



Sostenibile, responsabile, inclusivo: la frontiera del risparmio gestito nella percezione degli investitori finali e degli intermediari

| Ricerca realizzata da FINER Finance Explorer | in collaborazione con ASSOGESTIONI e BANCA GENERALI PRIVATE |
| Nicola Ronchetti | Milano 3 Aprile 2019 |



© FINER® Finance Explorer S.r.l. | www.finer.digital | ASSOGESTIONI | “Sostenibile, responsabile, inclusivo. La frontiera del risparmio gestito” | Milano 3 Aprile 2019 |

- **La ricerca: metodologia e campione**

Campione & metodologia



FINER ha realizzato per conto di ASSOGESTIONI una ricerca che ha coinvolto 1.700 individui con le seguenti caratteristiche:

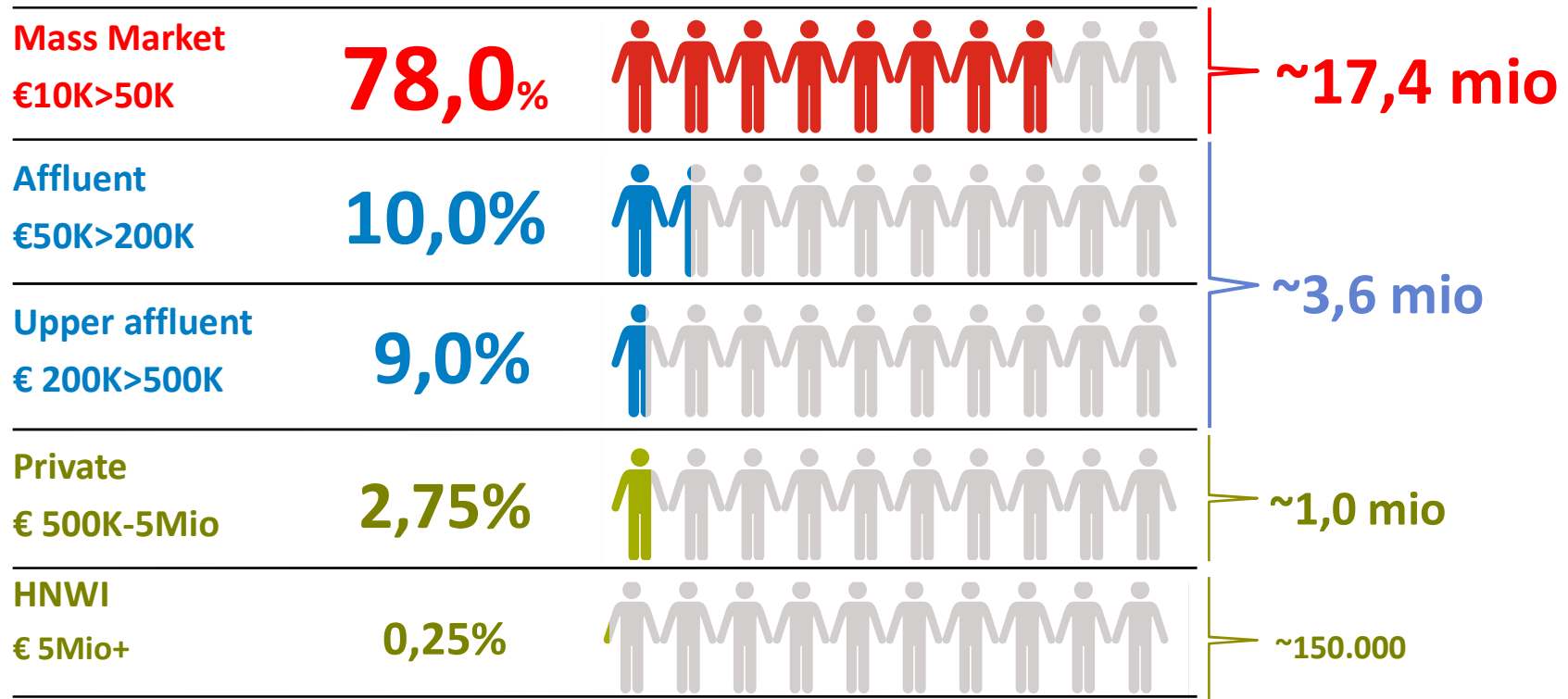
- **1.000 investitori finali** → segmentati per tipologia ed entità degli investimenti finanziari, 200 mass market (con investimenti finanziari da € 10K a meno di € 50K), 200 affluent (dai € 50K ai € 200K), 300 upper affluent (€ 200K-500K), 200 private (da € 500 a € 5Milioni) e 100 HNWI (oltre € 5Milioni)
- **600 professionisti** → Consulenti Finanziari (200), Private Banker (200) e Operatori Bancari (200), delle più importanti reti, banche specializzate ed universali nazionali ed internazionali
- **80 fund selector** → responsabili della gestione di fondi di fondi (gestioni in delega e sub-advisory), che operano in realtà nazionali ed internazionali, reti di CF, banche specializzate ed universali
- **20 gestori** → selezionati tra coloro che operano in grandi gruppi bancari, indipendenti, realtà nazionali e internazionali, operatori specializzati prevalentemente in prodotti attivi e/o passivi

Le interviste sono state realizzate telefonicamente dall' 11 Febbraio al 6 Marzo 2019

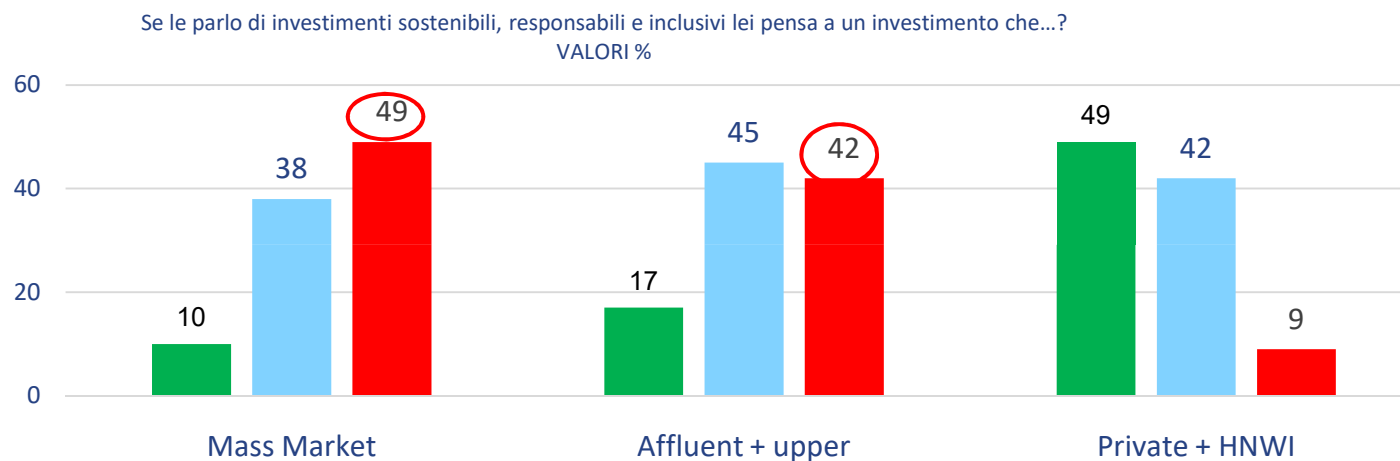


-
- **Gli investitori finali: mass market, affluent + upper, private + HNWI**
-

MASS MARKET, AFFLUENT/UPPER AFFLUENT, PRIVATE E HNWI QUANTI SONO?

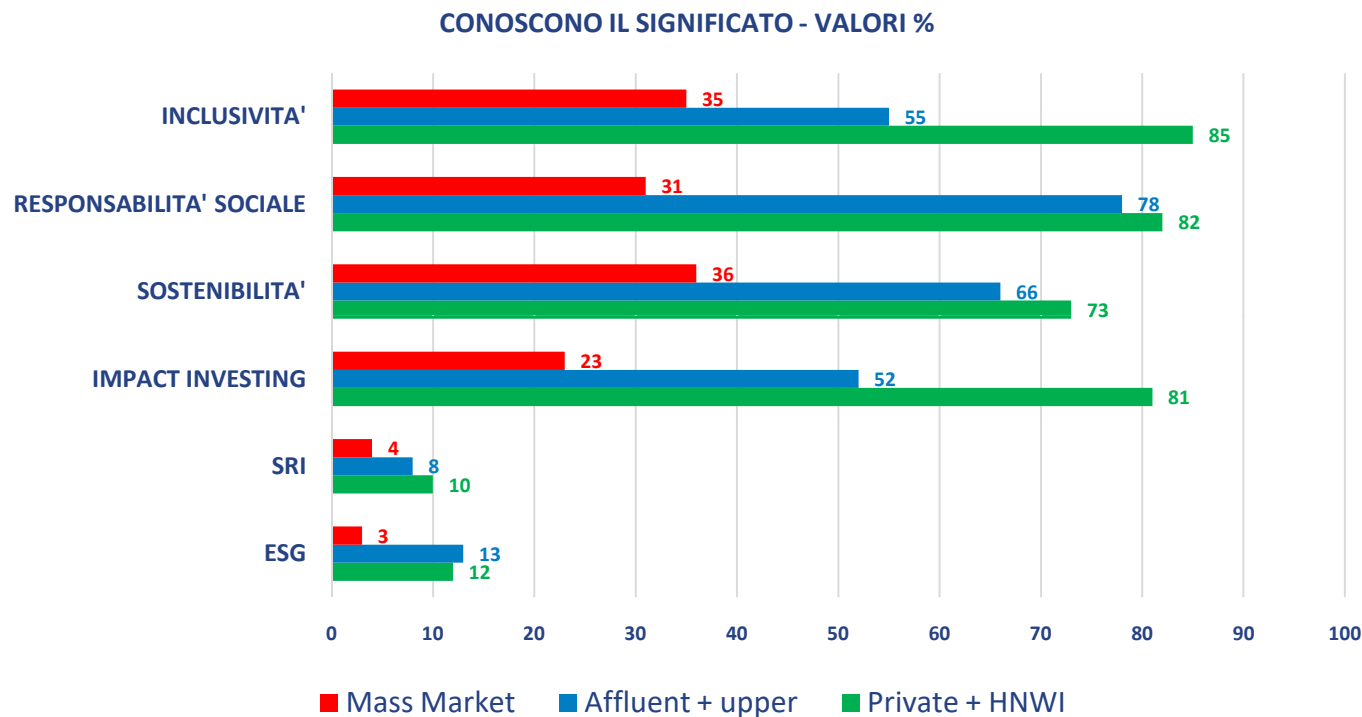


Investimenti sostenibili, responsabili inclusivi correttamente descritti dai clienti private e HNWI, elevata associazione al «no profit» da parte dei clienti mass market e affluent → mancanza di conoscenza

