



## Call for sponsorship

“Finanza Sostenibile in tempo di crisi: la percezione dei risparmiatori italiani”

Milano, 17 marzo 2021

### **La ricerca: obiettivi, struttura, modello d'indagine, metodologia**

---

#### **Obiettivi**

Il 2020 è stato un anno segnato da **profondi cambiamenti negli scenari socioeconomici**, che hanno costretto la popolazione mondiale a confrontarsi con importanti sfide a livello globale e ciascun individuo ad affrontare una nuova quotidianità.

Il nuovo contesto, estremamente fluido, ha portato con sé nuove modalità di utilizzo e fruizione di beni e servizi (non solo nello scenario retail), a cui si accompagnano una nuova socialità e il **cambiamento dei valori** che orientano le scelte di consumo.

Durante l'emergenza sanitaria e la crisi dei mercati finanziari, **i titoli ESG hanno contenuto le perdite rispetto ai titoli tradizionali, anche grazie all'attenzione per i temi sociali**, quali le relazioni con i dipendenti e i fornitori. In generale, gli accadimenti del 2020 hanno contribuito a mettere in luce la **maggior resilienza della finanza sostenibile rispetto a crisi di natura esogena**.

In questo contesto, gli obiettivi principali dell'indagine sono:

- **esplorare come siano cambiate le scelte e le attitudini di investimento** dei risparmiatori/investitori retail italiani, con particolare riferimento ai **prodotti SRI** dopo lo scoppio della pandemia e della conseguente crisi economica;
- **indagare il ruolo della finanza sostenibile nel processo di ripresa** secondo i risparmiatori/investitori italiani e la loro percezione rispetto alla **mitigazione del rischio d'investimento** (soprattutto di natura esogena) **dei criteri ESG**;
- **verificare** se anche per i piccoli investitori **gli aspetti sociali hanno acquisito un peso maggiore nella valutazione dei propri investimenti** e se vi sia la volontà di contribuire con i propri risparmi a un modello socialmente più sostenibile e inclusivo (anche in un'ottica di contenimento dei rischi d'investimento);
- **indagare il grado e le modalità di utilizzo dei canali digitali** e l'eventuale volontà dei risparmiatori/investitori retail italiani di una maggiore commistione tra finanza sostenibile e digitale;
- **ricercare** eventuali specificità nelle **attitudini dei millennials rispetto al peso delle tematiche ESG** nella valutazione degli investimenti e nelle **abitudini di sottoscrizione dei prodotti SRI**.

#### **Struttura**

L'analisi sarà condotta in continuità con il passato e strutturata per effettuare analisi di trend. In particolare, la ricerca comprenderà due fasi:

- **indagine qualitativa** con un gruppo ristretto di **sottoscrittori di prodotti SRI**;
- **indagine quantitativa** rivolta ai risparmiatori/investitori italiani di età compresa tra i 25 e i 64 anni.

Il rapporto di ricerca finale includerà i principali risultati delle due indagini integrati tra loro.



## Indagine qualitativa

La **fase qualitativa** prevede il coinvolgimento del **target retail che ha investito in prodotti SRI**, BVA Doxa propone di svolgere l'indagine attraverso la **web discussion**, uno strumento online **basato sulla dinamica di gruppo che permette anche la risposta individuale non condizionata** alle domande.

Tale approccio consente una ricostruzione attenta delle motivazioni, dei ricordi e dei pensieri nella fase di scelta di un prodotto SRI, andando oltre il dato manifesto e leggendo i segnali deboli. Sarà infatti esplorato il vissuto emozionale che caratterizza l'esperienza e le diverse strategie di orientamento e valutazione dei prodotti di investimento. Inoltre, in virtù della condivisione collettiva delle esperienze, sarà possibile cogliere elementi relativi ad atteggiamenti e opinioni.

Le **aree di indagine** saranno così strutturate: **il mindset sul tema degli investimenti** (vissuti; bisogni e desiderata nell'ambito degli investimenti e il peso della pandemia sul vissuto); **il processo informativo e decisionale verso i prodotti SRI** (i punti nevralgici che hanno portato alla scelta degli investimenti); **le motivazioni alla base della scelta dei prodotti SRI** (le logiche, i pensieri, gli argomenti razionali/oggettivi e psicologici/emozionali che hanno spinto gli intervistati a sottoscrivere prodotti SRI); **l'esperienza sedimentata** (i vantaggi concreti e le aree di criticità attribuiti ai prodotti SRI).

**L'impianto di ricerca** prevede lo svolgimento di **1 sessione di Web Discussion** della durata di **3 giorni con 10/12 partecipanti**.

**Il gruppo di riferimento** sarà composto da persone tra i 25 e i 64 anni che hanno investito in prodotti SRI negli ultimi 18 mesi; articolati rispetto alle due fasce di età 25-40 e 41-64, in modo da cogliere eventuali differenze significative tra i *millennial* e le generazioni precedenti.



## Indagine quantitativa

### *Aree di indagine*

Le **aree di indagine** saranno così strutturate:

- **processo di scelta degli investimenti** (grado di conoscenza dei prodotti presenti sul mercato, modalità con cui vengono raccolte le informazioni e prese le decisioni - es. in autonomia, con il consulente, ecc.);
- **focus sui canali e le tecnologie digitali** (utilizzo dei canali digitali, frequenza e preferenza rispetto al canale fisico; interesse ad una maggiore presenza della finanza sostenibile nei canali digitali/fintech sostenibile);
- **cambiamenti nelle abitudini di investimento a seguito della pandemia** (rischiosità, orizzonte temporale, tipologia di prodotti, ecc.);
- **importanza dei temi ESG nella gestione della crisi** (temi ESG in relazione alle attività legate alla ripresa post-covid; percezione da parte dei piccoli investitori della maggiore resilienza della finanza sostenibile rispetto a shock di natura esogena);
- **importanza degli aspetti sociali nelle scelte d'investimento** dei risparmiatori italiani (componenti sociali di maggiore interesse, con particolare riferimento ad aspetti quali: gestione del capitale umano, gestione della catena di fornitura, sicurezza dei prodotti e welfare aziendale);
- **focus sui prodotti SRI** (grado di conoscenza, possesso, interesse, canali per la promozione, la ricerca di informazioni e la sottoscrizione).

