



Progetto di Ricerca Statistica FINANZA SOSTENIBILE



Business Unit Marketing
Ricerche di Mercato
info@demomarketing.net

031.3100118

www.demomarketing.net

Progetto di ricerca

Il progetto di ricerca è stato elaborato dalla Business Unit Marketing di Ricerca Finanziaria Bancaria dell'Istituto **Demos Marketing International srl** che in circa 20 anni di attività ha maturato una expertise in ambito di consulenza bancaria, finanziaria ed assicurativa e che ad oggi costituisce il core business dell'Istituto.

Il Progetto di ricerca è stato commissionato **dall'Associazione Europea Sostenibilità e Servizi Finanziari (ASSOEF)** in occasione della **XV Edizione 2021 del Gran Premio Sviluppo Sostenibile**.

Lo scopo principale del progetto di ricerca è stato incentrato nell'acquisizione della conoscenza spontanea (spread of Reputation) e comprensione e senso, anche solo come «idea», del significato del concetto «**Finanza Sostenibile**» e relativa conoscenza ed attivazione dei «**Prodotti di Finanza Sostenibile**» sia per i privati consumatori sia titolari/responsabili amministrativi delle PMI.

Il progetto di ricerca è stato eseguito con lancio di due distinte survey applicando la metodologia di ricerca mista **CATI/CAWI** in contemporanea per i due diversi Panel (Consumer – Business) che costituiscono l'ossatura fondamentale dell'acquisizione dei dati costantemente aggiornati e rimodulati in ambito bancario, finanziario, assicurativo che l'Istituto effettua e rende noto con periodicità sistematica (cadenza trimestrale).

Composizione del Panel Consumer

Il **Panel Consumer** è costituito da privati cittadini residenti in Italia con livello di conoscenza basso/medio/elevato dell'ambito bancario, finanziario, assicurativo.

Il Piano di Campionamento è stato stratificato a livello nazionale in ragione delle quattro Macro Aree Istat (Nord Est, Nord Ovest, Centro e Sud/Isole).

La stratificazione è stata basata nel rispetto di variabili di target profilazione:

- Genere di sesso;
- Fascia di età (18/35 anni, 36/50 anni, 51/65 anni, Over 65)*;
- Livello di istruzione (Nessuno titolo, Licenza Elementare, Licenza Media Inferiore, Diploma Scuola Media Superiore, Laurea o altro titolo equivalente e/o superiore);
- Professione (Lavoratore dipendente pubblico/privato, Lavoratore autonomo, Studente, Casalinga, Pensionato, Disoccupato/In cerca di prima occupazione/Reddito di cittadinanza)**

** I dati sono stati calcolati sulla base delle statistiche demografiche censuarie di ISTAT del 2020. Il risultato unitario è stato ottenuto arrotondando le cifre per eccesso. La popolazione sulla quale si sono calcolati i dati è quella residente nelle regioni e di età compresa tra i 18 e gli over 65+ anni*

*** Per la categoria Professione si è fatto riferimento alla classificazione di base nel rispetto dei parametri minimi individuati da Istat e Infocamere.*

Composizione dei Panel di PMI

Il **Panel Business** è costituito da PMI ovvero titolari/amministratori/responsabili rapporto con le banche con un fatturato annuo strutturato secondo le seguenti classi di fatturato stratificate:

- Inferiore a 30.000,00€,
- Tra 30.000,00€ e 75.000,00€,
- Tra 75.000,00€ e 150.000,00€
- Tra 150.000,00€ e 500.000,00€

Il piano di campionamento è stato stratificato ed elaborato per consentire una rappresentatività geografica nazionale seguendo il criterio di incisività di penetrazione in ragione delle quattro Macro Aree Istat (Nord Est, Nord Ovest, Centro e Sud/Isole).

Le PMI sono state equamente distribuite per Macro Aree nel rispetto dei parametri di rappresentatività in riferimento ai dati emersi dalle indagini censuarie di Istat/Inapp/Isfol.

