Ricerca "SRI: il coinvolgimento consulente-cliente"

IX edizione

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

salone.SRI
15 novembre 2023

Le rivoluzioni Esg, come cambia la consulenza

Gian Franco Giannini Guazzugli

Marco Deroma

Elena Leonardi

Angela Carozzi

L'appuntamento rivolto ai consulenti finanziari si apre con la presentazione della IX 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. La consulenza esplorerà poi le specifiche esperienze registrate da operatori e network associativi. L'obiettivo è anche quello di focalizzarsi sulla nuova dimensione "politica" della consulenza, ossia del consulente che assume un ruolo attivo anche nelle dinamiche ambientali, sociali e di governo della polis.

Presentazione | Luca Testoni, Co-Fondatore ET.Group e Direttore ETicaNews e ESG Business Review

Interviene:

Anasf | **Gian Franco Giannini Guazzugli**, Comitato Esecutivo Responsabile Area Tutele Fiscali e Sostenibilità

Tavola rotonda con la partecipazione di:

Assoreti | **Angela Maria Carozzi**, Responsabile Ufficio Legale e Normativa
EFPA Italia | **Marco Deroma**, Presidente
Banca Generali | **Elena Leonardi**, Responsabile Servizio Banking Group Sustainabilily

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

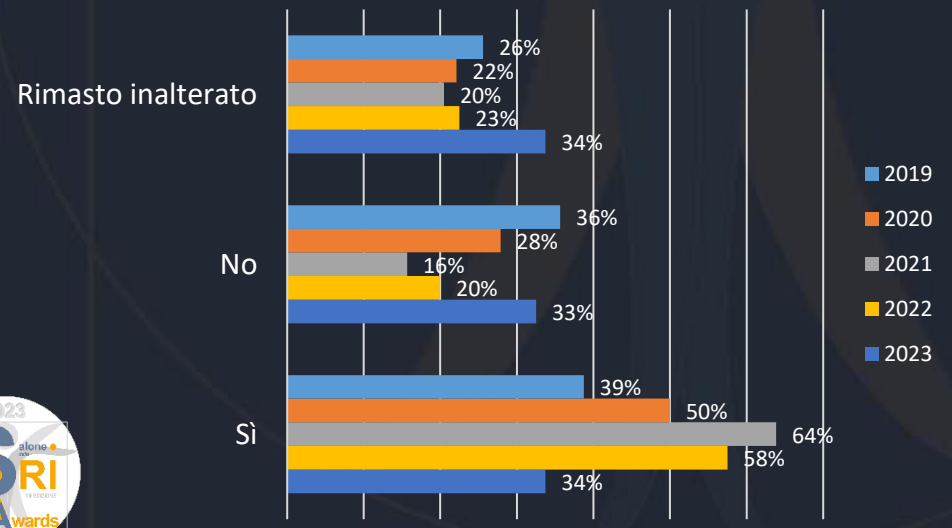
Richieste
alla Rete

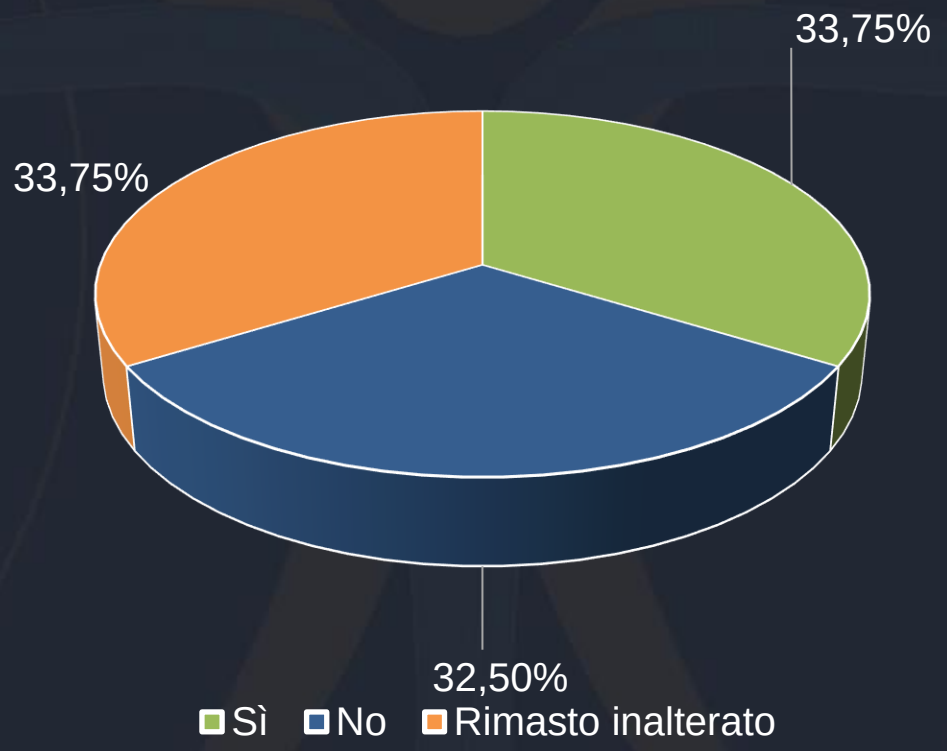
Aspettative
Authority

Scenario

Durante il 2023, hai percepito maggiore interesse tra i tuoi clienti sui PRODOTTI SRI rispetto al 2022?

Il campione si divide equamente tra le risposte, segno che i prodotti Sri escono dalla fase di euforia degli scorsi anni, a favore di un quadro di crescita più consistente e consapevole.
La percentuale è in costante diminuzione rispetto agli ultimi due anni, mentre aumenta la quota di chi ritiene che l'interesse non sia cresciuto o sia stabile.



