



2° Rapporto Censis-Assogestioni

GLI ITALIANI E LA FINANZA SOSTENIBILE, PER ANDARE OLTRE LA PANDEMIA

Sintesi per la stampa

Roma, 15 settembre 2021

INDICE

1. La sostenibilità nella cultura sociale collettiva	3
2. Le opinioni degli italiani	3
2.1. La neocentralità del risparmio al tempo di Covid-19	3
2.2. La sostenibilità che incuriosisce	5
2.3. Gli Esg	7
2.4. Idee per la diffusione e strategicità della consulenza finanziaria	9
3. Il punto di vista dei consulenti finanziari	11
3.1. Clientela cauta ma pronta a cogliere buone opportunità	11
3.2. Esg e clientela	12
3.3. Come farli conoscere e apprezzare di più	13

1. LA SOSTENIBILITÀ NELLA CULTURA SOCIALE COLLETTIVA

Cosa sanno e pensano gli italiani della sostenibilità in generale e degli strumenti finanziari Esg (*Environmental, Social and Corporate Governance*) che ad essa si richiamano? Qual è la propensione ad investire in strumenti finanziari *green* nella più generale evoluzione del rapporto con il risparmio, in questo tribolatissimo tempo?

Sono i quesiti di partenza di una ricerca che è il primo vero termometro del rapporto tra italiani e sostenibilità in ambito finanziario, con un'attenzione specifica per gli strumenti Esg.

Una *survey* su un campione nazionale rappresentativo di 1.000 italiani maggiorenni e una su un *panel* di 270 consulenti finanziari hanno consentito di delineare un quadro attualissimo di opinioni, scelte, comportamenti e aspettative che sono un riferimento unico per:

- capire la disponibilità degli italiani ad investire i propri soldi nella grande sfida collettiva del nostro tempo, ovvero la transizione ad una società sostenibile;
- elaborare soluzioni per andare oltre le criticità.

Più in generale, la ricerca è un contributo per capire quanto valori e strumenti improntati alla sostenibilità sono oggi realmente in grado di incidere sulle scelte finanziarie degli italiani.

2. LE OPINIONI DEGLI ITALIANI

2.1. La neocentralità del risparmio al tempo di Covid-19

Nel 2020 la propensione al risparmio degli italiani è stata pari al 15,8% (nel 2019 era l'8,1%), il risparmio complessivo ammonta a quasi 4,4 miliardi di euro (+2,5% in termini reali rispetto al 2019) mentre il contante e i depositi arrivano a quasi 1,6 miliardi di euro (+7,5% reale in un anno, +110 miliardi di euro). E dichiara di risparmiare il 76,9% degli italiani, ed è il 66,6% tra i bassi redditi ed il 91,4% tra i benestanti (tab. 1).



Dopo oltre un anno di pandemia, gli italiani risparmiano di più e hanno più risparmio in portafoglio. Un risparmio che è disegualmente distribuito, visto che alle disparità tradizionali, ad esempio tra anziani e giovani, se ne sono aggiunte di nuove, che sono esito, ad esempio, della crisi pandemica di lavoro autonomo e piccola impresa.

Il risparmio degli anziani è stato poi il carburante del welfare intra-familiare, con genitori e nonni ben patrimonializzati che hanno trasferito risorse a figli e nipoti colpiti dalla crisi: ben il 50,8% dei giovani definisce gli anziani della propria famiglia come il proprio bancomat.

In definitiva, Covid-19 ha rilanciato la centralità del risparmio negli stili di vita degli italiani pressati dall'emergenza: ora è urgente metterlo in movimento.

