di oltre 22 punti rispetto al 2018. Si riducono le valutazioni «negative»

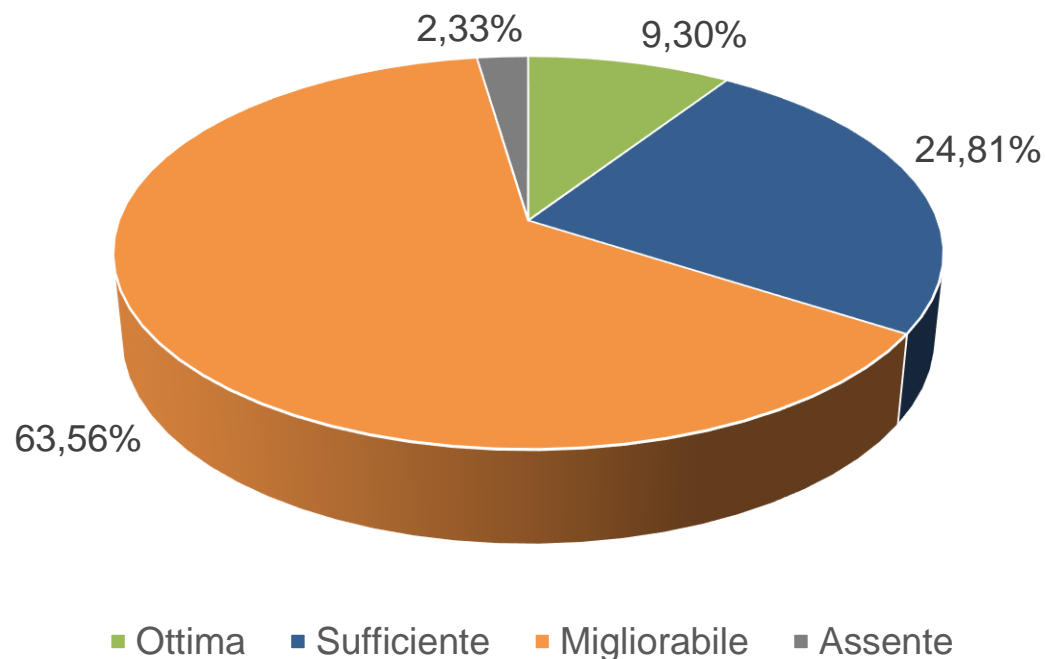


## MEDIA - Confronto 2016/2019



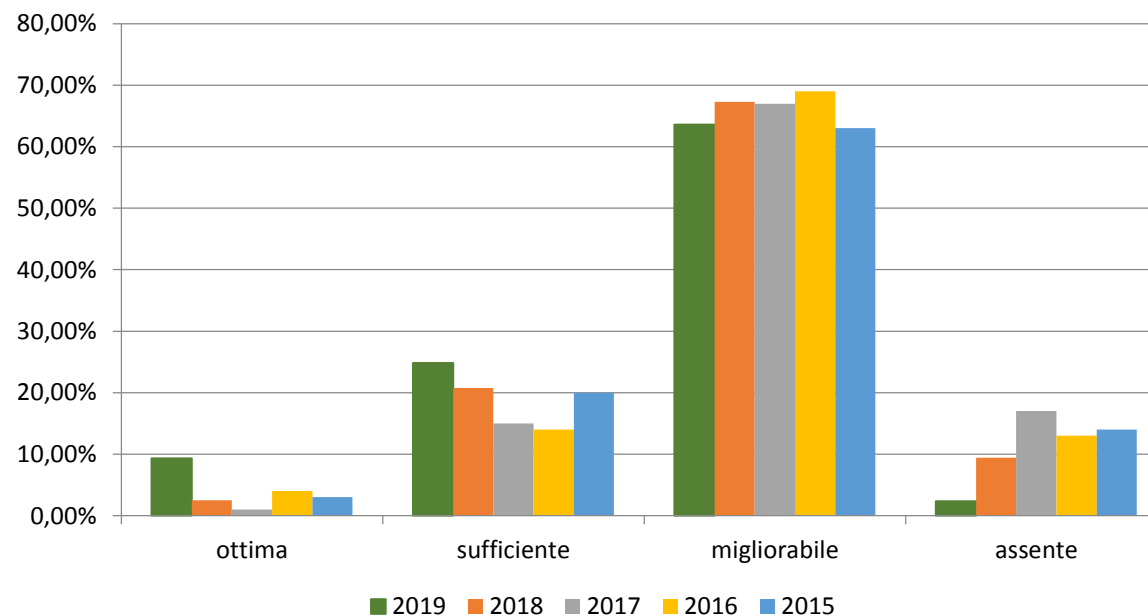
# Aspettative informazione/formazione

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



Come nell'informazione, al minimo storico chi ritiene la formazione assente (il valore diminuisce di 7 punti percentuali). In notevole aumento rispetto al 2018 chi considera la formazione ottima (quasi 7 punti percentuali). Ma la quota predominante dice ancora «migliorabile»