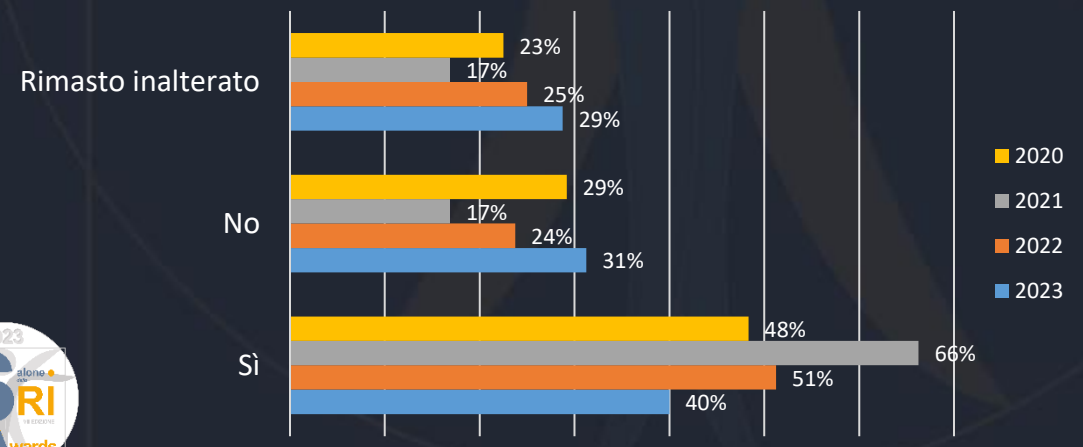


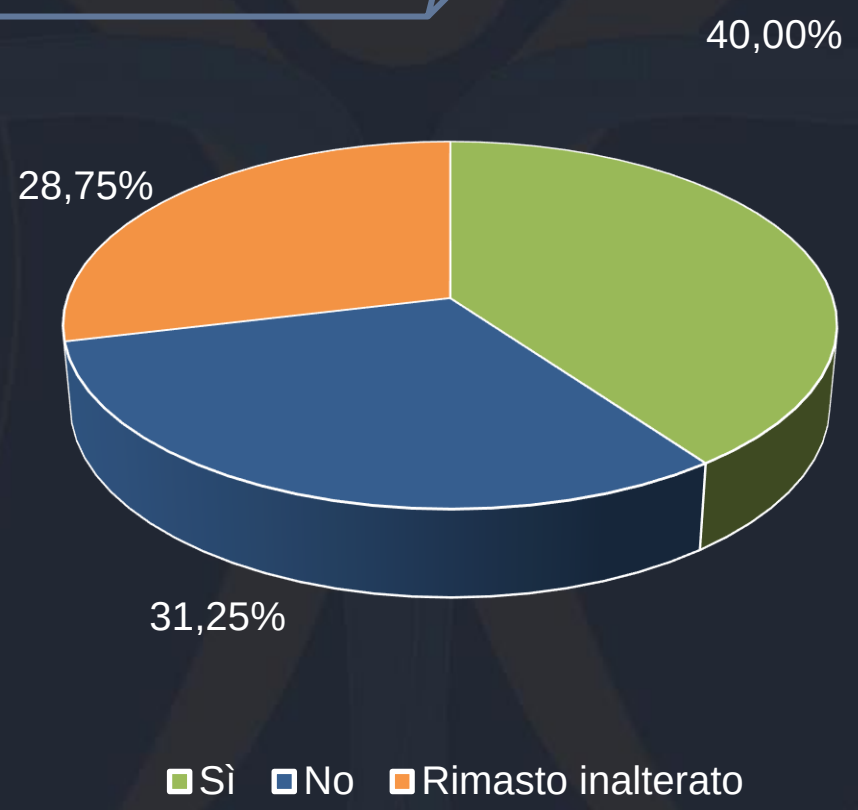
Scenario

Durante il 2023, hai percepito maggiore interesse tra i tuoi clienti sul livello ESG dei GESTORI DI FONDI SRI rispetto al 2022?

Il 40% 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.

Al contrario cresce la percentuale di chi non ha riscontrato un maggiore interesse rispetto all'anno precedente, ma anche di chi ha rilevato variazioni.





Scenario

Percezione conoscenza

Aspettative

informazione formazione

Richieste

alla Rete

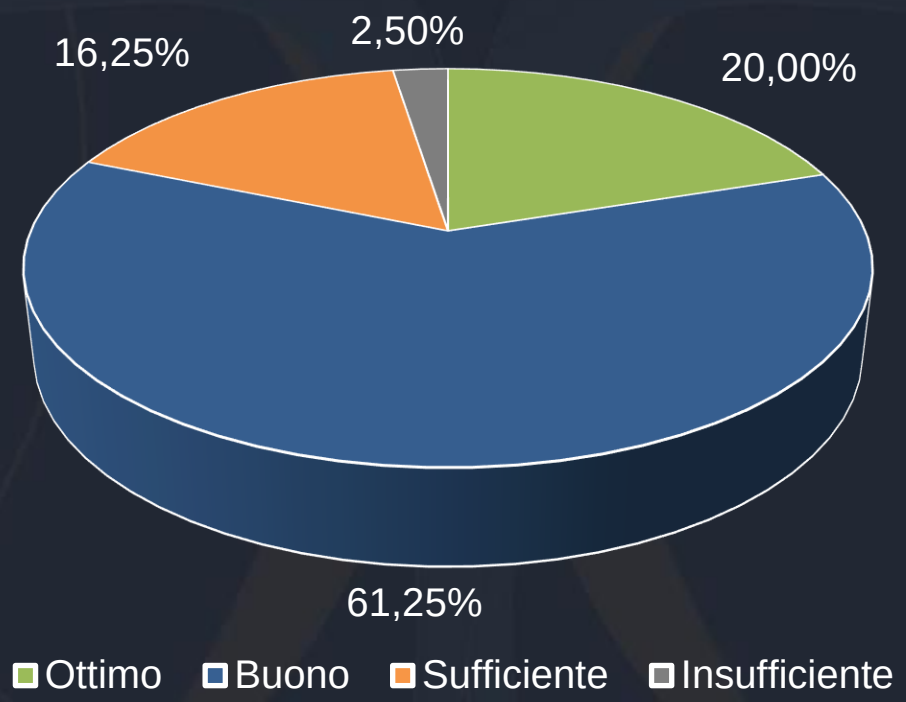
Aspettative Authority

Percezione conoscenza

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

Il 61,25% dei rispondenti ritiene di avere una buona conoscenza delle tematiche Esg. A questi si aggiunge il 20% che dichiara un'ottima conoscenza.

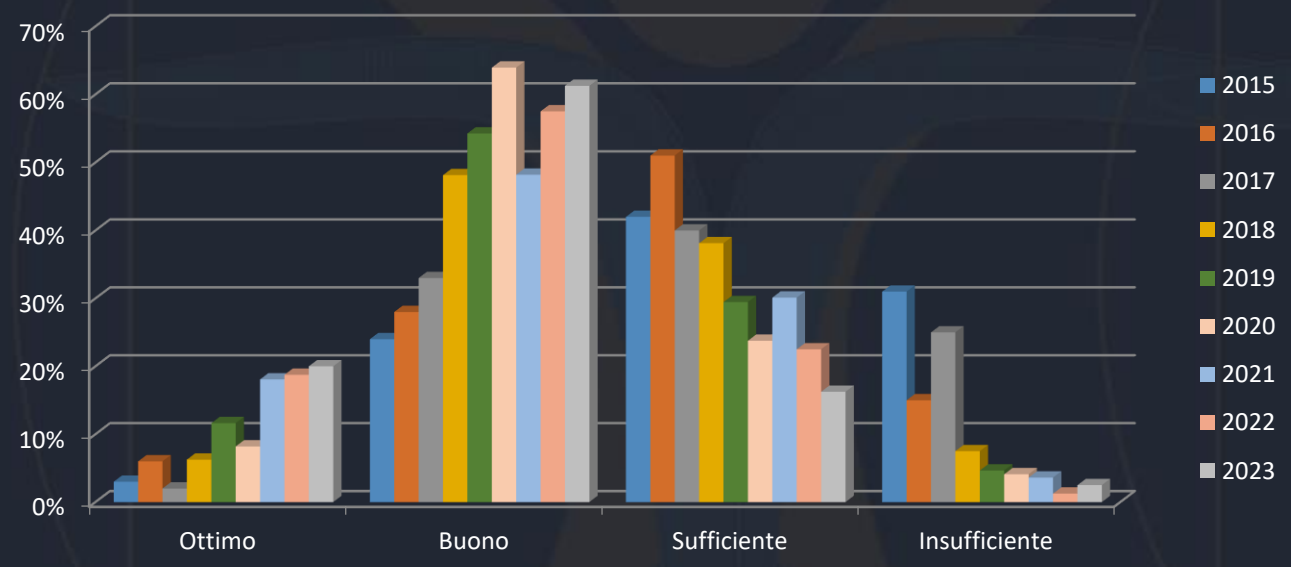
Un rispondente su cinque si colloca tra chi ha una conoscenza sufficiente (il 15,25%) o insufficiente (2,5%).



**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 2015/2023



Negli ultimi tre anni c'è stata una crescita progressiva della quota di consulenti che ritiene di avere una buona conoscenza delle tematiche Esg (così come chi ritiene di avere una conoscenza "ottima"), a fronte di una sostanziale diminuzione di chi la ritiene sufficiente.

Dallo scorso anno la domanda è stata riformulata per accorpare 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.

