



Forum per la  
Finanza Sostenibile



# DONNE E FINANZA SOSTENIBILE

Roma, 13 novembre 2018

7<sup>a</sup> edizione

---

Settimana SRI

13 > 22 novembre 2018

**L'indagine**

## L'indagine | Panoramica

Il 2018 è stato caratterizzato da importanti novità per il settore della finanza sostenibile (HLEG, Action Plan...).

La prudenza è elemento caratterizzante delle scelte di investimento delle donne, che si dichiarano più informate degli uomini sui prodotti finanziari presenti sul mercato.

Le donne si mostrano più sensibili ai temi della sostenibilità e in particolare alle tematiche legate al sociale.



## L'indagine | Metodologia

L'indagine è stata realizzata nel mese di settembre 2018, con metodologia CAWI (Computer-Assisted Web Interview).

1.010 interviste a persone di età compresa tra 25 e 64 anni, distribuite su tutto il territorio nazionale e articolate in 604 donne e 406 uomini.

Le interviste sono state rivolte a soggetti che hanno investito, nell'ultimo anno, risparmi per almeno €1000.

Questionario strutturato, composto da domande chiuse e da alcuni approfondimenti con domande a risposta spontanea.



## L'indagine | Obiettivi

Obiettivo principale è esplorare le scelte e le attitudini di investimento dei risparmiatori italiani, con un particolare focus sulle investitrici e sul confronto di posizioni e comportamenti con gli uomini. Come nelle precedenti edizioni, si punta ad analizzare:

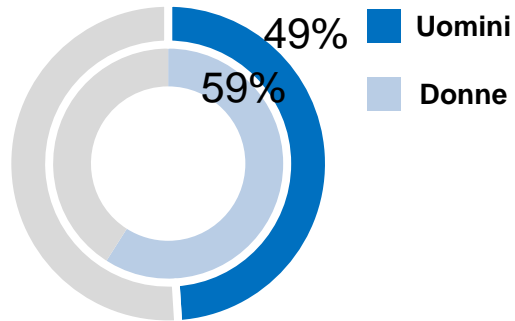
- Le attitudini degli investitori retail italiani, la loro propensione all'investimento Sostenibile e Responsabile e l'importanza attribuita ai temi ambientali, sociali e di governance;
- Le aspettative e il grado di consapevolezza dei risparmiatori rispetto a queste tematiche, nonché i canali di comunicazione e di informazione preferenziali;
- I criteri adottati nelle decisioni di investimento e la propensione a tenere in maggiore considerazione gli aspetti ESG.