## FORMAZIONE – Confronto 2015/2019



# L'ANALISI

**Scenario**

**Percezione  
conoscenza**

**Aspettative  
informazione  
formazione**

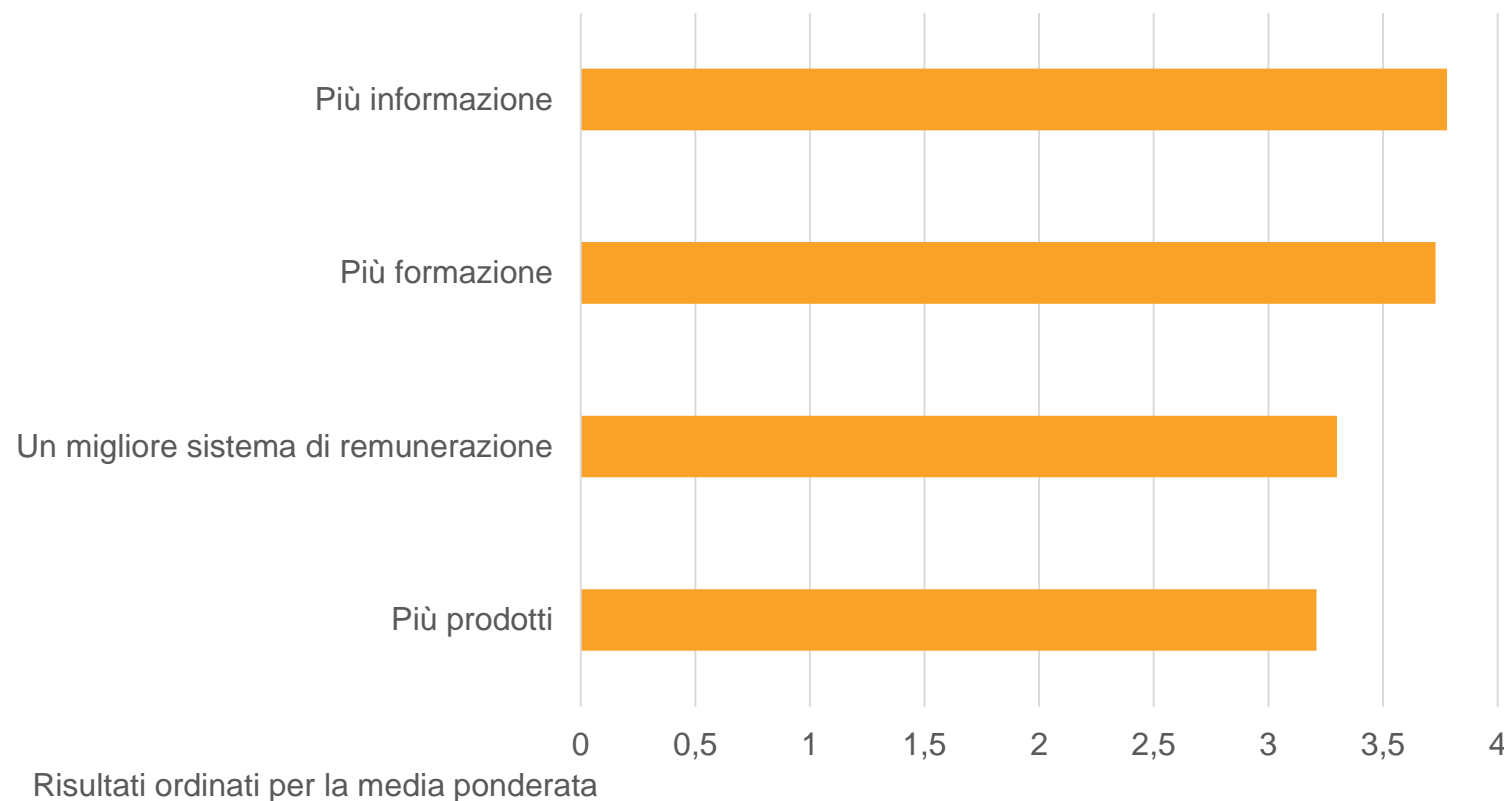
**Richieste  
alla Rete**

**Aspettative  
Authority**



