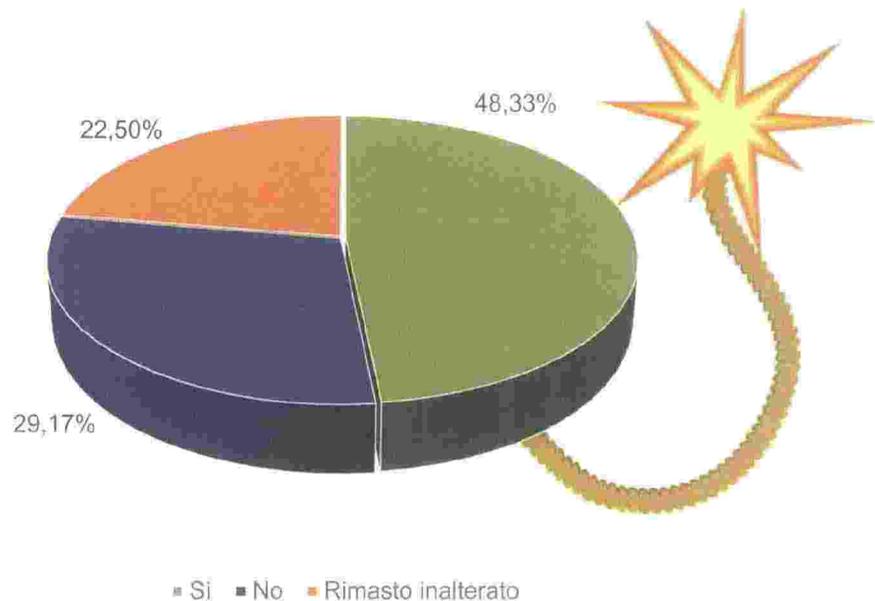


attualità

Durante il 2020, hai percepito maggiore interesse tra i tuoi clienti sul livello ESG dei GESTORI DI FONDI SRI rispetto al 2019?



IL CLIENTE VUOLE UN GESTORE ESG. E SCENDE AL MINIMO LA FIDUCIA NEI GIORNALI: TROPPO FUMO, SEMBRA GREENWASHING

I clienti dei consulenti finanziari non chiedono solo conto del livello Esg del prodotto. Ma vogliono vederci chiaro anche sull'identità del gestore. Inoltre, gli stessi consulenti cercano chiarezza su questo: la grande mole di informazioni diffuse nell'ultimo anno sembra quasi infastidire i professionisti. Basta fumo, sono alla ricerca di informazione di qualità. Questi sono i messaggi forti che arrivano dalla sesta edizione della ricerca "SRI: il coinvolgimento consulente-cliente", realizzata da *ETicaNews* e *Anasf* attraverso l'osservatorio mensile *Anasf Real Trend*, e presentata al Salone SRI dello scorso novembre.

ESSERE E NON VENDERE

I risultati della ricerca testimoniano che sta prendendo piede la fase "essere sostenibili", superando quella, molto pericolosa, del "vendere sostenibile". Gli investitori (e il regolatore) oggi chiedono sempre più

conto di quanto sia Esg anche il soggetto che propone un fondo (e non solo i suoi fondi).

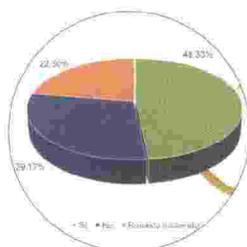
L'analisi mette in luce, innanzi tutto, il maggior interesse da parte dei clienti sui prodotti Sri (socially responsible investing) rispetto allo scorso anno, come dichiarato dalla metà esatta del campione. I consulenti che nel 2020 dichiarano questo maggiore interesse hanno raggiunto quota 50% mentre nel 2019 raggiungevano il 39 per cento. Un incremento di 11 punti percentuali derivanti dalla diminuzione di coloro che dichiarano un interesse inalterato dei risparmiatori (passano dal 25,58% del 2019 al 22,13% del 2020) e, in modo più marcato, di coloro che non hanno percepito un maggiore interesse (da 35,66% del 2019 a 27,87% del 2020).