**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*

Scenario

Percezione
conoscenza

Aspettative

informazione
formazione

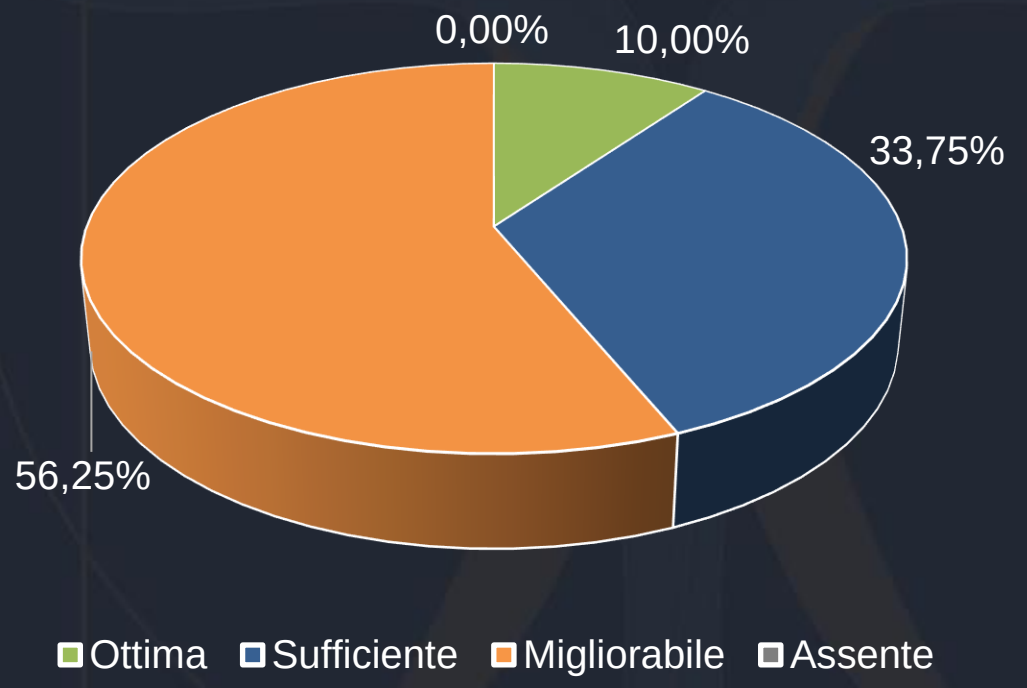
Richieste

alla Rete

Aspettative
Authority

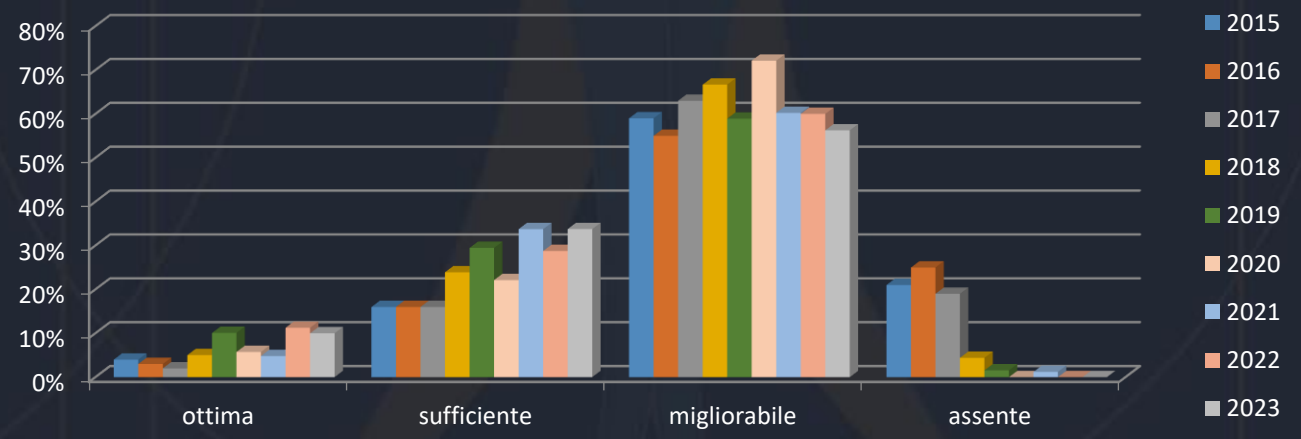
Aspettative formazione/informazione

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



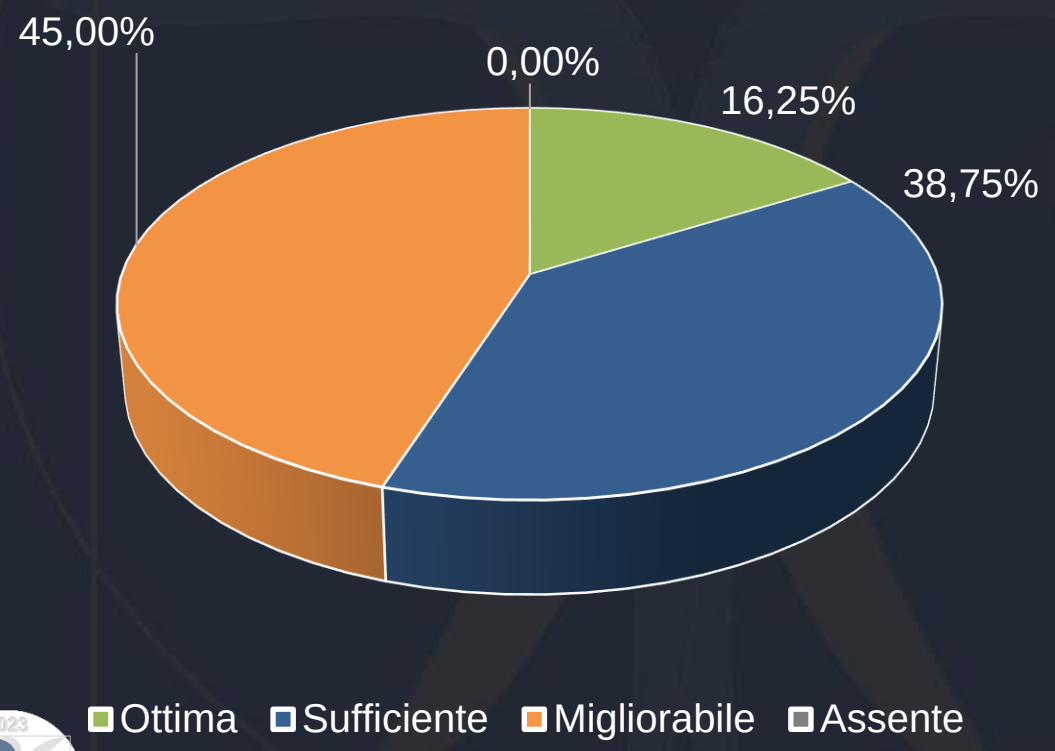
La quota predominante è ancora quella di chi ritiene l'informazione migliorabile (56%), anche se in calo rispetto allo scorso anno.
In un anno aumenta la percentuale di chi ritiene l'informazione sufficiente e al contempo, appunto, diminuisce la percentuale di chi la ritiene migliorabile.
Azzerata la percentuale di chi la ritiene assente.

