Una ricerca Accenture-Aipb svela che in Italia Generazione X e Millennials non sono interessati solo a generare profitti, ma anche a investire in aziende con impatti positivi su società e ambiente

di **Andrea Ropa**

Il private banking del futuro punta sui criteri Esg

IL PRIVATE BANKING guarda alla prossima generazione di investitori. E scopre che sarà green. Dopo aver registrato una crescita costante negli ultimi 15 anni, il settore che gestisce oltre il 70% del mercato delle famiglie con portafogli finanziari superiori a 500mila euro si prepara al futuro, quando dovrà adottare nuovi modelli per soddisfare le richieste di individui ad alto potenziale di età compresa tra i 26-41 anni (Millennials o Generazione Y) e i 42-57 anni (Generazione X), interessati a servizi di consulenza finanziaria efficienti e innovativi, con una ricchezza finanziaria stimata intorno ai 600-700 miliardi di euro. Complessivamente, Generazione X e Millennials rappresentano oggi solo il 21% del portafoglio totale del private banking. Il grosso dei patrimoni private è ancora rappresentato dai Baby boomer e dalla Generazione silenziosa, che assieme rappresentano il restante 79% degli asset in gestione dei private banker. Con il progressivo trasferimento della ricchezza, però, anche Generazione X e Millennials entreranno in cima ai pensieri del settore, che per lungo tempo si è dovuto preoccupare delle esigenze, assai diverse, dei loro padri e nonni.

Come ha messo in luce un'indagine di Accenture-Aipb, gli investitori più giovani sono più interessati agli investimenti sostenibili, con oltre la metà degli intervistati che ha indicato una preferenza per gli investimenti socialmente responsabili. Ciò indica che la prossima generazione di investitori in Italia non è interessata solo a generare profitti, ma anche a investire in aziende che hanno un impatto positivo sulla società e sull'ambiente. L'80% dei Generazione X e Millennials, si dichiara interessato a un modello che mescoli digitale e supporto umano, mentre solo il 30% ritiene necessaria un rapporto in presenza con il consulente. Nel complesso, la ricerca fornisce preziose indicazioni sui comportamenti e sulle preferenze di investimento della nuova generazione di investitori in Italia, evidenziando la necessità per le istituzioni finanziarie di adattare i propri prodotti e servizi di investimento per soddisfare le mutevoli esigenze e preferenze di questo gruppo target.

«Negli ultimi 15 anni – spiega Andrea Ragaini (**nella foto**), presidente di Aipb – abbiamo ottenuto risultati straordinari lavorando principalmente con i clienti della Generazione silenziosa e dei Baby boomer. Ora è giunto il momento di aprirci alle nuove generazioni e di guidare il passaggio generazionale sia dei nostri private banker, che dei clienti. Per raggiungere questo risultato dobbiamo attrarre giovani talenti offrendo modalità di lavoro sempre più inclusive basate su un crescente dialogo intergenerazionale. Grazie al contributo di questi giovani professionisti, il nostro settore sarà in grado di progettare servizi di consulenza digitali, innovativi ed efficienti richiesti dai Millennials e dalla Generazione X».

«Oggi i player del settore sono posti di fronte alla sfida di come risultare attrattivi verso le nuove generazioni – ha detto Andrea Dones, Accenture Capital Markets Industry Lead – La ricerca ha evidenziato che questa tipologia di risparmiatori preferisce un mix di servizio umano digitale differente rispetto agli attuali modelli, basati esclusivamente sulla consulenza e che il risultato di questo mismatch è che una parte della ricchezza non viene gestita».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GLI ASSET GESTITI DAL SETTORE

Generazione X e Millennials rappresentano oggi solo il 21% del portafoglio totale del private banking. Il restante 79% è rappresentato dai Baby boomer e dalla Generazione silenziosa

6,6

Dal 2007 il private banking ha registrato una rapida crescita (+6,6% degli asset in gestione), superiore all'evoluzione della ricchezza delle famiglie (+1,4%) e del Pil (-0,3%). Un percorso che ha portato il settore a gestire oltre il 70% del suo mercato d'elezione, quello delle famiglie con portafogli finanziari investibili superiori a 500.000 euro

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso