

# salone.SRI The importance of being ESG

November 16, 2021  
Milan, Palazzo Stelline

Finance looking  
for ESG Identity



## Le reti, a che punto sono i consulenti italiani?

Main sponsor



Institutional partner



# Le reti: a che punto sono i consulenti italiani?

*L'appuntamento rivolto ai consulenti finanziari si apre con la presentazione della VII edizione della ricerca "SRI: il coinvolgimento consulente-cliente" realizzata da Anasf ed ETicaNews, che metterà in luce come sta cambiando la relazione Esg tra cliente e consulente.*

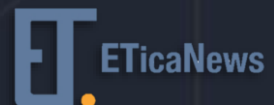
Moderazione |  **Davide Mosca, Caporedattore FocusRisparmio**

Presentazione e scenario:

**Anasf | Gian Franco Giannini Guazzugli, Comitato Esecutivo e Responsabile dell'Area Tutele fiscali e Sostenibilità**  
**ETicaNews | Elena Bonanni, partner**

Tavola rotonda con la partecipazione di:

**AllianceBernstein | Elisa Bruscajin, Retail Sales Advisor**  
**T. Rowe Price | Donato Savatteri, Head of Southern Europe**



Main sponsor



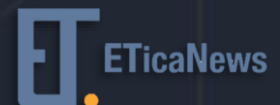
Institutional partner



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

*Elena Bonanni (ETicaNews) e Gian Franco Giannini Guazzugli (Anasf)*

salone.SRI  
16 novembre 2021



Main sponsor



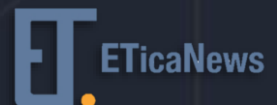
Institutional partner



## 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.**



Main sponsor



Institutional partner



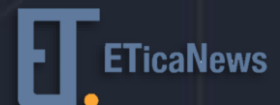
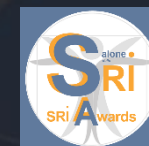
Scenario

Percezione  
conoscenza

Aspettative  
informazione  
formazione

Richieste  
alla Rete

Aspettative  
Authority





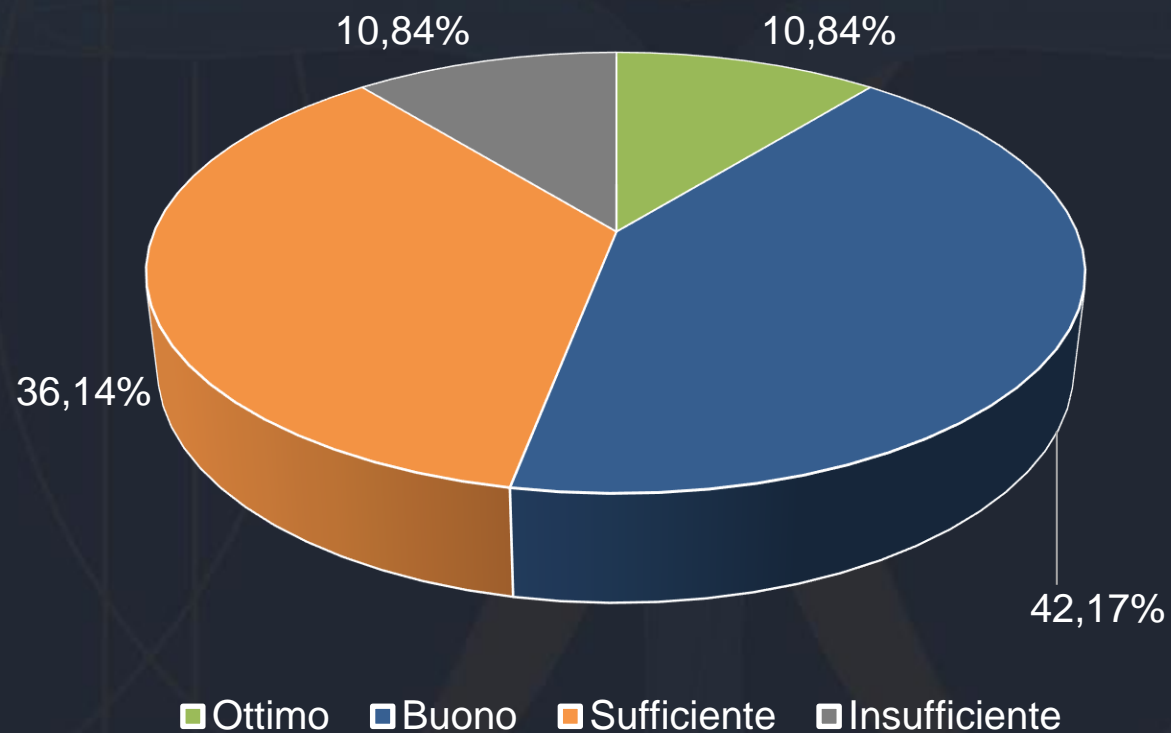
### SCENARIO

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

I rispondenti si suddividono prevalentemente tra sufficiente e buono.

L'11% del campione indica che i propri clienti hanno un ottimo grado di interesse verso la finanza Sri; tuttavia la stessa percentuale dichiara invece un interesse insufficiente.

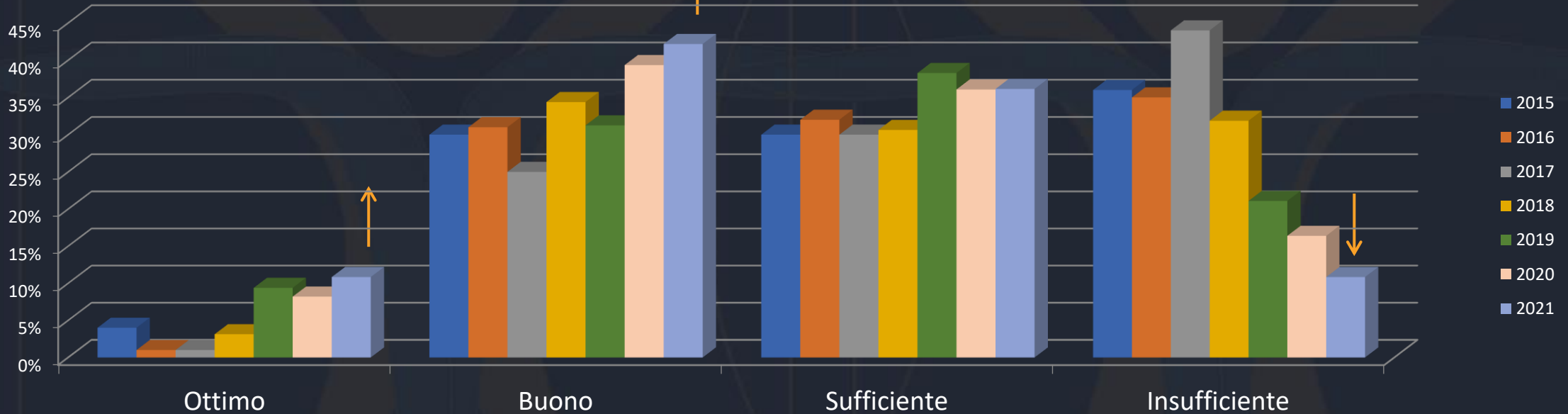
Più della metà dei rispondenti ritiene l'interesse Buono o Ottimo.





SCENARIO

INTERESSE dei clienti - Confronto 2015/2021



- Aumenta la percentuale di coloro che ritengono ottimo o buono il grado di interesse dei clienti verso i temi SRI, raggiungendo il massimo storico.
- Cala progressivamente anno dopo anno, nel 2021 all'11%, la percentuale di chi lo ritiene insufficiente, il livello più basso di sempre.