INFORMAZIONE – Confronto 2015/2023



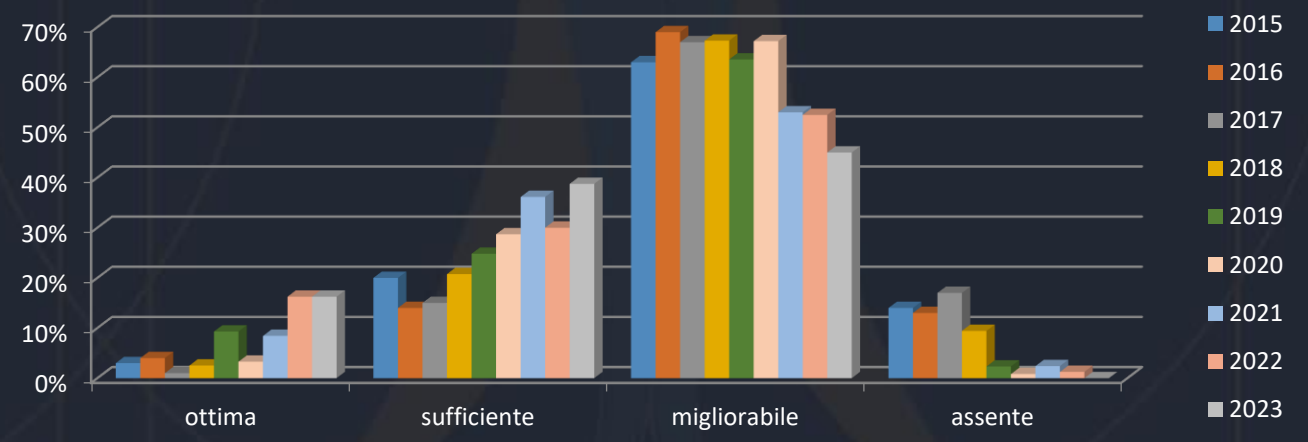
Aspettative formazione/informazione

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



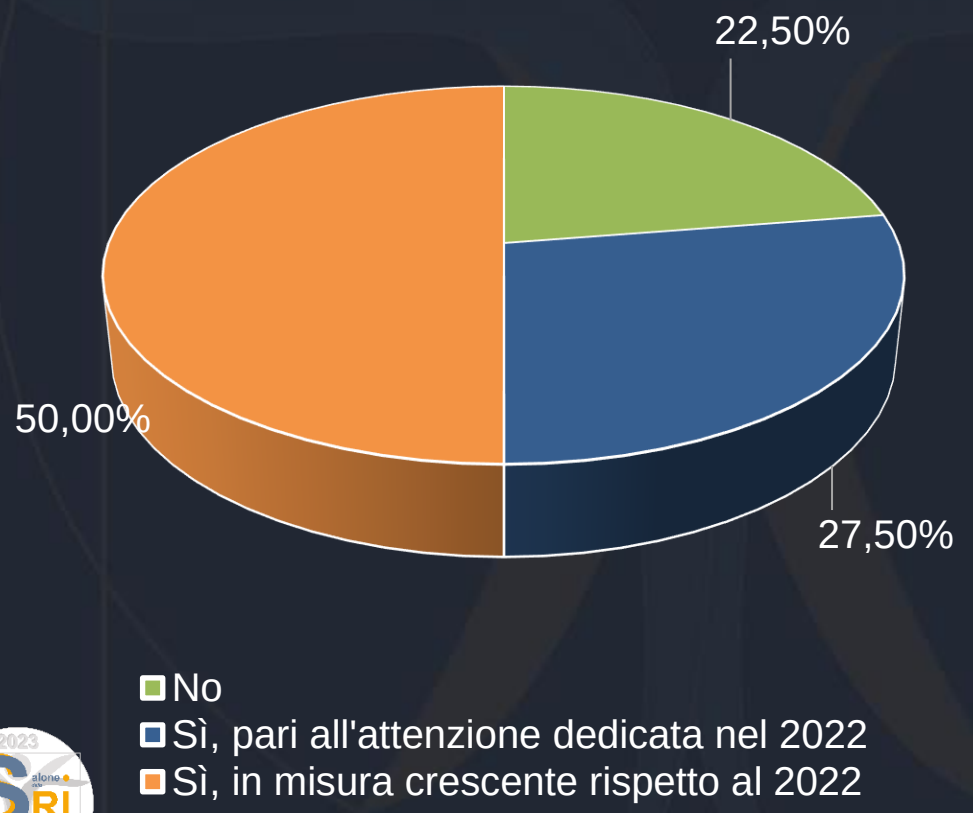
La quota predominante è ancora quella di chi ritiene la formazione migliorabile (45%), anche se in calo rispetto allo scorso anno.
Resta costante rispetto all'anno scorso la percentuale di chi la ritiene ottima, mentre torna a crescere (da 30 a 39%) la percentuale dei consulenti finanziari che reputano la formazione sufficiente.

FORMAZIONE – Confronto 2015/2023



Aspettative formazione/informazione

Nel corso del 2023, hai notato **MAGGIORE ATTENZIONE** da parte dei **MEDIA** sui temi Sri?

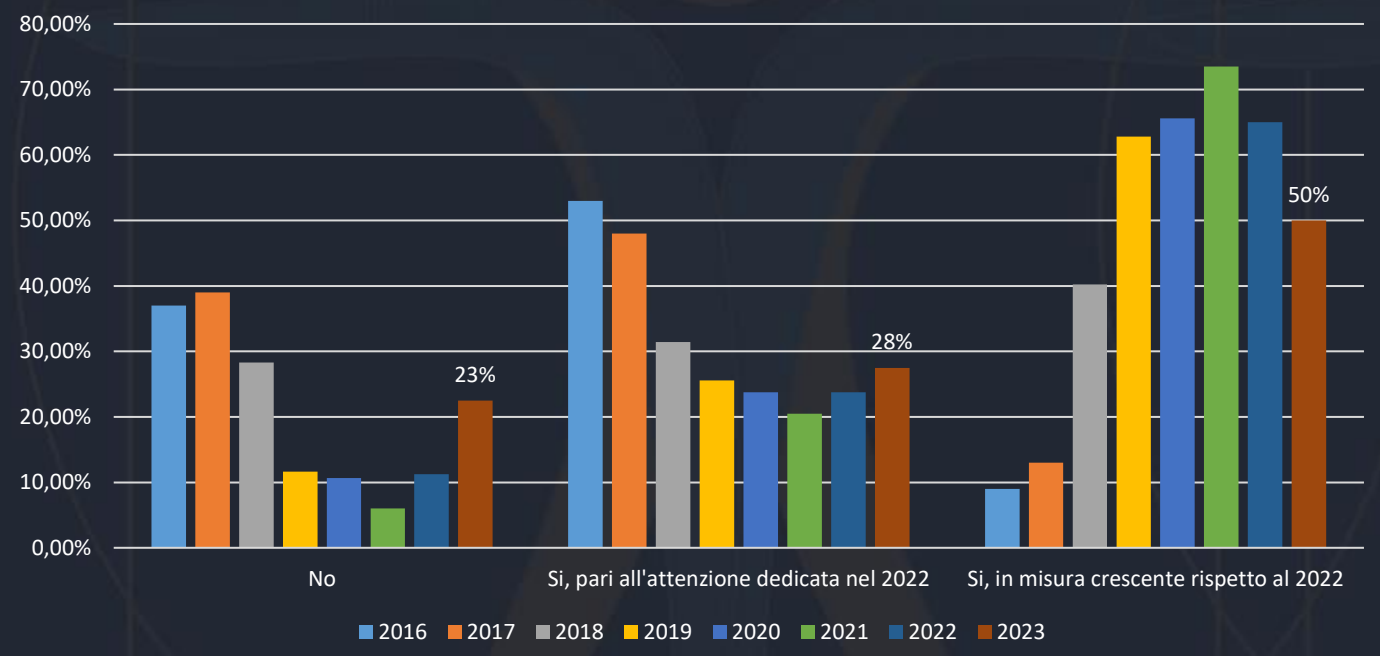


La metà dei rispondenti dichiara di aver notato una maggiore attenzione dei media rispetto all'anno precedente, mentre poco più di un quarto del campione la ritiene al pari dell'anno passato.