Tab. 1 - Gli italiani e il risparmio, per reddito (val. %)

<i>Lei e la sua famiglia risparmiate? Se sì, grosso modo potrebbe indicare quale quota del suo reddito mensile?</i>	Fino a 15 mila euro annui	Tra 15 mila e 30 mila	Tra 30 mila e 50 mila	Oltre 50 mila euro	Totale
Sì, di cui	66,6	81,7	82,7	91,4	76,9
<i>Fino al 5%</i>	29,3	28,1	19,8	13,1	25,1
<i>Tra il 6 e il 15%</i>	22,1	34,8	35,4	30,9	30,2
<i>Tra il 16 e il 20%</i>	7,3	12,3	20,2	32,4	13,7
<i>Oltre il 20%</i>	8,0	6,5	7,4	15,1	7,9
No, non risparmio/risparmiamo	33,4	18,3	17,3	8,6	23,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2021

2.2. La sostenibilità che incuriosisce

Anche la finanza è sfidata sulla sostenibilità, su cui soggetti pubblici e privati hanno accelerato, vista la nuova sensibilità psicologica della *public opinion* al *link* tra erraticità del meteo, inquinamento globale, scarsità delle risorse naturali e relativi costi economici e sociali, che a tratti diventano devastanti.

Ma gli italiani quanto ne sanno della sostenibilità? L'87% sa cosa è e dice di essere informato: il 26,2% ritiene di averne una conoscenza precisa, il 60,8% per grandi linee (tab. 2).

Tra chi ne ha un'idea, il 68,1% (il 73,7% tra i laureati) la considera una priorità, il 28,9% la reputa importante ma considera altre le priorità, solo per l'1,9% non è una priorità e l'1,1% non ha idee precise (fig. 1).

In generale, si va formando la convinzione che la sostenibilità non è solo un grande tema di società, ma qualcosa di concreto da fare, altrimenti si pagheranno alti costi. Infatti, per il 76,6% degli italiani (l'82,9% tra gli alti redditi, il 79,9% tra i laureati) se ambiente e società si degradano anche risparmi e/o investimenti ne risentiranno. Ed il 63,9% ritiene gli investimenti Esg, emblema della finanza sostenibile, una opportunità per investire bene i propri risparmi e praticare valori in cui si crede (tab. 3-4).

Tab. 2 - Gli italiani e la sostenibilità, per età (val. %)

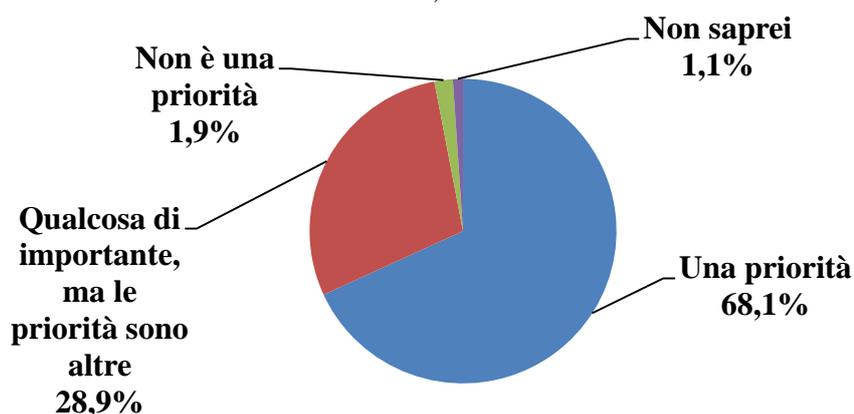
<i>Lei sa dire che cosa si intende con sostenibilità?</i>	Fino a 34 anni	35-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Sì, di cui	94,5	91,3	73,4	87,0
<i>Precisamente</i>	33,5	26,3	20,5	26,2
<i>A grandi linee</i>	61,0	65,0	52,8	60,8
No, di cui	5,5	8,7	26,6	13,0
<i>Ne ho sentito parlare</i>	5,5	7,8	16,3	9,7
<i>Mai sentita</i>	0,0	0,8	10,3	3,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2021



Fig. 1 - Italiani convinti che la sostenibilità sia una priorità (val. %)

Secondo Lei, la sostenibilità (a livello ambientale, sociale ecc.) è:



Fonte: indagine Censis, 2021

Tab. 3 - Italiani convinti che il degrado di ambiente e società ha conseguenze negative su risparmi e investimenti, per reddito (val. %)

