

SIGNIFICANT INCREASE IN PUBLIC INTEREST IN SUSTAINABLE FINANCE

With the need to raise public awareness of sustainable finance in order to respond to climate, environmental and social challenges being more and more crucial, the ABBL Foundation for Financial Education, the Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF), the Association Luxembourgeoise des Fonds d'Investissement (ALFI), and the Ministry of Consumer Protection launched a national information campaign on this topic in early March 2023. The aim of this campaign was to significantly increase the interest of the general public in this subject, an objective that was achieved if we refer to the number of Internet searches on the subject of sustainable finance, which quadrupled when the campaign was launched.



Sustainable finance, a little-known subject

A [study](#) conducted jointly by the ABBL Foundation, the CSSF and the Luxembourg Sustainable Finance Initiative (LSFI) in the spring of 2022 highlighted the need for additional educational efforts to enable the general public to better understand the concepts and challenges of sustainable finance.

According to this study, the public believes that the financial industry plays a positive role in the transformation of our societies. Citizens are ready to invest part of their savings in sustainable financial products, but their knowledge of this field remains fragmented. Indeed, a large majority associates it exclusively with green finance. The public would like more information on this subject.

Raising awareness, informing, empowering

The common aspiration of its initiators to contribute to a better understanding of sustainable finance was the trigger for the campaign. More specifically, its objectives were to:

- raise awareness of sustainable financial products;
- inform people about all the dimensions of sustainable finance, beyond green finance, namely the different E, S and G components (Environment, Social and Governance);
- make them understand that through their investment choices, each of them can have a positive impact on society and the planet;
- enable them to ask the right questions to understand the existing product offer;
- take action and discuss their investment preferences with a knowledgeable financial advisor.

The campaign ran from 1 March to 15 April 2023, with a highlight during Woch vun de Suen, the 'National Money Week'.

Encouraging results, long-term impact

The coverage of the campaign was significant for Luxembourg, both online and offline. It was viewed 3.6 million times online, with a third of those views on Facebook/Instagram. In addition to these figures, there was also the impact generated by cinema spots, bus stop posters, print media, as well as radio listening. 778 people took part in the quiz available on the landing page. But the most striking figure is the number of Google searches by Luxembourg resident internet users on the theme of sustainable finance. This quadrupled during the campaign.

The impact of such an awareness-raising campaign is difficult to measure, as its real challenge is to contribute to changing consumer investment behaviour. The initial results seem encouraging insofar as it has sparked debate and interest among citizens. It should be remembered that although sustainable finance is an essential component in the successful transformation of our societies, it remains a field in full transition. Regulations and associated standards are being put in place. ESG data is gradually becoming more numerous and accessible to both professionals and private individuals. The initiators also point out that, as with any investment, it is important for consumers to find out about the range of sustainable financial products on offer beforehand, as these products meet the same risk/return criteria as a conventional financial product. The same caution and vigilance must be exercised regarding the ESG characteristics and/or ambitions of these products.

The ABBL Foundation for Financial Education

The ABBL Foundation for Financial Education was created in September 2016. It has four objectives: to raise awareness of financial education among the general public, to support professional training in the field of finance, to develop academic programmes in finance via the University of Luxembourg and to encourage research by financing PhDs, post-doctorates and chairs.

Press contact: Paul Wilwertz, paul.wilwertz@abbl.lu

ALFI

The Association Luxembourgeoise de l'Industrie des Fonds (ALFI) is the face and voice of the Luxembourg asset management and investment fund community. The Association is committed to the development of the Luxembourg fund industry by striving to create new business opportunities and through the exchange of information and knowledge.

Press contact: Luis Salerno, luis.salerno@alfi.lu

The CSSF

The Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF) is a public institution which supervises professionals and products in the Luxembourg financial sector. It also has a national mission to coordinate financial education in Luxembourg.

Press contact: Danièle Berna-Ost, danielle.berna-ost@cssf.lu

The Ministry of Consumer Protection

The Ministry of Consumer Protection (MPC) aims to create a serene environment for consumers, in which the law effectively protects them from abuse and enables them to benefit from essential and transparent information in order to make responsible consumption choices in complete confidence. The MPC aims to protect consumers, inform them and facilitate responsible consumption reflexes among the population.

Press contact: communication@mpc.etat.lu

AUGMENTATION SENSIBLE DE L'INTERET DU GRAND PUBLIC POUR LA FINANCE DURABLE

Conscients de la nécessité de sensibilisation des citoyens à la finance durable pour répondre aux défis climatiques, environnementaux et sociaux, la Fondation ABBL pour l'éducation financière, la Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF), l'Association Luxembourgeoise des Fonds d'Investissement (ALFI), et le Ministère de la Protection des consommateurs ont lancé début mars 2023 une campagne d'information nationale sur ce thème. Celle-ci avait pour ambition d'accroître sensiblement l'intérêt du grand public pour ce sujet, objectif atteint si l'on se réfère au nombre de recherches Internet sur le thème finance durable qui ont quadruplé lors de la diffusion de la campagne.