# Richieste alla Rete

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



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 2018.

# L'ANALISI

**Scenario**

**Percezione  
conoscenza**

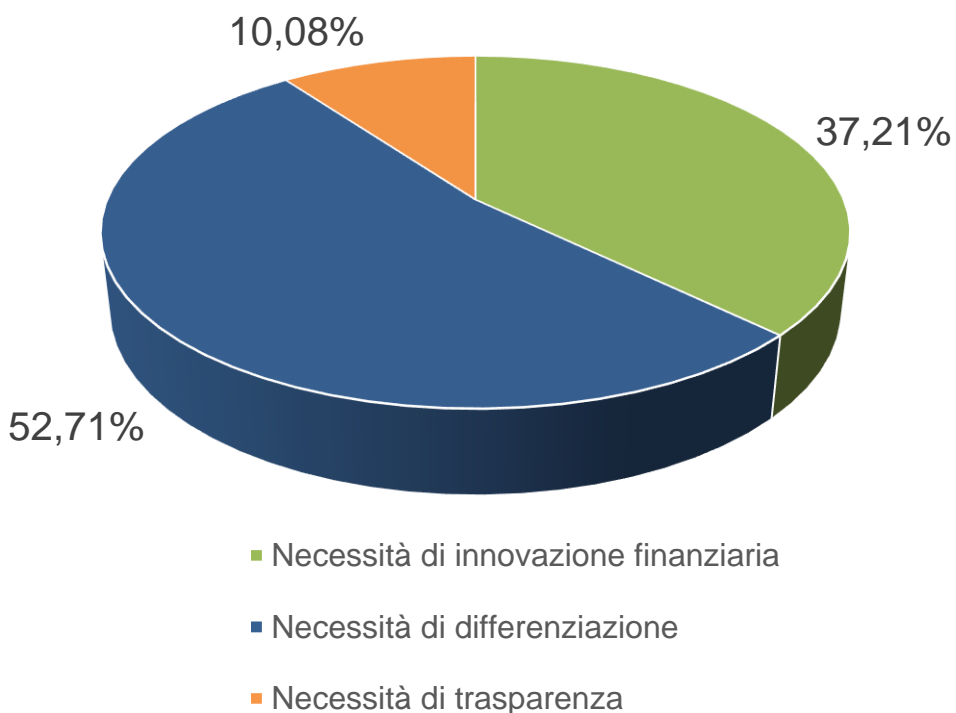
**Aspettative  
informazione  
formazione**