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

Main sponsor



Institutional partner

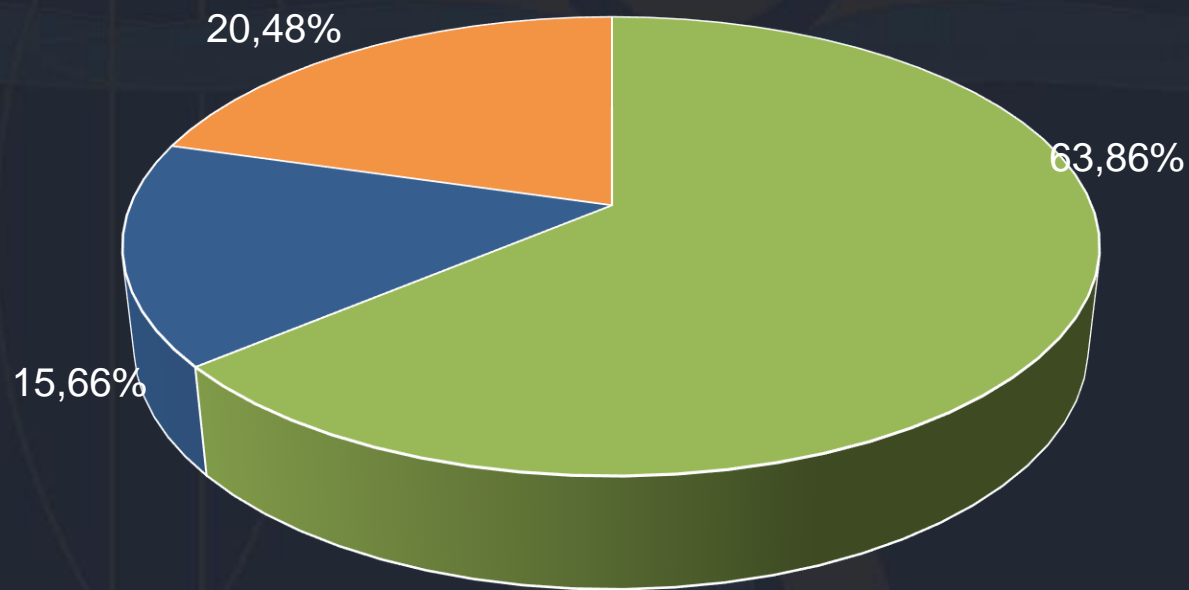


## SCENARIO

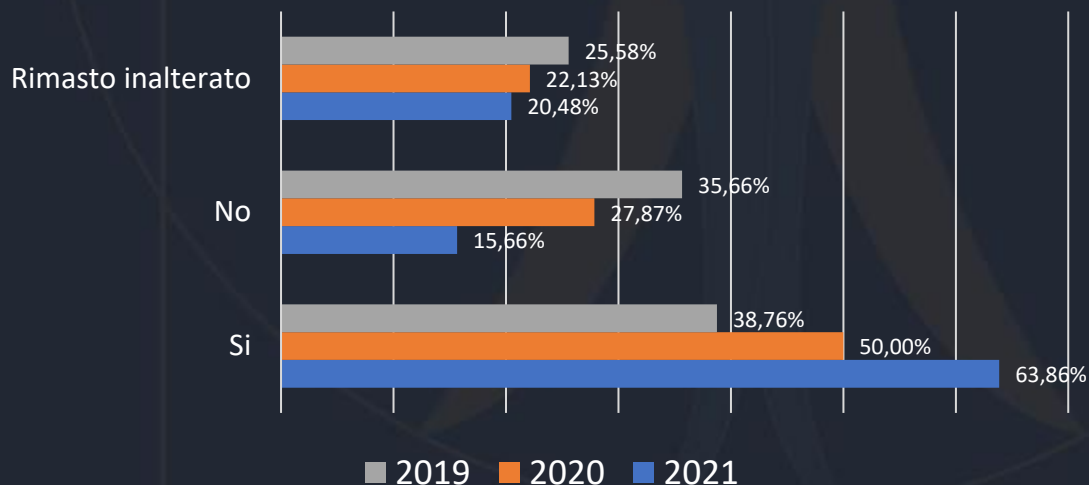
Durante il 2021, hai percepito maggiore **interesse** tra i tuoi clienti sui PRODOTTI SRI rispetto al 2020?

Oltre sei consulenti su dieci confermano il maggiore interesse dei risparmiatori verso i prodotti SRI rispetto allo scorso anno.

La percentuale è in aumento anche analizzando le risposte degli ultimi tre anni.



■ Si ■ No ■ Rimasto inalterato





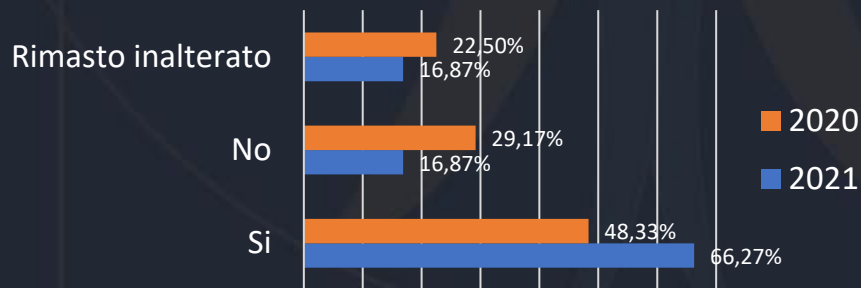
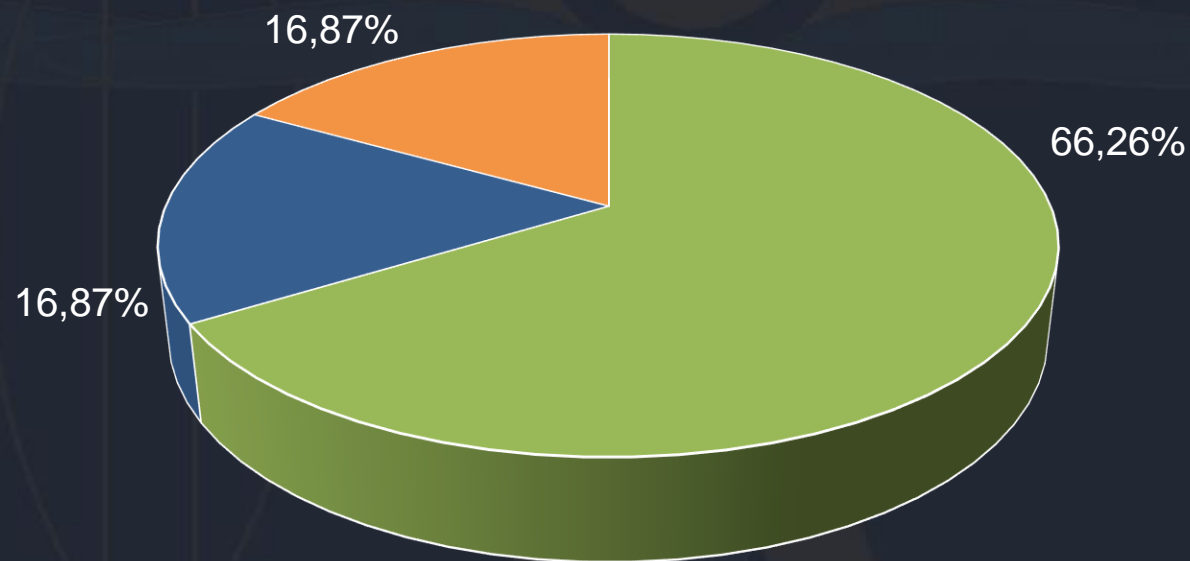
### SCENARIO

Durante il 2021, hai percepito maggiore **interesse** tra i tuoi clienti sul livello ESG dei GESTORI DI FONDI SRI rispetto al 2020?