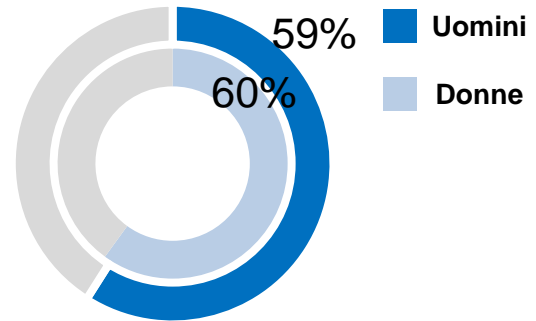
# Abitudini d'investimento

# Abitudini di investimento | Attitudini d'investimento

Prediligono investimenti a basso rischio



Investono per la famiglia

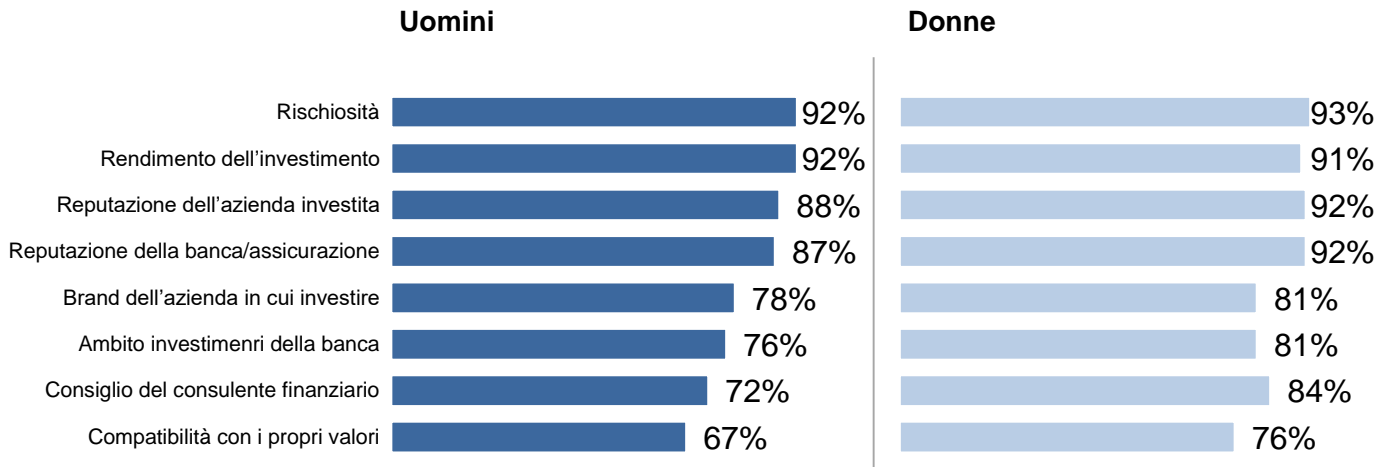


Percentuale Rispondenti  
Totale campione (n = 1.010 di cui 406 uomini e 604 donne)



# Abitudini di investimento | Leve d'investimento

## Elementi rilevanti per le scelte d'investimento



Percentuale Rispondenti, elaborazioni al netto dei «non sa»  
Totale campione (n = 1.010 di cui 406 uomini e 604 donne)

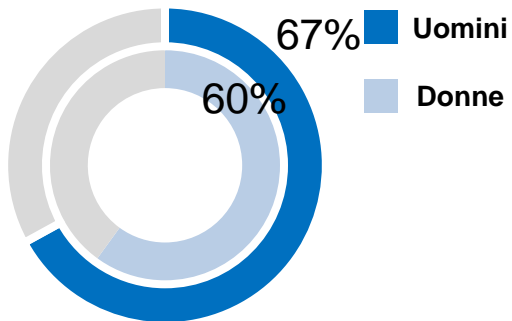




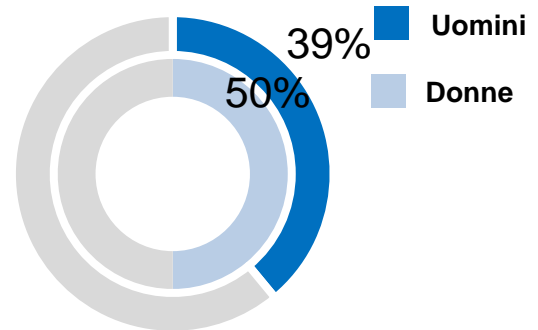
## Abitudini d'investimento

### Livello d'informazione offerta e autonomia delle scelte

Si ritengono informati sull'offerta del mercato finanziario



Investono solo in prodotti consigliati



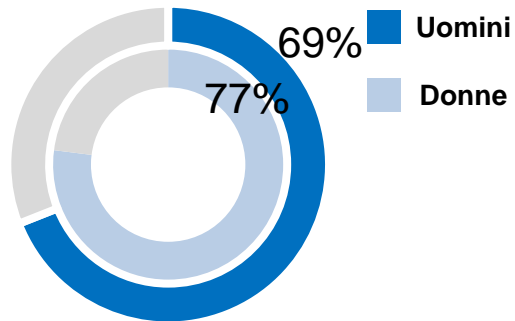
Percentuale Rispondenti  
Totale campione (n = 1.010 di cui 406 uomini e 604 donne)



# Importanza degli aspetti ESG

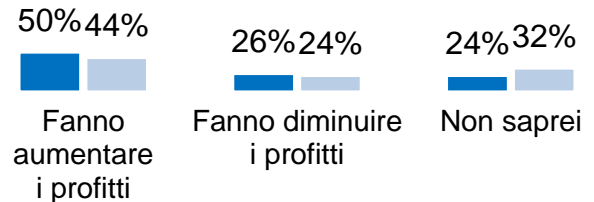
# Importanza degli aspetti ESG | Rilevanza tematiche ESG

Ritengono che le tematiche ESG abbiano impatti sulla finanza

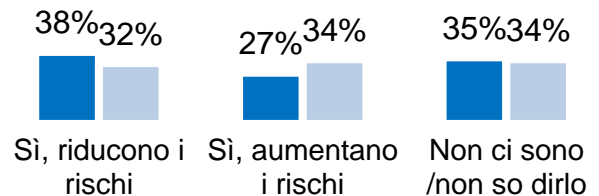


Percentuale Rispondenti  
 Totale campione (n = 1.010 di cui 406 uomini e 604 donne)

Impatti sulla redditività



Impatti sulla rischiosità



(n = 743 di cui 280 uomini e 463 donne)