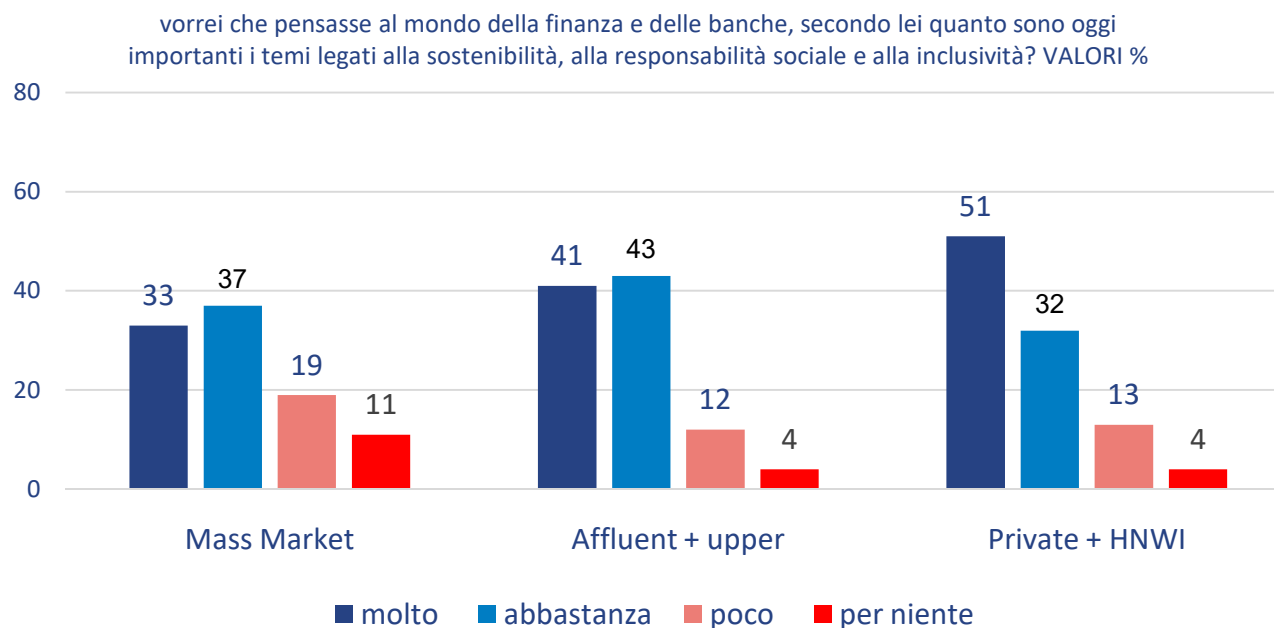


- crea valore per l'investitore e per la società attraverso una strategia di investimento che nella valutazione delle società in cui investe, integra l'analisi finanziaria con quella ambientale, sociale e di buon governo
- mette al primo posto la salvaguardia ambientale, il rispetto dei diritti umani, della società, la parità di genere e razza, il buon governo delle società in cui investe e al secondo posto i profitti e i rendimenti per l'investitore
- mette al primo posto la salvaguardia ambientale, il rispetto dei diritti umani, della società, la parità di genere e razza, il buon governo delle società in cui investe senza considerare i profitti e i rendimenti per l'investitore

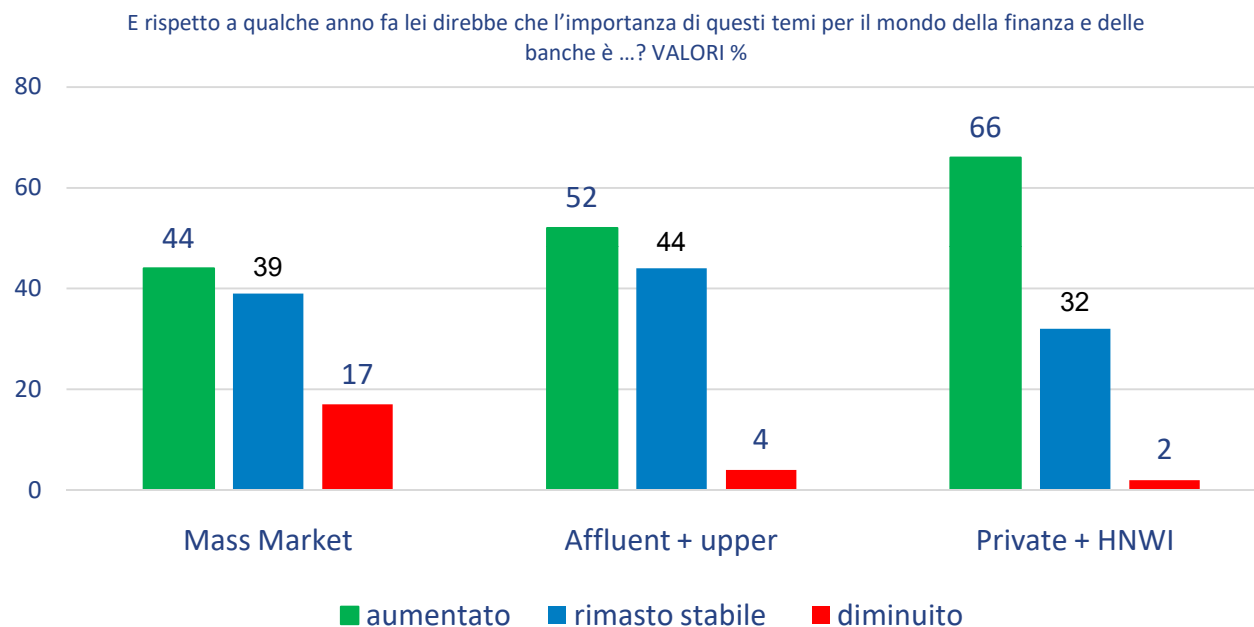
ESG, SRI, IMPACT INVESTING meno noti, SOSTENIBILITÀ, RESPONSABILITÀ SOCIALE e INCLUSIVITÀ sono più noti → correlazione diretta conoscenza entità patrimonio



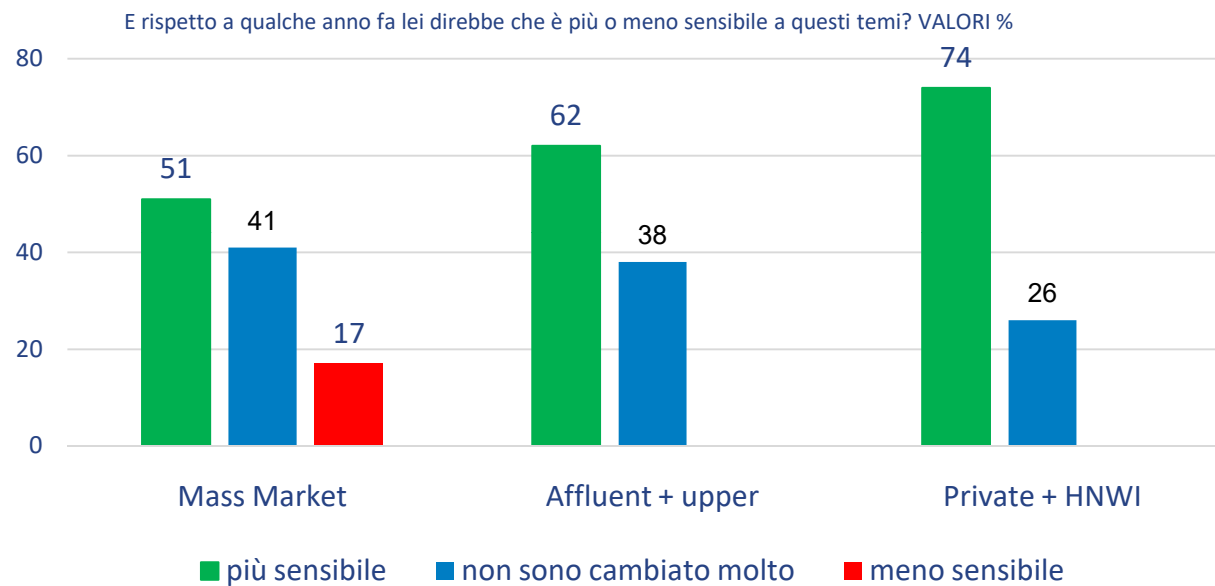
SOSTENIBILITA', RESPONSABILITA' SOCIALE INCLUSIVITA': ELEVATA L' IMPORTANZA PER IL MONDO DELLA FINANZA



SOSTENIBILITA', RESPONSABILITA' SOCIALE INCLUSIVITA': L'IMPORTANZA E' CRESCIUTA PER IL MONDO DELLA FINANZA

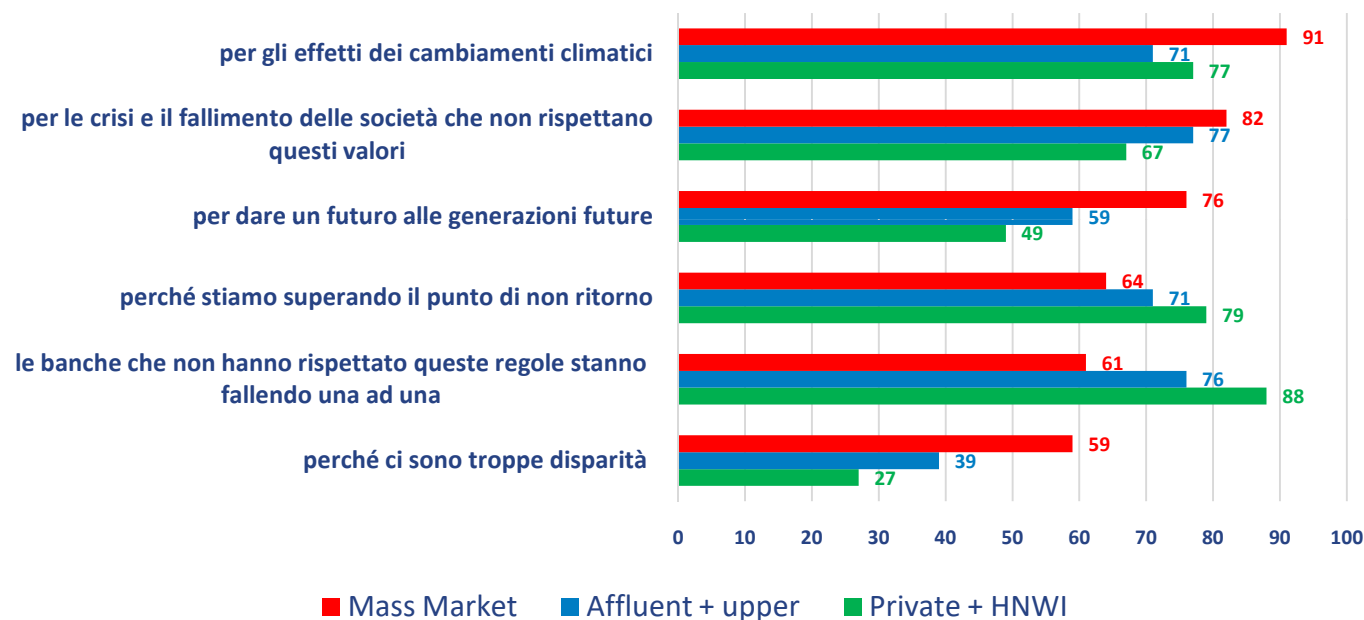


SOSTENIBILITA', RESPONSABILITA' SOCIALE, INCLUSIVITA': L'IMPORTANZA CRESCE A LIVELLO INDIVIDUALE E CON L'ENTITA' DEL PATRIMONIO

