

ESG, CLIENTI E CONSULENTI SONO PRONTI

Marcella Persola
twitter @marcellapersola

Più del 15% del portafoglio dei clienti investito in prodotti ESG per il 30% dei consulenti finanziari e l'80% di loro li propone ai clienti. È questo lo scenario che emerge nei confronti dei prodotti ESG dalla nuova ricerca realizzata da McKinsey e ANASF sulle aspettative dei consulenti finanziari nei confronti degli investimenti sostenibili. Il panel di consulenti intervistati ha dichiarato che il 13% delle masse è investito in prodotti ESG e per il 30% di loro più del 15% del portafoglio dei clienti è investito in tale tipologia di prodotti. Ma le aspettative sono di assoluta crescita. Per la fine del 2021 circa un quarto dei consulenti intervistati si aspetta di avere più del 25% del portafoglio investito in prodotti ESG. E tra tre anni più della metà dei consulenti intervistati si aspetta di avere più del 25% del portafoglio investito in prodotti ESG.

“La ricerca suggerisce che sia i clienti sia i consulenti finanziari mostrano un elevato interesse per le tematiche ESG: circa il 50% dei clienti è interessato agli investimenti sostenibili e oltre l'80% dei consulenti propone quasi sempre o frequentemente prodotti ESG alla propria clientela. Inoltre, ci si aspetta una forte crescita: secondo i consulenti finanziari intervistati, entro i prossimi tre anni questi prodotti di investimento diventeranno una componente fondamentale dei portafogli gestiti, passando dal 12% al 25%” sottolinea **Cristina Catania**, senior partner McKinsey & Company.

“L'indagine condotta con McKinsey sorprende nei suoi contenuti, anzi conferma che la sostenibilità è un tema molto sentito, nei confronti del quale c'è grande attenzione da parte dell'industria finanziaria, relativamente all'impatto sul sistema socio-economico. La nostra categoria ha sempre creduto che la consulenza vada sviluppata partendo da un sistema valoriale più ampio, nel quale rientri anche il tema della sostenibilità” interviene **Luigi Conte**, presidente ANASF, che sottolinea. “La ricerca conferma infatti un incremento dell'interesse dei cittadini, delle competenze dei consulenti finanziari e dei prodotti ideati dall'industria. Fattori che, insieme, contribuiscono a un processo virtuoso con ottime prospet-

tive per il futuro. Noi consulenti, stiamo contribuendo allo sviluppo di questa sensibilità aggiornandoci continuamente, affinando e qualificando la nostra formazione. D'altronde, ancor prima che il tema della sostenibilità diventasse un mainstream, lo abbiamo introdotto nel contesto delle famiglie, a riprova del costante e quotidiano impegno che approfondiamo per educare e affiancare i risparmiatori. Negli ultimi 50 anni abbiamo assistito a una grande trasformazione culturale, di cui siamo stati i primi fautori, ossia dal modello di puro consumo, mediante l'acquisto di prodotti finanziari, principalmente titoli di debito pubblico, ad un altro basato sulla condivisione di soluzioni di investimento, anche in ambito ESG, finalizzate al raggiungimento di determinati obiettivi di vita”.

Lo studio mostra, inoltre, come la maggior parte del campione (87%) sostiene di avere un livello medio-alto di familiarità con questi prodotti, e ritiene che essi abbiano un impatto positivo su società e ambiente e - più dell'80% dei professionisti - li propone quasi sempre o frequentemente ai propri clienti.

Si osserva infine che a seguito della pandemia, l'interesse dei clienti verso i prodotti ESG è aumentato -secondo il 75% dei consulenti finanziari- e le preferenze andrebbero principalmente sulla componente ambiente (60%) seguito da quello sociale (27%).