### *Rilevazione dati*

Come per le precedenti rilevazioni, la **fase quantitativa** sarà condotta con **metodologia CAWI** (*Computer-Assisted Web Interview*): gli intervistati saranno reperiti su **panel online di proprietà**. Questa metodologia consente di intercettare profili mediamente più evoluti e informati, con quote di multibancarizzazione maggiori rispetto ai profili più tradizionali.

Agli intervistati sarà somministrato un **questionario strutturato della durata massima di 15 minuti**, con domande chiuse e alcuni approfondimenti a risposta aperta.

### *Universo di riferimento e campione*

L'**universo di riferimento** è costituito da risparmiatori/investitori italiani di età compresa tra i **25 e i 64 anni**, che abbiano **investito almeno €1.000** nei 12 mesi precedenti la rilevazione. Si propone un **campione di 1.000 intervistati**, georeferenziato (per area geografica e ampiezza del centro abitato) e strutturato per quote sociodemografiche (età, sesso).

Il **campione** sarà strutturato in modo da garantire una lettura comparata tra gli intervistati appartenenti alle due fasce di età 25-40 anni e 41-64 anni, finalizzata ad indagare la presenza di eventuali specificità nelle attitudini dei *millennial* rispetto agli over 40.



## Dettagli evento di presentazione della ricerca

---

Durata: 3 ore, indicativamente dalle 10 alle 13

Data: novembre 2021 (data tbd) nell'ambito della decima edizione della Settimana dell'Investimento Sostenibile e Responsabile (Settimana SRI)

Modalità: in presenza<sup>1</sup> a Roma (location tbd) + diretta streaming

Promosso da: Forum per la Finanza Sostenibile (FFS) in collaborazione con BVA Doxa

## Contributo economico e benefici connessi

---

La richiesta di sostegno economico è finalizzata alla **copertura dei costi**, stimati a **€24.000 + IVA** e connessi a:

- gestione complessiva del progetto;
- realizzazione della ricerca in collaborazione con BVA Doxa;
- impaginazione e stampa della pubblicazione;
- traduzione in lingua inglese di una versione sintetica della pubblicazione;
- organizzazione dell'evento;
- attività di comunicazione.

**La quota singola di contribuzione è di €6.000 + IVA**; per l'iniziativa si prevedono **quattro sponsor**.

A fronte del contributo richiesto, ai soggetti aderenti verranno offerti i seguenti benefici:

### *Pubblicazione*

- Descrizione della Società all'inizio della pubblicazione e visibilità del logo sulla quarta di copertina;
- 50 copie della pubblicazione in formato cartaceo;

### *Evento*

- Partecipazione di un rappresentante dell'organizzazione alla conferenza di presentazione della ricerca in qualità di relatore<sup>2</sup>;
- Visibilità del logo sul save the date e sul programma, che saranno inoltrati via posta elettronica a una mailing list di destinatari qualificati (almeno due DEM);
- Visibilità del logo su post dedicati alla promozione dell'evento sui canali social del FFS;
- Visibilità del logo all'interno dei materiali di comunicazione distribuiti durante l'evento;
- Diffusione di materiale promozionale durante l'evento<sup>3</sup>;
- Gestione dell'evento da parte di una regia professionale (es. montaggio, attrezzature tecniche, gestione piattaforma web ad-hoc per la trasmissione dello streaming);
- Condivisione della lista dei partecipanti (previo consenso espresso dal singolo iscritto, ai sensi del Regolamento Europeo sulla protezione dei dati personali 679/2016) con i seguenti dati: nome, cognome, ruolo, società di appartenenza, indirizzo e-mail.

---

<sup>1</sup> Nel caso in cui la situazione di emergenza sanitaria COVID-19 lo consenta.

<sup>2</sup> Laddove possibile, la Segreteria invita i Soci a coinvolgere relatori di genere femminile.

<sup>3</sup> Solo nel caso in cui sia possibile organizzare l'evento in presenza.



### Comunicazione

- Visibilità del logo sui siti web e sui canali social gestiti direttamente dal FFS;
- Diffusione e promozione della pubblicazione (in formato PDF) sui siti web e sui canali social gestiti direttamente da FFS;
- Riferimento all'organizzazione all'interno del comunicato stampa del FFS diffuso a livello nazionale tramite la mailing list dedicata del FFS;
- Realizzazione e montaggio professionale di un video-clip con un intervento di un rappresentante dell'organizzazione da diffondere attraverso il sito web e il canale YouTube del FFS.

### Termini e modalità per rispondere alla call

---

I Soci avranno tempo fino a **venerdì 26 marzo 2021** per manifestare il proprio interesse via email all'indirizzo [crocetti@finanzasostenibile.it](mailto:crocetti@finanzasostenibile.it).

**L'assegnazione delle sponsorizzazioni seguirà il criterio cronologico (*first-come, first-served*):** la Segreteria invierà agli sponsor una lettera di accordo da siglare per approvazione.