Circa due terzi dei rispondenti ha notato un maggiore interesse dei clienti verso il livello Esg delle case di gestione rispetto allo scorso anno.

Questo significa che non conta solamente la caratteristica Esg del prodotto offerto, ma anche l'identità Esg di chi il prodotto lo gestisce.

La percentuale è in netto aumento anche rispetto allo scorso anno



■ Sì ■ No ■ Rimasto inalterato

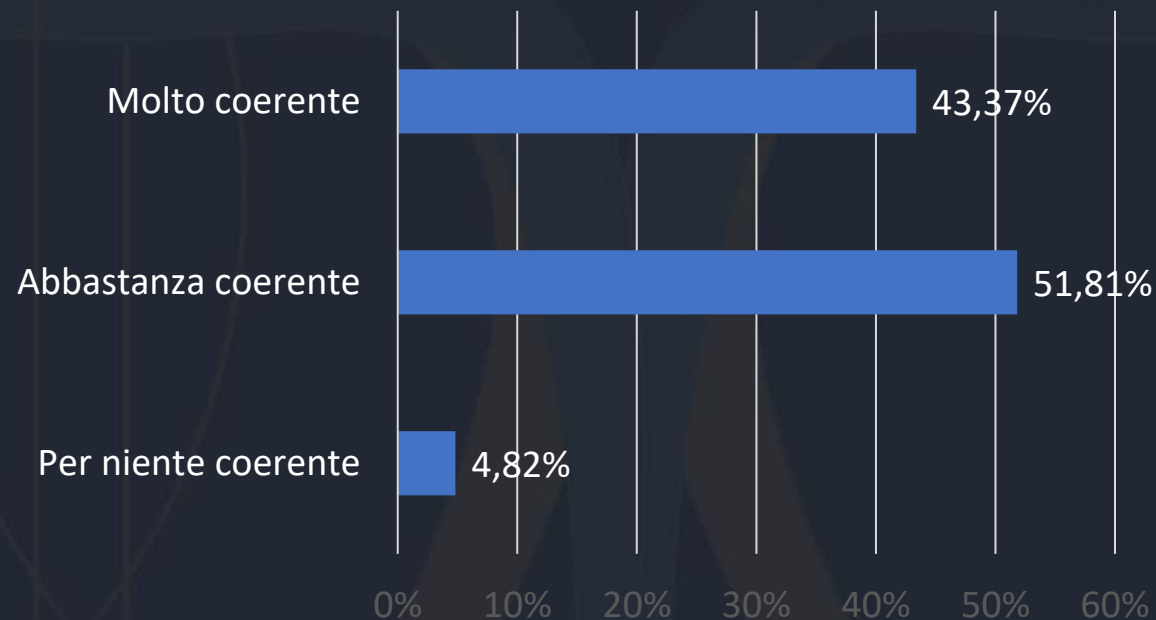


## SCENARIO

Ritiene che la sua rete sia coerente, in termini di **identità aziendale** (impegno, azione, cultura), con i **principi Esg** che professa nei prodotti?

L'identità Esg della rete è ben individuata dai consulenti che dichiarano un impegno, un'azione e una cultura Esg abbastanza (52%) e molto (43%) coerente con i principi che professa nei prodotti commercializzati.

Solo un 5% dichiara invece una identità per nulla coerente con i principi Esg.



Domanda nuova

Main sponsor

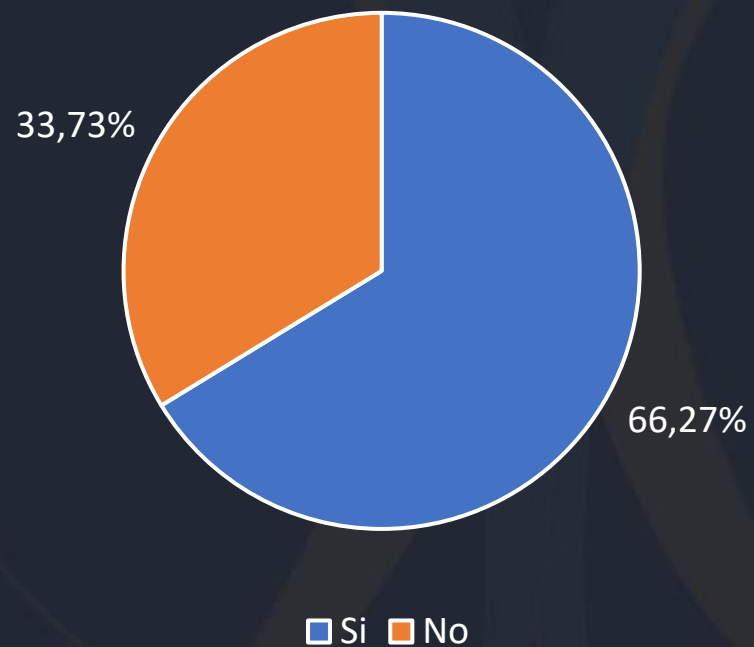


Institutional partner



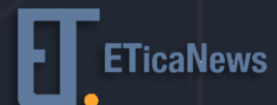
## SCENARIO

Nel percorso di **profilazione** dei suoi clienti, sono già inclusi quesiti specifici sulla **propensione agli investimenti sostenibili**?



I due terzi dei rispondenti dichiarano di prevedere quesiti specifici sulla propensione agli investimenti sostenibili già durante la fase di profilazione dei clienti