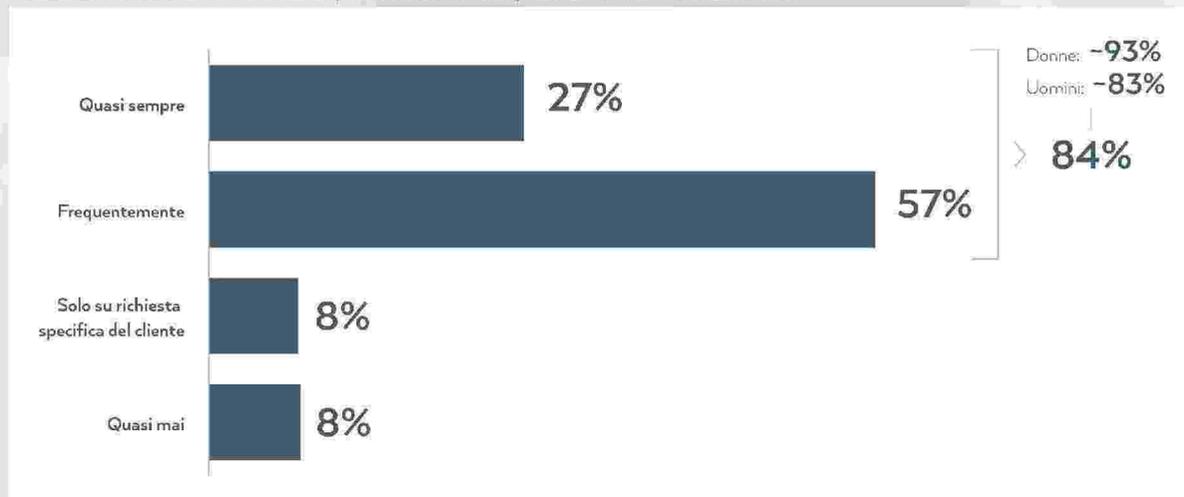
Ma quali sono i fattori che potrebbero incidere di più sulla crescita del settore? Da una parte l'educazione finanziaria, ma anche il passaggio generazionale, evidenziano i consulenti. Il report di McKinsey e Anasf mostra infatti che più del 65% dei consulenti ritiene che l'interesse verso i prodotti ESG dipenda dall'età e oltre il 50% ritiene che i giovani siano i più interessati.

“Dalla ricerca emerge come le generazioni più giovani siano le più interessate agli investimenti sostenibili. Ci aspettiamo quindi che, con l'aumentare del capitale a loro disposizione, la domanda da parte di questi investitori crescerà di conseguenza. Tra i fattori che concorreranno a una più diffusa penetrazione dei prodotti ESG figurano inoltre una maggiore



PIÙ DELL'80% DEI CONSULENTI PROPONE QUASI SEMPRE O FREQUENTEMENTE PRODOTTI ESG AI PROPRI CLIENTI

PRESENTA PRODOTTI SRI / SOSTENIBILI / ESG AI SUOI CLIENTI...



Fonte: ESG Survey 2021 McKinsey ANASP

educazione finanziaria degli investitori riguardo alle tematiche di sostenibilità e l'introduzione di una più precisa tassonomia e regolamentazione di questi prodotti" evidenzia Catania.

"Si potrebbe altresì immaginare che siano le nuove generazioni le più interessate al tema, ma registriamo una sensibilità trasversale in termini anagrafici. Lo testimonia il fatto che i clienti senior hanno voglia di contribuire alla costruzione di un mondo migliore e più sostenibile, condividendo un progetto organico con i consulenti finanziari, con l'obiettivo di rafforzare le fondamenta culturali" riflette Conte.