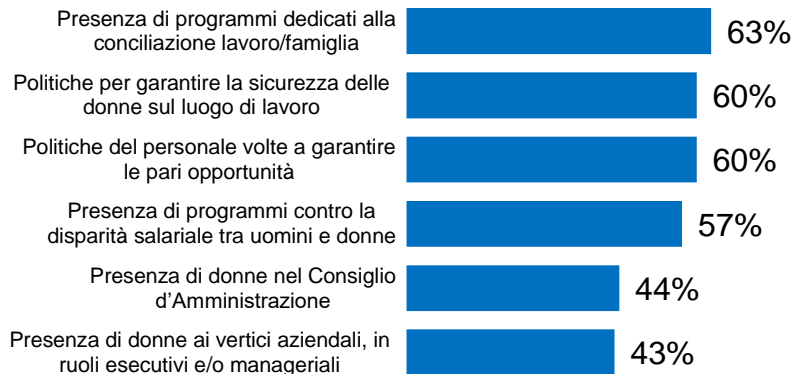


# Importanza degli aspetti ESG

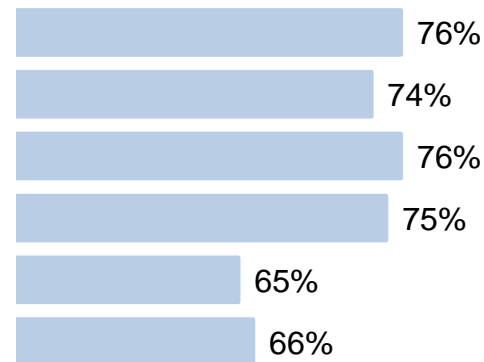
## Tematiche sociali legate al genere

Elementi rilevanti per le scelte d'investimento

### Uomini



### Donne



Percentuale Rispondenti, elaborazioni al netto dei «non sa»  
Totale campione (n = 1.010 di cui 406 uomini e 604 donne)



# Importanza degli aspetti ESG

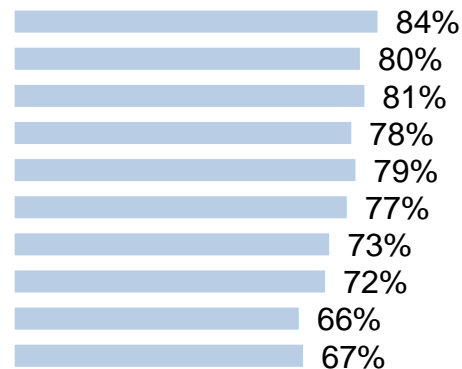
## Aspetti della sfera sociale

Elementi rilevanti per le scelte d'investimento

### Uomini



### Donne

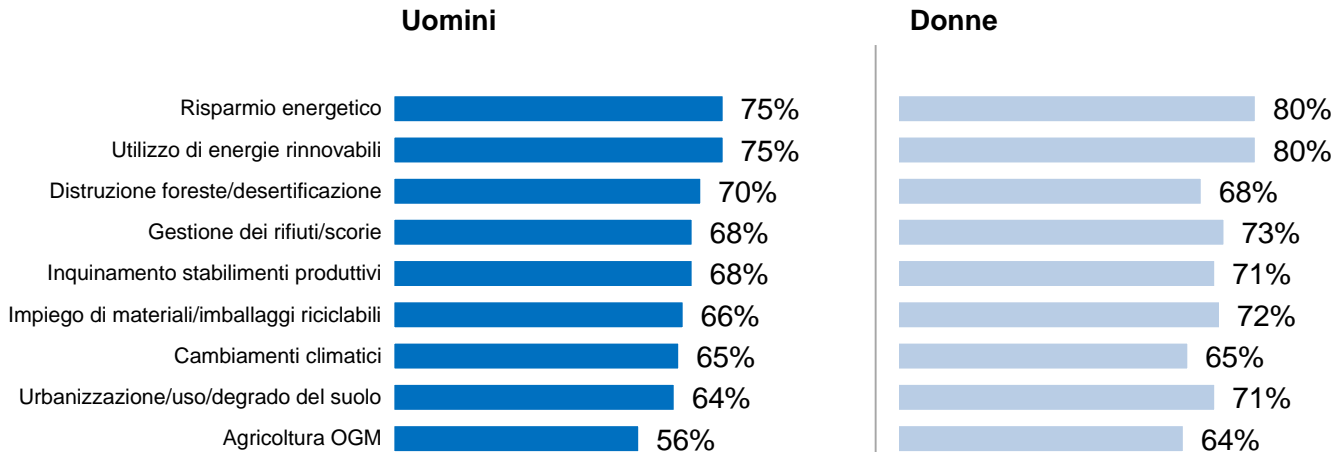


Percentuale Rispondenti, elaborazioni al netto dei «non sa»  
Totale campione (n = 1.010 di cui 406 uomini e 604 donne)