Domanda nuova



Main sponsor



Institutional partner



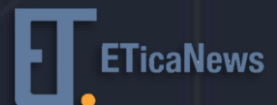
Scenario

Percezione  
conoscenza

Aspettative  
informazione  
formazione

Richieste  
alla Rete

Aspettative  
Authority



Main sponsor



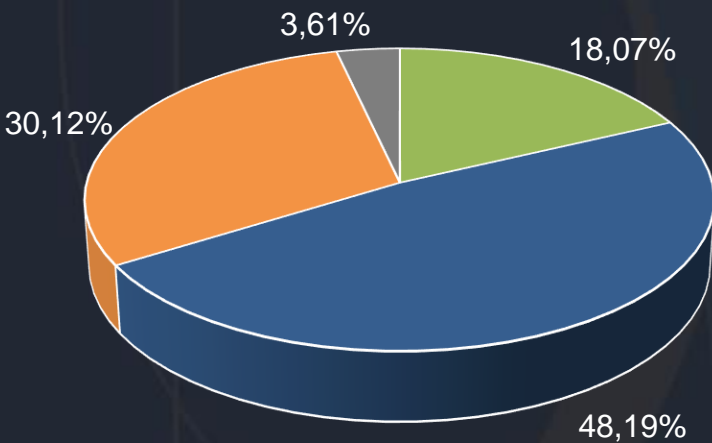
Institutional partner



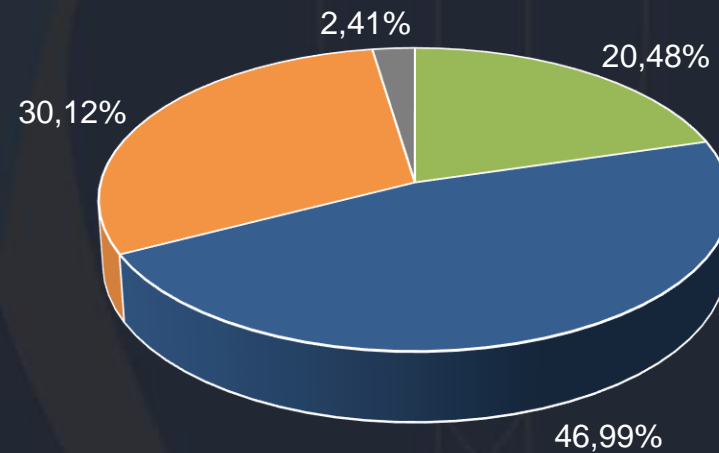
## PERCEZIONE E CONOSCENZA

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

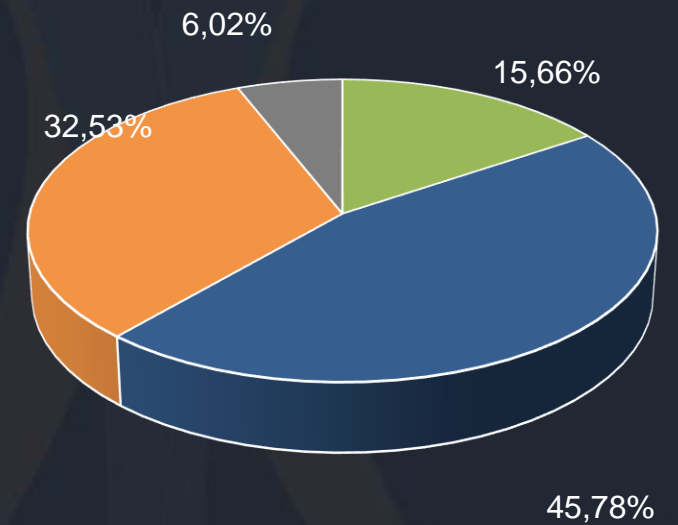
### PRODOTTI



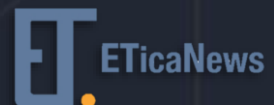
### CRITERI ESG



### INDICI PERFORMANCE ESG



- Ottimo
- Buono
- Sufficiente
- Insufficiente

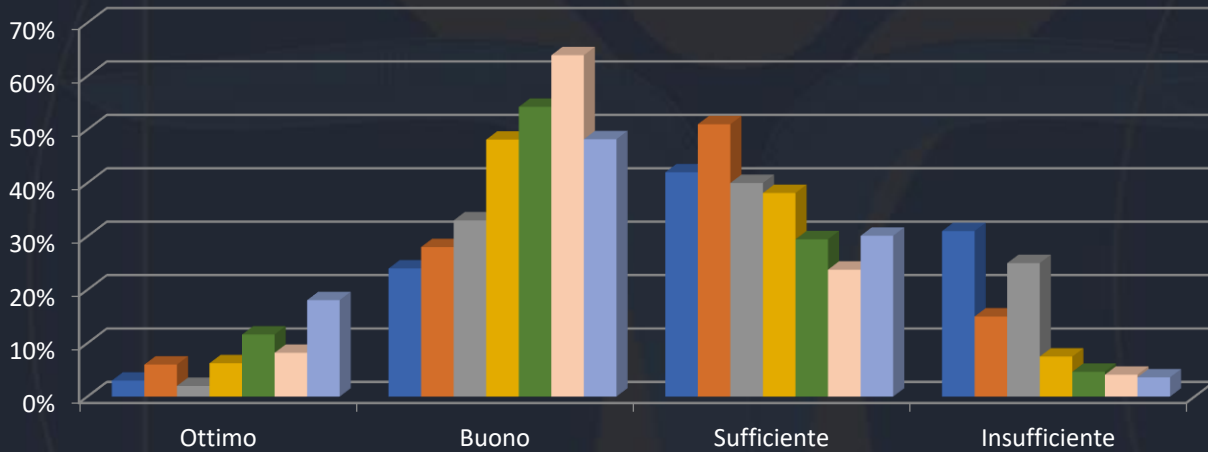




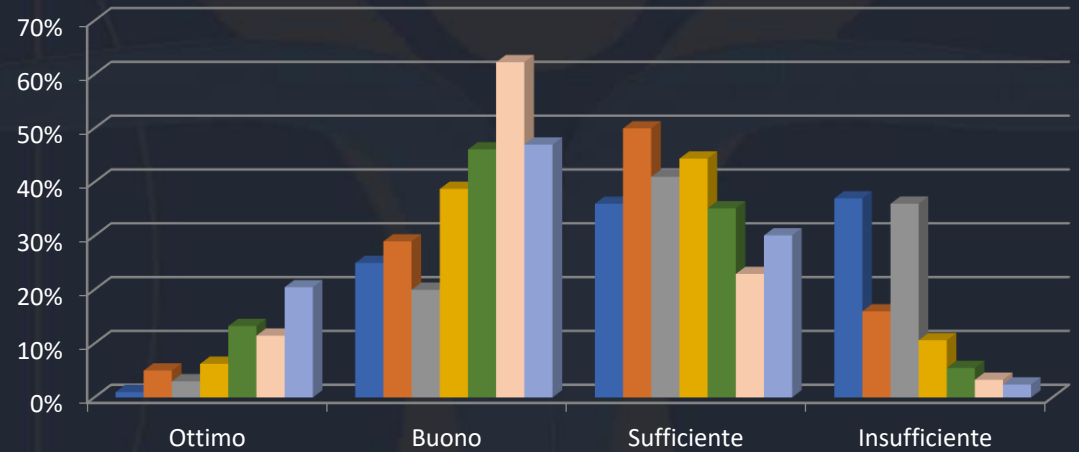
PERCEZIONE E CONOSCENZA

CONOSCENZA della finanza Sri – Confronto 2015/2021

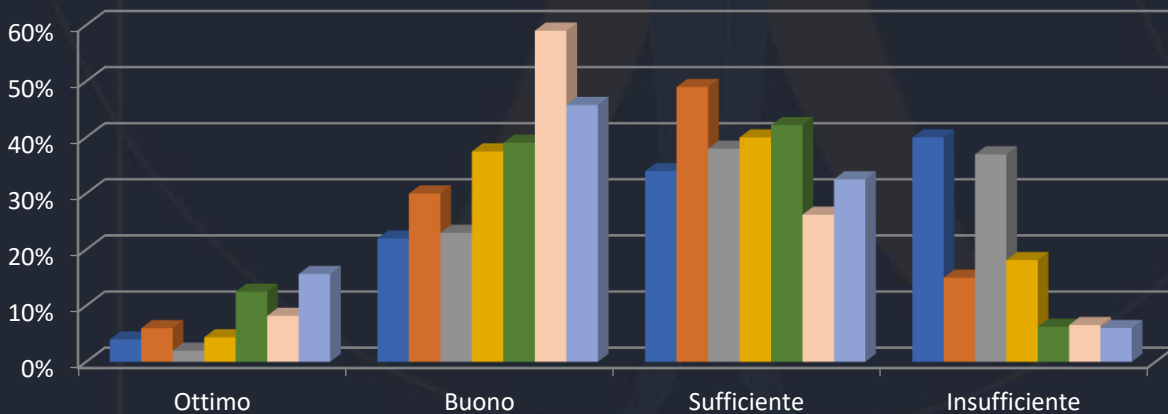
PRODOTTI



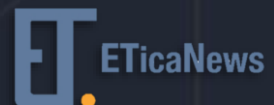
CRITERI ESG



INDICI PERFORMANCE ESG



Cala la quota di consulenti che ritiene di avere una buona conoscenza delle tematiche Esg. Questo gap si riversa a favore di chi la ritiene ottima sotto tutti gli aspetti. Tuttavia aumenta anche la percentuale di chi considera la propria conoscenza sufficiente. Al minimo storico chi la ritiene insufficiente.