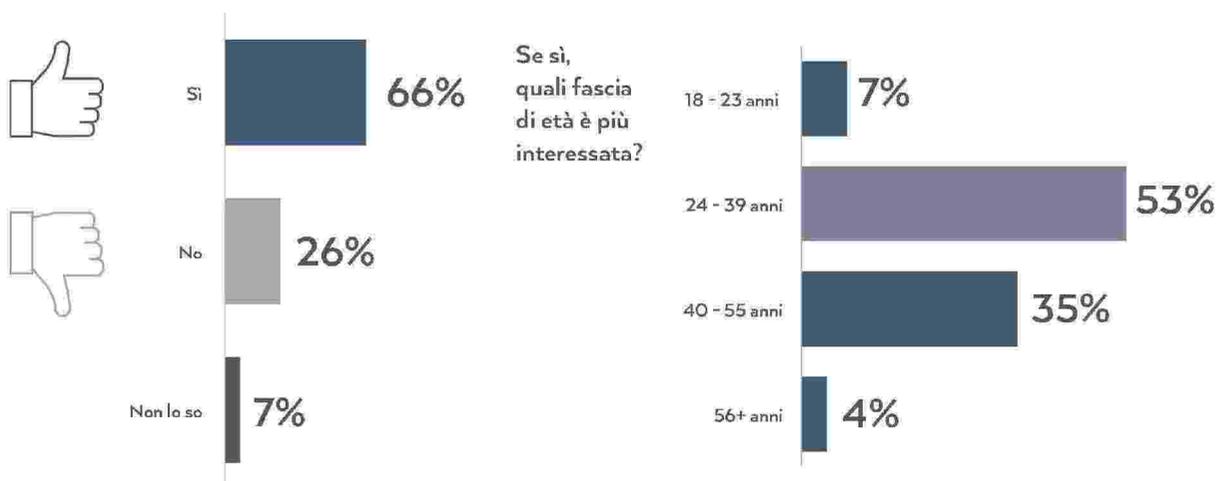
Altro elemento la formazione. Secondo il 40% dei consulenti intervistati una maggiore educazione finanziaria della clientela su tematiche ESG può contribuire a sviluppare ulteriormente gli investimenti sostenibili. Il 23% ritiene invece che anche una maggiore formazione dei consulenti finanziari potrebbe aiutare. Infatti entrando nel dettaglio della formazione per reti, lo studio evidenzia che circa il 62% dei consulenti sostiene che la propria rete non prevede percorsi di formazione o aggiornamento dedicati a prodotti ESG.

"I consulenti ritengono che l'offerta di prodotti ESG delle reti sia adeguata alle attuali esigenze di mercato. Tuttavia, dato l'atteso aumento di interesse verso tali prodotti, la maggior parte degli intervistati ritiene che

le reti debbano investire per ampliare la propria offerta in questo ambito. Inoltre, più del 60% dei consulenti sostiene che la propria rete non prevede percorsi di formazione o aggiornamento dedicati a prodotti ESG. Sarà quindi importante per le reti investire in questa direzione per aumentare la penetrazione dei prodotti ESG" spiega Catania.

Su questo l'associazione si è attivata da subito come racconta il presidente Conte. "Anast, alla fine dell'anno scorso, ha siglato un accordo con Sda Bocconi per un corso di formazione dedicato ai temi ESG, con la finalizzazione ultima di una certificazione Bfpa dedicata. In questo modo abbiamo voluto dare un'impronta riconoscibile, una traccia, anche verso l'esterno, di quelle che dovranno essere le competenze di chi vorrà avere un presidio sul tema. Al momento Bfpa ha certificato oltre 250 colleghi e siamo stati contattati da molte reti di consulenza finanziaria per far fruire del percorso formativo i loro cf, a dimostrazione della grande attenzione posta sul tema da tutti gli attori in scena" precisa Conte. "Il futuro merita attenzione e un impegno comune ad investire cospicue risorse, motivo per cui abbiamo trattato il tema della sostenibilità a Consulenti digital 2021, nel novero di un progetto molto più ampio, che ha visto i temi principali delle tre manifestazioni che abbiamo realizzato, sostenibilità, giovani e innovazione, correlati tra loro. In ognuno dei tre

PIÙ DEL 65% DEI CONSULENTI RITIENE CHE L'INTERESSE VERSO PRODOTTI ESG DIPENDA DALL'ETÀ E OLTRE IL 50% RITIENE CHE I GIOVANI SIANO I PIÙ INTERESSATI RITIENE CHE L'INTERESSE VERSO PRODOTTI SRI / SOSTENIBILI / ESG SIA DIFFERENZIATO PER FASCIA DI ETÀ DEI CLIENTI?



Fonte: ESG Survey 2021 McKinsey ANASP

UNA MAGGIORE EDUCAZIONE FINANZIARIA DEI CLIENTI POTREBBE FAR CRESCERE LA QUOTA DI INVESTIMENTI IN PRODOTTI ESG, MA ANCHE LE RETI DOVREBBERO DEDICARE UNA FORMAZIONE SPECIFICA PER I CONSULENTI FINANZIARI, COME HA FATTO **ANASF**

eventi abbiamo evidenziato che non si può essere innovativi senza una componente sostenibile e la sostenibilità rappresenta la grande sfida che le nuove generazioni dovranno portare avanti, sapendone cogliere il senso e le opportunità” continua il presidente di **Anasf**.

E anche sugli aspetti di maggiore criticità, come quello dei costi e delle performance le visioni sono positive.