Il 22,50% non ritiene che i media abbiano dato una maggiore attenzione alle tematiche sostenibile.

Aspettative formazione/informazione

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



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.

Il sondaggio rivela una costante diminuzione chi ha notato una maggiore attenzione dei media negli ultimi tre anni (da 65% dello scorso anno a 50%).

Cresce invece la percentuale di chi dichiara di non aver notato una maggiore attenzione (23%), oppure la ritiene al pari di quella dell'anno precedente (28%)

Scenario

Percezione
conoscenza

Aspettative
informazione
formazione

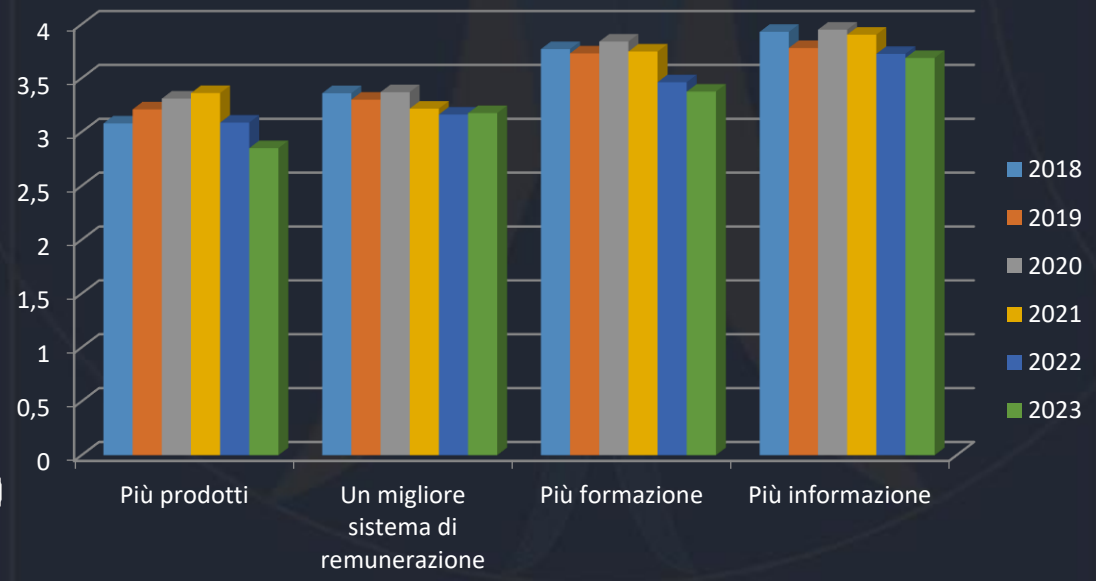
Richieste
alla Rete

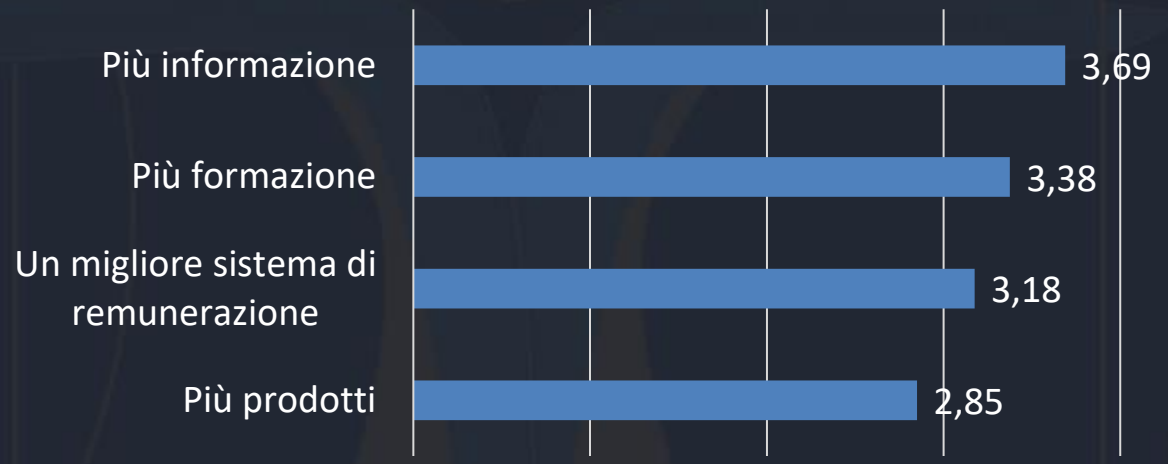
Aspettative
Authority

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.
Solo in seconda battuta, si pone l'attenzione su una migliore formazione e un migliore sistema di remunerazione. L'offerta del mercato è ormai ampia, infatti in coda si posiziona la richiesta di più prodotti (con il livello più basso mai raggiunto).





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

Scenario

Percezione conoscenza

Aspettative

informazione formazione

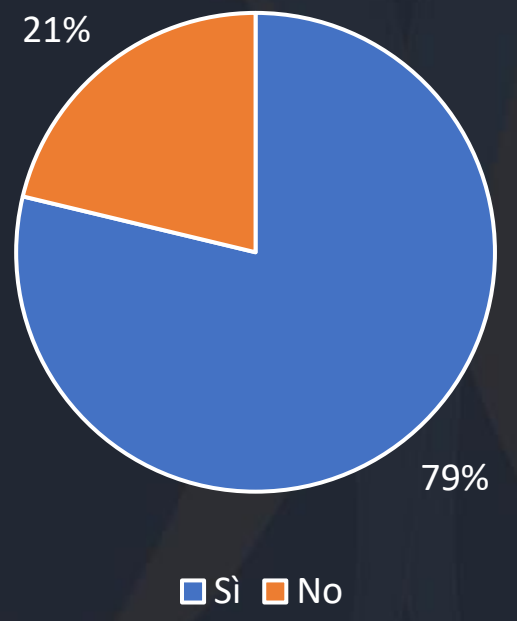
Richieste

alla Rete

Aspettative Authority

Aspettative Authority

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



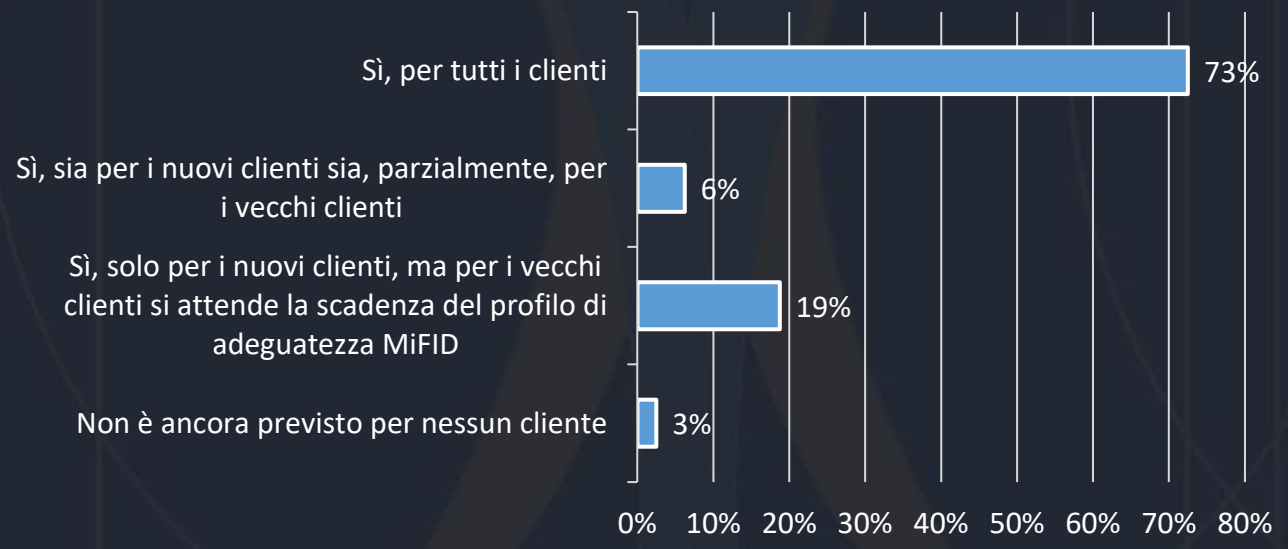
Il 79% dichiara che la rete ha predisposto un percorso di formazione per far fronte alle nuove disposizioni della Mifid II relative alla trasparenza e all'educazione del cliente.