# Importanza degli aspetti ESG | Tematiche ambientali

## Elementi rilevanti per le scelte d'investimento

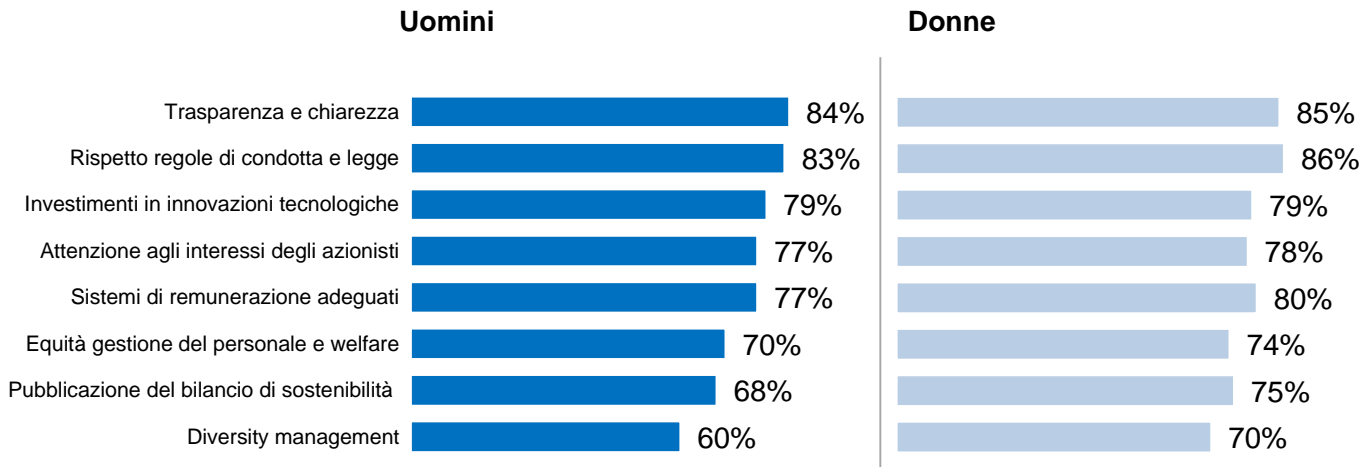


Percentuale Rispondenti, elaborazioni al netto dei «non sa»  
Totale campione (n = 1.010 di cui 406 uomini e 604 donne)



# Importanza degli aspetti ESG | Aspetti di governance

## Elementi rilevanti per le scelte d'investimento



Percentuale Rispondenti, elaborazioni al netto dei «non sa»  
Totale campione (n = 1.010 di cui 406 uomini e 604 donne)



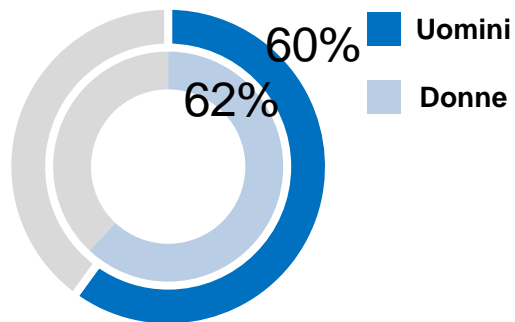
# Awareness e potenziale dei prodotti SRI



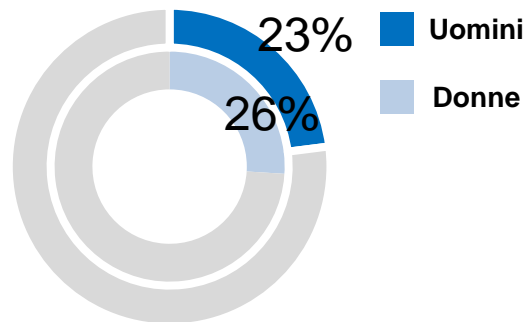
# Awareness e potenziale dei prodotti SRI