Più del 60% dei consulenti sostiene che i propri clienti non accetterebbero costi superiori per un prodotto ESG.

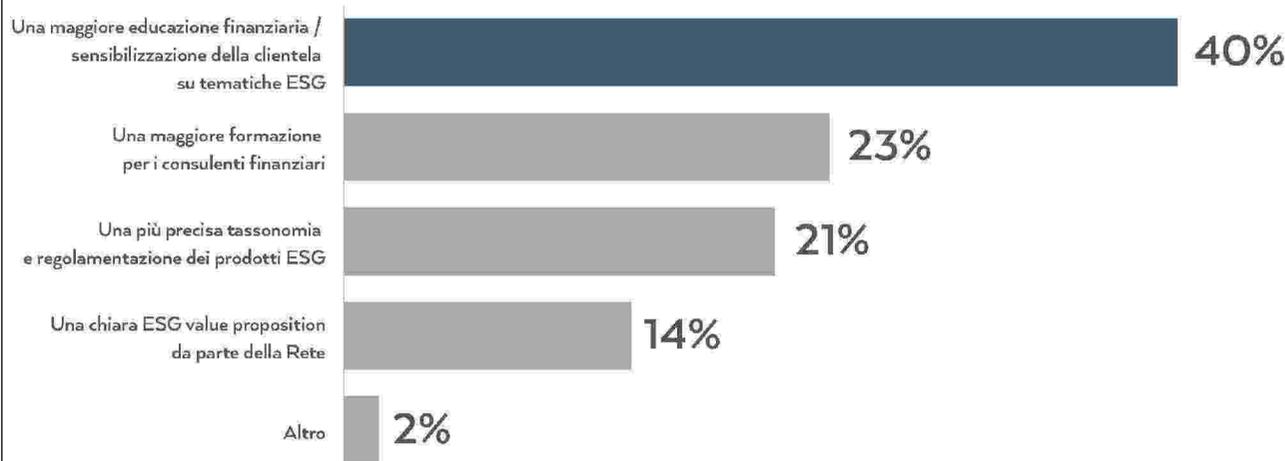
“Sul fronte costi, in ambito ESG, è opportuno fare un’analisi sulla percezione di valore. Se ad un determinato costo corrisponde un valore adeguato, l’azione conseguente sarà naturalmente orientata verso il concetto

di investimento. A tal fine assume un rilievo consistente il tema della comunicazione: al di là dell’obbligo di trasparenza sui costi, è necessaria una maggior comunicazione tra risparmiatori e cf, finalizzata a costruire un sistema che integri sempre più il risparmio, l’economia reale e gli investimenti sostenibili. Solo a questo punto, anche i costi percepiti saranno commisurati alla bontà del progetto, in quanto sarà chiaro l’approdo, e cioè il raggiungimento dello scopo ottimale rispetto all’obiettivo posto. In questo senso la consulenza, in quanto, tale è di per sé sostenibile, rappresentando un percorso in affiancamento al risparmiatore verso scelte consapevoli e virtuose. Oltretutto, più il percorso sarà basato su scelte consapevoli, più sarà sostenibile; di contro l’improvvisazione e le scortie non produrranno certamente i risultati auspicati” suggerisce il presidente di **Anasf**.

E secondo Catania non si deve pensare che esso sia legato alla performance. Anzi. “La performance dei prodotti ESG non sembra essere una criticità, anzi può essere considerata un punto di forza: la maggioranza (52%) dei consulenti intervistati ritiene infatti che questi prodotti registrino performance migliori rispetto a quelli tradizionali, mentre il 42% non ha riscontrato differenze rilevanti di performance” conclude la senior partner di **MvKinsey**.

SECONDO IL 40% DEI CONSULENTI INTERVISTATI UNA MAGGIORE EDUCAZIONE FINANZIARIA DELLA CLIENTELA SU TEMATICHE ESG PUÒ CONTRIBUIRE A SVILUPPARE ULTERIORMENTE GLI INVESTIMENTI SOSTENIBILI

QUALI DEI SEGUENTI INTERVENTI, A SUO PARERE, POSSONO ESSERE RILEVANTI PER SVILUPPARE ULTERIORMENTE GLI INVESTIMENTI SRI / SOSTENIBILI / ESG?



Fonte: ESG Survey 2021 McKinsey **ANASF**