



DSS Lunch Seminars

Venerdì 11 Ottobre 2024, 12:30

sala 24 piano IV CU002

Sustainability in the Eye of the Beholder: The Influence of the ESG Label on Attention and Attractiveness of Investment Products

A proposito dei lunch seminar

I DSS Lunch Seminar nascono dall'idea dei ricercatori e delle ricercatrici del Dipartimento di Scienze Statistiche di creare un luogo aperto ed **inclusivo** di incontro, **confronto e accrescimento** sui diversi temi di ricerca di interesse del dipartimento.

In un clima di **informale** convivialità ci si aprirà al dibattito mostrando i risultati delle proprie ricerche e discutendone con l'obiettivo di **scoprire ed interagire su temi nuovi e stimolanti** tra persone con diversa estrazione accademica ed interessi.

Grazie alla ciclicità della programmazione, **un venerdì ogni mese**, i DSS Lunch Seminar si pongono l'obiettivo di diventare un appuntamento fisso per alimentare nuovi interessi di ricerca e nuove collaborazioni.

Voi portate il pranzo, noi vi offriamo da bere!

Lucrezia Fattobene

Università degli Studi
Roma Tor Vergata



Ugo Pomante

Università degli Studi
Roma Tor Vergata



Monia Ranalli

Sapienza
Università di Roma



In recent years, there has been a notable increase in the number of researchers and practitioners focusing their attention on the topic of sustainability. Although previous marketing studies have demonstrated that sustainable labels influence consumer behaviour, no finance studies have investigated how such labels affect investor attention. This research addresses this gap by examining the impact of ESG labels in financial disclosure documents on visual attention and product attractiveness. The study employs the eye-tracking investigation technique to detect the eye movements of 87 participants as they viewed 18 Key Investor Information Documents, some of which displayed ESG logos or text. Participants were asked to rate the attractiveness of the products, and data on their demographics, financial literacy, and ESG literacy were also collected. A mediation model was used to predict the eye-tracking outcomes and appeal ratings based on individual characteristics and document types. The findings reveal how ESG labels affect investor attention and attractiveness perception, offering insights for regulatory authorities.