

November 14 -15th
Milan
Palazzo delle Stelline
9.00 am – 6.00 pm



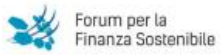
The 2022 Salone SRI marks this year its seventh edition: it is a leading event across Italy and South Europe with specific focus on SRI, ESG products and strategies (for previous editions, please visit www.salonesri.it). This year edition will take place on November 14th & 15th, within the Settimane SRI, more than a week of events dedicated to sustainable finance promoted and organised by Forum per la Finanza Sostenibile (ItaSif)

IF EVERYTHING IS ESG TODAY, NOT ALL ESG WILL BE ALIKE TOMORROW
IT'S TIME TO WEIGH
PRODUCTS, STRATEGIES AND PLAYERS

main sponsor

partner istituzionali

sri awards presented by





SALONE.SRI

IT'S TIME TO WEIGH PRODUCTS,
STRATEGIES AND PLAYERS

MILANO, PALAZZO DELLE STELLINE



CONFERENZA CON ANASF

15 NOVEMBRE, ORE 15.45 – 16.45

**Consulenti di fronte
al cliente.
Il mercato e le sfide 2022**

Consulenti di fronte al cliente. Il mercato e le sfide 2022



Gian Franco Giannini Guazzugli



Filippo Battistini



Emanuele Colombo



Alessandra Tosi

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

Presentazione | Francesco D'Arco

Interviene:

Anasf | Gian Franco Giannini Guazzugli, Comitato Esecutivo, Responsabile Area Tutele Fiscali e Sostenibilità
ET.Group | Luca Testoni, Co-Fondatore ET.Group e Direttore ETicaNews e ESG Business Review

Tavola rotonda con la partecipazione di:

Allianz Global Investors | Filippo Battistini, Head of Business Development Retail Wholesale Italy
Candriam | Emanuele Colombo, Deputy Head of Italian Branch – Head of Institutional Relations Italy
Dpam | Alessandra Tosi, Institutional Sales



Ricerca «SRI: il coinvolgimento consulente-cliente» VIII edizione

Luca Testoni (ET.Group) e Gian Franco Giannini Guazzugli (Anasf)

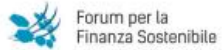
salone.SRI
15 novembre 2022



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**.



Scenario

**Percezione
conoscenza**

**Aspettative
informazione
formazione**

**Richieste
alla Rete**

**Aspettative
Authority**



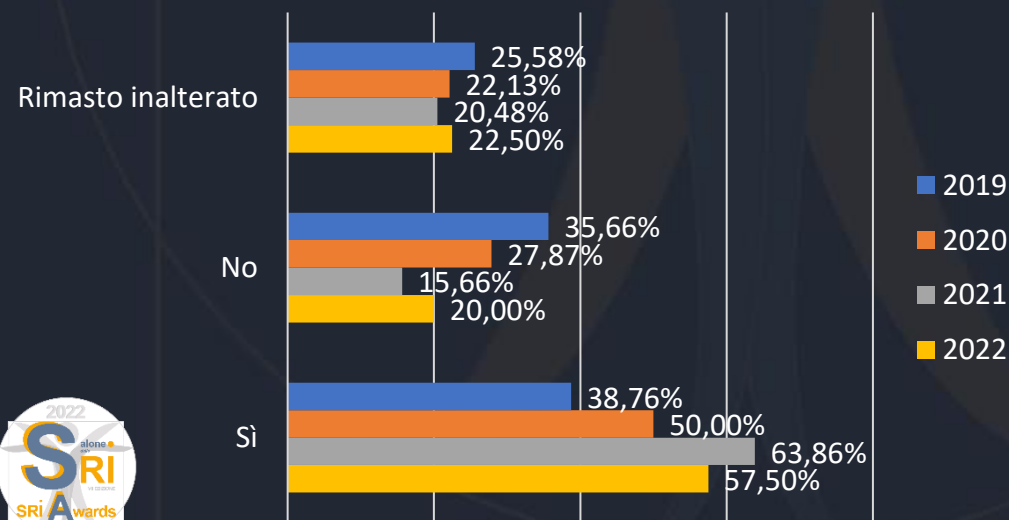
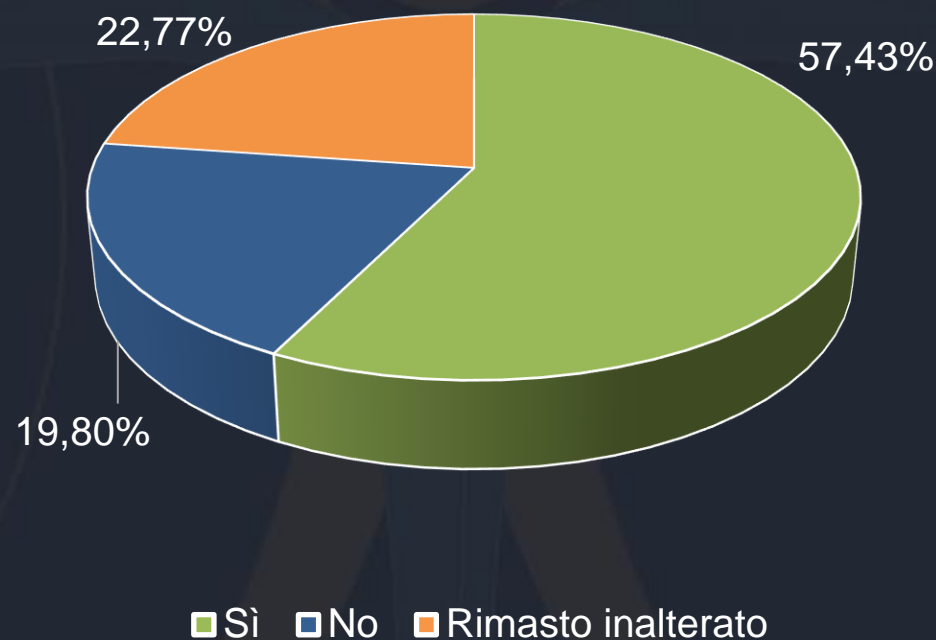


Scenario

Durante il 2022, hai percepito maggiore **interesse** tra i tuoi clienti sui PRODOTTI SRI rispetto al 2021?

Il 57% del campione riscontra un maggiore interesse dei risparmiatori verso i prodotti sostenibili rispetto allo scorso anno.