La finance durable, un sujet méconnu

Une [étude](#) menée conjointement par la Fondation ABBL, la CSSF et la Luxembourg Sustainable Finance Initiative (LSFI) au printemps 2022 a souligné le besoin d'efforts pédagogiques supplémentaires afin de permettre au grand public de mieux comprendre les concepts et enjeux de la finance durable.

Selon cette étude, le grand public estime que l'industrie financière joue un rôle positif dans la transformation de nos sociétés. Les citoyens sont ainsi prêts à investir une partie de leur épargne dans des produits financiers durables, mais leur connaissance de ce domaine reste parcellaire. En effet, une grande majorité l'associe exclusivement à la finance verte. De manière générale, le public souhaite plus d'informations sur ce sujet.

Sensibiliser, informer, émanciper

La volonté commune de ses initiateurs de contribuer à une meilleure compréhension de la finance durable a été l'élément déclencheur de la campagne. Plus précisément, ses objectifs étaient les suivants :

- sensibiliser les citoyens à l'offre de produits financiers durables ;
- informer sur l'ensemble des dimensions de la finance durable, au-delà de la finance verte, à savoir les différentes composantes E, S et G (Environnement, Social et Gouvernance) ;
- faire comprendre qu'au travers de leurs choix d'investissement, chacun d'entre eux peut avoir un impact positif sur la société et la planète ;
- leur permettre de se poser les bonnes questions pour comprendre l'offre de produits existants ;
- passer à l'action et discuter avec un conseiller financier avisé sur leurs préférences d'investissement.

La campagne s'est déroulée du 1^{er} mars au 15 avril 2023, avec un temps fort durant la *Woch vun de Suen*, la « semaine nationale de l'argent ».

Des résultats encourageants, un impact sur le long terme

La couverture de la campagne a été significative pour le Luxembourg, que ce soit en ligne ou hors ligne. Elle a été vue 3,6 millions de fois en ligne, dont un tiers de vues sur Facebook/Instagram. A ces chiffres, il convient de rajouter l'impact généré par les spots cinéma, l'affichage aux arrêts de bus, la presse écrite, ainsi que les écoutes radio. 778 personnes ont participé au quiz disponible sur la *landing page*. Mais le chiffre le plus marquant est le nombre de recherches sur Google des internautes résidents luxembourgeois sur le thème de la finance durable. Celui-ci a quadruplé pendant la campagne.

L'impact d'une telle campagne de sensibilisation est difficilement mesurable, car son véritable enjeu est de contribuer à faire évoluer les comportements d'investissement des consommateurs. Les premiers constats semblent encourageants dans la mesure où elle a suscité le débat et l'intérêt des citoyens. Il convient en effet de rappeler que si la finance durable est une composante essentielle pour réussir la transformation de nos sociétés, elle reste un domaine en pleine transition. La réglementation et les standards associés sont en train de se mettre en place. Les données ESG deviennent peu à peu plus nombreuses et accessibles tant aux professionnels qu'aux particuliers personnes privées. Les initiateurs signalent également que comme pour tout investissement, il est important que les consommateurs se renseignent au préalable sur l'offre de produits financiers durables qui leur sont proposés, ces derniers répondant aux mêmes critères de risques-rendements qu'un produit financier classique. La même précaution et vigilance doit être apportée à l'égard des caractéristiques et/ou ambitions ESG de ces produits.

La Fondation ABBL pour l'éducation financière

La Fondation ABBL pour l'éducation financière a été créée en septembre 2016. Elle poursuit quatre objectifs : sensibiliser le grand public à l'éducation financière, soutenir la formation professionnelle dans le domaine de la finance, développer des programmes académiques en finance via l'Université du Luxembourg et encourager la recherche en finançant des doctorats, des post-doctorats et des chaires.

Contact presse : Paul Wilwertz, paul.wilwertz@abbl.lu

L'ALFI

L'Association Luxembourgeoise de l'Industrie des Fonds (ALFI) représente le visage et la voix de la communauté luxembourgeoise de la gestion d'actifs et des fonds d'investissement. L'Association s'engage à développer l'industrie luxembourgeoise des fonds d'investissement en s'efforçant de créer de nouvelles opportunités d'affaires, et par l'échange d'informations et de connaissances.

Contact presse : Luis Salerno, luis.salerno@alfi.lu

La CSSF

La Commission de Surveillance du Secteur Financier est un établissement public qui assure la surveillance des professionnels et des produits du secteur financier luxembourgeois. Elle a par ailleurs une mission nationale de coordination de l'éducation financière au Luxembourg.

Contact presse : Danièle Berna-Ost, daniele.berna-ost@cssf.lu

Le Ministère de la Protection des consommateurs

Le Ministère de la Protection des consommateurs (MPC) vise à créer un environnement serein pour le consommateur, au sein duquel la loi le protège efficacement des abus et qui lui permet de bénéficier des informations indispensables et transparentes pour opérer ses choix de consommation responsable en toute confiance. Le MPC aspire à protéger le consommateur, à l'informer et à faciliter les réflexes de consommation responsable auprès de la population.

Contact presse : communication@mpc.etat.lu