Main sponsor



Institutional partner



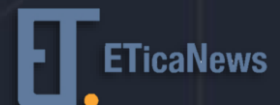
Scenario

Percezione  
conoscenza

Aspettative  
informazione  
formazione

Richieste  
alla Rete

Aspettative  
Authority



Main sponsor

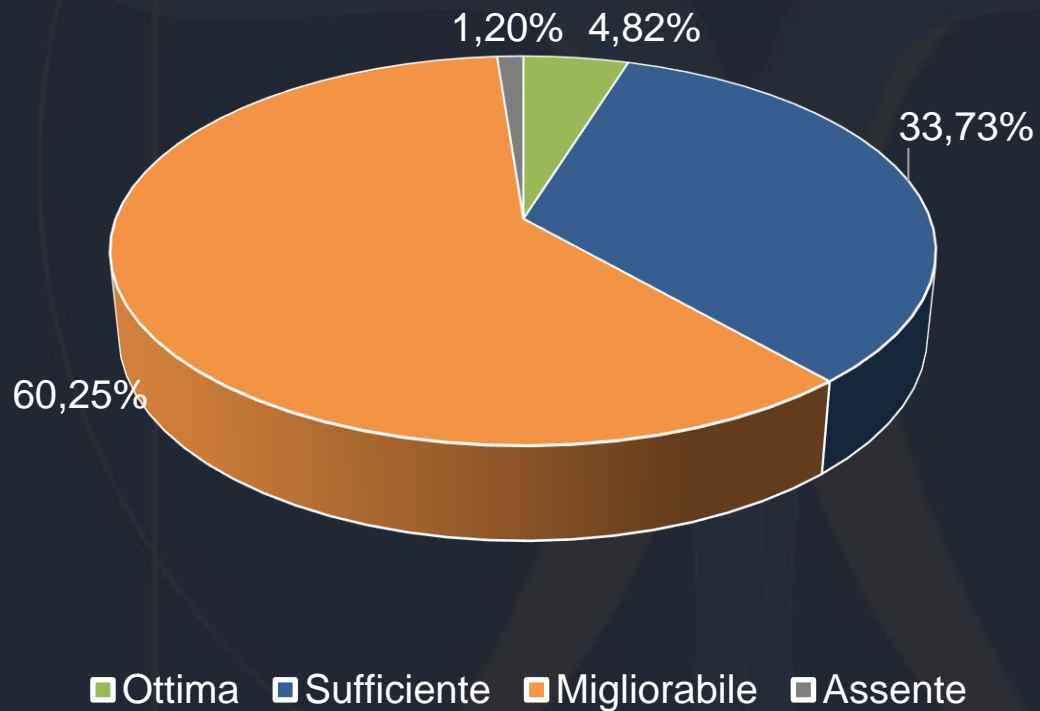


Institutional partner



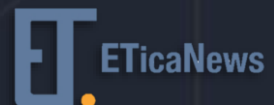
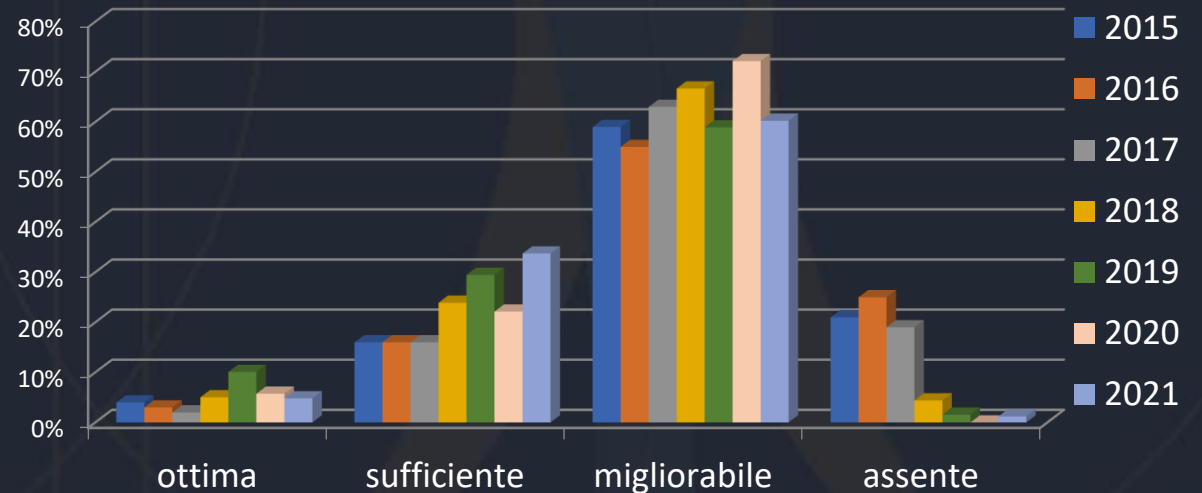
## ASPETTATIVE

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



In sostanziale parità rispetto allo scorso anno la percentuale di chi ritiene l'informazione ottima. Cala chi la ritiene migliorabile a favore di chi la considera sufficiente. Spunta un 1,20% che invece la ritiene assente.

