

Il tesoretto dei millennial

Le potenzialità dei clienti più giovani e le loro aspettative dai consulenti finanziari

di **Viola Sturaro**

Amano gli Etf più dei fondi comuni e vogliono un consulente finanziario che abbia dimestichezza con la tecnologia e che sia bravo a comunicare. Ecco, in sintesi, i desideri espressi dalle generazioni più giovani italiane quando vanno alla ricerca di un financial advisor. La dimostrazione arriva dai risultati del sondaggio che **Bluerating.com** (sito web del nostro magazine, n.d.r.) ha realizzato tra i suoi lettori attraverso il gruppo su Facebook "La voce del consulente".

Meno del 10%

Per quanto riguarda la principale caratteristica cercata in un consulente finanziario dalle nuove generazioni di clienti, cioè quelli classificati come **millennial** e nati dal 1980 in poi, il 43% dei partecipanti al sondaggio ha messo al primo posto la dimestichezza con la tecnologia, seguita dalla capacità comunicativa che ha raccolto il 34%. La competenza tecnica del consulente finanziario, invece, ha raccolto soltanto un più modesto 10%. I consulenti partecipanti al sondaggio hanno indicato poi quale percentuale di portafoglio, in termini di capitale complessivo, è attualmente rappresentata da clienti nati dal 1981 in poi. Il 47% ha dichiarato che la quota è compresa tra il 5% e il 10%, seguito a stretto

giro da una quota sopra il 10% e sotto il 20% dichiarata da circa il 31% di chi ha risposto al sondaggio. I prodotti più ricercati dai clienti nati dal 1981 in poi risultano essere gli Etf per il 52% dei rispondenti, mentre i fondi comuni classici, le azioni e le obbligazioni si piazzano a pari merito al 16%. Per il 60% dei millennial la disponibilità media di capitale è tra i 10mila e 30mila euro, ma c'è una quota non trascurabile del 30% che possiede tra il 30mila e i



**LA VOCE
DEL CONSULENTE
BLUERATING**

Tra i fattori maggiormente apprezzati in un financial advisor dagli investitori meno anziani, al primo posto c'è la dimestichezza con le nuove tecnologie digitali



50mila euro. Il risultato del sondaggio di Bluerating.com si aggiunge a diverse analisi realizzate nel mondo del risparmio sulle abitudini degli investitori millennial.

Divario tra i generi

Uno degli studi più recenti è stato condotto da **Gimme5**, soluzione digitale creata da **AcomeA Sgr** che permette di accantonare piccole

somme attraverso smartphone e investirle in fondi comuni, ha analizzato i comportamenti di

continua a pag. 24 >

QUATTRO INTERROGATIVI AI LETTORI
PRIMA E SECONDA DOMANDA DEL SONDAGGIO DI BLUERATING.COM



risparmio e investimento delle due principali nuove generazioni: quella dei millennial e quella della **generazione Z**. Dall'indagine è emerso come, nel corso del 2022, il 47% dei nuovi risparmiatori appartiene alla **generazione Y** (cioè i nati tra il 1981 e il 1996) mentre il 42% alla generazione Z (nati dal 1997 in poi). Dall'indagine è emerso anche che le giovani donne risparmiano meno dei coetanei uomini e i loro salvadanai digitali sono più piccoli, in media, del 28%, con punte del 54% tra le

giovannissime della generazione Z, anche se la forbice dei portafogli si riduce al crescere dell'età (al 16% tra gli anziani, i nati prima del 1945). Andando avanti con gli anni cresce però l'interesse delle donne verso i temi finanziari e il divario tra i generi si riduce, passando dal 72,8% della generazione Z, al 65,1% dei millennial, al 39,8% dei boomer.

Propensione al rischio

La propensione al rischio aumenta al crescere dell'età: gli investimenti azionari sono scelti infatti solo

dall'8,3% della generazione Z contro il 23,1% degli anziani. Questo risultato è probabilmente frutto della maggiore educazione finanziaria che si acquisisce con l'età, ma contrasta con la best-practice che vorrebbe il livello di rischiosità degli investimenti coerente con l'orizzonte temporale a disposizione. Le donne sono più prudenti degli uomini quando si tratta di investire: gli investimenti azionari sono scelti dal 9,3% contro il 12% degli uomini, mentre quelli obbligazionari sono selezionati dal

45,6% delle donne rispetto al 30,4% dei maschi. I giovani hanno quindi ancora molta strada da percorrere per comprendere a pieno come ottimizzare la gestione dei propri risparmi in base alle opportunità offerte dagli strumenti finanziari e dall'interesse composto, anche se un buon punto di partenza sembra essere il loro controllo dell'emotività nei periodi di maggior volatilità dei mercati: dopo lo scoppio della guerra in Ucraina, secondo l'indagine di Gimme5, i giovani si sono dimostrati più inclini a mantenere la

calma. Un altro tema estremamente importante per le nuove generazioni è quello della sostenibilità e della salvaguardia dell'ambiente, che ha generato un consistente aumento delle tematiche e dei prodotti Esg.

Cambio di gestore

Il profilo del cliente millennial, insomma, è ben diverso da quello delle generazioni precedenti. Ma come intercettarne i bisogni e le aspirazioni? La casa di gestione internazionale **Janus Henderson** ha dedicato un'analisi a questi temi

sul mercato statunitense mettendo in evidenza che negli Usa gran parte degli eredi cambia l'intermediario quando riceve il patrimonio di famiglia. Per i consulenti finanziari che devono affrontare questa sfida, il consiglio di Janus Henderson è dunque fissare un incontro periodico (un paio di volte all'anno) di circa un'ora nel quale viene illustrato l'advisor può essere aggiornato sugli eventi importanti della famiglia, non solo dal punto di vista strettamente economico.

[@bluerating_com](https://twitter.com/bluerating_com)

QUATTRO INTERROGATIVI AI LETTORI TERZA E QUARTA DOMANDA DEL SONDAGGIO DI BLUERATING.COM