## Conoscenza dei prodotti SRI

Hanno sentito parlare di prodotti SRI



Dichiarano di conoscere i prodotti SRI



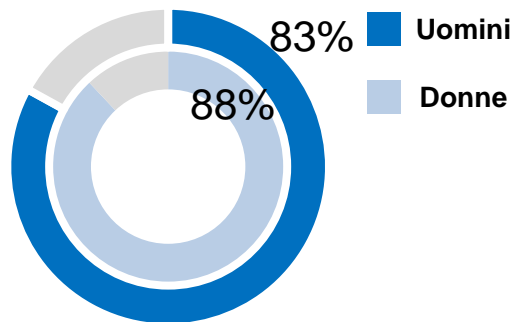
Percentuale Rispondenti  
Totale campione (n = 1.010 di cui 406 uomini e 604 donne)



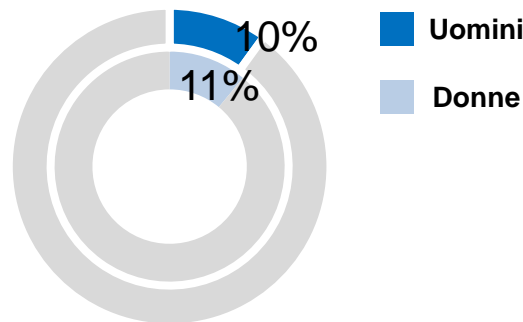
# Awareness e potenziale dei prodotti SRI

## Informazione sulla sostenibilità degli investimenti

Vogliono essere informati sulla sostenibilità dei propri investimenti



Pensano che media e Istituzioni parlino adeguatamente di finanza sostenibile



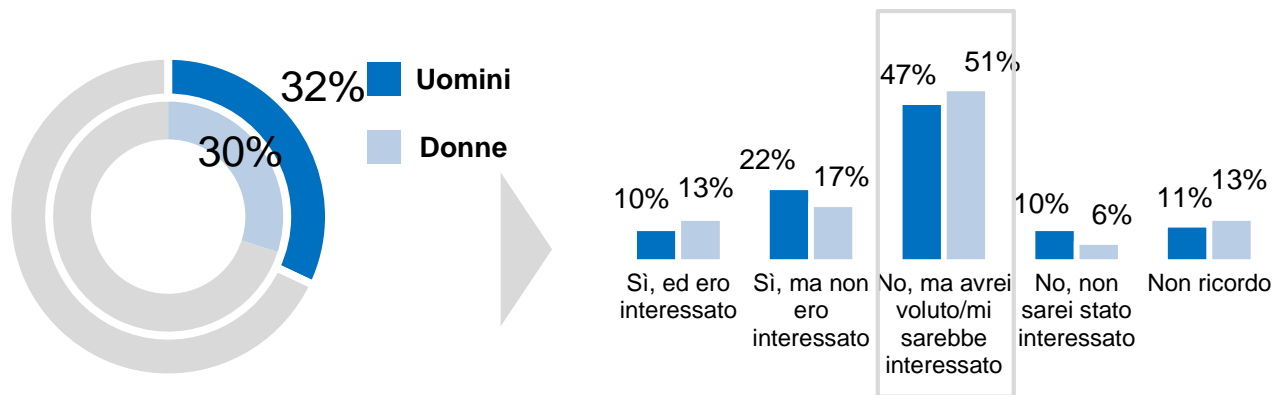
Percentuale Rispondenti  
Totale campione (n = 1.010 di cui 406 uomini e 604 donne)



# Awareness e potenziale dei prodotti SRI

## Attività della rete di vendita

Gli sono stati proposti prodotti SRI



Percentuale Rispondenti  
 Hanno consapevolezza dei prodotti SRI (n = 614 di cui 242 uomini e 372 donne)



# Conclusioni

## Conclusioni

Si conferma l'interesse degli investitori per le tematiche della sostenibilità ambientale, sociale e di buon governo, trasversalmente al genere.

Le donne si mostrano più sensibili agli elementi ESG, specialmente se legati agli aspetti sociali che le riguardano, e ai prodotti SRI. Al contrario, non si riscontra un particolare interesse verso dei prodotti specificatamente dedicati alle donne.

Le donne risultano più caute nel compiere le proprie scelte d'investimento, più inclini ad affidarsi al consiglio degli esperti e a confrontarsi con i propri cari sulla gestione dei loro risparmi.



## Conclusioni

Tra gli intervistati, emerge ancora una volta un forte bisogno informativo, trasversale rispetto al genere e fondamentale per la diffusione dei prodotti SRI.

È necessario un coinvolgimento crescente di media, istituzioni, operatori finanziari e reti di vendita. In particolare, risulta cruciale il ruolo di banche e consulenti finanziari, che devono informare adeguatamente i propri clienti sulla sostenibilità degli investimenti.

I risparmiatori italiani risultano sempre più attenti all'impatto ambientale e sociale dei propri investimenti e dei prodotti di risparmio.

