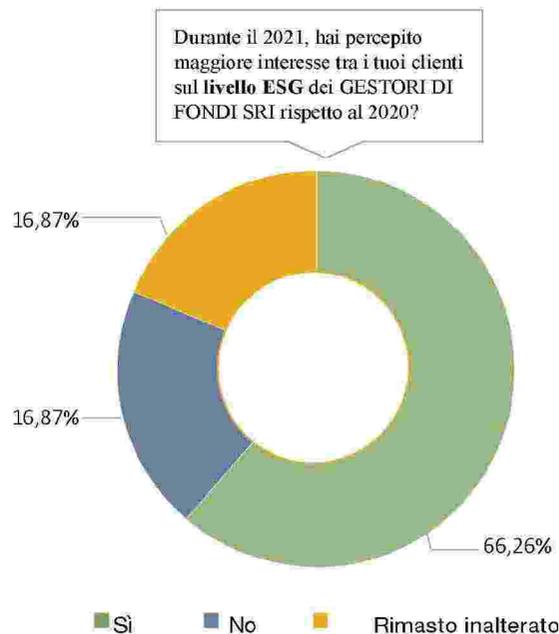
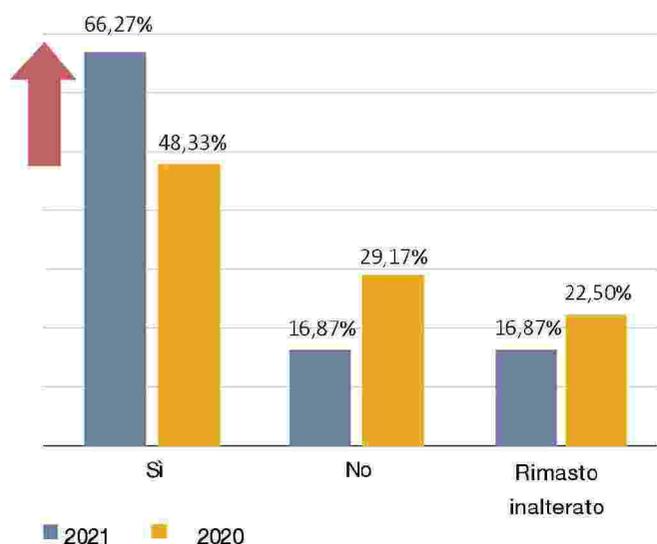


attualità



## AUMENTANO QUELLI CHE IL GESTORE ESG. SEMPRE PIÙ CLIENTI INDAGANO SULLA IDENTITÀ DI CHI CREA IL PRODOTTO

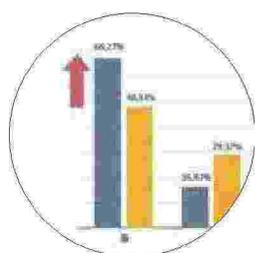
**A**umenta l'interesse dei clienti verso i prodotti Sri, ma ancora non tutti i consulenti attuano la profilazione Esg. Tuttavia, aumenta la consapevolezza sull'identità Esg di chi il prodotto lo crea o lo gestisce. Questi alcuni dei dati salienti della settima edizione della ricerca "SRI: il coinvolgimento consulente-cliente", realizzata dall'ufficio studi di *ETicaNews* e da *Anasf* che è stata presentata durante la conferenza del salone SRI 2021 "Le reti - A che punto sono i consulenti italiani?" a cui hanno partecipato Gian Franco Gianni Guazzugli, comitato esecutivo *Anasf* e responsabile dell'Area Tutele fiscali e Sostenibilità, Elisa Brusca, retail sales advisor AllianceBernstein e Donato Savatteri, head of Southern Europe di T. Rowe Price.

### CONOSCENZA E PROFILAZIONE

Oltre sei consulenti su dieci, emerge dalla ricerca, confermano il maggiore interesse dei risparmiatori