Le PMI coinvolte sono state classificate, anche in forma agglomerata, per Codice Ateco Primario:

- Artigianato
- Agricolo
- Commercio
- Servizi

Lancio Survey

La Survey è stata lanciata in contemporanea per entrambi i Panel nel periodo dal
7 Gennaio 2022 al 14 Gennaio 2022

coinvolgendo rispettivamente:

Panel Consumer 29.200 panelisti

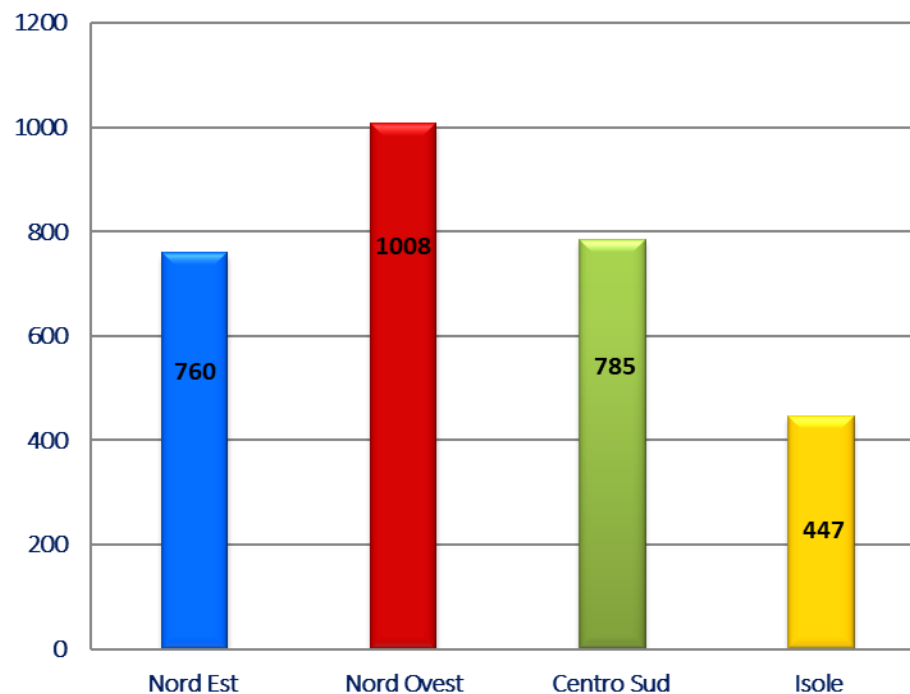
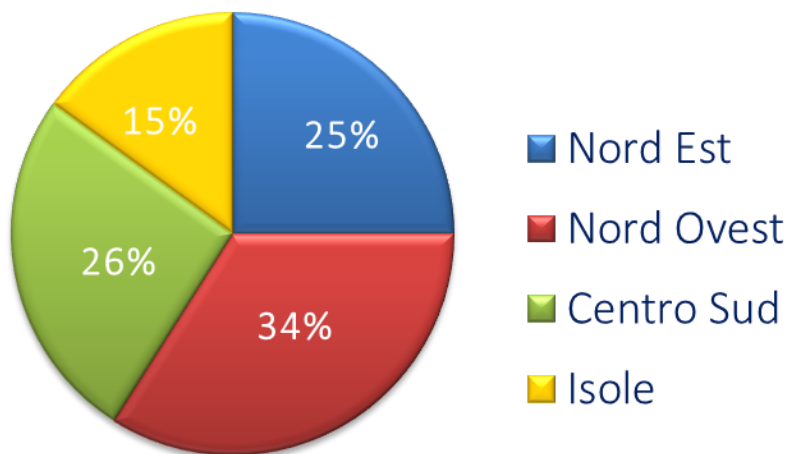
Panel Business 26.300 panelisti

Il campione estratto per entrambi i Panel è stato per ciascuno di numerosità 1.500 rispondenti realizzando quindi un totale di 3.000 interviste.

Il Piano di Campionamento così stratificato ha permesso di raggiungere una rappresentatività stratificata come valori di riferimento ottimali un intervallo di fiducia/livello di confidenza del **97%** a fronte di un margine d'errore di **±2,5%**. Il campione è stato poi stratificato in base a criteri di rapporto estensione geografica e ampiezza demografica.