I numeri ricalcano quelli dello scorso anno.

Aspettative Authority

NEW

In ottemperanza a quanto previsto dall'integrazione della Mifid II, la tua rete ha provveduto, a partire dal 2 agosto 2022, a identificare le preferenze di sostenibilità dei clienti come previsto dalla nuova normativa?



Il 73% dichiara che la rete ha provveduto a identificare le preferenze di sostenibilità per tutti i clienti

Il 19% è in linea con i nuovi clienti e provvederà a profilare i vecchi alla scadenza del primo questionario di adeguatezza

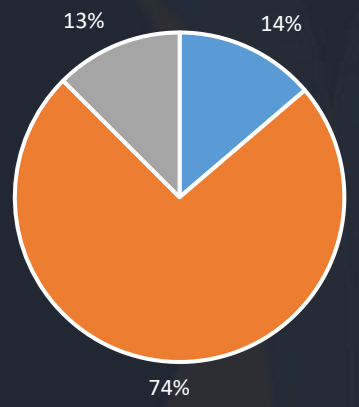
Il 6% deve ancora completare la profilazione dei vecchi clienti

Solo il 3% non ha ancora previsto la profilazione per la clientela

Aspettative Authority

NEW

Ritiene che l'utilizzo dei questionari di profilazione delle preferenze di sostenibilità sia utile?



- Adesso
- Nel medio termine, ad adeguamento normativo consolidato
- Non è utile

Il 74% dichiara che i questionari di profilazione saranno utili nel medio termine, una volta che l'adeguamento normativo si sia consolidato.

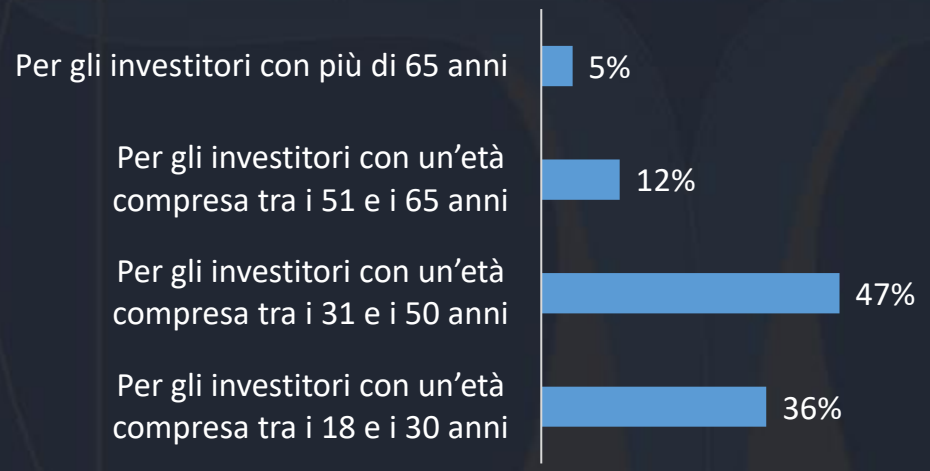
Tra chi non ritiene utile la profilazione le motivazioni sono diverse:

- i clienti danno priorità ai rendimenti
- blocca l'operatività in gabbie percentuali
- ulteriore adempimento burocratico
- il questionario è malposto e non permette di cogliere la reale sensibilità del cliente al tema
- il cliente percepisce le motivazioni ma rimane mediamente scettico
- non è primario per le scelte ad ora
- i clienti si aspettano che le scelte siano già fatte dai gestori
- è solo marketing

Aspettative Authority

NEW

Effettua la profilazione Esg della clientela con maggior efficacia (ossia, è più comprensibile)



Quasi la metà dei rispondenti individua come fascia d'età più incline alla profilazione quella compresa tra i 31 e i 50 anni (47%)

Si posizionano bene anche i giovanissimi, con età compresa tra i 18 e i 30 anni (36%)

Qualche difficoltà in più per gli over 50 (12%)

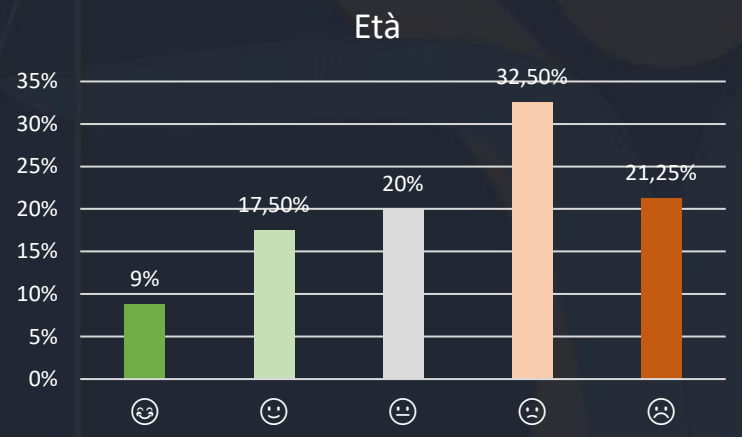
La maggiore difficoltà riguarda invece la clientela più in là con l'età