<i>Se l'ambiente e la società si degradano, anche i miei risparmi e/o investimenti ne risentiranno</i>					Totale
	fino a 15 mila euro annui	tra 15 mila e 30 mila	tra 30 mila e 50 mila	oltre 50 mila euro	
Si	76,9	75,5	79,1	82,9	76,6
No	23,1	24,5	20,9	17,1	23,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2021

Tab. 4 - Italiani convinti che gli investimenti Esg potrebbero essere una opportunità per i loro risparmi, per reddito (val. %)

<i>Gli investimenti Esg potrebbero essere una opportunità per i miei risparmi (ad esempio, per esprimere i valori in cui credo, per realizzare investimenti con un buon rendimento, per il contributo a costruire una società migliore, ecc.)</i>	Fino a 15 mila euro annui	Tra 15 mila e 30 mila	Tra 30 mila e 50 mila	Oltre 50 mila euro	Totale
Si	61,0	66,6	69,6	74,4	63,9
No	39,0	33,4	30,4	25,6	36,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2021

2.3. Gli Esg

Conosciuti. Il 63,4% degli italiani conosce o ha sentito parlare di prodotti Esg, con valori più elevati tra giovani (68,4%) e laureati (71,9%). Da dove prendono le informazioni sul tema? In primis da televisione e radio (30,7%, 39,9% tra gli anziani) poi da social (21,2%, 35,3% tra i giovani), web (16,5%, 24% tra i giovani) e quotidiani (14,1%, 17,6% tra gli over 65).

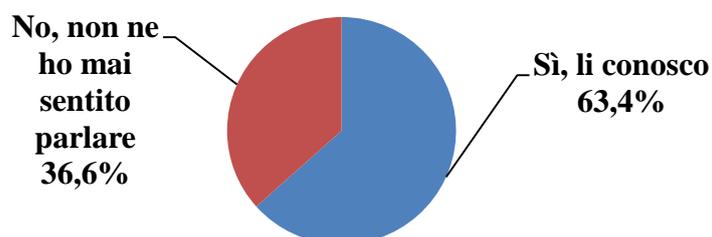
Interessanti. Il 52,5% degli italiani sarebbe interessato ad investire i propri risparmi nell'acquisto di prodotti Esg: di questi, il 23,3% li definisce la loro prima scelta di investimento e a farlo sono soprattutto giovani (34,2%), imprenditori e liberi professionisti (45,8%), dirigenti (44,9%) e laureati (31,1%).

L'ambiente prevale su tutto. Alla richiesta di indicare una priorità tra i tre fattori che connotano gli Esg, ambiente, sociale e governance, gli italiani richiamano molto di più la dimensione ambientale (52,1%,

62,9% tra gli alti redditi), seguita a distanza da quella sociale (26,2%) e dalla governance (21,7%).

Fig. 2 - Italiani che conoscono e/o hanno sentito parlare di prodotti Esg (val. %)

Lei ha mai sentito parlare di prodotti Esg, ossia basati su criteri ambientali, sociali e di governance (ad esempio prodotti che prestano attenzione al tema del cambiamento climatico, a tematiche sociali, etiche)?



Fonte: indagine Censis, 2021

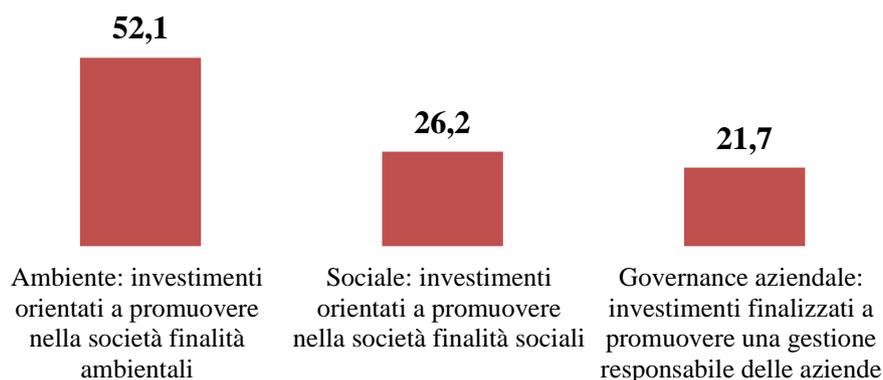
Tab. 5 - Propensione degli italiani ad investire risparmi in prodotti Esg, per età (val. %)