Campionamento per Macro Area

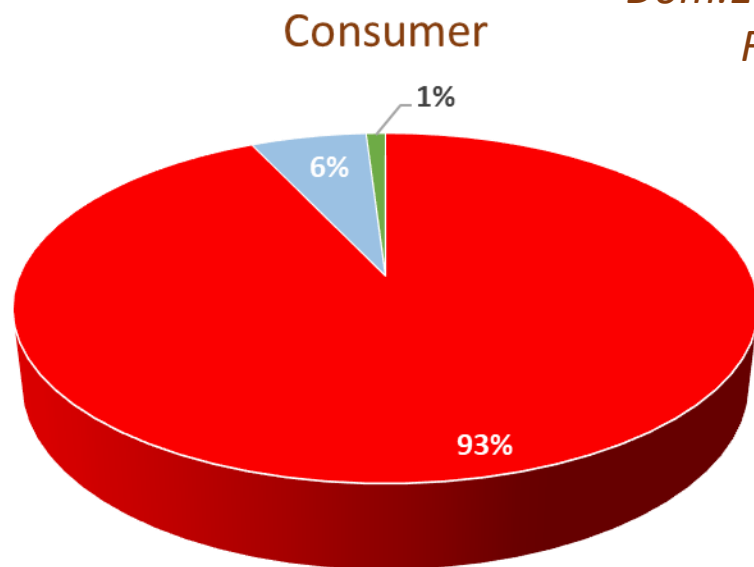


Base 3.000survey

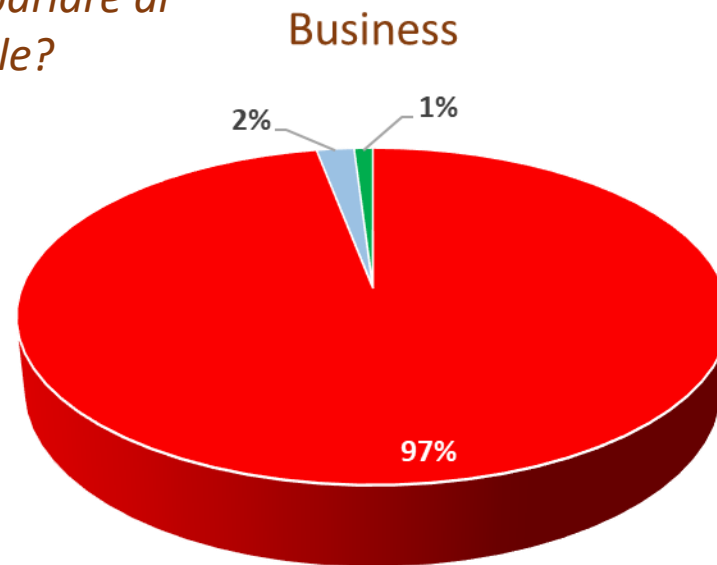
La Survey

La prima domanda della survey proposta risponde all'obiettivo dell'indagine di ricerca che mirava a rilevare la conoscenza e notorietà anche come solo «idea» maturata della **Finanza Sostenibile**

Dom.1 Ha mai sentito parlare di Finanza Sostenibile?