**Richieste  
alla Rete**

**Aspettative  
Authority**

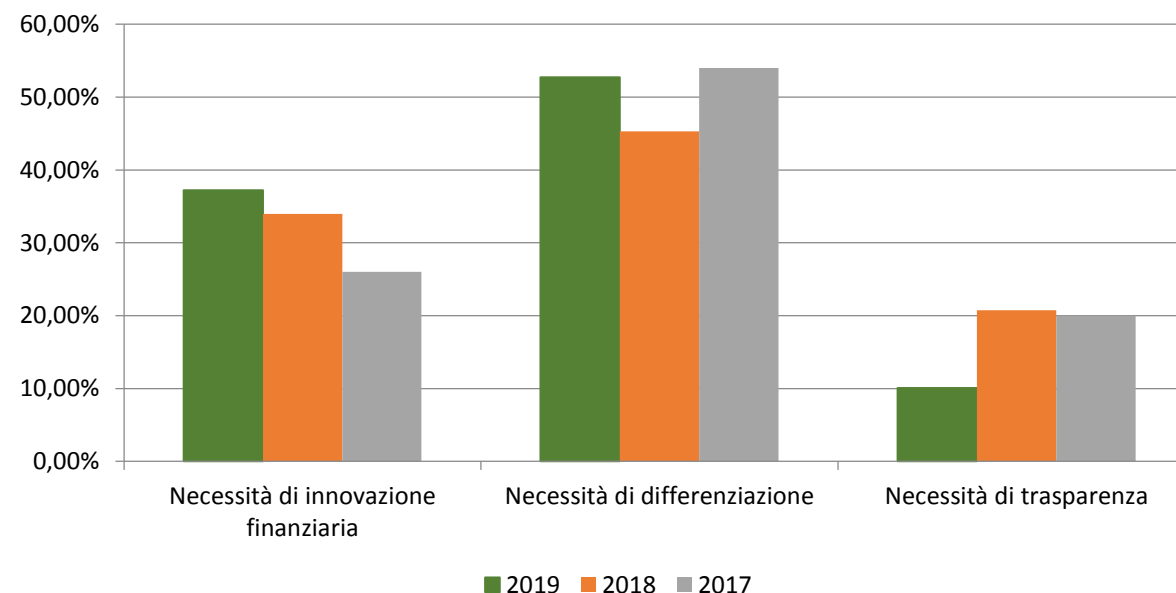
# Aspettative Authority

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

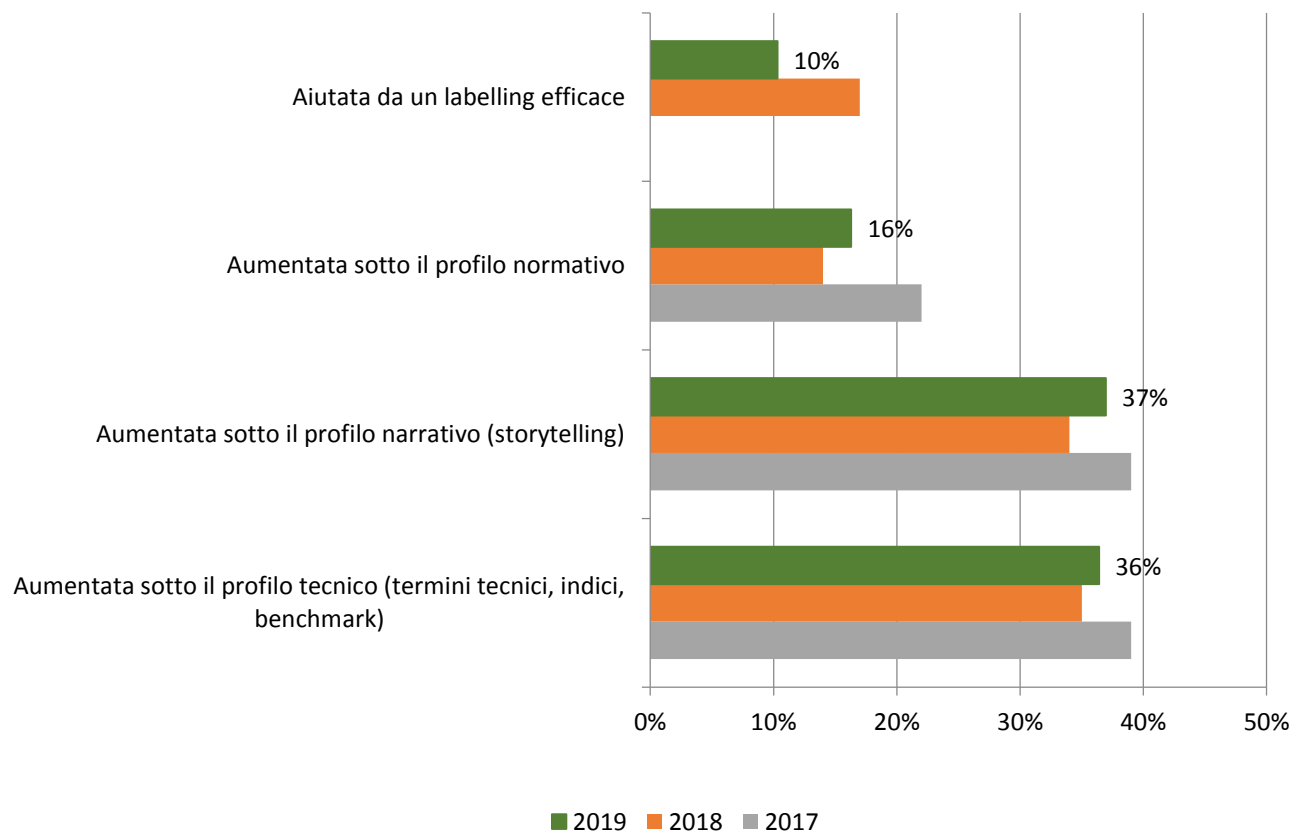


L'inserimento dei prodotti Sri in portafoglio viene visto soprattutto come una efficiente risposta di differenziazione, come nel 2018. Tuttavia, aumentano coloro che indicano come risposta la necessità