<i>Pensando a risparmi da investire, se le fosse proposto di investire in prodotti Esg, Lei sarebbe interessato?</i>	Fino a 34 anni	35-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Sì, di cui	72,1	62,5	19,4	52,5
<i>Sarebbero la mia prima scelta</i>	34,2	26,3	9,6	23,3
<i>Non sarebbero la mia prima scelta</i>	37,9	36,2	9,8	29,2
No, non mi interessano	11,7	17,6	64,3	29,4
Non saprei	16,2	19,9	16,3	18,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 3 - Fattori Esg per ordine di importanza secondo gli italiani (val. %)

*% di italiani che mettono al primo posto i tre fattori Esg
(ambiente, sociale, governance aziendale)*



Fonte: indagine Censis, 2021

2.4. Idee per la diffusione e strategicità della consulenza finanziaria

Per potenziare l'acquisto dei prodotti Esg, per l'84,6% degli italiani ci vorrebbero a livello europeo regole, marchi (ad esempio un "bollino") che consentano agli investitori di identificare rapidamente e in maniera chiara gli investimenti Esg.

Per l'81,2% (l'85,1% tra gli alti redditi, l'85,3% tra i laureati) servirebbe introdurre benefici fiscali quali agevolazioni, incentivi, mentre l'80,8% (ed è l'84,7% tra gli altri redditi, 82,7% tra chi ha una laurea) è favorevole a penalizzazioni per aziende e/o fondi di investimento che non rispettano le finalità ambientali e sociali attese dagli investimenti, consentendo agli investitori di poter disinvestire subito (tab. 6).

Sono soluzioni che per gli italiani favorirebbero sicuramente la diffusione degli strumenti di finanza sostenibile, insieme alla consulenza finanziaria, a cui attribuiscono un ruolo strategico: ne è convinto il 72,5% dei cittadini, con quote più elevate tra gli alti redditi (84,8%) ed i laureati (76,9%) (fig. 4).

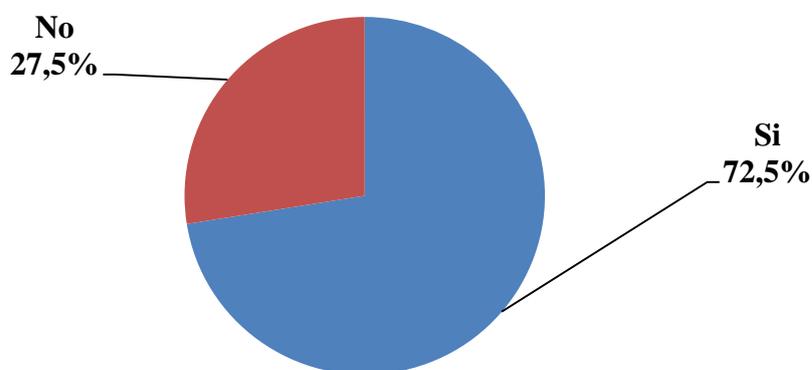
Tab. 6 - Italiani favorevoli ad introdurre agevolazioni e incentivi per favorire gli investimenti Esg, per reddito (val. %)

<i>Ci vogliono benefici fiscali (agevolazioni, incentivi, ecc.) per gli investimenti Esg</i>	Fino a 15 mila euro annui	Tra 15 mila e 30 mila	Tra 30 mila e 50 mila	Oltre 50 mila euro	Totale
Si	81,2	85,3	82,8	85,1	81,2
No	18,8	14,7	17,2	14,9	18,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 4 - Italiani convinti che la consulenza finanziaria sia strategica per promuovere una finanza più sostenibile (val. %)

La consulenza finanziaria è strategica per promuovere una finanza più sostenibile