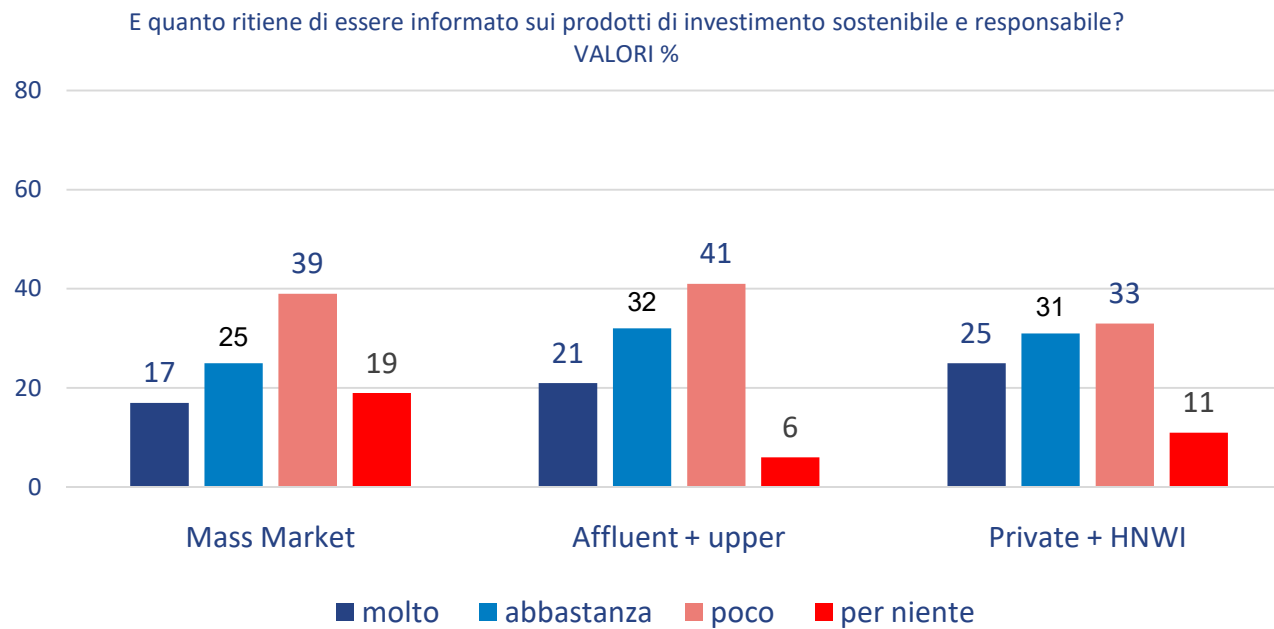


PERCHE' PIU' SENSIBILI? → effetti climatici, fallimento di società, crisi finanziarie e disuguaglianze sociali

Si sentono più sensibili ai temi della sostenibilità, responsabilità sociale e inclusività
VALORI %



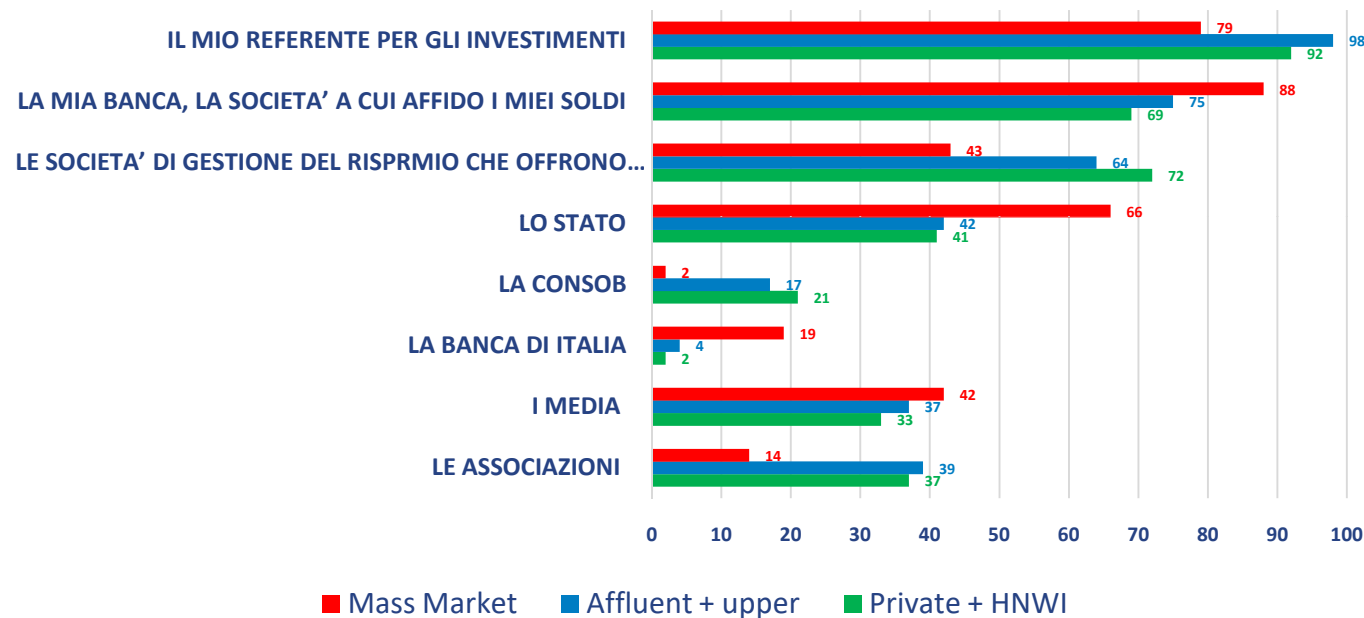
QUANTO SONO INFORMATI SUI PRODOTTI DI INVESTIMENTO SOSTENIBILI, RESPONSABILI E INCLUSIVI: AMPI SPAZI DI MIGLIORAMENTO



CHI DOVREBBE INFORMARE? → BANCA, RETE DI CONSULENTI, REFERENTE PER GLI INVESTIMENTI MA ANCHE LE SGR



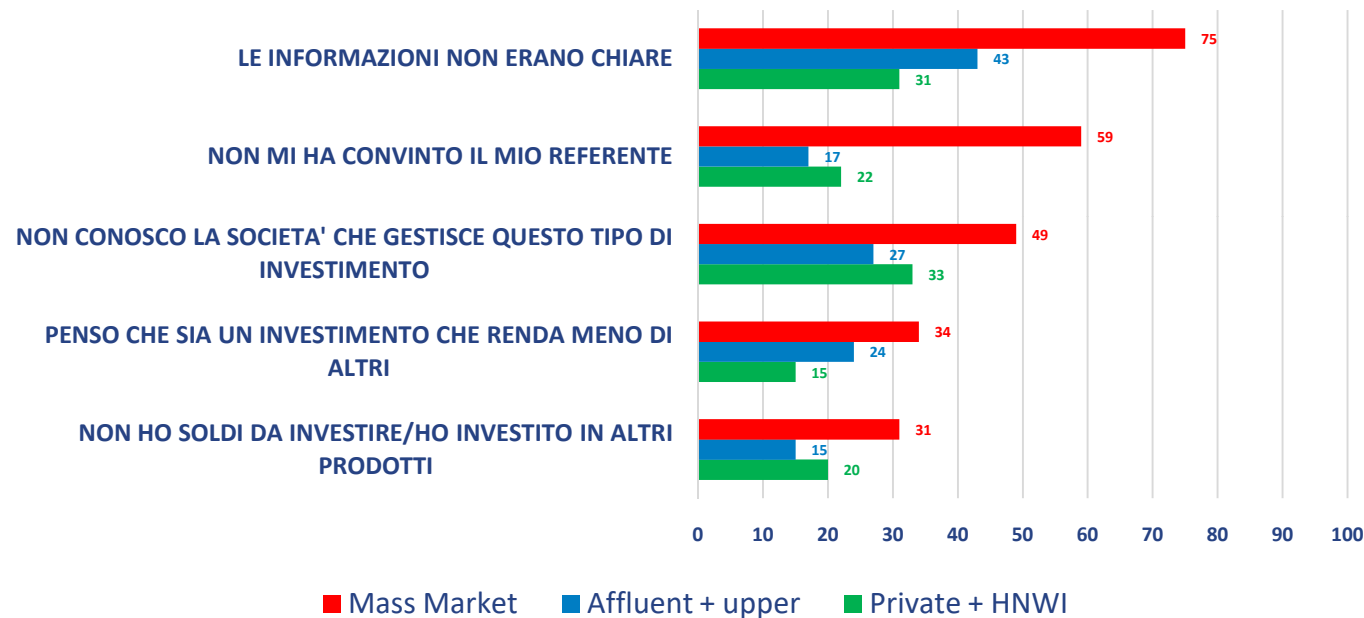
Si sentono più sensibili ai temi della sostenibilità, responsabilità sociale e inclusività
VALORI %