La percentuale è in lieve diminuzione rispetto allo scorso anno, mentre aumenta la percentuale di chi non ritiene che l'interesse dei clienti sia cresciuto.





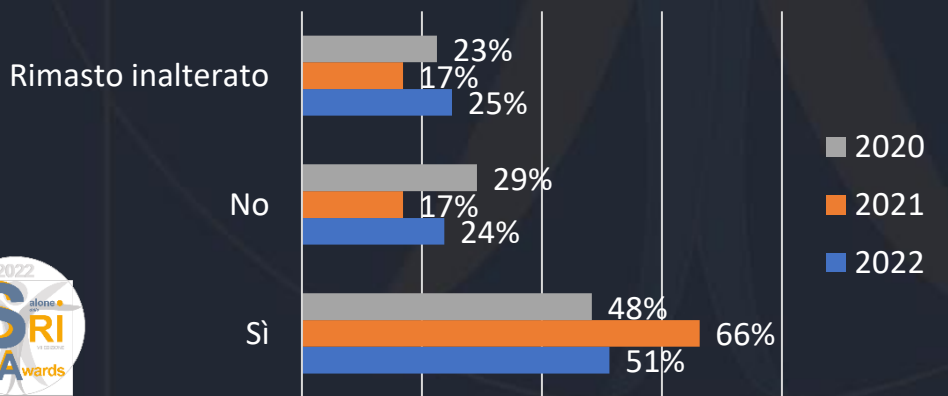
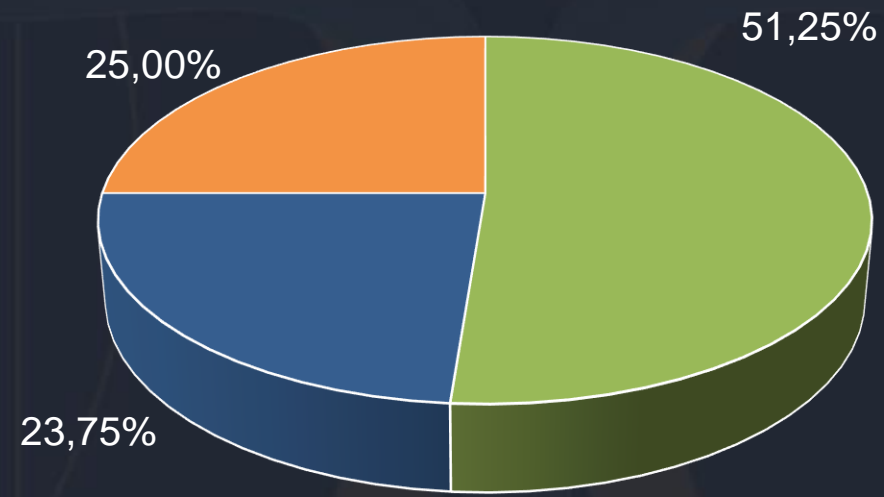
Scenario



Durante il 2022, hai percepito maggiore **interesse** tra i tuoi clienti sul livello ESG dei GESTORI DI FONDI SRI rispetto al 2021?

Oltre la metà dei rispondenti ha notato un maggiore interesse dei clienti verso il livello Esg delle case di gestione rispetto allo scorso anno. La percentuale è in diminuzione rispetto allo scorso anno e sfiora i valori del 2020.

Al contrario cresce la percentuale di chi ritiene l'interesse dei clienti il medesimo dell'anno precedente.



■ Sì ■ No ■ Rimasto inalterato



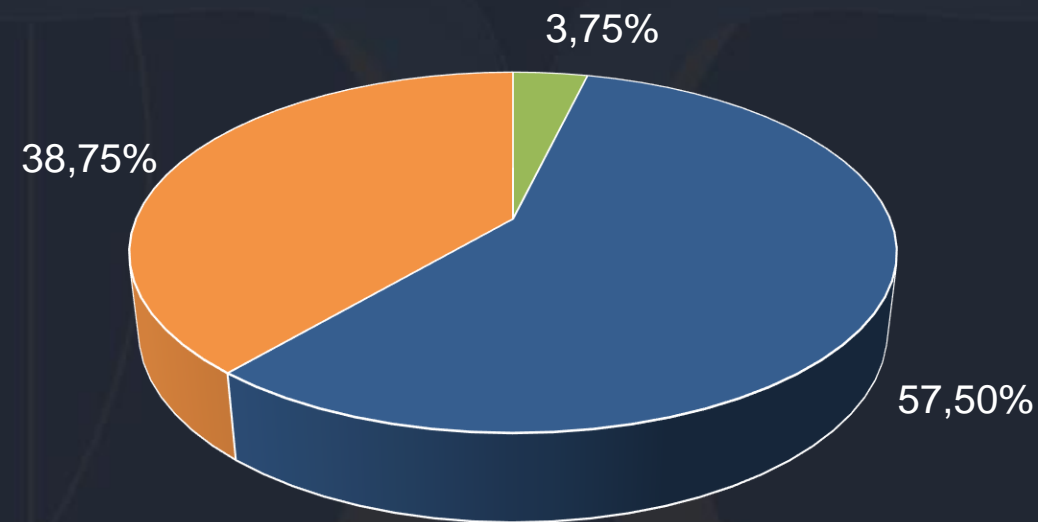


Scenario

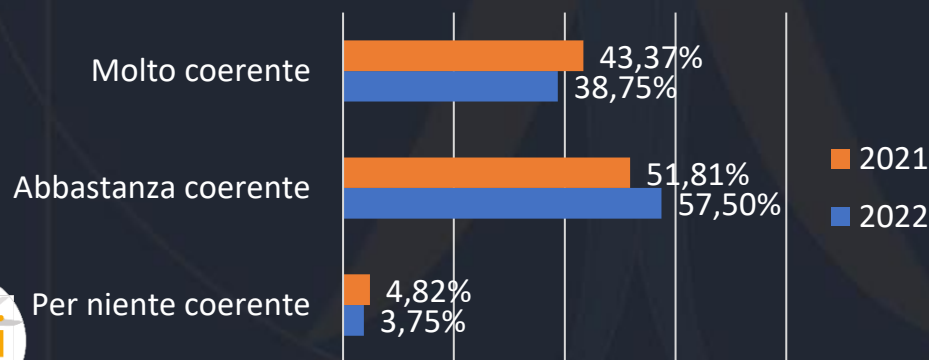
Ritiene che la sua rete sia coerente, in termini di **identità aziendale** (impegno, azione, cultura), con i **principi Esg** che professa nei prodotti?