■ Mai ■ Qualche volta ■ Si

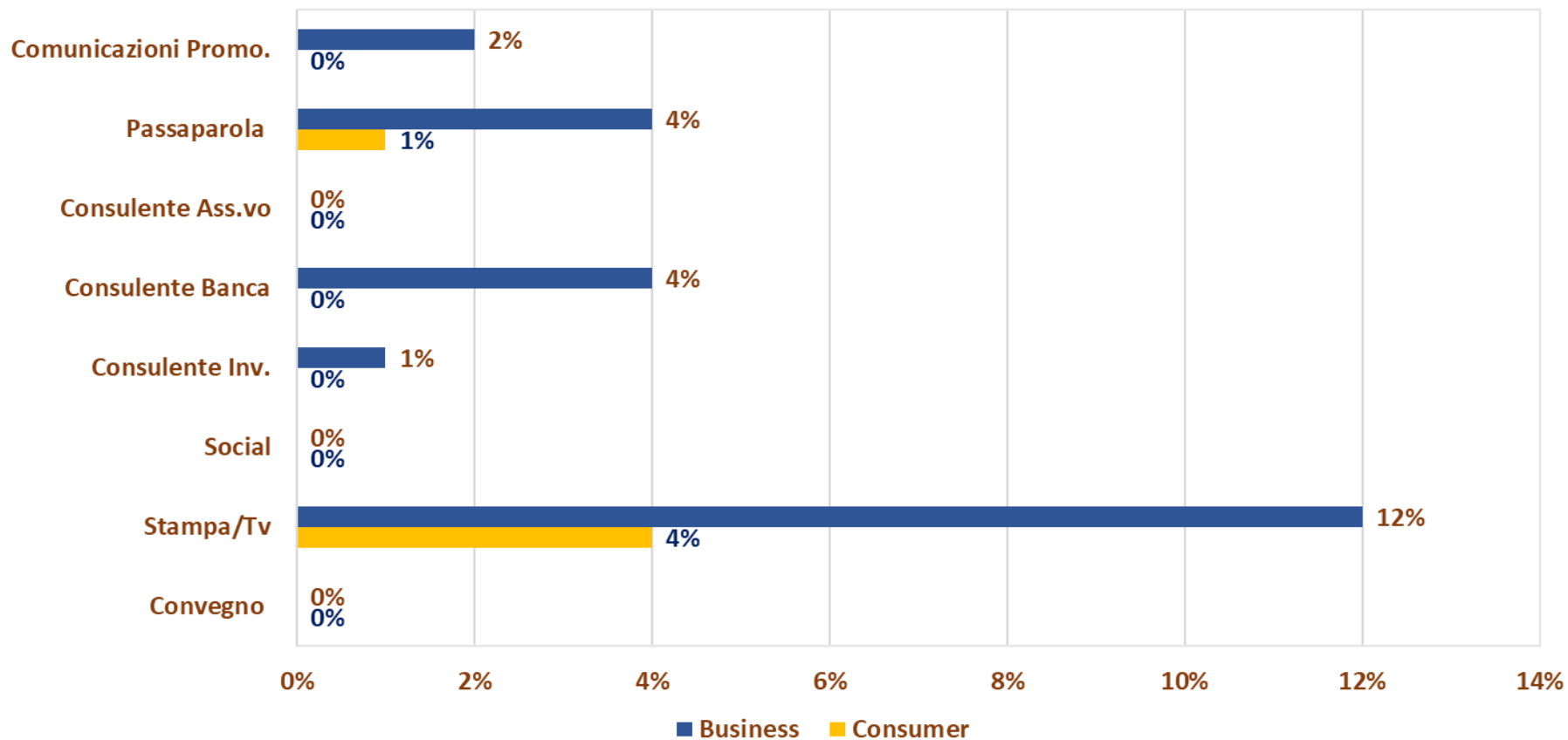


■ Mai ■ Qualche volta ■ Si

Base 1.500 survey per ciascun Target

La Survey

Dom.2 In quale circostanza?



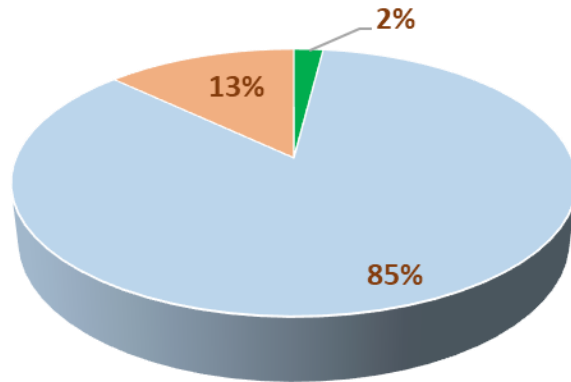
Base 105 survey target consumer

Base 360 survey target business

La Survey

Dom.3 Le chiedo di indicarmi a suo parere cosa richiama alla mente il termine «sostenibile»

Consumer



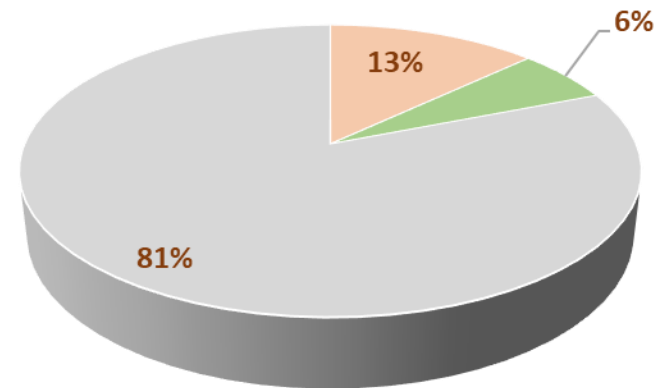
- Senso del Gratuito
- Senso Costo ridotto
- Senso dell'Ambiente