PRODOTTI DI INVESTIMENTO SOSTENIBILI, RESPONSABILI, INCLUSIVI: PERCHE' NON LI HA SOTTOSCRITTI → MANCANO INFORMAZIONI



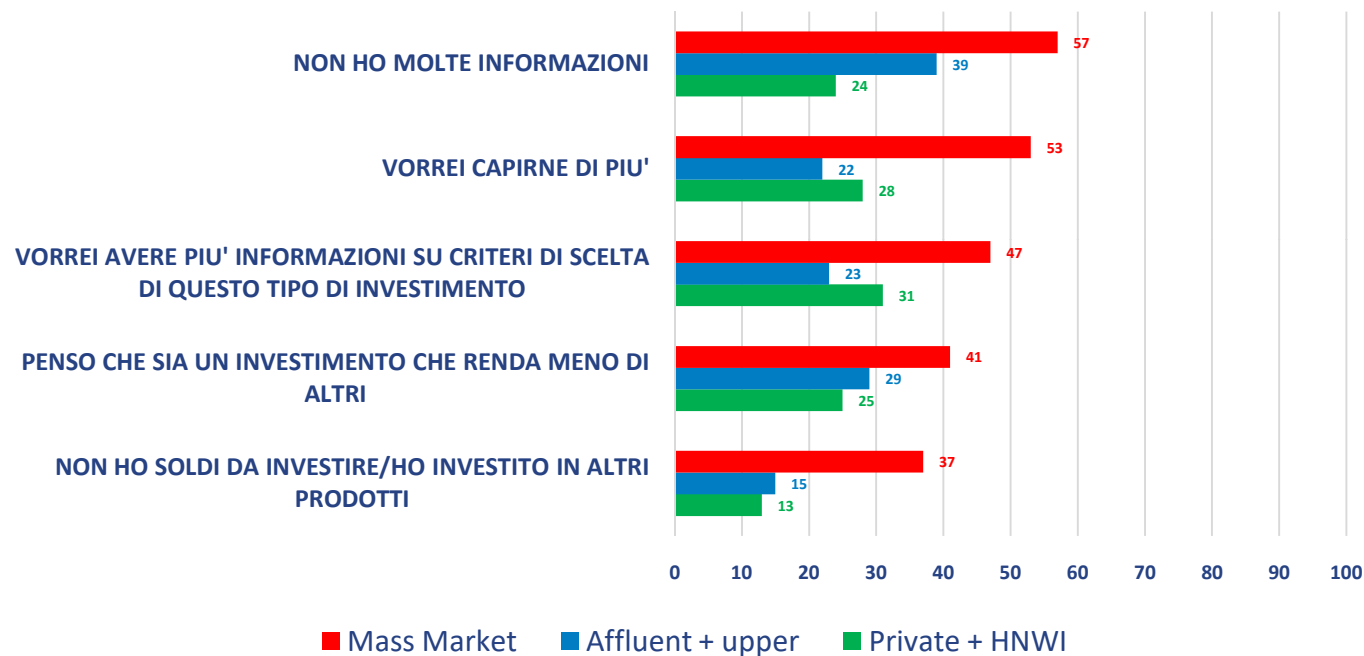
Gli hanno proposto di investire in prodotti di investimento
sostenibili, responsabili, inclusivi e non hanno fatto, perché..... VALORI %



PRODOTTI DI INVESTIMENTO SOSTENIBILI, RESPONSABILI, INCLUSIVI: PERCHE' NON LI SOTTOSCRIVEREBBE? → + INFORMAZIONI - RENDIMENTI



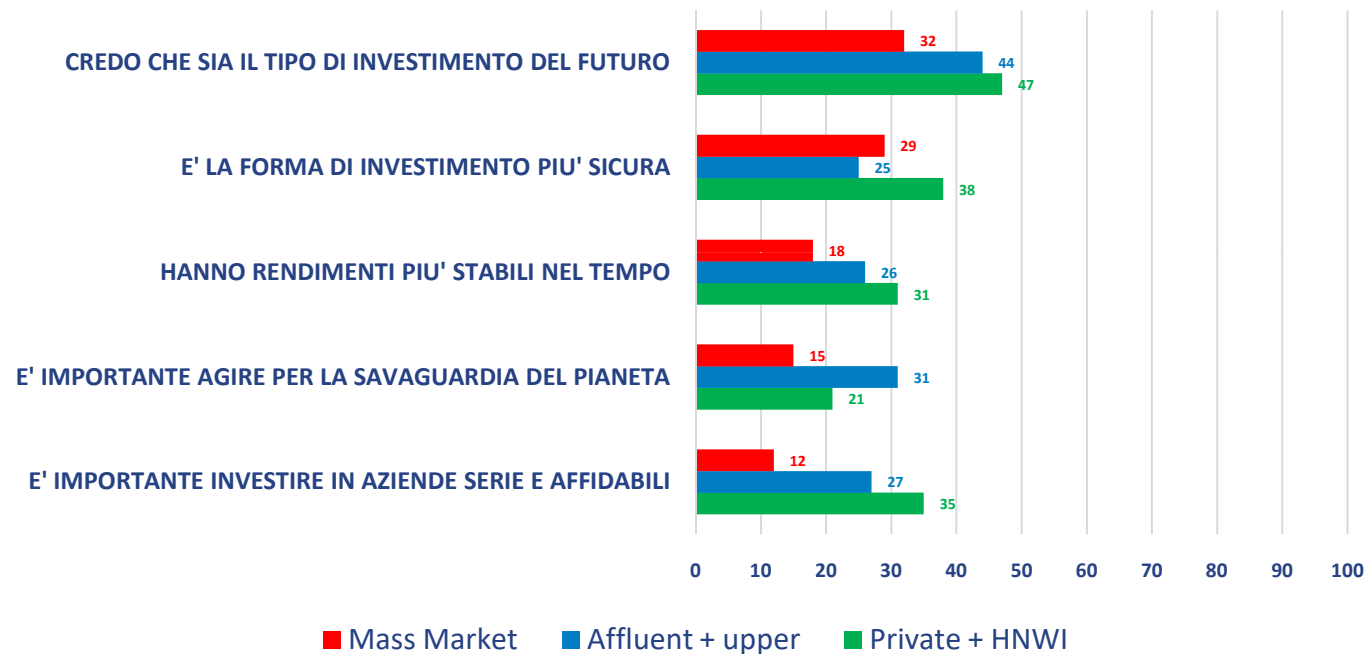
(se non disponibile a investire) per quali motivi? per quali altri?..... VALORI %



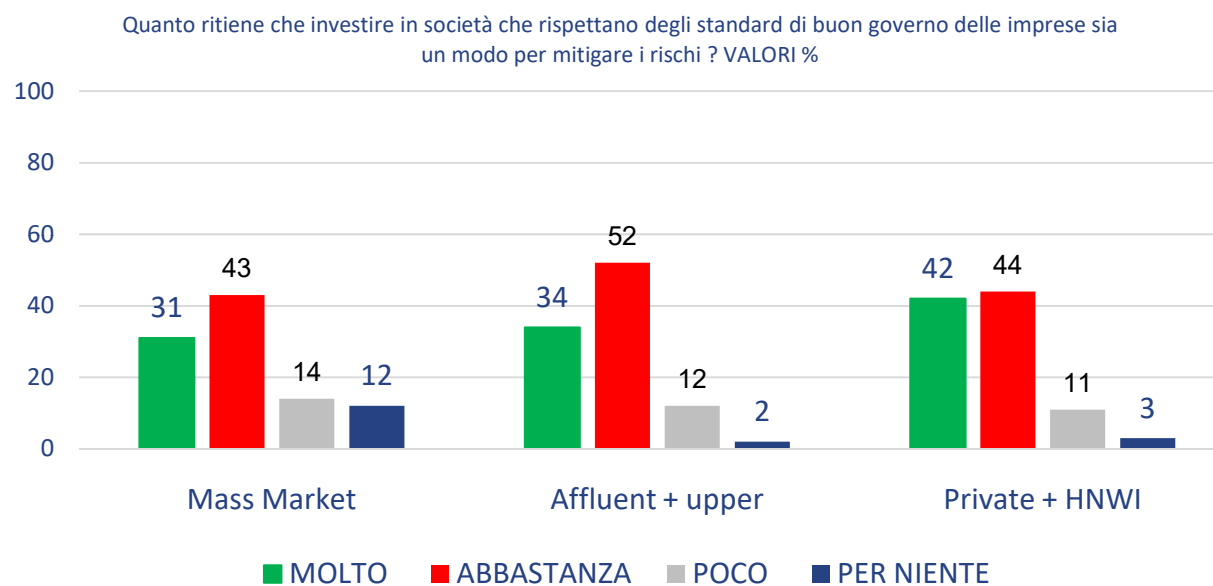
PRODOTTI DI INVESTIMENTO SOSTENIBILI, RESPONSABILI, INCLUSIVI: PERCHE' LI SOTTOSCRIVE?: FUTURO, SICUREZZA, STABILITA' NEL TEMPO



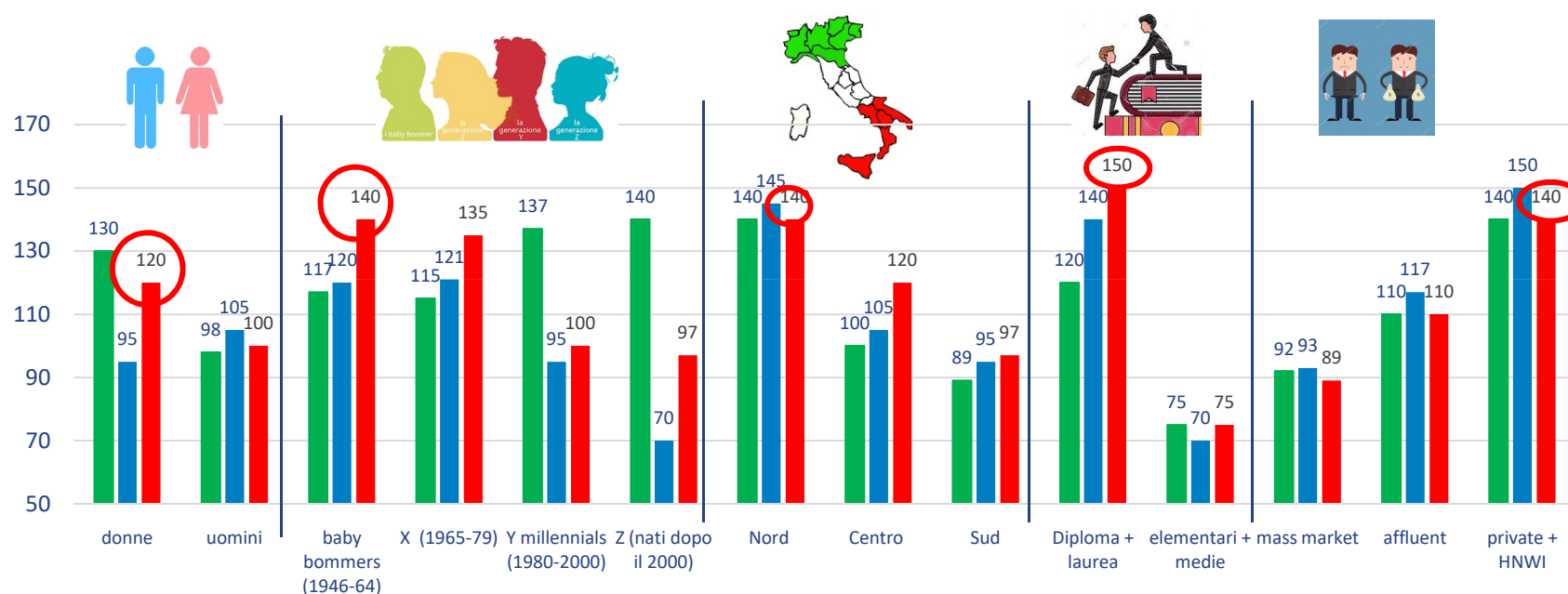
(se disponibile a investire) per quali motivi? per quali altri?..... VALORI %