## INFORMAZIONE – Confronto 2015/2021



Main sponsor

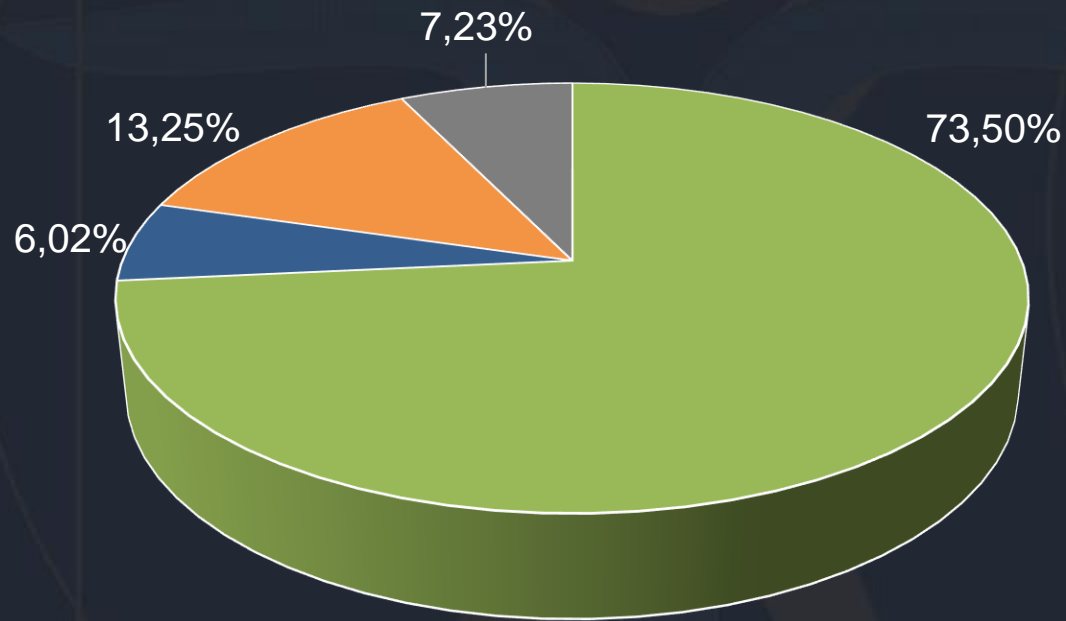


Institutional partner



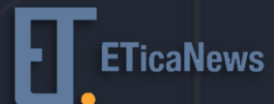
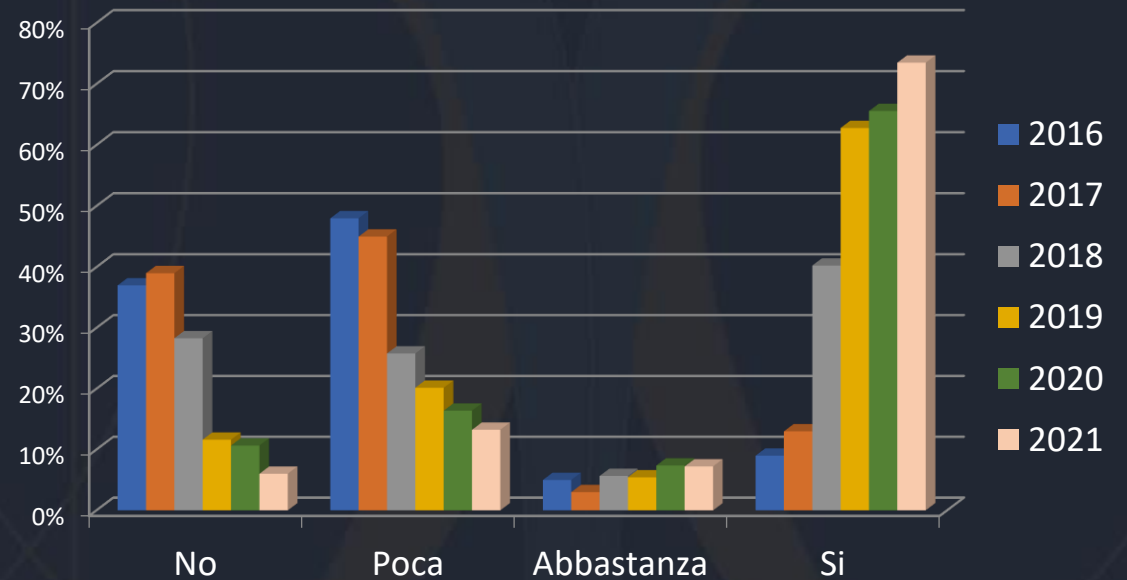
## ASPETTATIVE

Nel corso del 2021, hai notato **MAGGIORE ATTENZIONE** da parte dei **MEDIA** sui temi Sri?



■ Sì ■ No ■ Poca, come nel 2020 ■ Abbastanza, come nel 2020

Aumenta chi ha notato una maggiore attenzione dei media. In questo caso la percentuale supera il 73% raggiungendo il massimo storico. Si riducono ulteriormente le valutazioni «negative».



Main sponsor

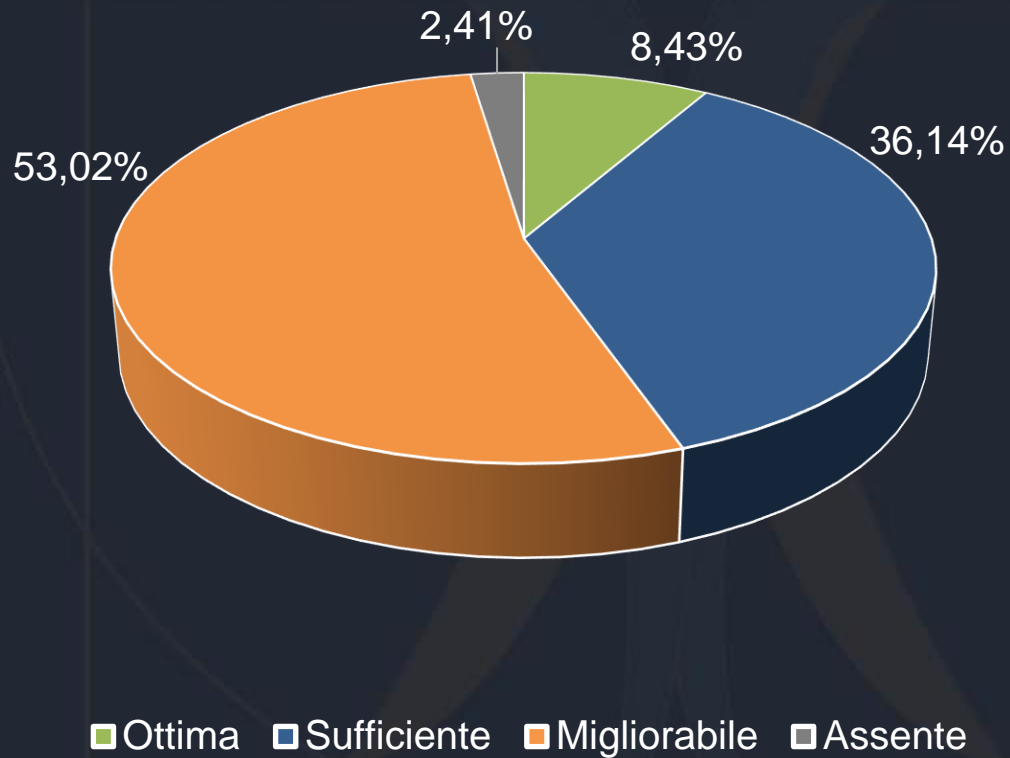


Institutional partner



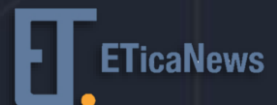
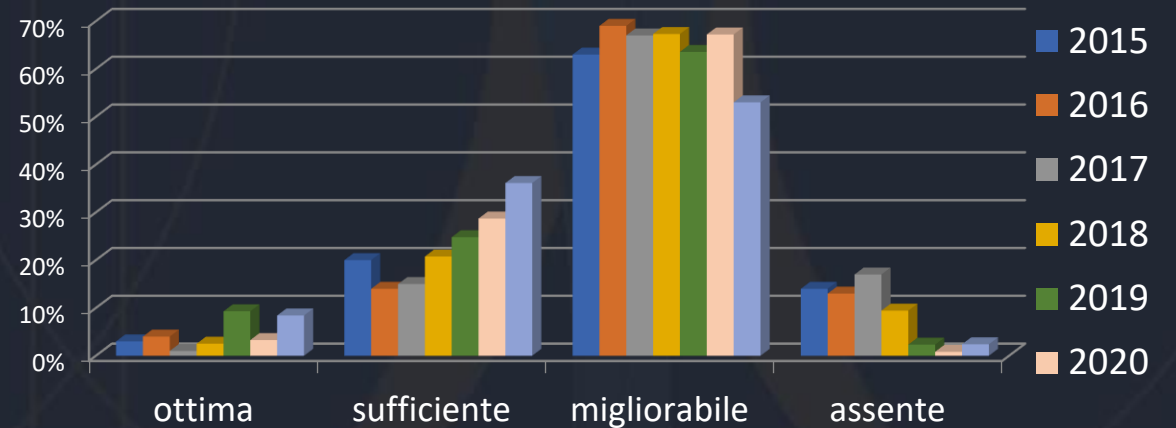
## ASPETTATIVE

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



La quota predominante è ancora quella di chi ritiene la formazione migliorabile, tuttavia la percentuale è calata drasticamente rispetto allo scorso anno, raggiungendo il minimo storico. Allo stesso tempo, torna ad aumentare la percentuale di chi la ritiene ottima e prosegue la crescita di chi la considera sufficiente.