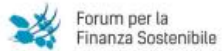
L'identità Esg della rete è ben individuata dai consulenti che dichiarano un impegno, un'azione e una cultura Esg abbastanza (57%) e molto (39%) coerente con i principi che professa nei prodotti commercializzati. Solo un 4% dichiara invece una identità per nulla coerente con i principi Esg.

Le percentuali sono in miglioramento rispetto lo scorso anno



■ Per niente coerente
 ■ Abbastanza coerente
■ Molto coerente





Scenario

Percezione
conoscenza

Aspettative
informazione
formazione

Richieste
alla Rete

Aspettative
Authority



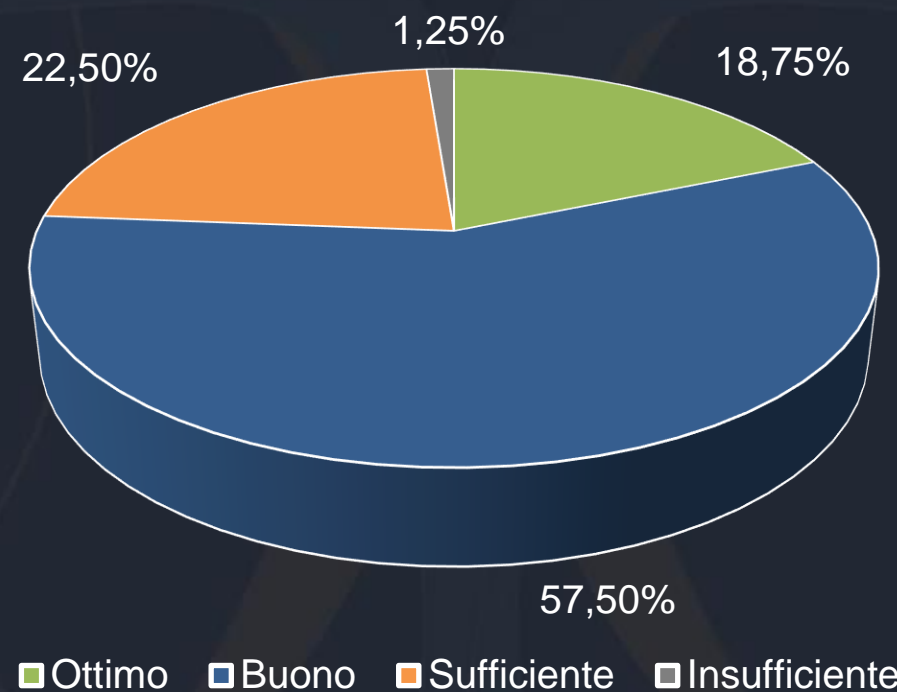


Percezione conoscenza

Qual è il tuo (del consulente) grado di **conoscenza** delle caratteristiche ESG di un prodotto?

Il 57,5% dei rispondenti ritiene di avere una buona conoscenza delle tematiche Esg, mentre il 19% dichiara un'ottima conoscenza.

Un quarto dei rispondenti si colloca tra chi ha una conoscenza sufficiente (il 22,50%) o insufficiente (1,25%).

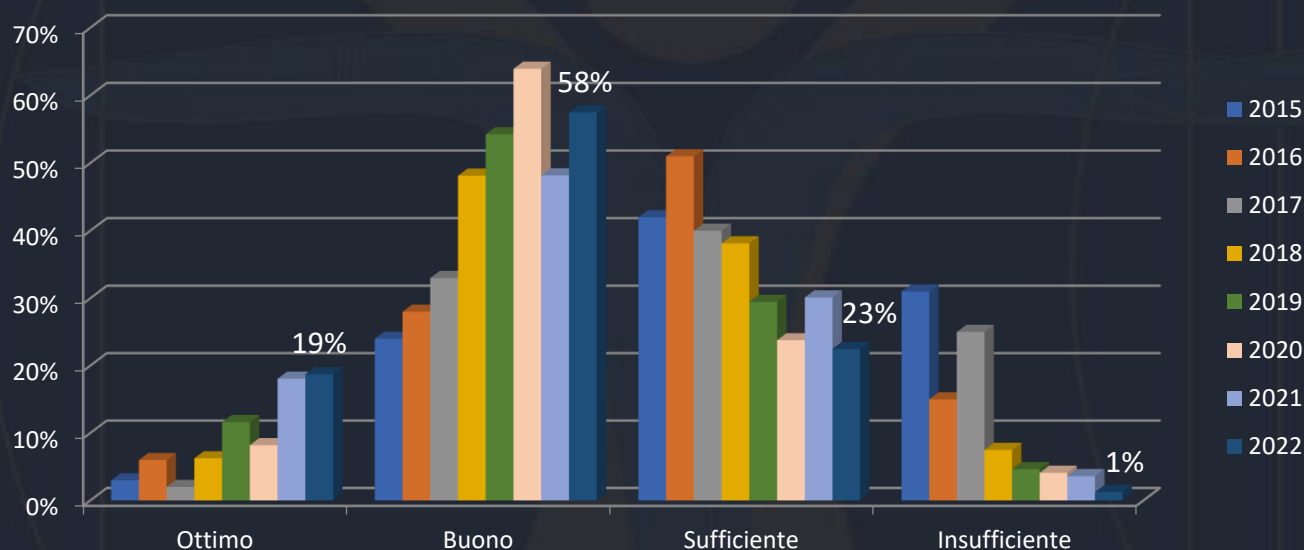


**Con caratteristiche ESG di un prodotto si intendono, per esempio, le strategie di gestione adottate, gli indici considerati, lo score ESG del prodotto e l'identità aziendale ESG della casa di gestione*



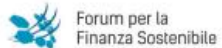
Percezione conoscenza

CONOSCENZA della finanza Sri – Confronto 2015/2022



Rispetto allo scorso anno torna a salire la quota di consulenti che ritiene di avere una buona conoscenza delle tematiche Esg, a fronte di una sostanziale diminuzione di chi la ritiene sufficiente e a un quasi azzeramento di chi la reputa insufficiente.