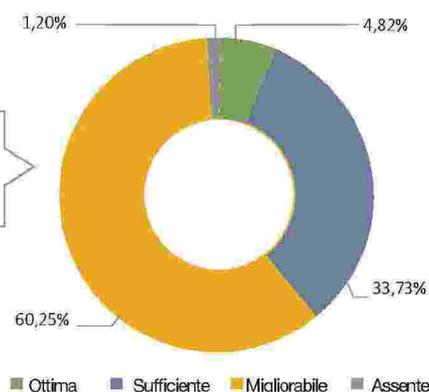
verso i prodotti Sri rispetto allo scorso anno. La percentuale è in aumento anche analizzando le risposte degli ultimi tre anni. L'aspetto rilevante, come ha fatto notare Giannini Guazzugli, è che mentre negli anni passati esisteva ancora uno scostamento tra la percezione dei consulenti e quanto dichiarato dai risparmiatori, oggi i due giudizi coincidono molto di più, segnalando quindi un effettivo riscontro del mercato a quanto percepito dai consulenti. Tuttavia, il 34% circa dei consulenti interpellati ancora non include quesiti specifici sulla propensione agli investimenti sostenibili nel percorso di profilazione dei clienti. «Non tutte le reti - ha spiegato Guazzugli - sono già partite con l'inserire domande alla fine del questionario di profilatura, ogni realtà ha sviluppato un proprio modello di domande. L'aspetto importante, indipendentemente dal numero di domande, è questo: in che condizione è il consulente per poter rendere valide queste domande, ossia cogliere anche le risposte

che vengono date dai risparmiatori? Perché se non c'è un tema forte di formazione da parte del professionista difficilmente il tema poi può essere sviluppato». Fino a un paio di anni fa non si trovavano infatti nelle reti corsi specifici sugli Esg, oggi ci sono numerose attività di formazione in partenza e questo contribuisce ad aumentare il livello di conoscenza. Allo stesso tempo, sono aumentate le domande da parte dei risparmiatori e quindi la necessità del consulente di trovarsi preparato.

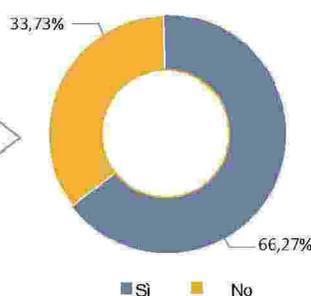


Il grafico in apertura viene dalla settima ricerca "SRI: il coinvolgimento consulente-cliente", realizzata da ETicaNews e Anasf attraverso l'osservatorio mensile Anasf Real Trend. Nel riquadro, l'aumento della quota del campione che ha notato un maggiore interesse dei clienti verso il livello Esg delle case di gestione rispetto all'anno precedente.

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



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



**OLTRE IL PRODOTTO**

Il complessivo maggiore interesse dei clienti verso gli Esg non va solo nella direzione di una maggiore attenzione ai prodotti di investimento, ma anche verso gli stessi emittenti. Circa due terzi dei rispondenti alla ricerca di ETicaNews e Anasf 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 crea o gestisce. Anche in questo caso, il valore percentuale (66,26%) migliora rispetto allo scorso anno (era il 48% nel 2020). «In qualche modo sta emergendo un tema di brand, viene apprezzato non solo lo strumento in sé ma anche chi lo propone», ha commentato Giannini Guazzugli aggiungendo come per il consulente sia importante che dietro a uno strumento ci sia un effettivo percorso di sostenibilità da parte dell'asset manager e che per verificarlo anche il consulente adotti un proprio approccio. «Come i gestori vanno a fare engagement con le aziende, anche il consulente dialoga con gli asset manager per capire come a loro volta costruiscono il prodotto e che tipo di percorso vanno a fare nella costruzione del portafoglio».

La ricerca, inoltre, conferma un altro tema emerso con forza nelle precedenti edizioni: la richiesta di una migliore informazione e formazione Esg da parte del

consulente. Nonostante il 73,5% dei rispondenti al sondaggio abbia affermato che nel 2021 ha percepito un aumento dell'attenzione dei media ai temi Sri, la quota di coloro che ritengono che l'informazione sia migliorabile rimane preponderante, cioè al 60% del campione. Allo stesso modo, resta molto elevata la percentuale di consulenti che ritengono migliorabile la formazione, pari al 53 per cento.

Articoli chiave

- <https://www.eticanews.it/e-ora-di-engagement-per-il-consulente/>
- <https://www.eticanews.it/consulenti-cre-sce-attenzione-a-esg-identity-della-sgr/>

Documenti

- [https://www.salonesri.it/wp-content/uploads/2021/11/web\\_Le-reti\\_a-che-punto-sono-i-consulenti-italiani\\_Anasf.pdf](https://www.salonesri.it/wp-content/uploads/2021/11/web_Le-reti_a-che-punto-sono-i-consulenti-italiani_Anasf.pdf)

Comunicato stampa

- [https://www.salonesri.it/wp-content/uploads/2021/11/Comunicato-stampa\\_Ricerca-Anasf-salonesri-SRI-6-investitori-su-10-chiedono-prodotti-SRI.pdf](https://www.salonesri.it/wp-content/uploads/2021/11/Comunicato-stampa_Ricerca-Anasf-salonesri-SRI-6-investitori-su-10-chiedono-prodotti-SRI.pdf)