di innovazione finanziaria. Inferiore, e in calo di 10 punti rispetto all'anno precedente, la percentuale di chi fa riferimento alla necessità di trasparenza.

## PRODOTTI SRI – Confronto 2017/2019



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



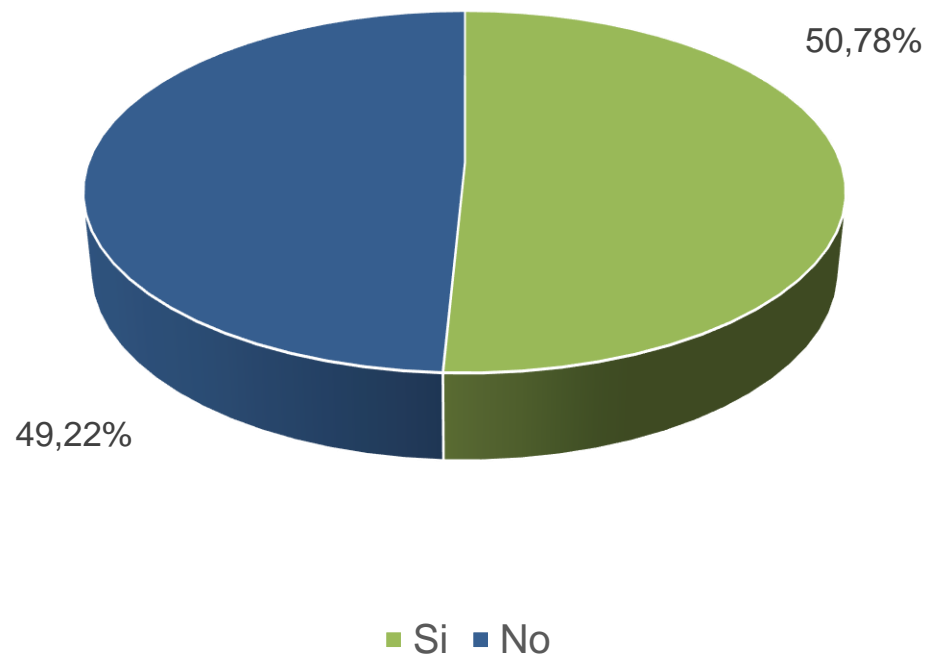
I consulenti ritengono necessario aumentare la trasparenza SRI sotto il profilo tecnico e sotto il profilo narrativo.