Da quest'anno la domanda è stata riformulata per accorpate la conoscenza di molteplici aspetti Esg che non riguardano solo i prodotti, ma anche i criteri sottostanti utilizzati per la definizione del portafoglio e gli indici Esg adottati.



Scenario

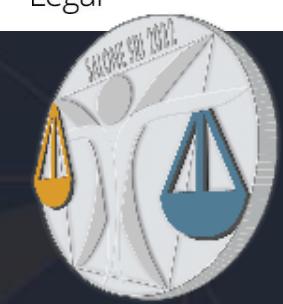
Percezione conoscenza

Aspettative informazione formazione

Richieste alla Rete

Aspettative Authority

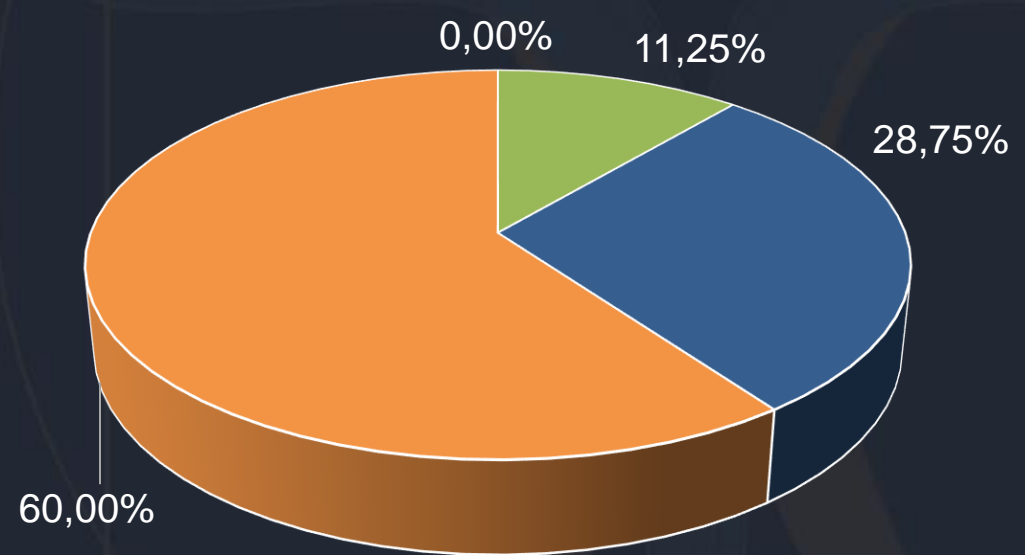




Aspettative formazione/informazione

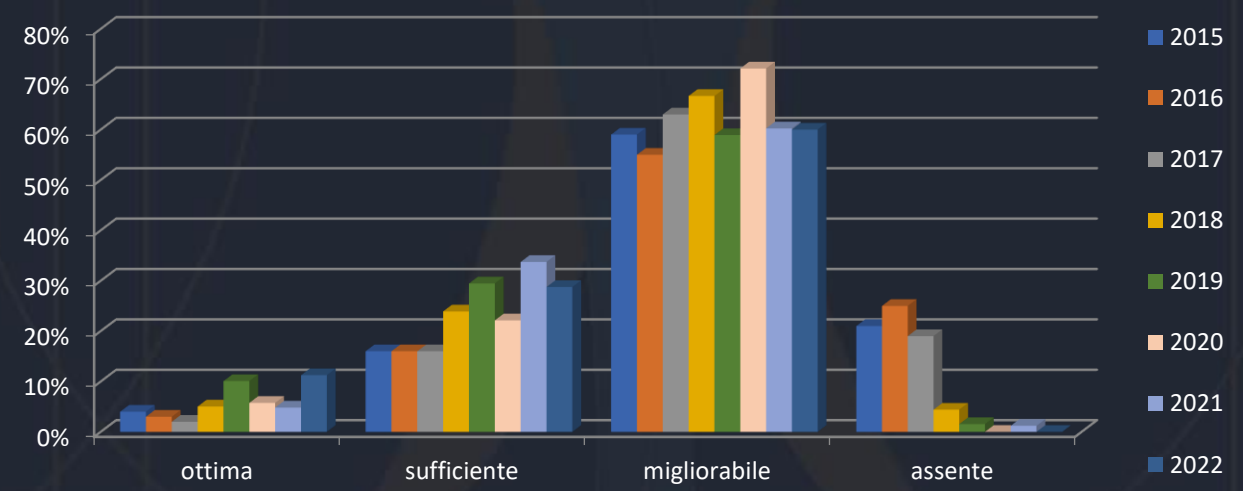
Ritieni l'**INFORMAZIONE** sulle tematiche di finanza responsabile:

In un anno aumenta la percentuale di chi ritiene l'informazione ottima e al contempo diminuisce principalmente la percentuale di chi la ritiene sufficiente. Azzerata la percentuale di chi la ritiene assente.