PRODOTTI DI INVESTIMENTO SOSTENIBILI, RESPONSABILI, INCLUSIVI: UTILI ANCHE PER MITIGARE IL RISCHIO



PROFILO DELL'INVESTITORE SRI: + DONNE, + BABY BOOMERS, + NORD, + ISTRUITI + RICCHITREND SETTER?



INDICI DI CONCENTRAZIONE 100 = MEDIA

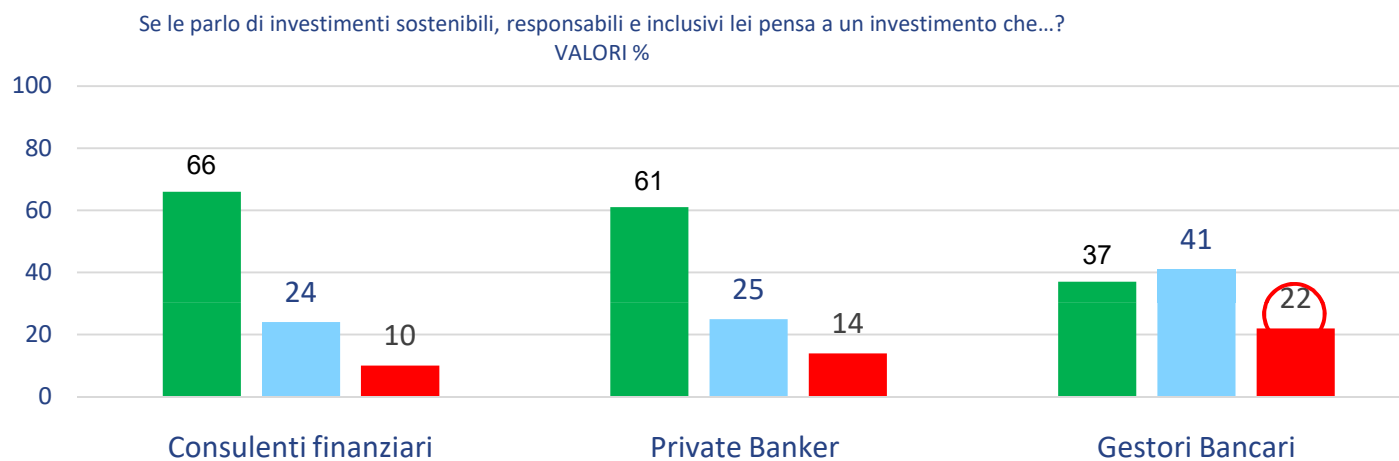
■ sensibilità ■ conoscenza ■ propensione



© FINER® Finance Explorer S.r.l. | www.finer.digital | ASSOGESTIONI | "Sostenibile, responsabile, inclusivo. La frontiera del risparmio gestito" | Milano 3 Aprile 2019 |

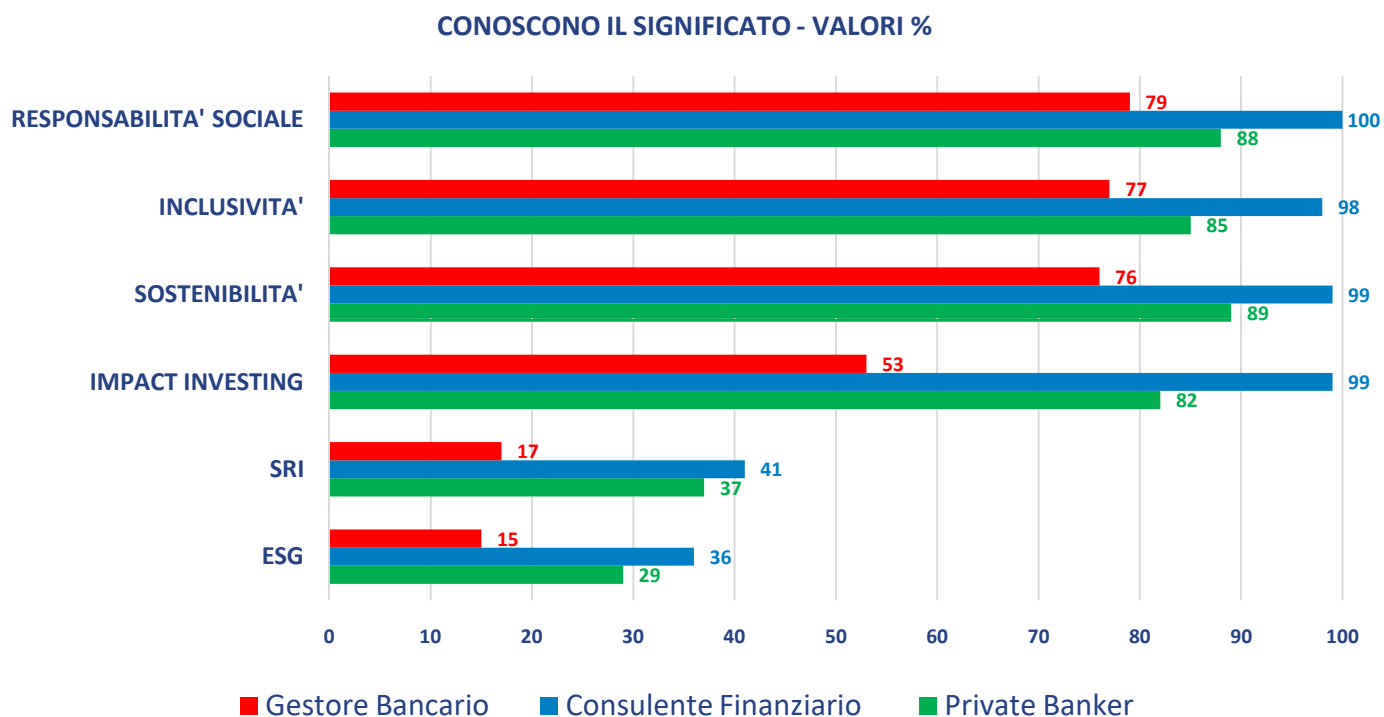
-
- **I professionisti: CF, PB, Gestori Bancari, Fund Selector, Asset Manager**
-

Investimenti sostenibili, responsabili inclusivi correttamente descritti dai CF, PB, + associazione al «no profit» per gestori bancari

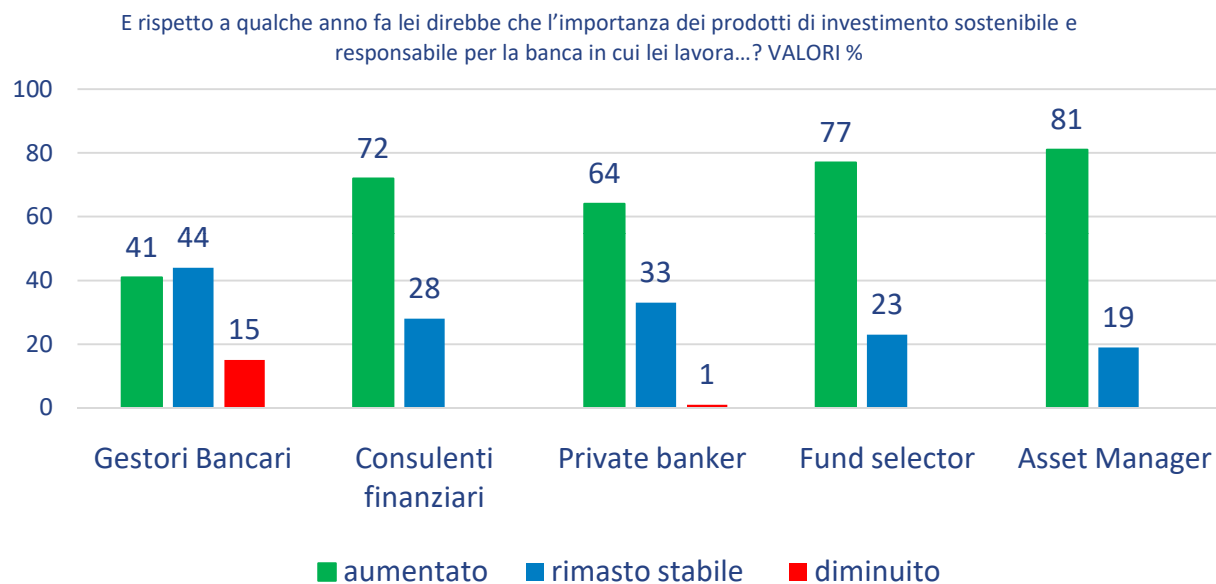


- crea valore per l'investitore e per la società attraverso una strategia di investimento che nella valutazione delle società in cui investe, integra l'analisi finanziaria con quella ambientale, sociale e di buon governo
- mette al primo posto la salvaguardia ambientale, il rispetto dei diritti umani, della società, la parità di genere e razza, il buon governo delle società in cui investe e al secondo posto i profitti e i rendimenti per l'investitore
- mette al primo posto la salvaguardia ambientale, il rispetto dei diritti umani, della società, la parità di genere e razza, il buon governo delle società in cui investe senza considerare i profitti e i rendimenti per l'investitore