Fonte: indagine Censis, 2021

3. IL PUNTO DI VISTA DEI CONSULENTI FINANZIARI

3.1. Clientela cauta ma pronta a cogliere buone opportunità

Quali sono secondo i consulenti gli stati d'animo, le reazioni dei propri clienti a questa fase? Il 44,2% rileva cautela (-3,3% la differenza percentuale rispetto al 2020), il 44,1% percezione di opportunità (+3,8%), il 33,5% disponibilità a sperimentare cose nuove (+20,8%), il 32,3% fiducia (+8,8%) e il 27,2% incertezza (-19,2%) (tab. 7).

Numeri denotano un clima un po' migliore dello scorso anno, ancora segnato dalla mancanza di un quadro di riferimento preciso e dal persistere dei rischi pandemici: in ogni caso, i risparmiatori con risorse da investire e che si confrontano con i consulenti, sono tornati a caccia di qualche opportunità buona, nuova e praticabile di investimento.

Tab. 7 - Opinioni dei consulenti finanziari sui principali stati d'animo della clientela nella fase attuale: confronto 2021-2020 (val. %, diff. %)

<i>Quali termini in questa fase descrivono meglio lo stato d'animo dei clienti sull'investimento dei propri risparmi?</i>	2021	<i>Diff. % 2021-2020</i>
Cautela	44,2	-3,3
Percezione di opportunità	44,1	+3,7
Disponibilità a sperimentare cose nuove	33,5	+20,8
Fiducia	32,3	+8,8
Incertezza	27,5	-19,2
Voglia di investire	20,8	+13,1
Avversione ai rischi	16,7	-2,3
Sicurezza	10,8	+3,7
Ansia	7,1	-11,1

*Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagini Censis-Assogestioni 2021-2020

3.2. Esg e clientela

Più interesse. Per l'82,4% dei consulenti finanziari la clientela è molto o abbastanza interessata ai prodotti Esg ed il 76,9% rileva un maggior interesse rispetto al periodo pre Covid-19 (tab. 8 - fig. 5). Il 68,3% dei consulenti li propone con maggior frequenza e impegno rispetto al pre pandemia.

Reazioni positive. Il 67,3% dei consulenti riscontra attenzione e interesse della clientela alla proposta di acquistare prodotti Esg, il 56,5% dichiara che i clienti percepiscono gli strumenti come opportunità, il 44,2% riscontra curiosità ed il 24,9% fiducia. Tra le dimensioni dei prodotti Esg, per i consulenti i clienti danno attenzione prioritaria a quella ambientale (90,7%) e solo a grande distanza è seguita da quella sociale (6,3%) e dalla governance (3,0%). Ad oggi, i consulenti ritengono che la sostenibilità per gli investitori è fondamentalmente ambientale.

I fattori sociodemografici che contano. Titolo di studio (84,8%), professione svolta (79,3%) ed età (78,9%) è la triade di fattori sociodemografici che per i consulenti più contano nelle scelte di acquisto dei prodotti Esg. Un'opinione in linea con quella emersa dall'indagine di popolazione. I consulenti poi reputano che la ridotta conoscenza dei prodotti (64,6%) e la generale diffidenza verso prodotti emergenti, nuovi (23,5%) siano i fattori che più ne disincentiva l'acquisto da parte dei clienti.

Tab. 8 - Opinioni dei consulenti finanziari sull'interesse della clientela verso i prodotti Esg (val. %)