■ Ottima ■ Sufficiente ■ Migliorabile ■ Assente

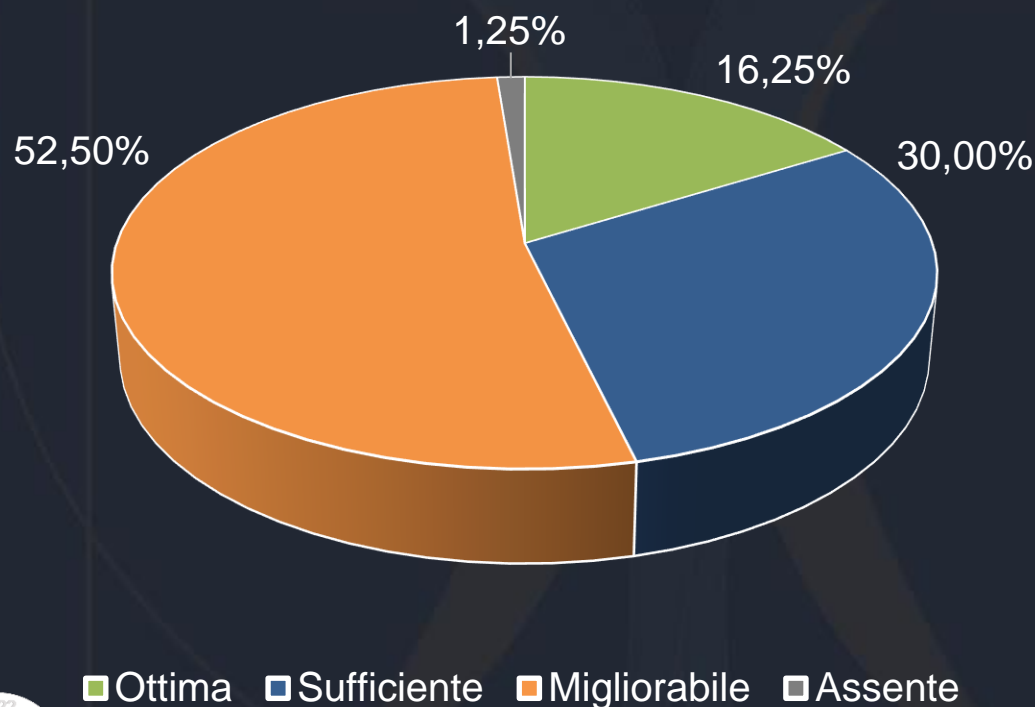
INFORMAZIONE – Confronto 2015/2022





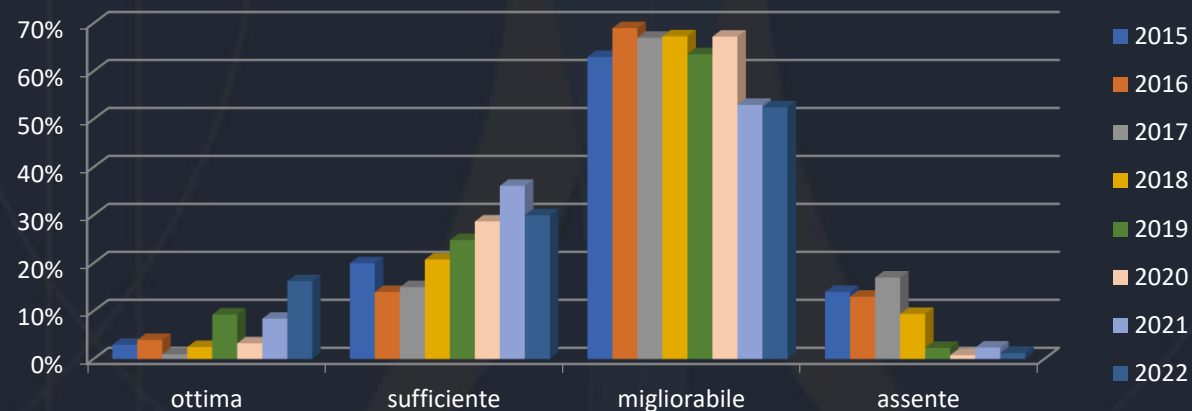
Aspettative formazione/informazione

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



La quota predominante è ancora quella di chi ritiene la formazione migliorabile. Rispetto allo scorso anno aumenta decisamente la percentuale di chi la ritiene ottima definendo un trend crescente negli ultimi tre anni, mentre diminuisce la percentuale dei consulenti finanziari che reputano la formazione sufficiente.

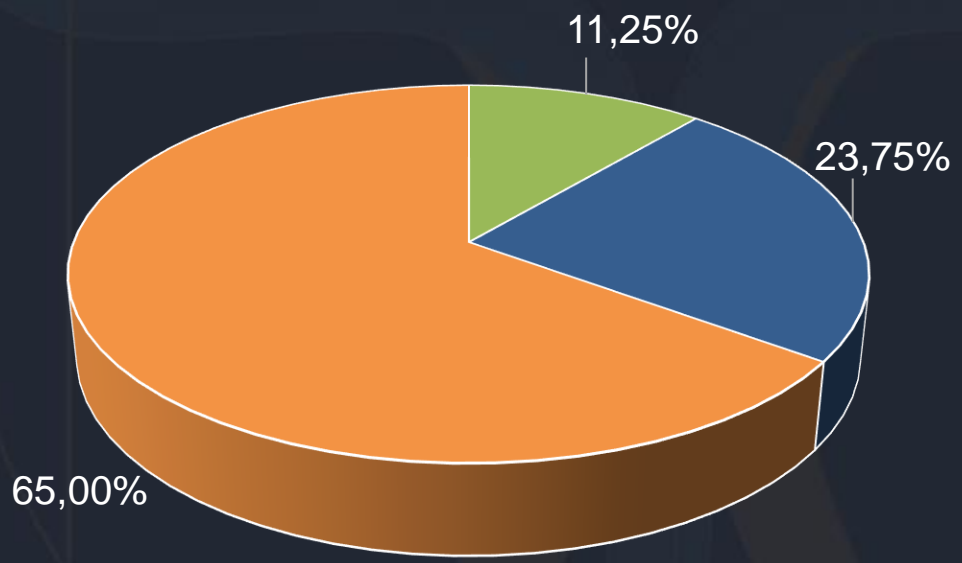
FORMAZIONE – Confronto 2015/2022





Aspettative formazione/informazione

Nel corso del 2022, hai notato **MAGGIORE ATTENZIONE** da parte dei **MEDIA** sui temi Sri?



Circa i due terzi dei rispondenti dichiara di aver notato una maggiore attenzione dei media rispetto all'anno precedente, mentre poco meno di un quarto del campione la ritiene al pari dell'anno passato.

L'11,25% non ritiene che i media abbiano dato una maggiore attenzione alle tematiche sostenibile.