ITEM DI RISPOSTA

Il senso del gratuito va bene soprattutto per le società senza fine di lucro
Il senso di un costo ridotto perché deve sostenere i consumi delle famiglie meno abbienti
Il senso di considerazione *dell'ambiente* e del benessere sociale

Base 1.500 survey per ciascun Target

Business



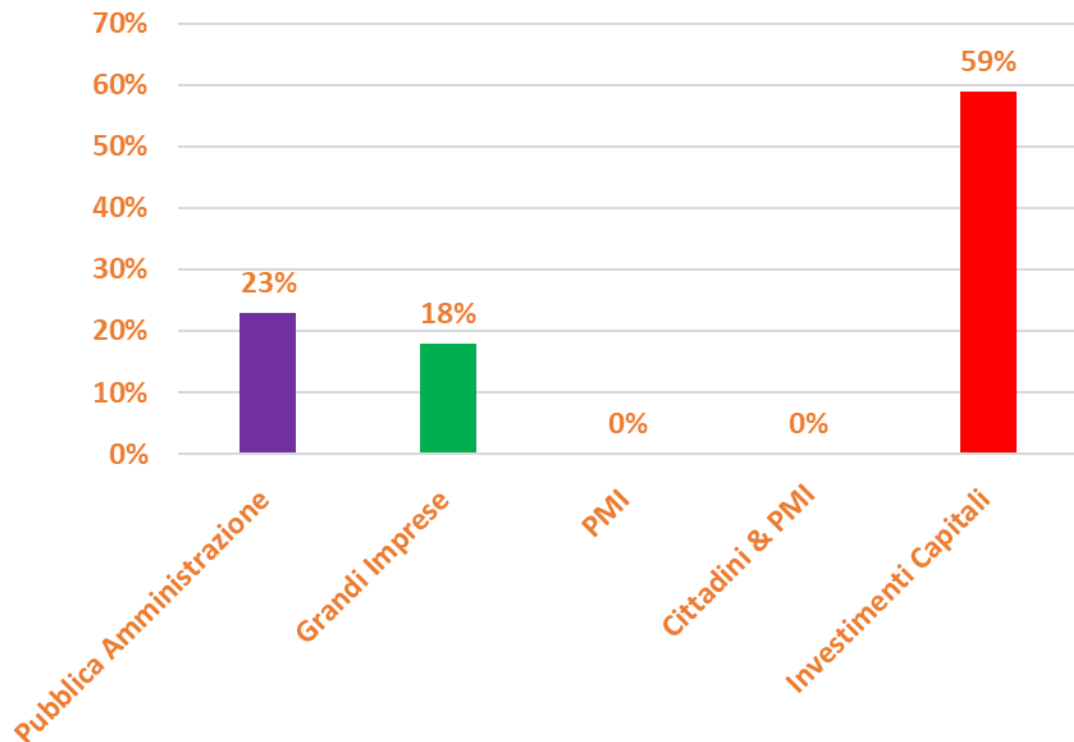
- Senso di Devolvere
- Senso Produzione
- Senso Acquisizione

ITEM DI RISPOSTA

Il senso di devolvere parte della produzione o dei ricavi della produzione in iniziative benefiche
Il senso di produrre o distribuire a prezzi più bassi
Il senso di acquisire nuovi vantaggi competitivi attraverso produzione e distribuzione che rispettano l'ambiente, il benessere sociale e il buon governo dell'azienda