Il 10% delle risposte indica che la trasparenza deve essere aiutata da un labelling efficace. Il dato è in calo di 7 punti rispetto al 2018.

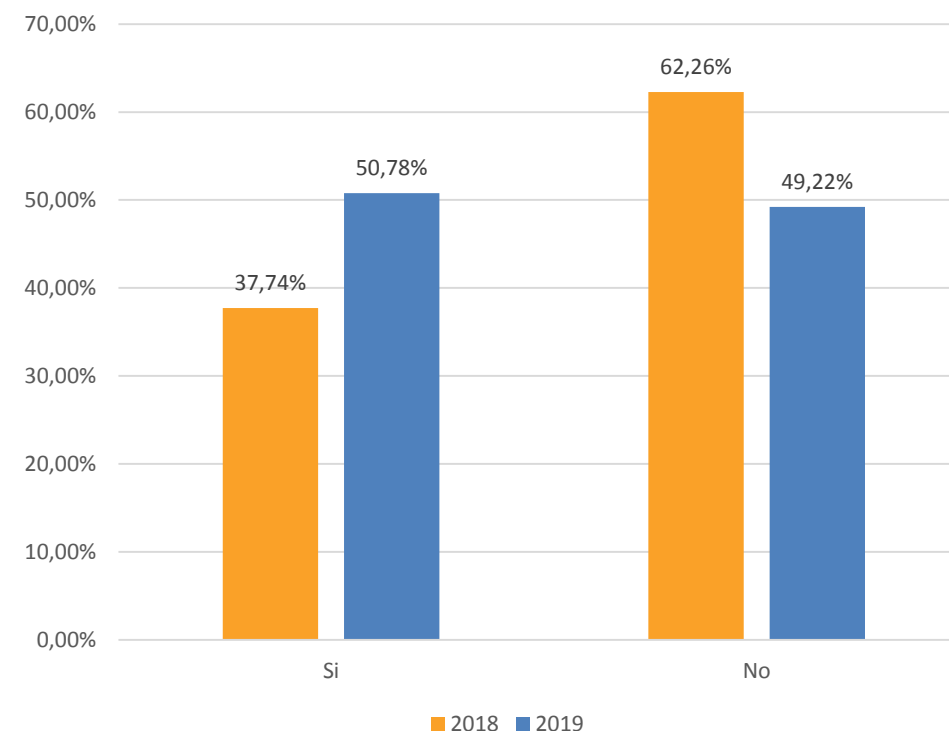
Sale al 16% la percentuale di chi sostiene che la trasparenza debba essere aumentata sotto il profilo normativo