## FORMAZIONE – Confronto 2015/2021



# L'ANALISI



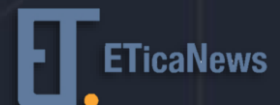
Scenario

Percezione  
conoscenza

Aspettative  
informazione  
formazione

Richieste  
alla Rete

Aspettative  
Authority



Main sponsor

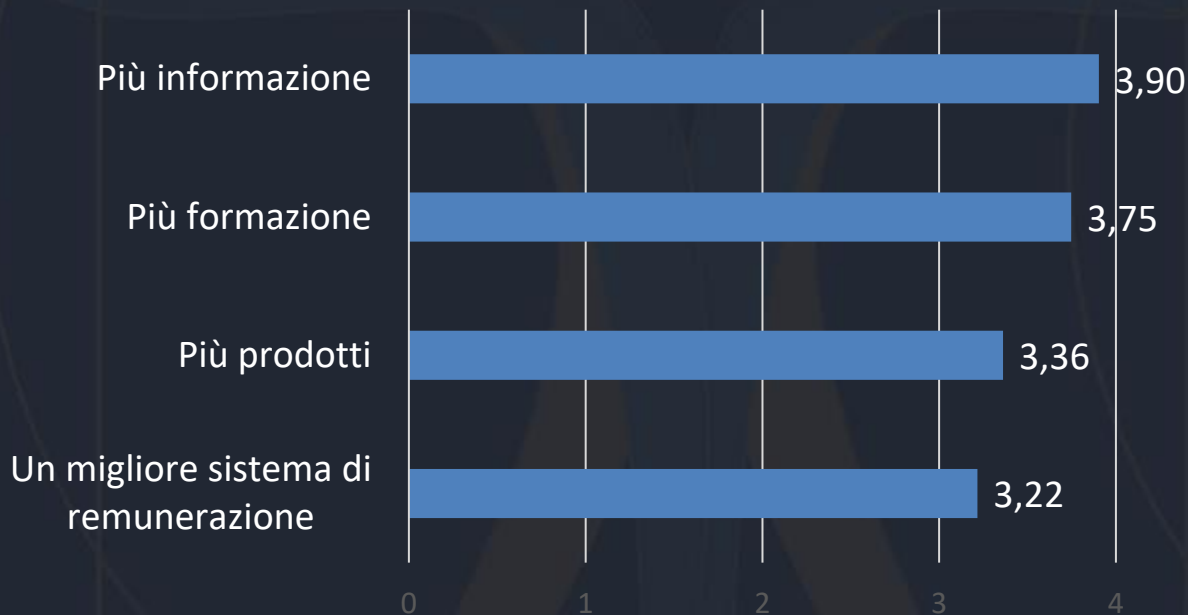


Institutional partner



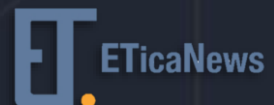
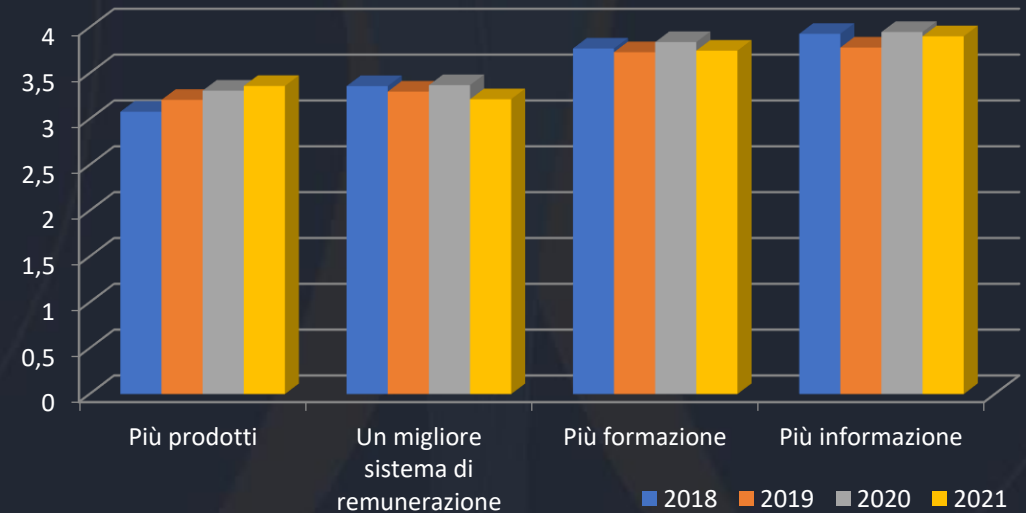
## RICHIESTE

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



Il valore indicato è la media ponderata dei voti assegnati dai consulenti

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 in linea con il 2020.



Main sponsor



Institutional partner



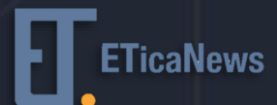
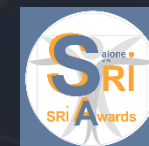
Scenario