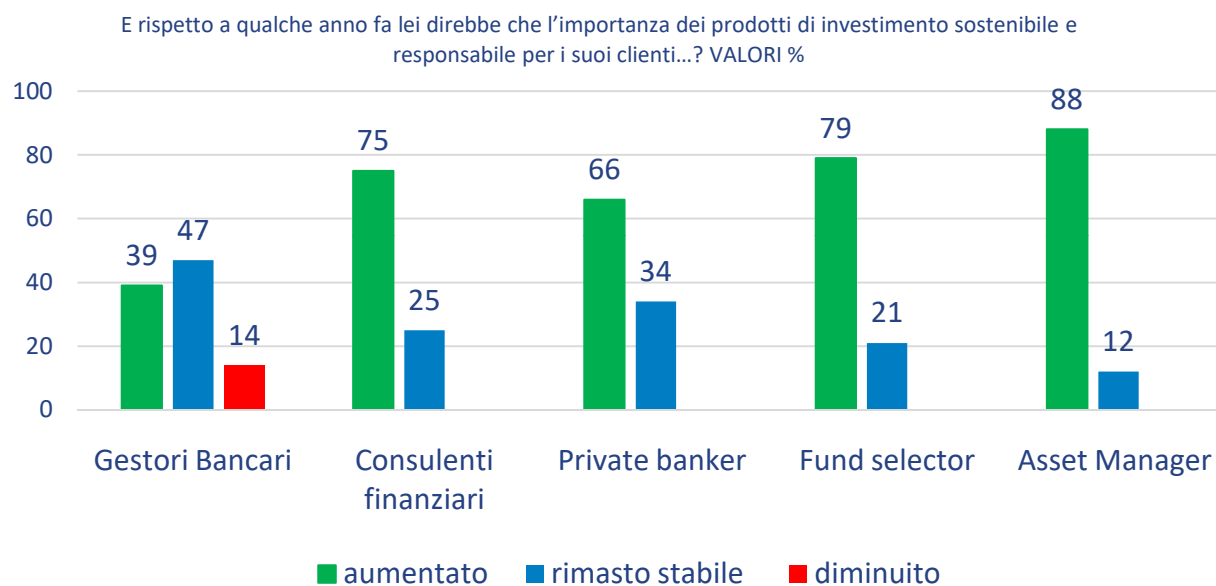
ESG, SRI, IMPACT INVESTING, SOSTENIBILITÀ, RESPONSABILITÀ SOCIALE e INCLUSIVITÀ noti ai più → correlazione diretta con tipologia di cliente



SOSTENIBILITA', RESPONSABILITA' SOCIALE INCLUSIVITA': CRESCIE L' IMPORTANZA PER LA PROPRIA BANCA



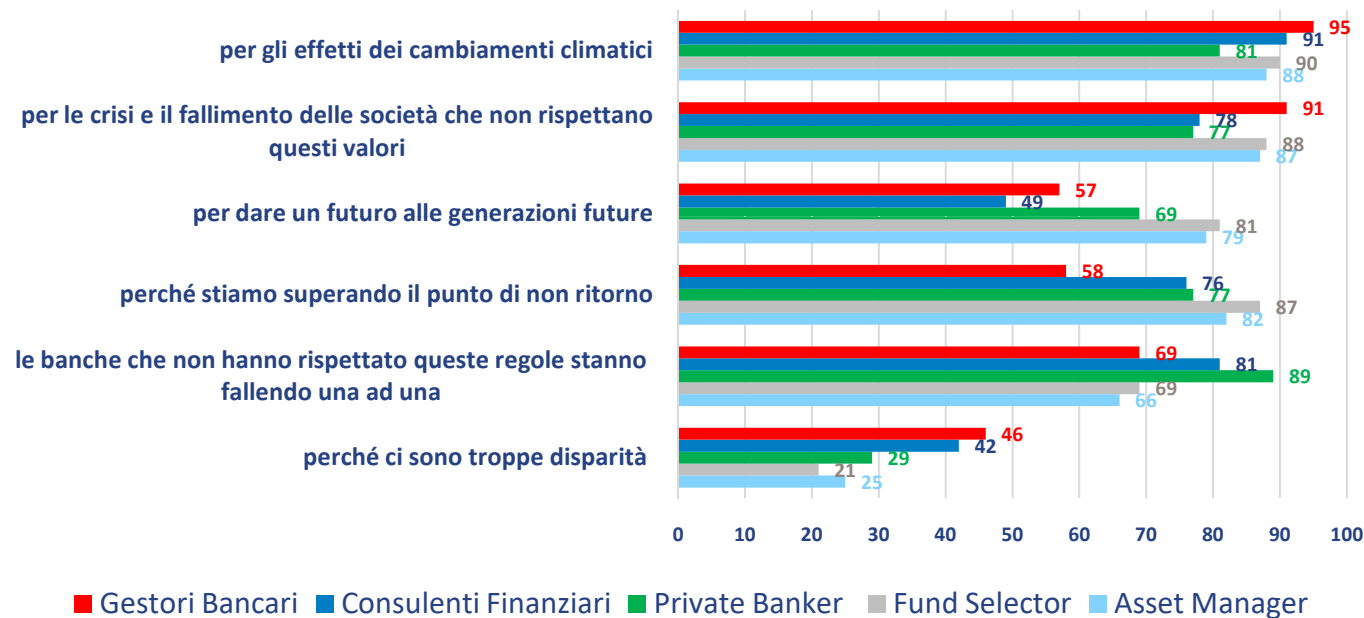
SOSTENIBILITA', RESPONSABILITA' SOCIALE INCLUSIVITA': CRESCE L' IMPORTANZA PER I PROPRI CLIENTI



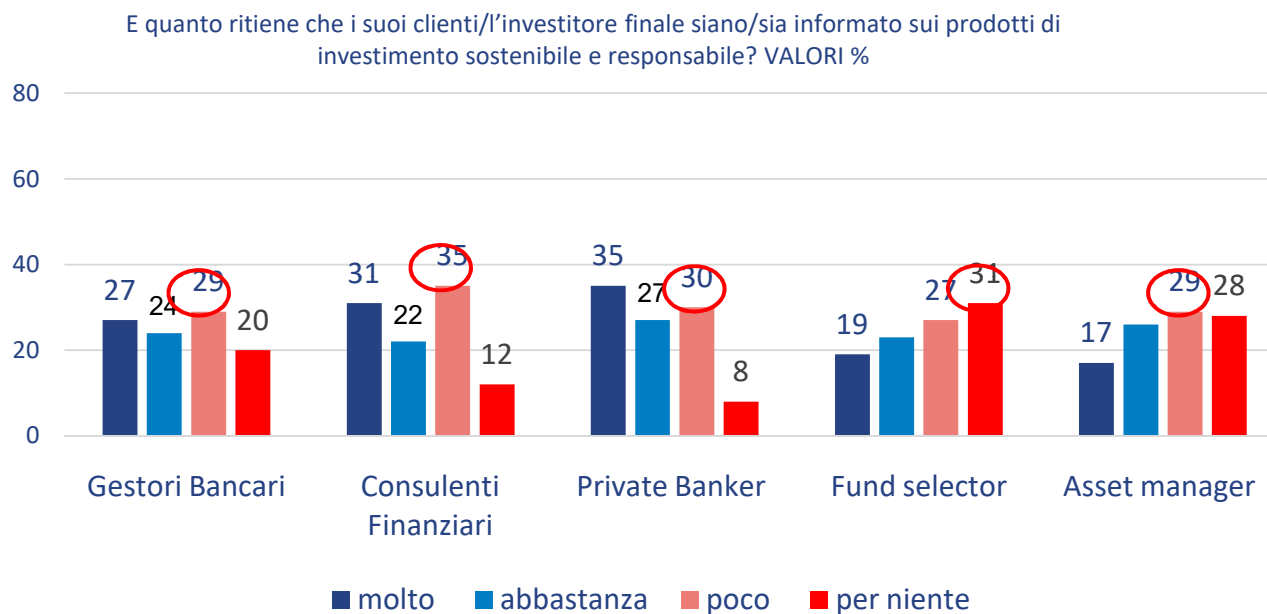
PERCHE' I CLIENTI SONO PIU' SENSIBILI? → effetti climatici, fallimento di società, crisi finanziarie e disuguaglianze sociali



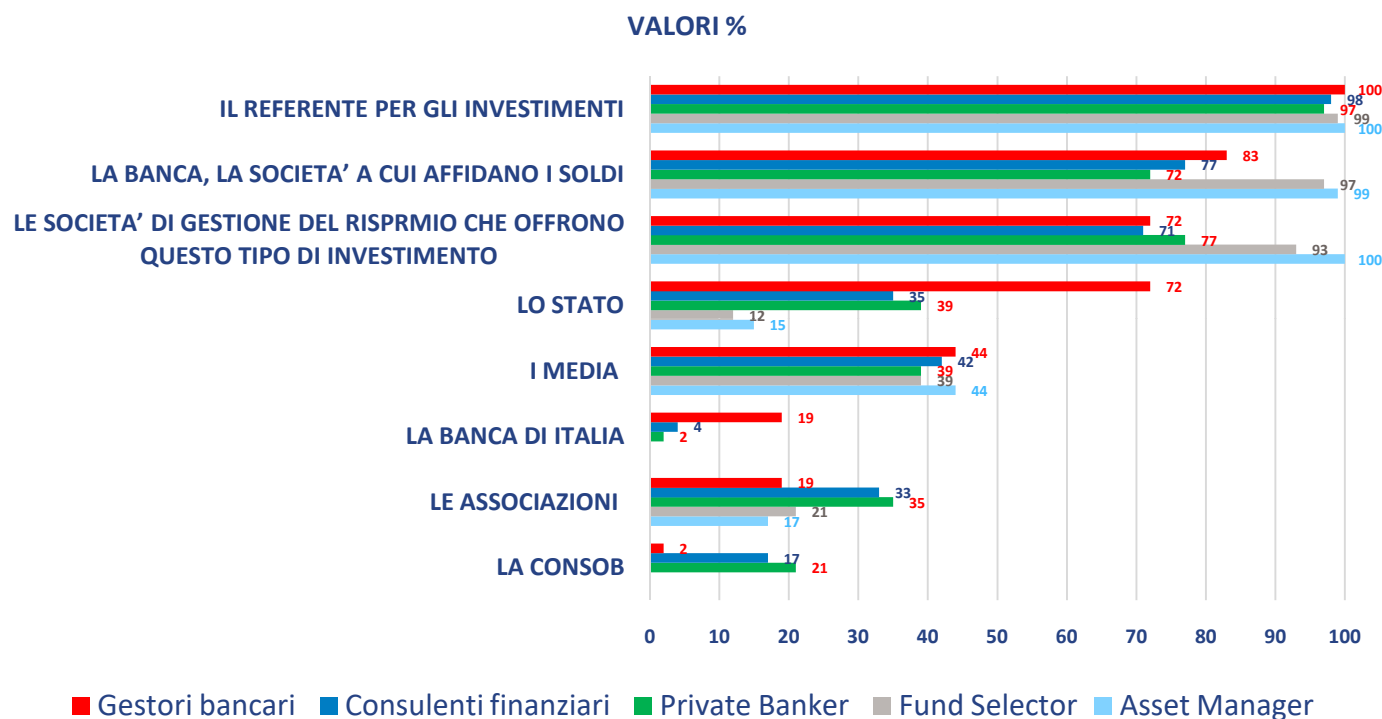
Motivi per cui ritengono i propri clienti/i clienti retail più sensibili ai temi della sostenibilità, responsabilità sociale e inclusività VALORI %