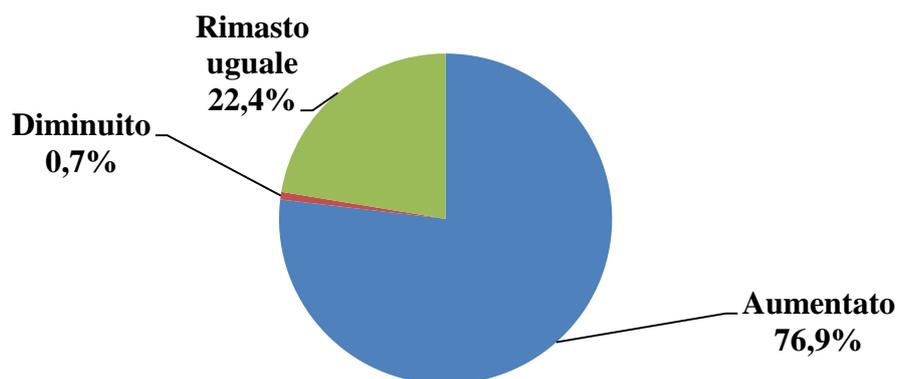
<i>Sulla base della sua esperienza, quanto i clienti sono interessati ai prodotti Esg?</i>		<i>%</i>
Molto e abbastanza, di cui		82,4
	<i>Molto</i>	24,7
	<i>Abbastanza</i>	57,7
Poco e per niente, di cui		17,6
	<i>Poco</i>	16,5
	<i>Per niente</i>	1,1
Totale		100,0

Fonte: indagine Censis-Assogestioni 2021



Fig. 5 - Opinioni dei consulenti finanziari sull'aumento di interesse della clientela verso i prodotti Esg rispetto al pre Covid-19 (val. %)

Rispetto al periodo pre Covid-19, Lei ritiene che l'interesse verso i prodotti Esg è aumentato, diminuito, rimasto uguale?



Fonte: indagine Censis-Assogestioni 2021

3.3. Come farli conoscere e apprezzare di più

Il 49,6% dei consulenti ritiene che per far conoscere di più e meglio i prodotti Esg, rendendoli anche più attrattivi, occorra creare a livello europeo un sistema di regole chiare, trasparenti che consenta di identificare tipologie e caratteristiche dei prodotti Esg. E per il 42,9% vanno attivati parametri (indici, dati, ecc.) per misurare il rispetto delle finalità ambientali, sociali e di governance da parte dei destinatari degli investimenti Esg, per il 29% occorrono criteri chiari per individuare i rischi di sostenibilità, per il 28% serve una definizione chiara e univoca del termine “sostenibilità”, il 26,9% chiede più trasparenza nelle informazioni, nei regolamenti, ecc. a beneficio degli investitori. Inoltre, il 75,7% dei consulenti ritiene utile attivare una formazione *ad hoc* sugli Esg così da rispondere con più alta efficacia alle esigenze dei clienti (fig. 6-7).

Fig. 6 - Opinioni dei consulenti finanziari sugli interventi da promuovere per aumentare conoscenza e diffusione dei prodotti Esg (val. %)

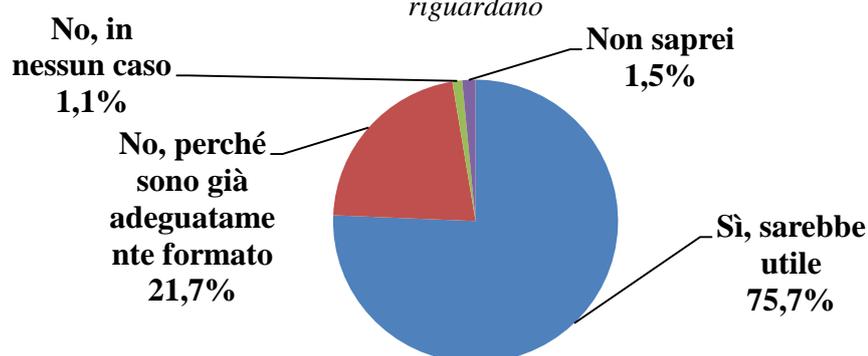
Aspetti su cui occorre intervenire per aumentare la conoscenza e/o la diffusione di prodotti Esg



Fonte: indagine Censis-Assogestioni 2021

Fig. 7 - Opinioni dei consulenti finanziari sull'utilità di una formazione ad hoc sui prodotti Esg (val. %)

Secondo Lei, occorre una formazione specifica sui prodotti Esg, che consente di padroneggiare bene i vari aspetti che li riguardano



Fonte: indagine Censis-Assogestioni 2021