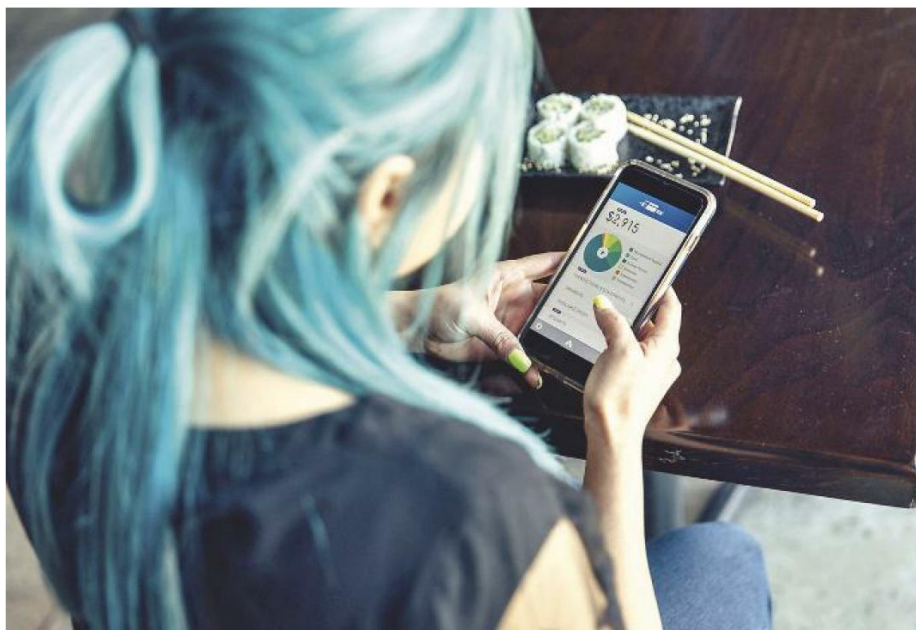


Argomento: AIPB: Si parla di Noi



WEALTH MANAGEMENT: CRESCE LA CLIENTELA FEMMINILE, E SI AFFACCIANO I RAPPRESENTANTI DELLA GENERAZIONE Z

di **Andrea Telara**

LA GESTIONE DEI PATRIMONI? UNA SCELTA PER DONNE E GIOVANISSIMI

C'ERA UNA VOLTA il capofamiglia uomo che decideva come amministrare anche il patrimonio di moglie e figli. Oggi l'industria mondiale del risparmio gestito si sta preparando ad affrontare una sfida importante: deve rapportarsi con nuove categorie di investitori, che un tempo erano considerate secondarie. La prima categoria è rappresentata proprio dalla clientela di sesso femminile che, sempre più spesso, prende decisioni autonome su come far fruttare i propri soldi o su come accantonare un gruzzoletto anche per i propri discendenti. Lo hanno evidenziato diversi osservatori del settore finanziario, sottolineando come queste generazioni emergenti di investitori siano appetibili soprattutto per il wealth management, cioè quel segmento del risparmio gestito che include tutti i servizi destinati ai clienti benestanti, che hanno a disposizione una ricchezza di diverse centinaia di migliaia o diversi milioni di euro.

L'8 marzo scorso l'Associazione Italiana Private Banking ha ricordato che oggi, nel nostro Paese, i risparmi che fanno capo a investitrici donne hanno un valore complessivo di circa 300 miliardi di euro, corrispondenti a quasi il 10% della ricchezza finanziaria delle famiglie. Certo, si tratta ancora di una quota minoritaria che sembra tuttavia destinata a crescere, man mano che aumenterà anche il numero di donne che occupano posti di responsabilità nel mondo del lavoro, con redditi sempre più alti. Ecco allora che le banche e i consulenti finanziari non possono fare a meno di mettere in atto strategie ad hoc per rapportarsi con la cliente-

**I FONDI
FANNO
I CONTI**

Secondo l'Associazione Italiana Private Banking nel nostro Paese, i risparmi che fanno capo a investitrici valgono circa 300 miliardi di euro, quasi il 10% della ricchezza finanziaria



la del gentil sesso. Ma in cosa differiscono le donne dagli uomini quando devono gestire il patrimonio di famiglia? Negli anni scorsi, ha cercato di capirlo con un'indagine ad hoc la nota multinazionale della consulenza Accenture che ha dedicato un report ai nuovi trend del wealth management, determinati dall'emergere della clientela femminile. L'indagine ha evidenziato che una quota consistente di donne (48%) è tendenzialmente più «conservativa», cioè maggiormente prudente degli uomini nell'amministrare il denaro, con una visione di lungo periodo. Per le investitrici, la gestione del patrimonio deve cioè servire soprattutto per raggiungere obiettivi di vita pluriennali non concentrati nel breve termine. Inoltre, le donne sono anche meno «spavalde» rispetto all'altro sesso: soltanto il 52% ha piena fiducia nelle proprie decisioni d'investimento, contro il ben più alto 65% che si registra tra gli uomini. In virtù di questa loro minore confidenza nelle proprie capacità finanziarie, la quota di persone che si rivolgono abitualmente a un consulente dedicato per gli investimenti è maggiore tra le femmine (34%) che non tra i maschi.

Per gli operatori del wealth management, la conquista delle clienti donne non è però l'unica sfida da affrontare. L'altro segmento di investitori emergenti che non possono essere trascurati è rappresentato dalla cosiddetta generazione Z, cioè i giovani nati tra gli anni '90 del secolo scorso e i primi anni 2000. Di recente Zabeen Moser, managing director di Accenture specializzata nel settore del risparmio gestito, ha messo in evidenza nel suo blog aziendale come gli esponenti della generazione Z erediteranno in futuro una immensa quantità di risparmi e ricchezze accumulate dai loro genitori e nonni (la stima è che un patrimonio tra 15mila e 68mila miliardi di dollari passerà di mano in tutto il mondo nei prossimi decenni). Per questo, secondo gli esperti di Accenture, i wealth manager dovranno adeguare la loro offerta a questa generazione di clienti nativi digitali, proponendo loro nuovi servizi tecnologicamente avanzati e prestando attenzione a temi come la sostenibilità, che incontrano molto favore tra gli investitori più giovani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