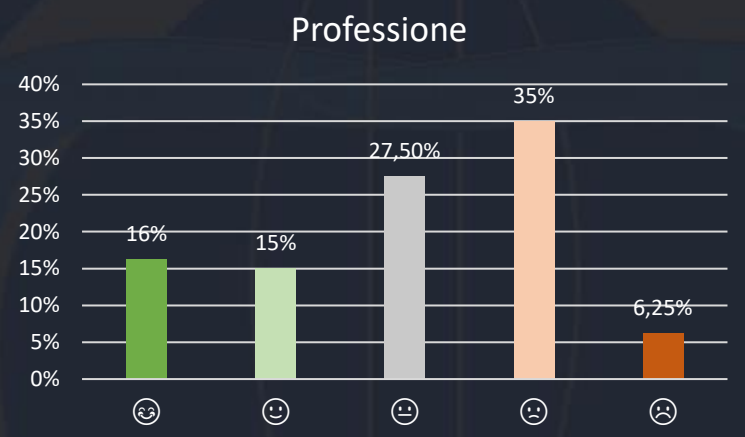
Aspettative Authority

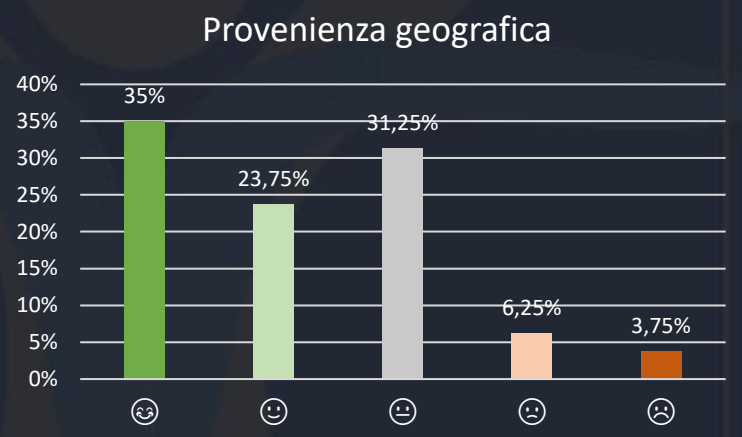
NEW

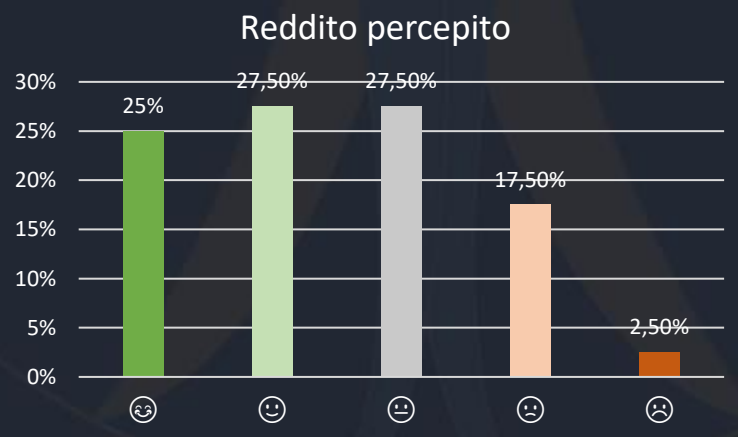
Differenze tra la clientela in termini di preferenze di sostenibilità

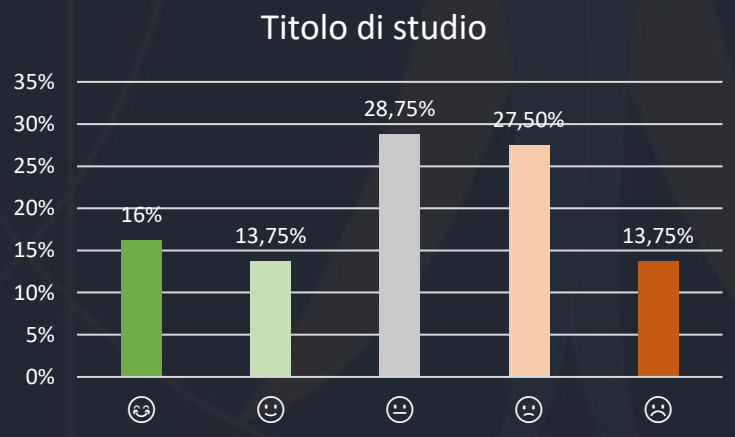
Il consulente assegna i livelli di comprensione fattore per fattore (voti da 1 = poca differenza a 5 = massima differenza). Le colonne sono le percentuali di risposta su quel livello







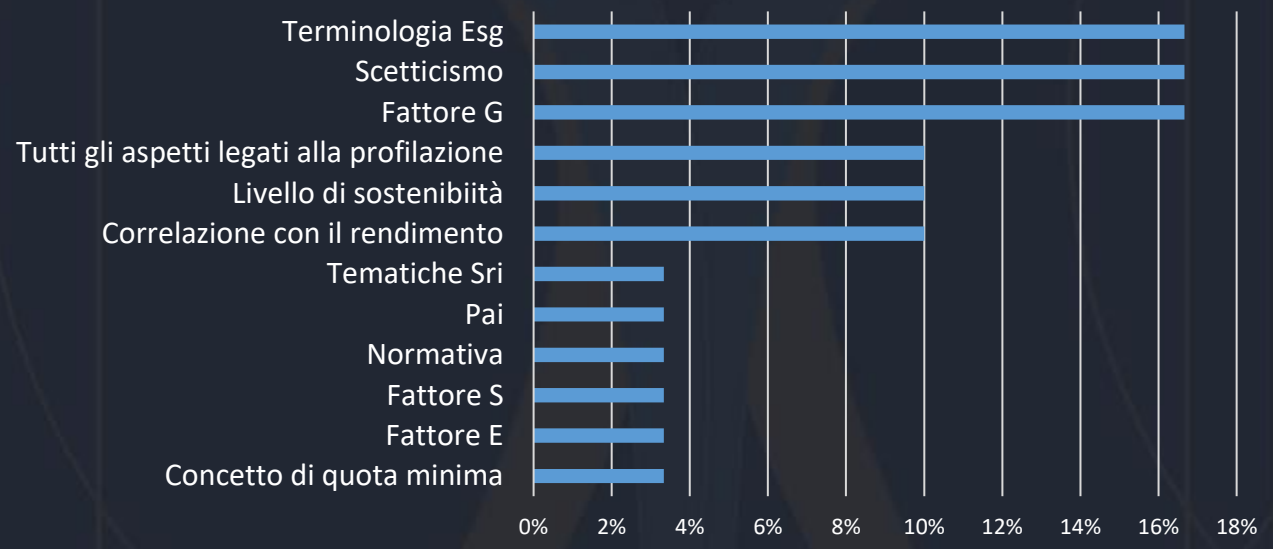




Aspettative Authority

NEW

Su quali aspetti hai percepito una maggiore difficoltà di comprensione da parte del cliente?



Escludendo coloro che non hanno avuto percepito alcuna difficoltà, tra i rispondenti le criticità maggiori riguardano:

- La comprensione della terminologia Esg
- La comprensione del tema della governance
- Un certo scetticismo di base (il prodotto è realmente sostenibile? I criteri saranno realmente rispettati?)

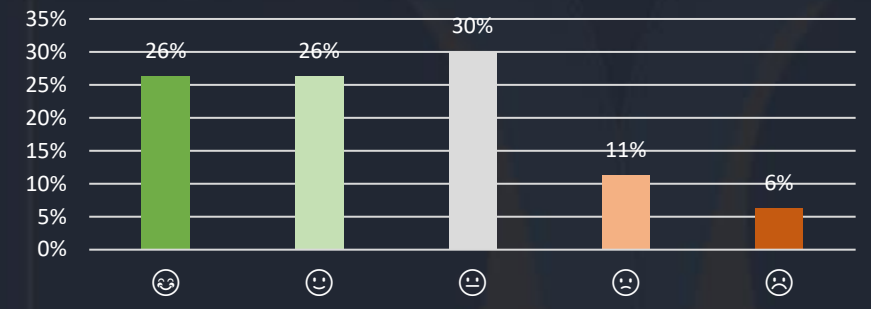
Aspettative Authority

NEW

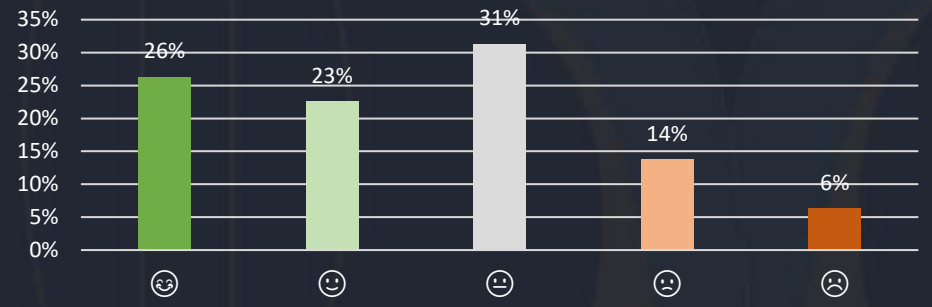
Livello di difficoltà dei clienti percepito sui seguenti aspetti:

Il consulente assegna i livelli di difficoltà da parte del cliente (voti da 1 = poca difficoltà a 5 = massima difficoltà)