# 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?

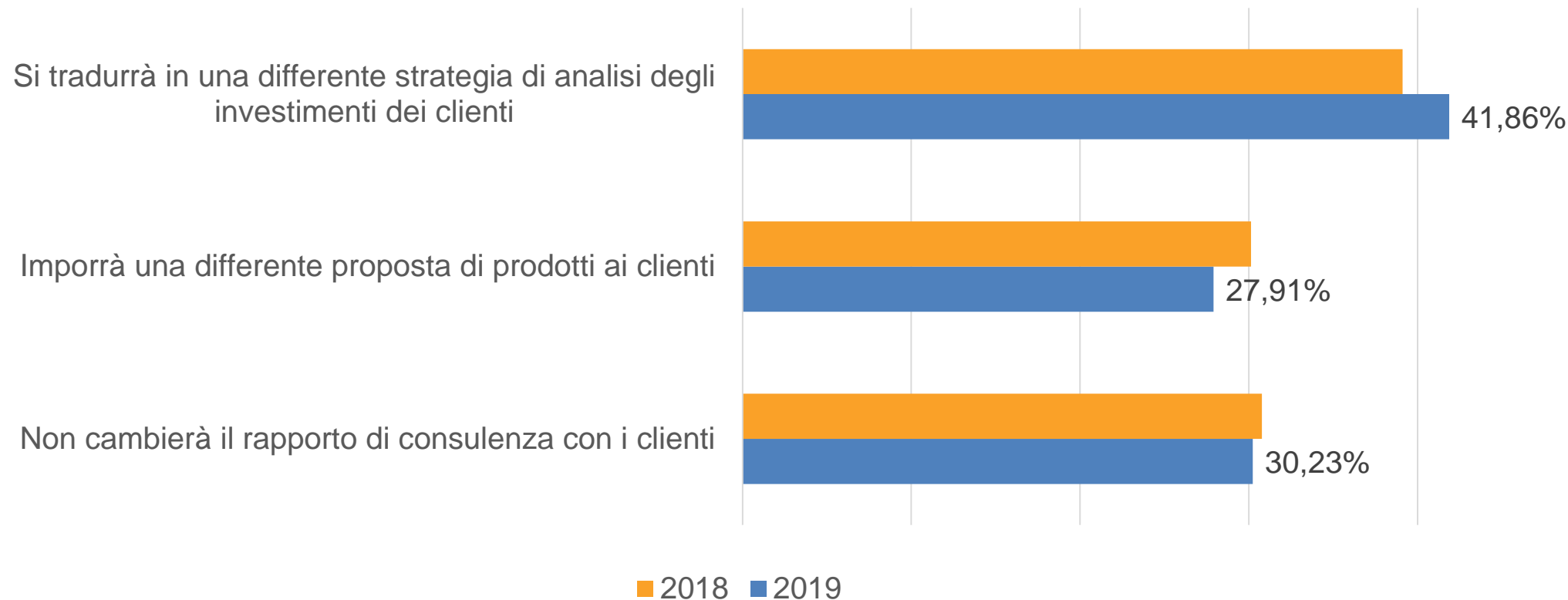


A distanza di un anno aumenta la percentuale dei consulenti che sono a conoscenza dell'Action Plan



# 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:



Focus su...

L'analisi

Conclusioni

# Conclusioni

## SCENARIO

- Aumenta in modo chiaro nel 2019 l'interesse dei clienti sulla finanza SRI percepito dai consulenti, con un calo **netto della quota di disinteressati**.

## PERCEZIONE CONOSCENZA

- I consulenti **migliorano ancora la conoscenza**. Variazioni tangibili in crescita dei livelli «ottimo» e in calo del livello «insufficiente». Sembrano ancora più accessibili i prodotti, rispetto a criteri e indici ESG.

## ASPETTATIVE FORMAZIONE INFORMAZIONE

- Migliora ancora lo scenario informativo e formativo, ma per la larga maggioranza dei consulenti aumentano le aspettative. Questa consapevolezza induce a ritenere l'informazione e la formazione ricevuta, nel complesso, **non soddisfacenti e migliorabili**.
- È percepito un netto aumento dell'attenzione da parte dei media che, abbinato al dato sulla clientela, conferma 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 ormai una minore richiesta di più prodotti SRI.

## ASPETTATIVE AUTHORITY

- Importante aumentare la trasparenza Sri soprattutto sotto il **profilo tecnico e narrativo**.
- Netto calo, rispetto al 2018, (dal 17% al 10%) di indicazioni che segnalano l'esigenza di un **labelling** per migliorare la trasparenza.
- La maggioranza dei consulenti è a conoscenza dei lavori europei in corso sugli ESG.



# 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.

## 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.



## ...2017

### AUMENTANO LE ASPETTATIVE

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

## 2019

### CRESCE LA CONSAPEVOLEZZA POSITIVA

- Si registra un generale e netto miglioramento: dell'interesse dei clienti, della propria conoscenza, dell'attenzione della stampa. A differenza del 2016, quando la progressiva conoscenza ridusse le sicurezze, adesso cresce l'autostima, si comprendono le norme europee e si mantiene alta la richiesta di informazione e formazione.