

L'osservatorio

# Consulenti promossi sul fronte Esg

MARIANO MANGIA

Una survey di McKinsey realizzata per Anasf rivela che più dell'80 per cento dei professionisti propone scelte di investimento improntate alla sostenibilità

**C**onsulenti finanziari «promossi» sul tema della sostenibilità. È la sintesi dell'Esg Survey di McKinsey ed Anasf. Il 13% delle masse dei consulenti finanziari è investito in prodotti Esg, l'87% degli intervistati sostiene di avere un livello medio-alto di familiarità con i prodotti Esg e più dell'80% li propone quasi sempre o frequentemente ai propri clienti. «L'indagine mostra che esiste un elevato interesse per le tematiche Esg, soprattutto quelle ambientali, sia da parte dei clienti sia dei consulenti», spiega Cristina Catania, senior partner di McKinsey.

Nei prossimi anni i prodotti Esg costituiranno una componente fondamentale dei portafogli gestiti ed emerge quindi la necessità che le reti amplino la propria offerta di prodotti in questo ambito per poter soddisfare le future esigenze di mercato, sottolinea la senior partner di McKinsey che rivela anche di essere stata molto colpita dal dato riferito alla crescita attesa degli investimenti sostenibili, il cui peso nei portafogli gestiti dai consulenti finanziari sembra destinato a salire al 25% entro i prossimi tre anni. «Il quadro è ricco di stimoli, perché il sentiment di buona parte dei colleghi è decisamente positivo e l'attenzione sulle tematiche è alta», è il commento di Luigi Conte, presidente di Anasf. «Servono sempre più azioni concrete da parte di tutti gli attori del settore per accrescere il livello della formazione dei consulenti finanziari e di pari passo l'educazione finanziaria

dei cittadini». In termini di prodotti, la quasi totalità degli intervistati non ha registrato differenze di prezzo o di performance tra i prodotti Esg e non-Esg e l'offerta da parte delle reti è valutata adeguata alle attuali esigenze di mercato, un po' meno a quelle future. Meno favorevole appare il giudizio sul supporto dato dalle reti: il 62% dei consulenti sostiene che la propria rete non prevede percorsi di formazione o aggiornamento dedicati a prodotti Esg. «Tra i punti di miglioramento suggeriti dalla ricerca quello su cui viene posta la maggior attenzione è la formazione erogata dalle reti nel merito», sottolinea Conte. «Anasf ha anticipato questa esigenza già da novembre 2020 e ha promosso, insieme con Sda Bocconi, il corso Finanza Sostenibile e Investimenti Esg interamente dedicato a questi temi e costruito sulle esigenze dei professionisti. Il percorso formativo sta avendo molto successo, tanto che sono oltre 1.000 gli iscritti e 168 le colleghe e i colleghi già certificati Efpa Esg Advisor». Per quanto riguarda la clientela, la percezione che hanno i consulenti è di un interesse a investire in prodotti Esg e questo interesse non sembra dipendere dalla fascia di reddito o dalla ricchezza, ma dall'età, ad essere maggiormente interessati sono i giovani. Clienti interessati alla sostenibilità, ma poco disponibili ad accettare costi più elevati. «Dall'indagine», osserva Cristina Catania, «emerge che i prodotti Esg non sono rilevati come più costosi degli altri, quindi ad oggi gli investitori non pagano un sovrapprezzo». La progressiva integrazione della gamma con i prodotti Esg va poi a innestarsi nella tendenza più generale di pressione sui margini e trasparenza sui prezzi e in McKinsey non si aspettano nemmeno in futuro un costo superiore rispetto agli altri prodotti a gestione attiva, semmai il contrario su alcune asset class. «Rimane il tema, per le case d'investimento, di finanziare la formazione, la ricerca e le nuove competenze necessarie per integrare la proposizione Esg, che devono essere considerati un investimento di capitale umano

e tecnico al fine di attrarre nuovi flussi e perseguire una crescita sostenibile». Dall'indagine emerge, infine, che un'elevata percentuale di consulenti pensa che i clienti abbiano una limitata conoscenza delle tematiche Esg. La ricetta per ovviare a questo gap di conoscenza per il presidente di Anasf si basa su una maggiore sensibilizzazione ai temi finanziari e sull'incontro tra le generazioni di risparmiatori. «Bisogna favorire connessioni sempre più robuste tra assi di risparmiatori più o meno sensibili al tema, per ragioni anagrafiche e culturali, al fine di creare un circolo virtuoso che aumenti il processo di integrazione tra economia reale, risparmio e investimenti sostenibili».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

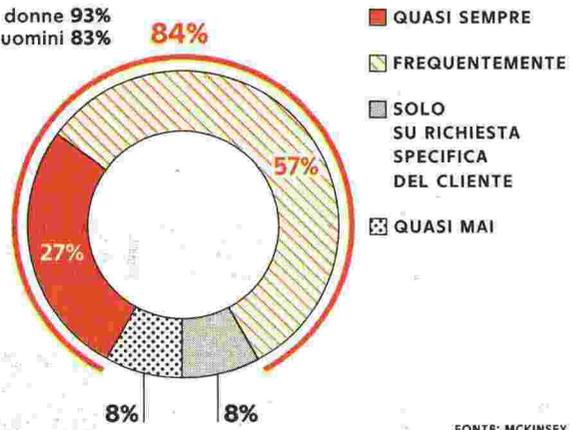


**Inumeri**

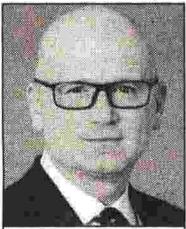


**L'OPERA DEI CONSULENTI FINANZIARI**  
PRESENTAZIONE E OFFERTA DI PRODOTTI ESG

donne 93%  
uomini 83%



Fonte: MCKINSEY



**Luigi Conte**  
presidente  
Anasf



**Cristina Catania**  
senior partner  
McKinsey & Co