QUANTO SONO INFORMATI I PROPRI CLIENTI SUI PRODOTTI DI INVESTIMENTO SOSTENIBILI, RESPONSABILI E INCLUSIVI?: AMPI SPAZI DI MIGLIORAMENTO



CHI DOVREBBE INFORMARE? → BANCA, REFERENTE PER GLI INVESTIMENTI, SGR

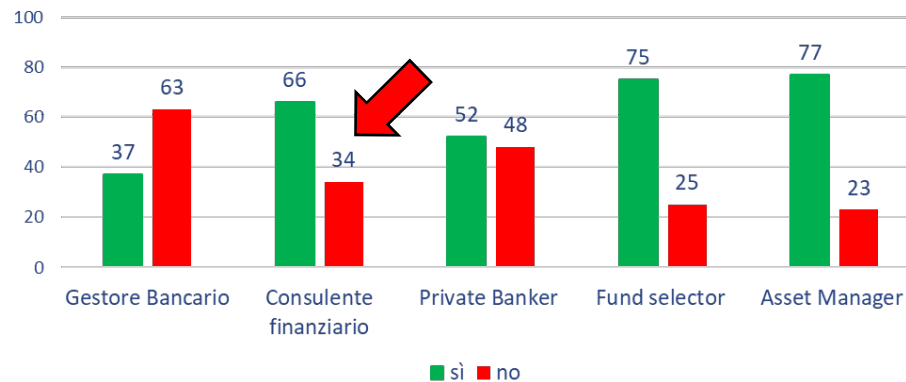


PROATTIVITA' OFFERTA PRODOTTI DI INVESTIMENTO SOSTENIBILI, RESPONSABILI, INCLUSIVI: DISSONANZA COGNITIVA DOMANDA VS. OFFERTA, CHI HA RAGIONE?



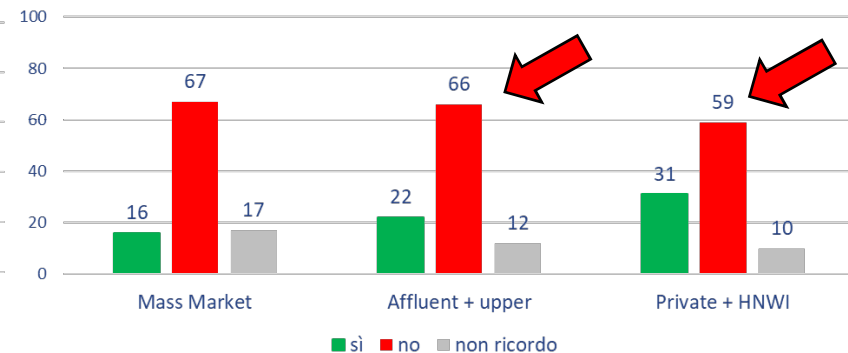
I PROFESSIONISTI DICONO

E negli ultimi 12 mesi lei ha proposto ai suoi clienti prodotti di investimento sostenibile e responsabile?
la sua banca/SGR ha promosso i prodotti di investimento sostenibile e responsabile? VALORI %



I CLIENTI RICORDANO

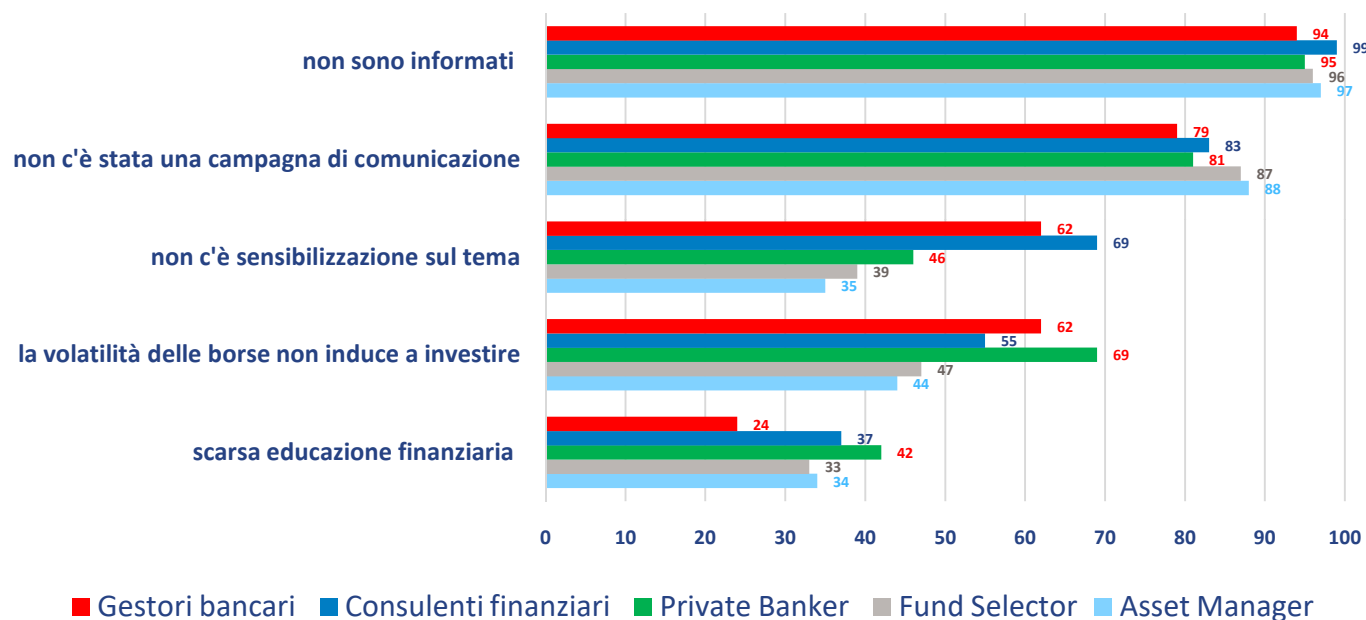
E negli ultimi 12 mesi il tuo referente per gli investimenti le ha proposto prodotti di investimento sostenibile e responsabile? VALORI %



PRODOTTI DI INVESTIMENTO SOSTENIBILI, RESPONSABILI, INCLUSIVI: PERCHE' I CLIENTI NON LI HANNO SOTTOSCRITTI: MANCA INFORMAZIONE



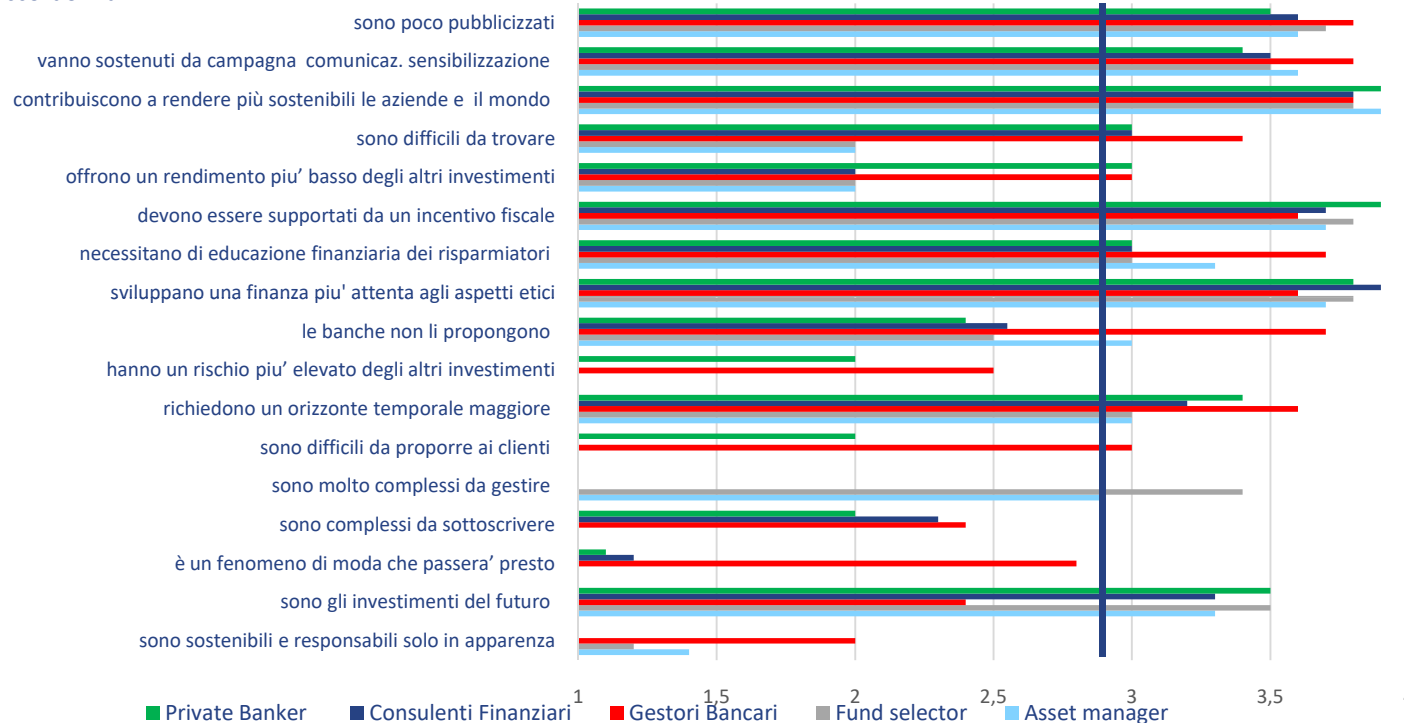
Perché i loro clienti/i clienti retail non hanno sottoscritto prodotti di investimento sostenibile, responsabile e inclusivo VALORI %