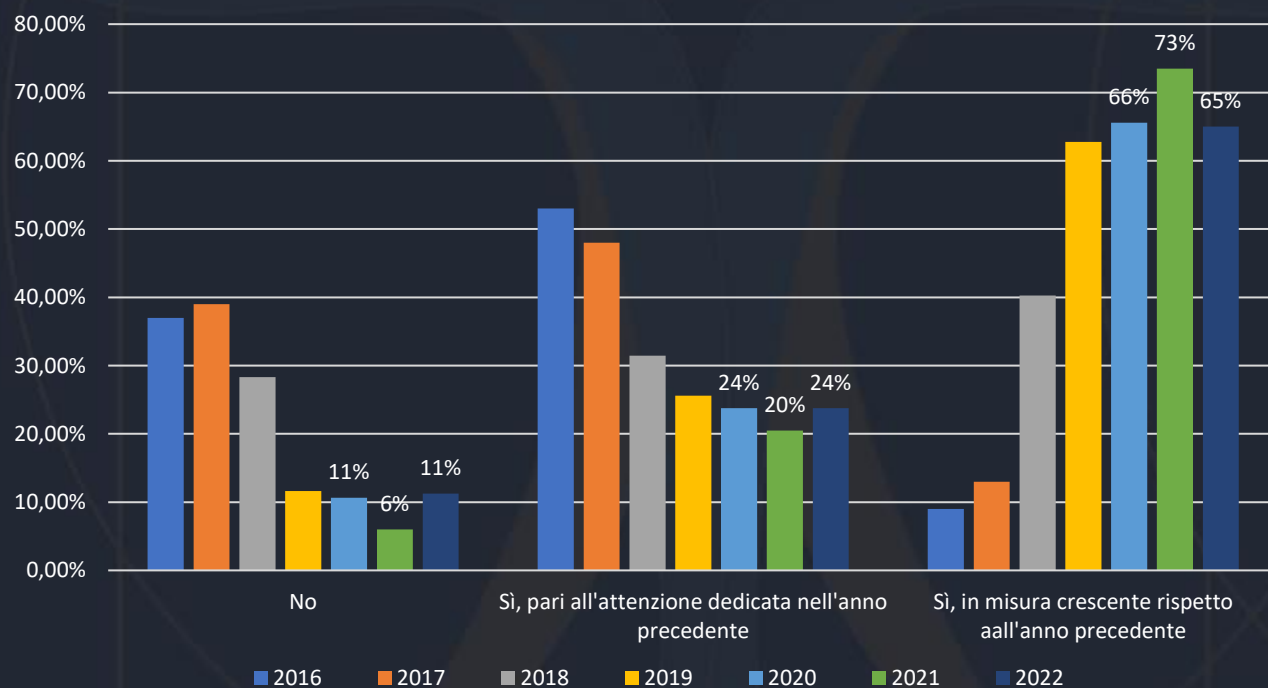
- No
- Sì, pari all'attenzione dedicata nel 2021
- Sì, in misura crescente rispetto al 2021



Aspettative formazione/informazione



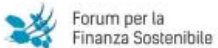
Nel corso del 2022, hai notato **MAGGIORE ATTENZIONE** da parte dei **MEDIA** sui temi Sri?



Diminuisce chi ha notato una maggiore attenzione dei media rispetto all'anno precedente (65%).

Cresce invece la percentuale di chi dichiara di non aver notato una maggiore attenzione (11%).

Rispetto al 2021 la domanda ha subito una lieve modifica. Lo storico della risposta "pari all'attenzione dell'anno precedente" include le risposte "poco" e "abbastanza" degli anni precedenti.



Scenario

Percezione
conoscenza

Aspettative
informazione
formazione

Richieste
alla Rete

Aspettative
Authority



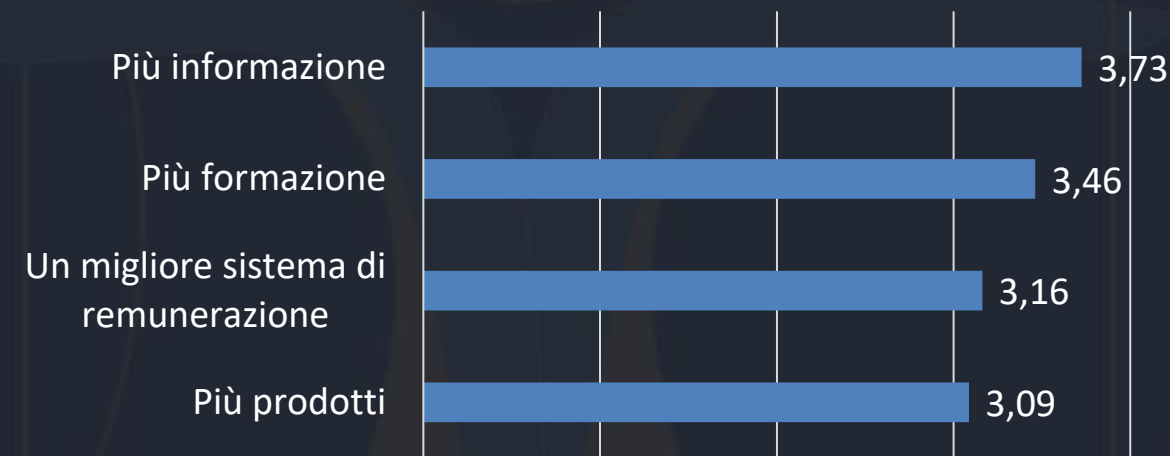
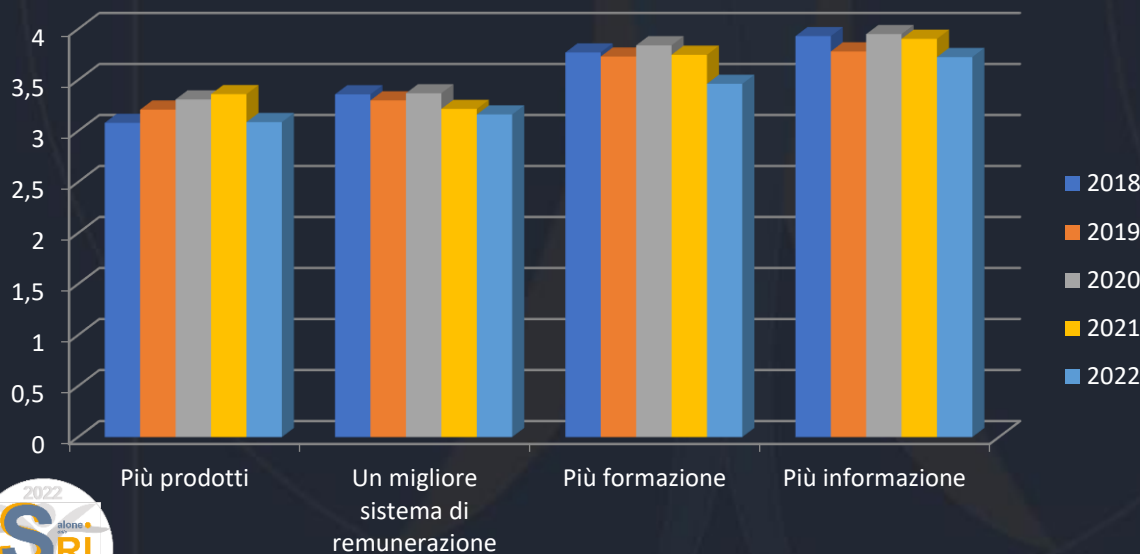


Richieste alla rete

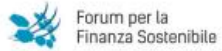
Cosa chiedi alla tua rete in termini di finanza Sri (assegnare un voto da uno a 5)

Tra le richieste alla rete in primis troviamo una maggiore informazione e formazione.

