

RAPPORTO 2020

Sostenibilità: quanto importa al cliente? Ce lo dice Consob

Comprendere le dinamiche del rapporto consulente-cliente a proposito degli investimenti sostenibili. È l'obiettivo dell'indagine Consob presentata a fine 2020, realizzata insieme con Bologna Business School e all'Università Roma Tre.

«Con riferimento alle attitudini rispetto agli investimenti finanziari sostenibili – si legge nel documento (è sul sito www.consob.it) –, è stata rilevata anzitutto l'importanza attribuita ai fattori Esg sia da parte di entrambi i gruppi di intervistati (consulenti e clienti, ndr) sia nel percepito dei consulenti rispetto ai clienti».

Il tema ambientale è quello che unisce tutti i partecipanti all'indagine: la lotta al cambiamento climatico è stato infatti il volano per la finanza sostenibile. Mutano invece le scelte in relazione alla "S" di social e alla "G"

di governance. «I fattori sociali sono indicati più frequentemente dagli investitori e quelli di governo societario dai professionisti – viene spiegato nel documento Consob –. I consulenti, inoltre, percepiscono la rilevanza dell'ambiente per i loro clienti ma tendono a sopravvalutare l'importanza da questi attribuita ai profili di governance». L'indagine è stata realizzata nel gennaio 2020, prima della pandemia da Covid che ha fatto esplodere anche la "S". I temi sociali, a quanto pare, erano però già ben presenti fra i risparmiatori.

Il 40% dei clienti afferma infine di tenere molto in considerazione gli impatti ambientali e sociali dei propri comportamenti nelle scelte finanziarie e di investimento, anche se solo il 19% dichiara di possedere prodotti finanziari sostenibili.

terlocutore al momento di selezionare lo strumento finanziario (fondo, etf, certificato o altro) da inserire nel portafoglio. Se il consulente non fornisce spiegazioni su tali argomenti, e voi invece siete interessato, sollecitatelo. «Le preferenze degli investitori in tema di sostenibilità devono essere tenute in conto dagli intermediari in fase di raccolta delle informazioni sul profilo del cliente e nella valutazione dell'adeguatezza dell'operazione», evidenzia l'avvocato Luca Zitiello, esperto di tali tematiche.

C'è però l'altro lato della medaglia. Gli argomenti di finanza sostenibile non devono essere utilizzati per collocare prodotti costosi e inefficienti: sul punto si è soffermata in più occasioni l'Esma, l'autorità europea di vigilanza dei mercati finanziari. Bisogna dunque evitare le pratiche commerciali scorrette (*mis-selling*). «La preferenza espressa dal cliente per prodotti che soddisfino esigenze di sostenibilità ambientale e sociale – ribadisce Zitiello – non può però condurre automaticamente alla distribuzione di prodotti inefficienti o più costosi». Il cliente deve dunque poter accedere, in consulenza o gestione di portafogli, a prodotti che seppur rispettosi di fattori Esg siano per lui adeguati.

La sostenibilità, va sottolineato, non è un mezzo per vendere prodotti finanziari inutili e costosi. La Consob e l'Agcom vigilano, i giornalisti pure. Tocca però anche ai risparmiatori tenere gli occhi ben aperti. E seguire la regola aurea: comprare soltanto quello che si capisce.

di RIPRODUZIONE RISERVATA