La Survey

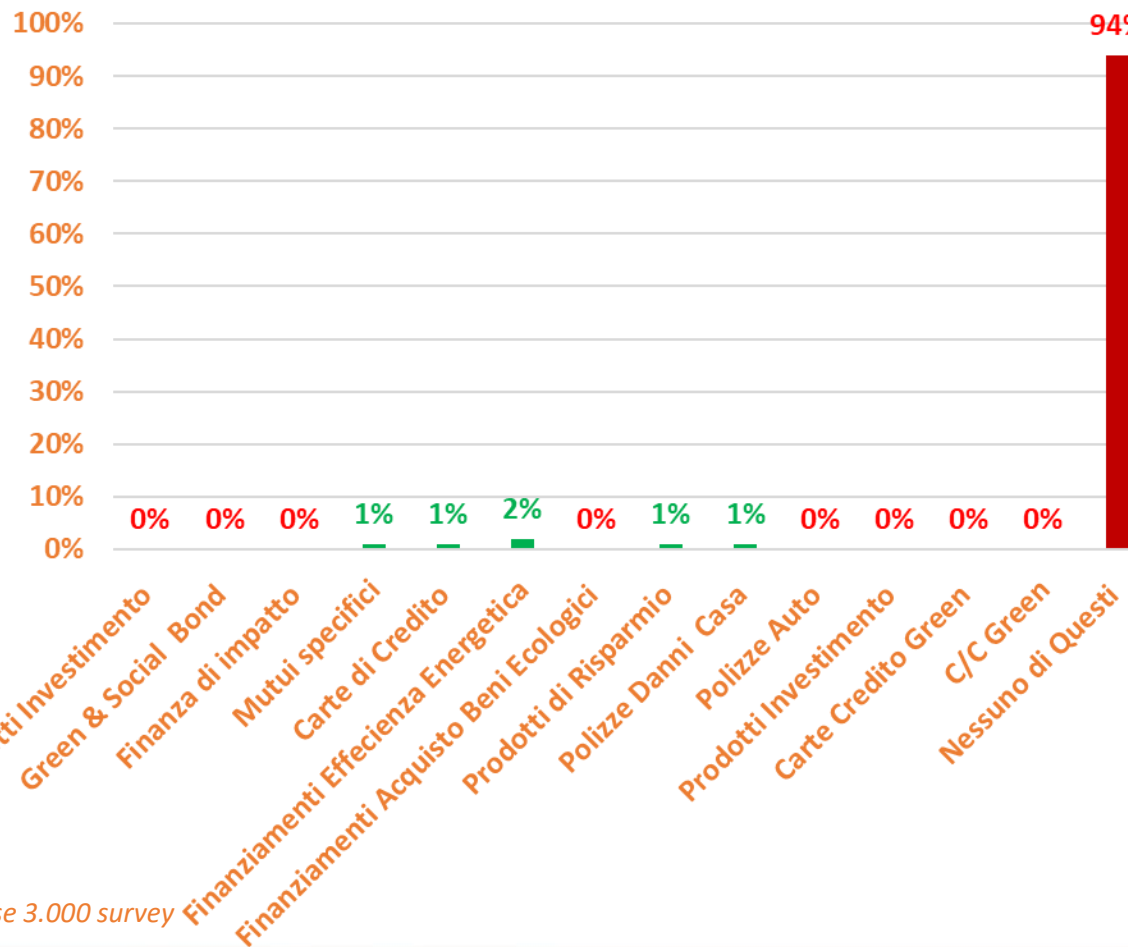
Dom.4.Indipendentemente dal fatto che abbia sentito parlare, visto, letto, etc. Le chiedo a quale ambito pensa riguardo l'espressione «Finanza Sostenibile»



- Agli **Investimenti** e la gestione dei **Capitali** da parte di società finanziarie quali fondi di investimento, fondi pensione, asset management, etc.
- Ai servizi finanziari e alla gestione dei risparmi dei cittadini e delle microimprese
- Ai servizi finanziari utilizzati dalla finanza piccole e medie imprese
- Ai servizi finanziari utilizzati dalle **Grandi Imprese**
- Ai servizi finanziari utilizzati dalla **Publica Amministrazione**

Base 3.000 survey

Dom.5 5. Le mostrerò/leggerò alcuni esempi di prodotti di Finanza Sostenibile e le chiedo di indicarmi se li conosce/ne ha sentito parlare? (Consumer & Business)