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



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



Scenario

Percezione
conoscenza

Aspettative
informazione
formazione

Richieste
alla Rete

Aspettative
Authority

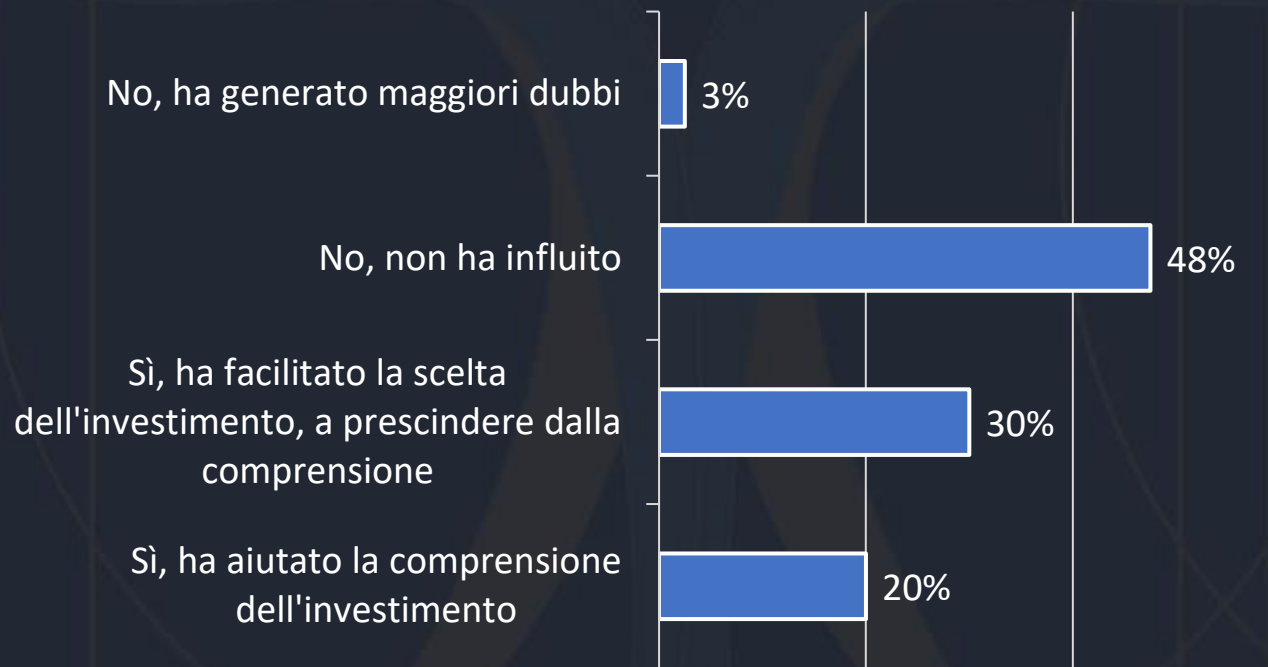




Aspettative Authority

NEW

L'introduzione della classificazione articolo 8 e articolo 9 ha favorito la scelta Esg da parte del cliente?



Circa la metà dei rispondenti dichiara che la classificazione di un prodotto in base al Regolamento Sfd non ha influito sulla scelta Esg da parte del cliente.

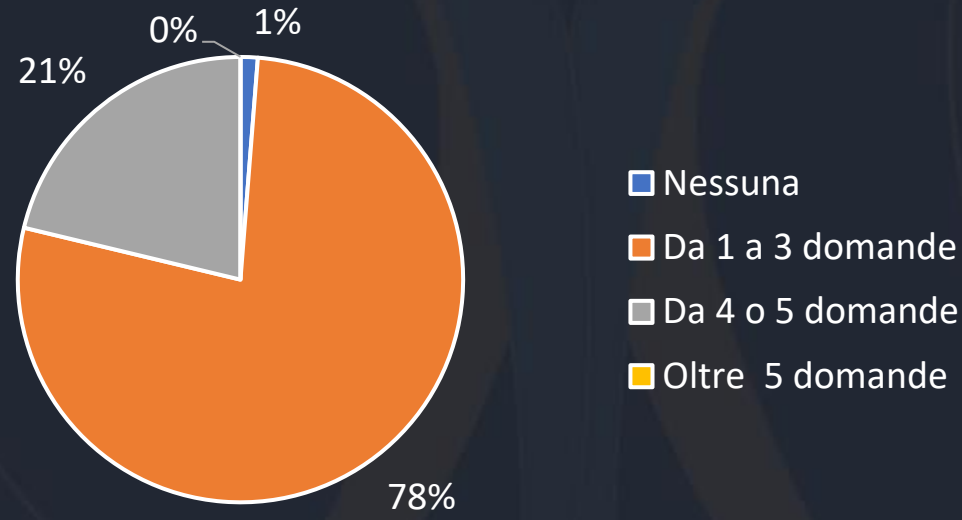
L'altra metà dichiara che la classificazione Sfd ha favorito la scelta Esg del cliente. All'interno di questo campione, tuttavia, la maggior parte dichiara che non sempre il cliente ne ha compreso la distinzione.



Aspettative Authority

NEW

Dal 2 agosto sono effettive le nuove disposizioni di Mifid II, indotte dal Sfdr, sulla profilazione all'investimento sostenibile. Nel questionario della tua rete, quante domande sono dedicate al tema Esg?



Il 78% dei rispondenti dichiara che il questionario di profilazione del cliente previsto dalla rete è composto da 1 a 3 domande sul tema Esg.

Il 21% prevede 4 o 5 domande.

In un caso non è prevista nessuna domanda.

Nessuna rete va oltre le 5 domande.