Ma la cosa più dirompente è che per i risparmiatori conta anche il livello Esg delle case di gestione. Il 48,33% dei consulenti dichiara un aumento di interesse da parte della clientela; il 22,5% dichiara che

l'interesse verso i gestori è rimasto inalterato rispetto allo scorso anno mentre il 29,17% non ha percepito alcun aumento di interesse.

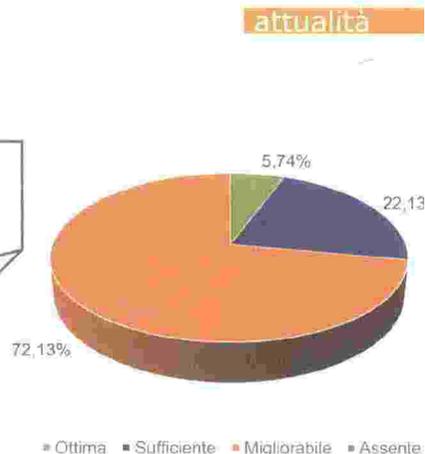
L'ANNO DEL FUMO

L'altro risultato che merita una riflessione riguarda, come anticipato, la qualità dell'informazione. Da questo punto di vista, la ricerca ha evidenziato due aspetti che, visti assieme, rappresentano una perfetta sintesi del 2020. Il primo risultato riguarda



Il grafico in apertura viene dalla sesta ricerca "SRI: il coinvolgimento consulente-cliente", realizzata da ETicaNews e Anasf attraverso l'osservatorio mensile Anasf Real Trend. Circa la metà del campione 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 l'Esg del prodotto offerto, ma anche l'identità Esg di chi il prodotto lo gestisce.

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



e aumenta in modo tangibile la quota di chi la giudica "migliorabile" (72%).

Una quota, quest'ultima, mai così alta nei sei anni della ricerca. Segnale chiaro che il fumo sta già iniziando a dare fastidio.

Raggiunge il minimo storico anche la quota di chi ritiene la formazione assente, ma si registra un calo di sei punti percentuali di coloro che la reputano ottima. La quota predominante, in aumento rispetto al 2019, dice ancora "migliorabile" (67%).

Tutto questo si riflette in modo chiaro anche nelle richieste alla rete: il risultato è in linea con quello degli ultimi due anni e conferma una forte richiesta di formazione e informazione da parte dei consulenti.

la percentuale di coloro che hanno percepito una maggiore attenzione dei media alle tematiche di finanza responsabile nel corso dell'anno. Il numero parla chiaro: oltre il 65% dei rispondenti dice di aver registrato una maggiore attenzione.

Del resto, è evidente: nel 2021, il flusso di notizie sulla finanza responsabile ha inondato gli speciali del quotidiani e dei magazine, le newsletter dedicate da parte delle testate online, i comunicati stampa di ogni sorta. Ma la sensazione è che si tratti di un generale "copia-e-incolla", con bassa capacità di analisi e, ancor meno, di critica.

È come se tutto questo "fumo" rappresentasse una fase di evoluzione del greenwashing, quella in cui la necessità di prendere posizioni sostenibili e responsabili viene spinta con forza dagli stessi media. Nella convinzione che questo sia un tema che viene letto e, di conseguenza, faccia audience e raccolga pubblicità. E non importa quanto sia ampia la forzatura.

MA IL FUMO DÀ FASTIDIO

Ma i media dovrebbero fare attenzione all'analisi qualitativa della ricerca di ETicaNews e Anasf. In merito all'informazione, nel 2020 si è azzerata la percentuale di chi ritiene l'informazione Esg assente. Tuttavia, diminuisce, rispetto allo scorso anno, la percentuale di chi la ritiene ottima o sufficiente (6%)

MOMENTO RISVEGLIO

Non sembra già più così facile lanciare sul mercato qualcosa che "assomigli" a un prodotto Sri. I clienti vogliono un'identità Esg da parte del gestore. E il tam tam mediatico sembra perdere di efficacia

Articoli chiave

<https://www.eticanews.it/finanza-sri/il-fumo-esg-del-media-che-inizia-a-dare-fastidio/>

<https://www.eticanews.it/risparmio-sri/consulenti-le-news-sri-ci-sono-ma-vanno-migliorate/>

Documenti

https://www.salonesri.it/wp-content/uploads/2020/12/1.5_ETICANEWS_Il-mercato-SRI_piu_Anasf_DEF.pdf