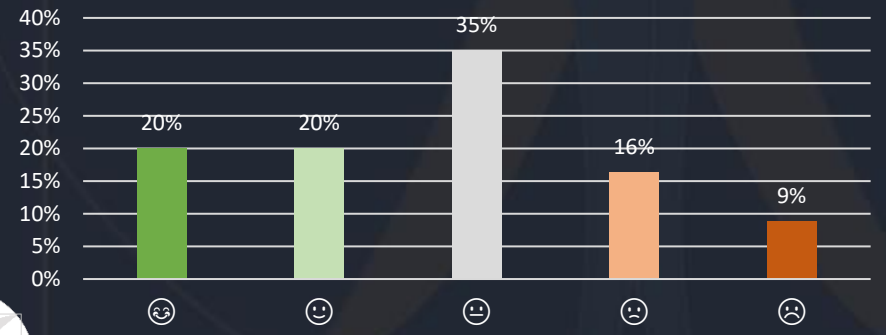
Quota minima investita in investimenti ecosostenibili (Tassonomia)



Quota minima investita in investimenti sostenibili (Sfdr)

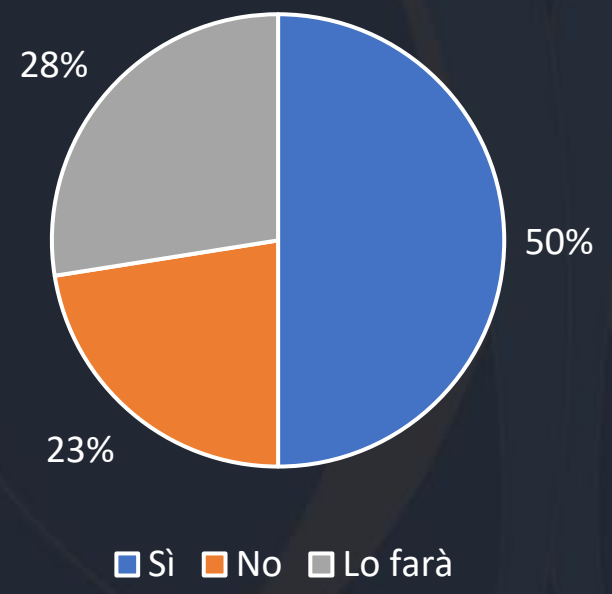


Pai



Aspettative Authority

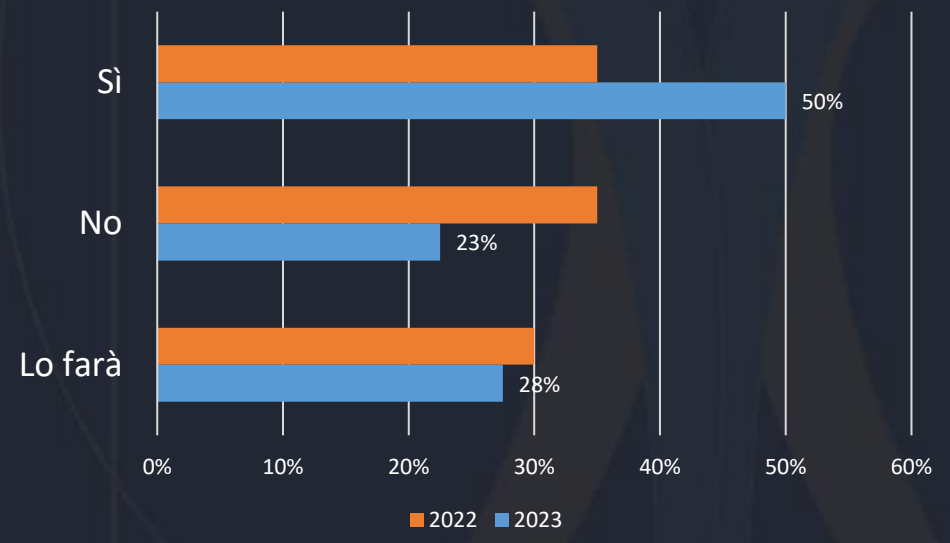
La tua rete ti ha messo a disposizione uno strumento di individuazione, monitoraggio e conoscenza dei prodotti Esg, per soddisfare le indicazioni dei tuoi clienti?

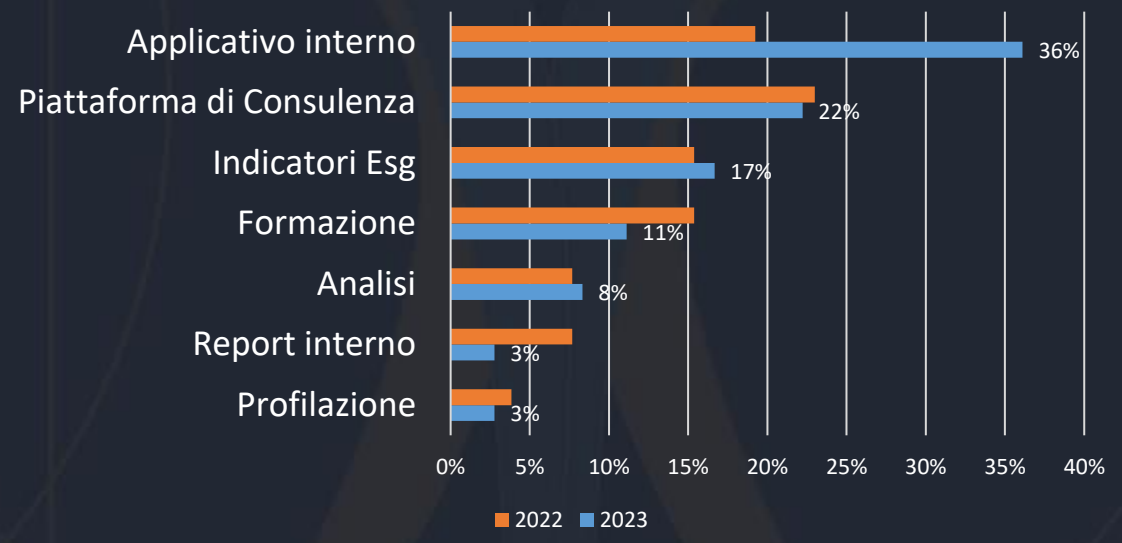


Applicativo interno (36,11%)
Piattaforma di Consulenza (22,22%)
Indicatori Esg (16,67%)
Formazione (11,11%)
Analisi (8,33%)
profilazione (2,78%)
Report interno (2,78%)

Aspettative Authority

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?





Aspettative Authority

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

Il campione si divide equamente:

- Circa la metà dei rispondenti dichiara che la classificazione di un prodotto in base al Regolamento Sfdr non ha influito sulla scelta Esg da parte del cliente, se non ha generato ulteriori dubbi
- L'altra metà dichiara che la classificazione Sfdr 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.

Conclusioni

EUFORIA ADDIO

- Emerge in modo chiaro da diversi indicatori come sia terminata la fase «euforica» in cui tutto era buono e facile. L'interesse verso gli Esg continua a crescere, ma in modo più solido e consapevole

ESG IDENTITY

- Tema chiave: i clienti si interrogano sulla ESG Identity della Sgr. Anche qui, la quota scende, ma resta comunque assai elevata la percentuale di chi si interroga su chi sta «dietro» il prodotto

VOGLIA DI COMPRENDERE

- 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 2022, segno di maturazione. Ma il trend rimane

IMPEGNO RETI. MA DISTANZA TRA NORME E REALTÀ

- La ricerca esplora nel dettaglio gli effetti di Sfdr e Mifid sui comportamenti e le percezioni dei consulenti. Emerge una accelerazione da parte delle reti nel fornire formazione e strumenti di lavoro sul fronte Esg. Nonché buoni risultati nelle attività di profilazione. Si conferma invece una certa lontananza tra clienti e Sfdr, e forse anche una difficile comprensione delle disposizioni normative, associata a un certo grado di scetticismo.

GRAZIE