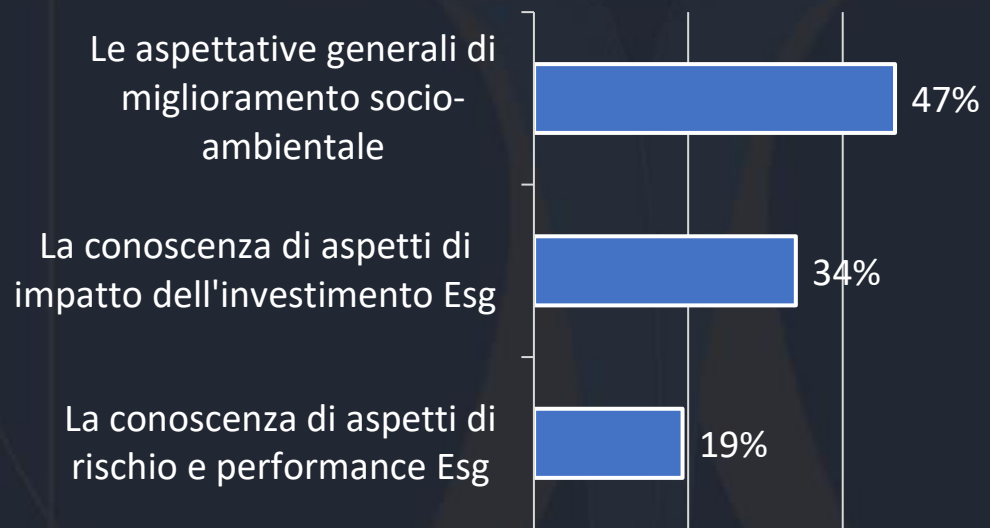




Aspettative Authority

NEW

Il questionario di profilazione indaga:



All'interno delle domande di profilazione del cliente sulle tematiche Esg, la maggior parte riguarda le aspettative generali di miglioramento socio-ambientale (47%)

In seconda battuta si dà importanza alla conoscenza dell'impatto degli investimenti sostenibili (34%)

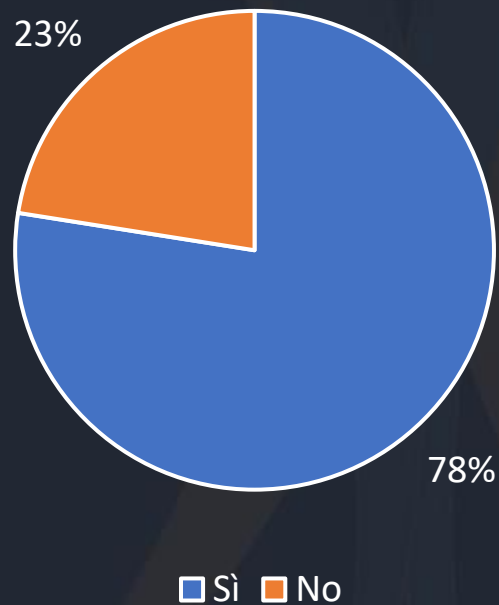
Meno ricercati invece gli aspetti di rischio e performance Esg (19%)

Aspettative Authority

NEW



La tua rete ha predisposto un percorso formativo per gestire le nuove disposizioni di trasparenza ed educazione del cliente della Mifid II?



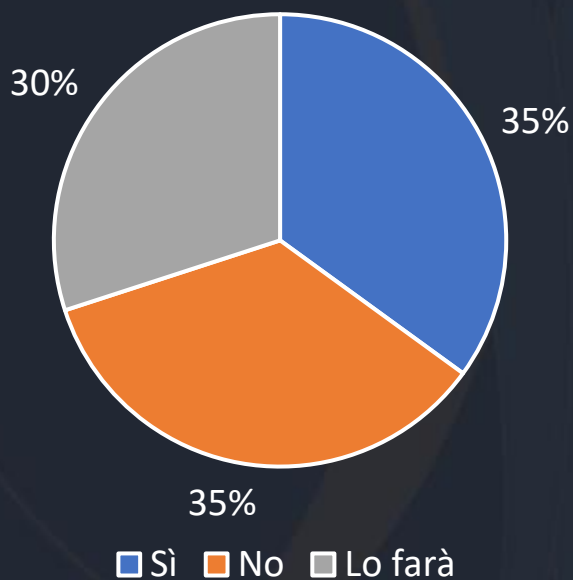
Il 78% dichiara che la rete ha predisposto un percorso di formazione per far fronte alle nuove disposizioni della Mifid II relative alla trasparenza e all'educazione del cliente



Aspettative Authority

NEW

La tua rete ti ha messo a disposizione uno strumento di individuazione, monitoraggio e conoscenza dei prodotti Esg, per soddisfare le indicazioni dei tuoi clienti?



- Applicativo interno (19%)
- Dati esg sui prodotti (15%)
- Webinar e corsi di formazione (15%)
- Piattaforma di Consulenza (12%)
- Piattaforma di Consulenza con focus ESG (12%)
- Analisi esterne (8%)
- Report interno (8%)
- Profilatura (4%)
- Schede prodotti (4%)
- Esiste ma è privo di interesse (4%)



Conclusioni

ESG IDENTITY

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

MATURAZIONE

- È ancora notevole la percezione del «maggiore interesse» verso i prodotti e l'identità. Ma la quota è in riduzione rispetto ai dati 2021, segno di presa di coscienza del cliente e del consulente

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). Anche qui, il dato «rallenta» rispetto al 2021, segno di maturazione. Ma il trend rimane

COINVOLGIMENTO NORMATIVO. MA GLI ESITI?

- La ricerca esplora per la prima volta gli effetti di Sfdr e Mifid sui comportamenti e le percezioni dei consulenti. Emerge una certa conoscenza dei nuovi strumenti a disposizione, con qualche sorpresa sugli effetti nel cliente di art. 8 e art. 9. C'è una valutazione positiva per le dotazioni attivate dalle proprie committenti, per quanto non emergano veri e propri strumenti dedicati e adatti agli ESG.



SALONE.SRI

IT'S TIME TO WEIGH PRODUCTS,
STRATEGIES AND PLAYERS

MILANO, PALAZZO DELLE STELLINE
WWW.SALONESRI.IT



Un evento



GRAZIE