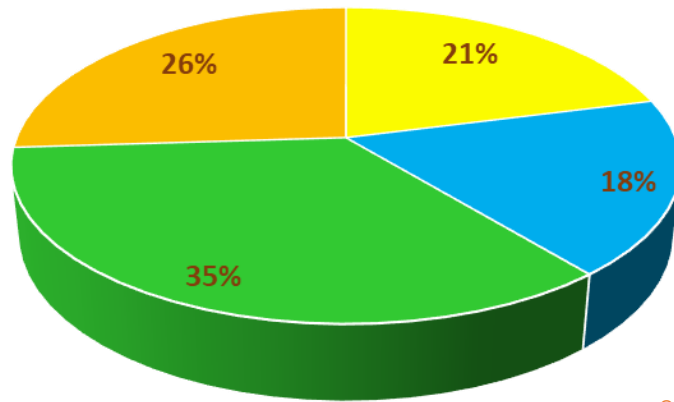
1. Prodotti di investimento in fondi o imprese che, per esempio, escludano quelle coinvolte nella produzione e nel traffico di armi, che violano i diritti umani o del lavoro, che sono coinvolti in gravi danni ambientali o comunque non rispettano l'ambiente, che sono coinvolti in gravi episodi di corruzione, che abbiano come attività il gioco d'azzardo, ecc.
2. Green, social bond [prestiti obbligazionari destinati a finanziare progetti sociali, ambientali]
3. Finanza d'impatto [investimenti focalizzati sul risultato socio-ambientale oltre che economico-monetario]
4. Mutui specifici che favoriscono l'acquisto di case a basso impatto ambientale o per eliminare barriere architettoniche
5. Carte di credito collegate ad organizzazioni che svolgono attività di solidarietà a cui la banca riconosce un contributo in base all'ammontare degli acquisti del titolare
6. Finanziamenti specifici per installare soluzioni per l'efficienza energetica
7. Finanziamenti appositamente studiati per l'acquisto di beni ecologici [auto elettrica, elettrodomestici A+++, arredamento in materiale ecologico, ecc.]
8. Prodotti di risparmio o polizze assicurative che destinano risorse per progetti per il bene comune
9. Polizze per danni della casa con condizioni particolari se energeticamente efficiente
10. Polizze auto che premiano trasporti con mezzi pubblici o ecologici
11. Prodotti di investimento che devolvono una quota ad investimenti in microfinanza o crowdfundingm.
12. Carte di credito Green o sostenibili
13. Conti correnti Green o sostenibili
14. Nessuno di questi

Base 3.000 survey

La Survey

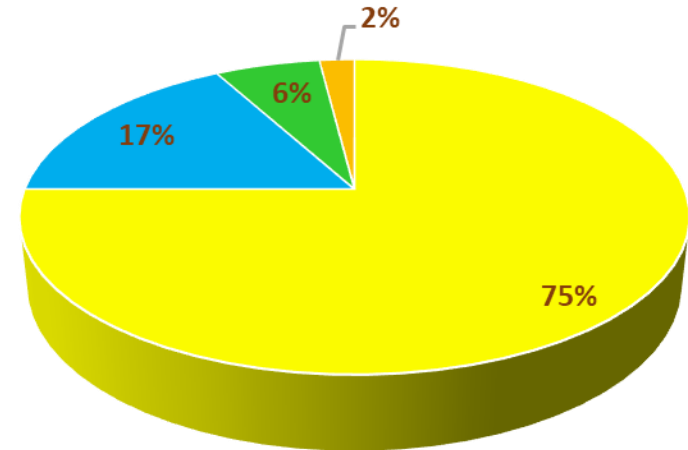
Dom.8 Come giudica/giudicherebbe una banca/assicurazione/società finanziaria che le propone/ proponesse questo tipo di prodotti/servizi?

CONSUMER



- Opportunistic
- Non Credible
- Attentive & Innovative
- Professional

BUSINESS



- Opportunistic
- Non Credible
- Attentive & Innovative
- Professional

Item

- *opportunista, un altro modo per fare profitto*
- *banche/assicurazioni/società finanziarie non sono credibili quando si parla di sostenibilità*
- *aperta e attenta a quello che succede nella società, innovativa*
- *professionale e molto centrata sul valore del cliente di oggi*

Base 1.500 survey per ciascun target

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



Presidente
Paola Montorfano
Amministratore Unico
Francesca Dominioni
Direzione Scientifica
Nicola Cacace
Data Analyst
Pasquale Cerbone
Direzione Field
Michael Sala
Segreteria Generale
Giulia Bianchi
Coordinamento & Media Relations
Alessandro Somaini

Copyright © 2022

by Demos Marketing International

Finito di stampare nel mese di agosto dell'anno 2021

I diritti di traduzione, di riproduzione e di
adattamento, totale o parziale, con qualsiasi mezzo
(compresi i microfilm e le copie fotostatiche)

sono riservati per tutti i paesi e devono essere
espressamente autorizzati dall'Autore

© Demos Marketing International
All Rights Reserved
www.demosmarketing.net