Percezione  
conoscenza

Aspettative  
informazione  
formazione

Richieste  
alla Rete

Aspettative  
Authority

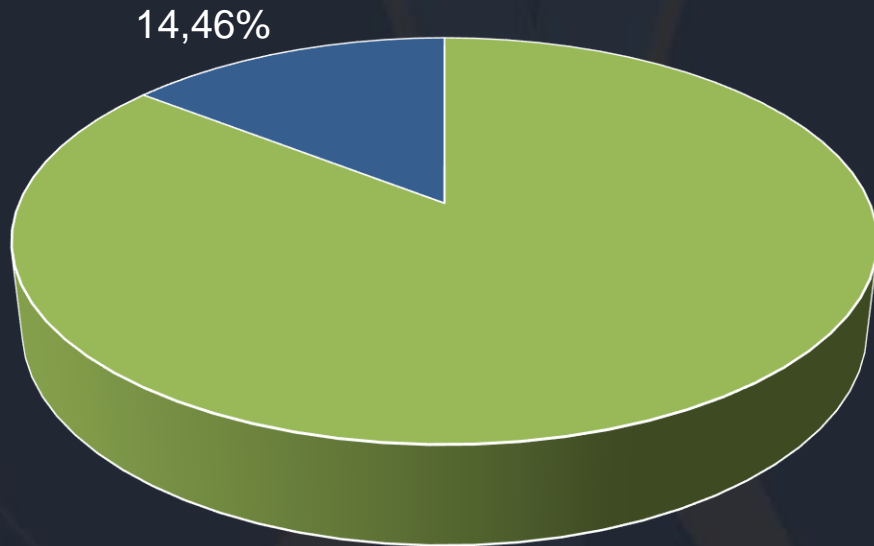




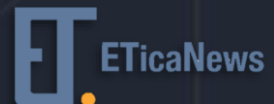
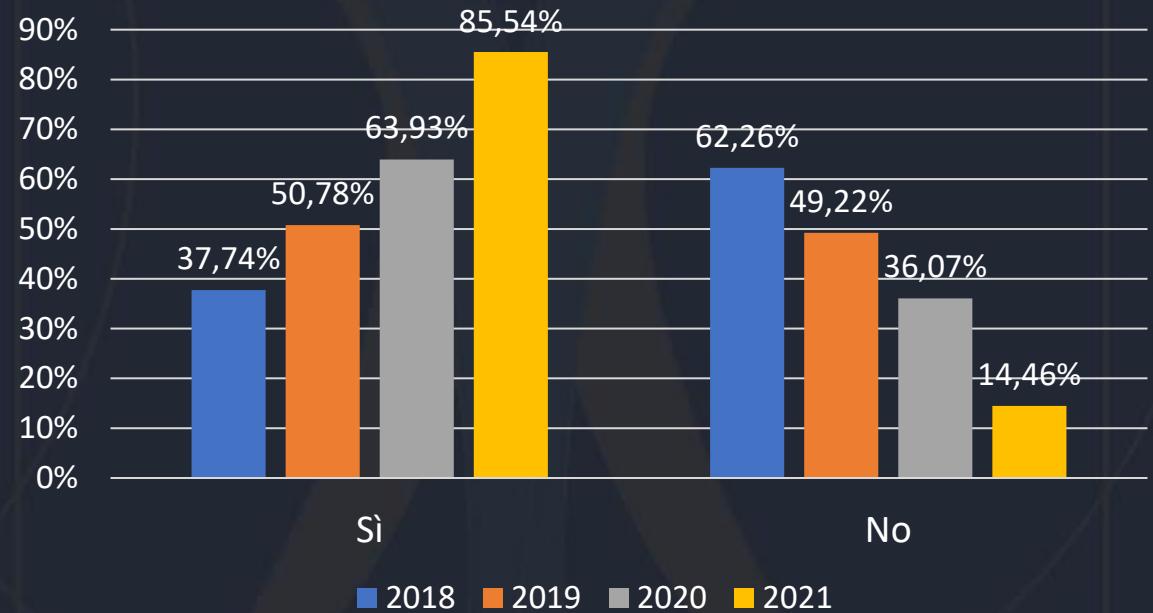
AUTHORITY

È a conoscenza dell'Action Plan europeo e, in particolare, che il 10 marzo 2021 è entrato in vigore il Regolamento Sfdr sugli obblighi informativi, a carico degli operatori finanziari, in termini di prodotti e processi di investimento sostenibili?

Aumenta progressivamente la quota di consulenti che risponde positivamente. La percentuale ha avuto un balzo notevole rispetto allo scorso anno, anche per il fatto di aver inserito nella domanda il riferimento al Regolamento UE 2019/2088 (Sfdr)



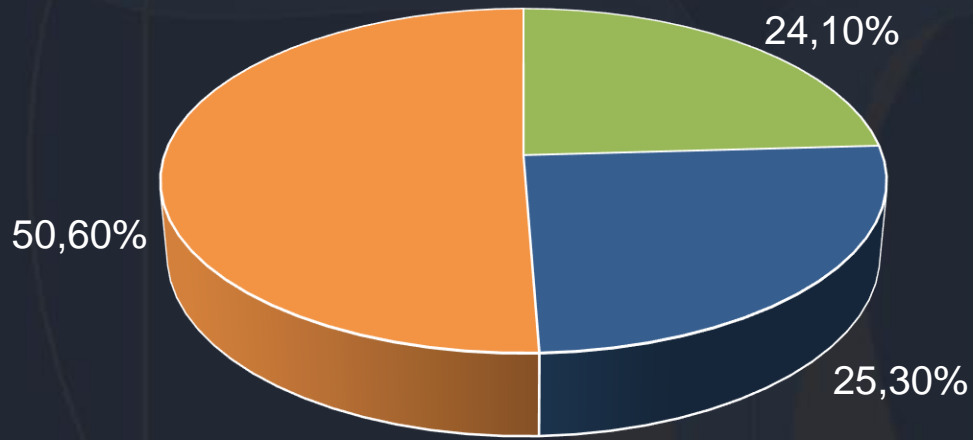
■ Si ■ No 85,54%



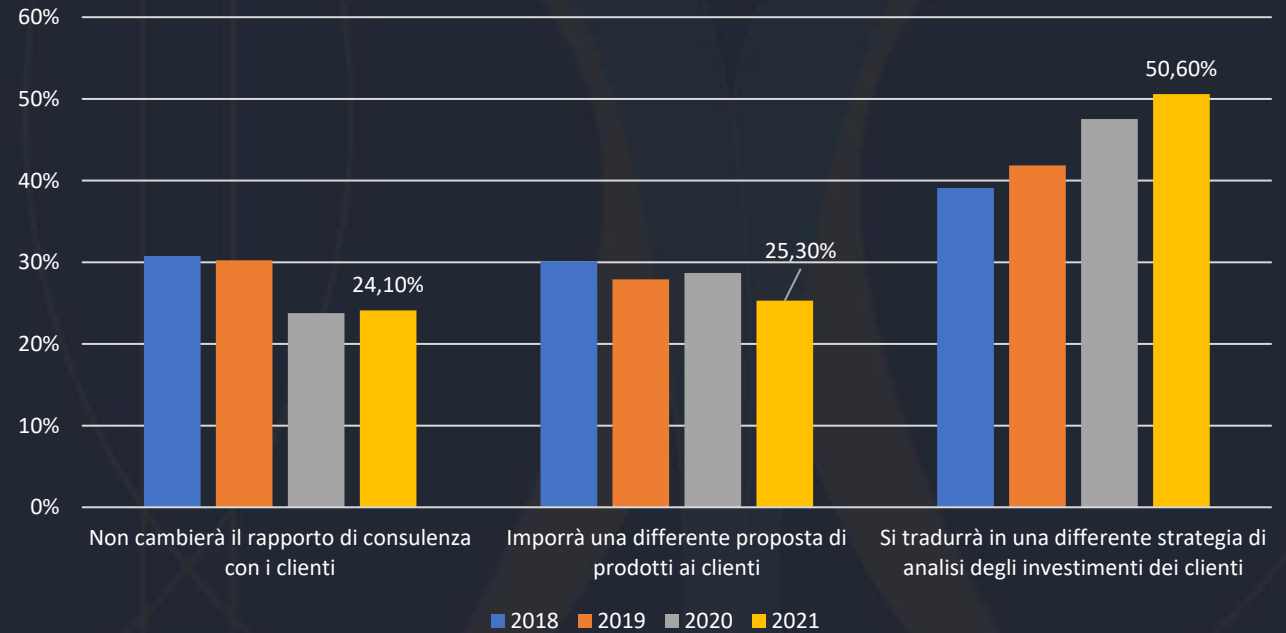


AUTHORITY

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



- Non cambierà il rapporto di consulenza con i clienti
- Imporrà una differente proposta di prodotti ai clienti
- Si tradurrà in una differente strategia di analisi degli investimenti dei clienti



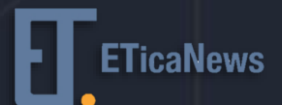
Main sponsor



Institutional partner



# Conclusioni



Main sponsor



Institutional partner



AUTHORITY

## ESG IDENTITY

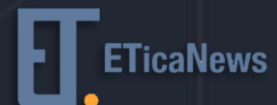
- Tema chiave: i clienti si interrogano sulla ESG Identity della Sgr. Per contro, i consulenti le pratiche delle proprie reti coerenti con l'identità Esg professata. Inclusi i quesiti Esg nella profilazione

## ENTROPIA (GREENWASHING)

- I consulenti continuano a rilevare una crescita della presenza Esg sui media. Per contro, resta assai elevata la quota di essi che ritiene informazione e formazione migliorabili (con richiesta alle reti)

## CONSAPEVOLEZZA (ANCHE NORMATIVA)

- La ricerca evidenzia una ulteriore presa di consapevolezza dei consulenti, dal punto di vista delle relazioni con i clienti e da quello normativo, circa la centralità degli Esg.



# salone.SRI The importance of being ESG

November 16, 2021  
Milan, Palazzo Stelline

Finance looking  
for ESG Identity



# GRAZIE