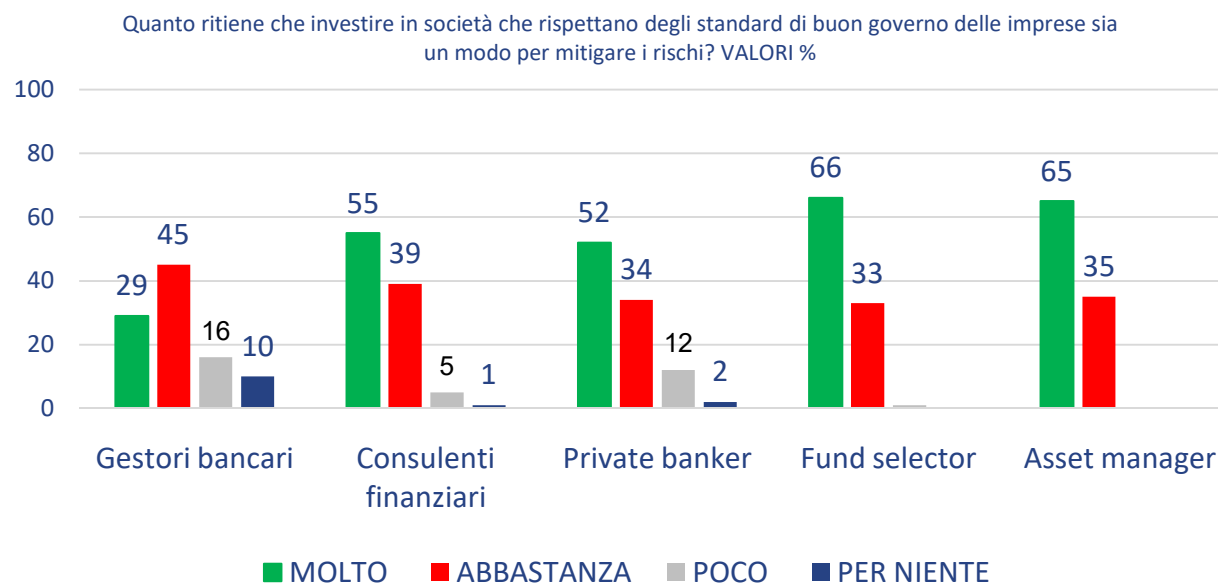
PRODOTTI DI INVESTIMENTO SOSTENIBILI, RESPONSABILI, INCLUSIVI: POCO CONOSCIUTI, DISPONIBILI, VANNO SOSTENUTI



Grado di accordo max. 4 min. 1



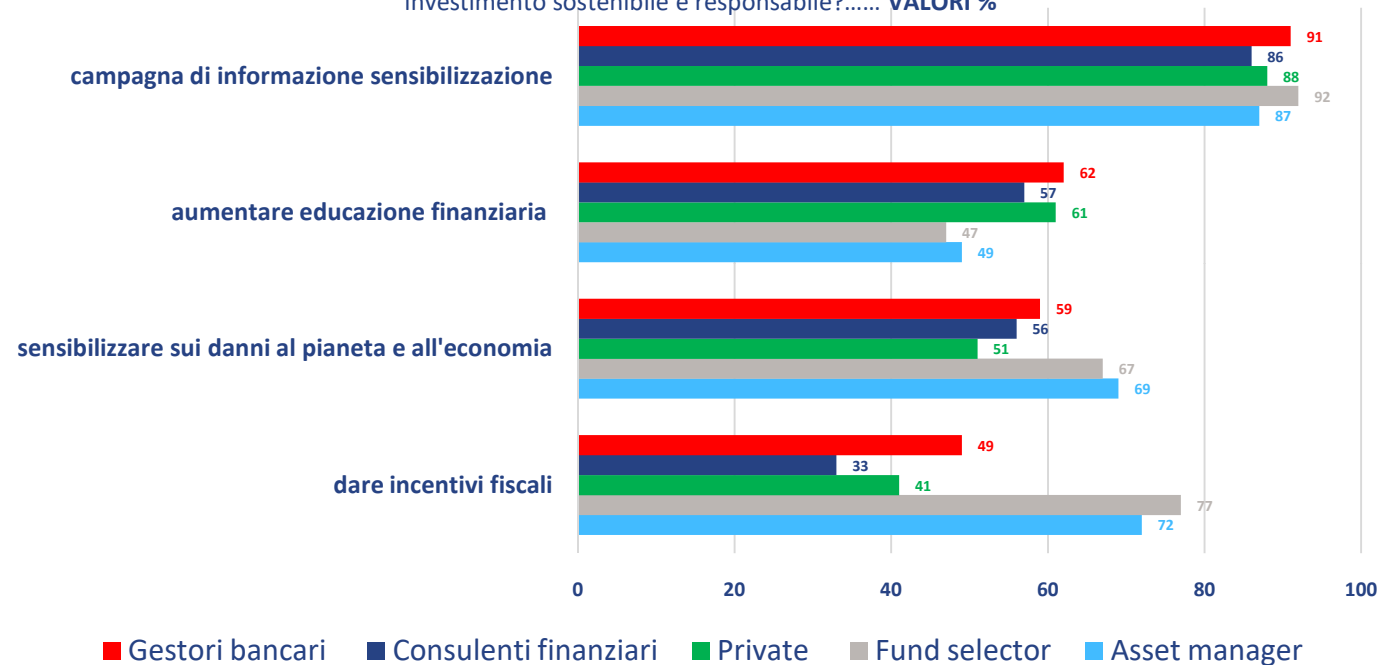
PRODOTTI DI INVESTIMENTO SOSTENIBILI, RESPONSABILI, INCLUSIVI: UTILI ANCHE PER MITIGARE IL RISCHIO



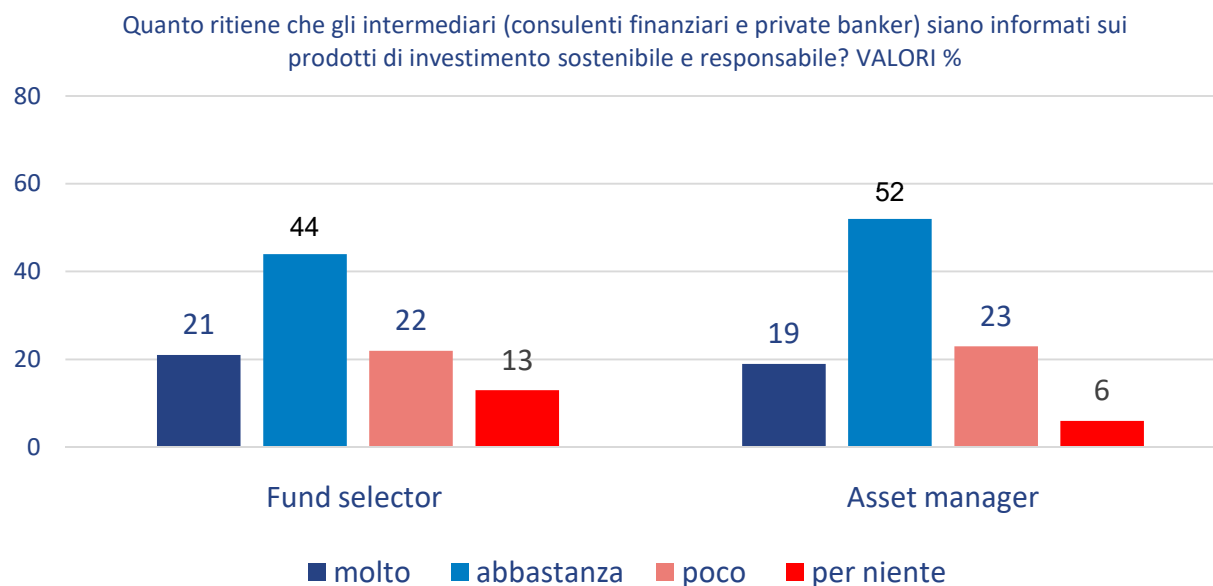
PRODOTTI DI INVESTIMENTO SOSTENIBILI, RESPONSABILI, INCLUSIVI: LEVE PER AUMENTARNE LA SOTTOSCRIZIONE: (IN)FORMAZIONE!



E secondo lei quali potrebbero essere le leve per aumentare l'interesse a sottoscrivere prodotti di investimento sostenibile e responsabile?..... VALORI %



PRODOTTI DI INVESTIMENTO SOSTENIBILE, RESPONSABILE, INCLUSIVO LIVELLO DI CONOSCENZA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI (CF, PB E GESTORI BANCARI) SECONDO I COLLEGHI → + INFORMAZIONE



- **Riflessioni conclusive**

RIFLESSIONI CONCLUSIVE



- **L'Italia è un paese per gli investimenti sostenibili, responsabili e inclusivi:** la **sensibilità è elevata** e in crescita, oggi prevalentemente circoscritta ai segmenti di clientela con maggiori disponibilità finanziarie, visione e istruzione, presto potrebbe diventare criterio decisivo nella scelta della banca o della SGR e quindi **fattore competitivo** determinante per l'industria.
- La sensibilità su questi temi si basa per lo più su una **conoscenza generica** soprattutto associata ai cambiamenti climatici e alle crisi che hanno caratterizzato le società che non hanno rispettato questi criteri, sviluppata più **a livello individuale** che su spinta dell'industria: vi è dunque un grande potenziale di crescita e di affermazione anche considerato che per i più sono erroneamente associati a investimenti «no profit» e le sigle **ESG** e **SRI** sono quasi del tutto **sconosciute**.
- Il tema dell'**informazione** su questo tipo di investimenti è centrale: sia per ammissione degli investitori finali che dei **distributori** (banche e reti) e dei **gestori** (SGR) che hanno – a loro volta - la grande opportunità di farsi **ambasciatori** in un momento in cui l'industria sta cavalcando questo trend.
- Le **barriere** alla sottoscrizione oltre alla **scarsa conoscenza** sono soprattutto l'associazione di questo tipo di investimenti a **rendimenti minori** o – nei casi estremi – al «no profit».
- I **driver** per questi investimenti sono sia **di natura generale** - la sopravvivenza del globo, il futuro dell'umanità – **ma anche finanziari e logici** - maggior affidabilità, stabilità dei rendimenti, riduzione del rischio e solidità delle aziende che sposano questi criteri: partire dai primi per lavorare sui secondi è certamente la ricetta vincente per l'industria.
- Il terreno dunque appare fertile per una crescita di questi investimenti purché **l'industria sappia promuoverne la cultura** e i singoli **operatori (SGR, banche e reti) differenziarsi tra loro** per favorire una sana **competizione sulla qualità dei prodotti**.