

SCHEDA TECNICA

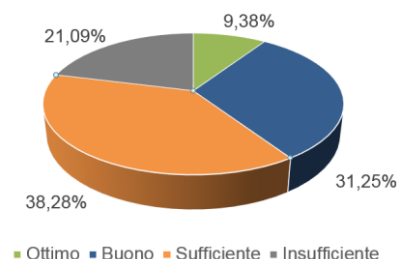
Ricerca «SRI: il coinvolgimento consulente-cliente»

MILANO, SALONE DELLO SRI 2019 - La ricerca, giunta alla sua quinta edizione, è stata sviluppata da ETicaNews in collaborazione con Anasf sulla base del sondaggio Real Trend diffuso ai consulenti dell'associazione a ottobre. Di seguito si riportano i principali punti emersi.

SCENARIO: I CLIENTI

- Aumenta in modo chiaro nel 2019 l'interesse dei clienti sulla finanza SRI percepito dai consulenti. 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.

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



CONOSCENZA DEI CONSULENTI

- I consulenti affermano di conoscere meglio i prodotti SRI rispetto a criteri ESG e indici SRI.
- Si registra comunque un aumento della conoscenza sul tema da parte dei consulenti sotto tutti gli aspetti: prodotti SRI, criteri ESG, indici di performance SRI.

ASPETTATIVE INFORMAZIONE/FORMAZIONE

- Nel 2019, al minimo storico la percentuale di chi ritiene formazione e informazione assenti. Aumenta la percentuale di chi ritiene le ritiene sufficienti o ottime (in questo ultimo caso il valore è il doppio del 2018). Ma la quota predominante (circa il 60%) dice ancora «migliorabili»
- Per i consulenti, boom dell'attenzione dei Media alla finanza SRI (dato in crescita sul 2018).

RICHIESTE ALLA RETE

- Continua la forte richiesta per maggiore informazione e formazione.

ASPETTATIVE ISTITUZIONALI

- **LABELLING** - Se nel 2018 i consulenti si erano espressi a favore di un labelling per migliorare la trasparenza SRI (il 17%), nel 2019 questa percentuale scende al 10 per cento.
- **ACTION PLAN UE** – Finalmente, la maggioranza (seppur risicata) dei consulenti (il 51%) è a conoscenza dei lavori europei in corso sugli ESG: "l'Action Plan europeo".

CONCLUSIONI

Da parte dei consulenti, si registra un generale e netto miglioramento: dell'interesse dei clienti, della propria conoscenza, dell'attenzione della stampa. Si può dunque parlare di una fase di **consapevolezza positiva**. 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.

Per informazioni:

salonesri@eticanews.it

02.36740765

Vai al sito del Salone: www.salonesri.it

#SaloneSRI2019

