

Le strategie per avvicinare i giovani al risparmio

In che modo professionisti e investitori possono allargare la platea alle nuove generazioni? Alla domanda hanno provato a rispondere durante la terza e ultima mattinata del Salone del Risparmio due diversi panel. L'Associazione Italiana Private Banking (Aipb) e Accenture hanno presentato la ricerca "La consulenza finanziaria per la Next Gen: nuovi modelli per gli investitori e i professionisti di domani", da cui emerge un mercato potenzialmente interessante.

La consulenza finanziaria per le nuove generazioni di clientela ad alto potenziale, composta da Millennials (26-41 anni) e Gen X (42-57 anni), può valere fino a 600/700 miliardi di ricchezza finanziaria investibile. Ma domanda e offerta per ora non si cercano. Per farle avvicinare, la ricetta di Pierpaolo Cazzola, strategy wealth management industry lead Italy, Central Europe & Greece di Accenture, è creare un modello composto da «professionisti nuovi e dedicati, prodotti ad hoc e uso della tecnologia per renderlo più snello e sostenibile». Tra i nuovi strumenti a disposizione un ruolo importante possono ricoprirlo «Intelligenza Artificiale e realtà aumentata che possono migliorare la narrazione dei prodotti e l'interazione cliente-consulente», ha raccontato Monica Stefani, capital markets principal director di Accenture. Un esempio di prodotto dedicato è stato fornito da Andrea Binelli, responsabile wealth management di Crédit

Agricole Italia: «Completamente digital e con accesso minimo a mille euro è stato capace di attirare pubblico giovane», ha spiegato. Ma la svolta è arrivata quando «è stata data la possibilità di avere un confronto con un gestore», segno che la componente umana è cruciale anche per i giovani. Per questo, ha spiegato Federica Bertone, responsabile Ufficio Studi di Aipb, per il private banking è importante affrontare la sfida del ricambio generazionale: «Il 9% dei professionisti ora ha tra 58 e 74 anni e lascerà il lavoro. I giovani, per ora, sono ancora marginali».

Su quale sia il grado di conoscenza della consulenza da parte delle nuove generazioni si concentra una ricerca di Research Dogma elaborata per la Commissione per il Ricambio Generazionale e Gender Gap istituita da Ocf, l'Organismo di vigilanza e tenuta dell'albo unico dei Consulenti Finanziari. Lo studio evidenzia come il 60% dei giovani conosca poco o nulla la consulenza finanziaria, mentre il restante 40% ha fatto studi finanziari o in qualche modo conosce un consulente. Per allargare la base serve abbassare le richieste secondo Marco Tofanelli, segretario generale Assoreti: «Oggi si dà consulenza a chi ha 70 mila euro; abbassando l'asticella ci si potrebbe rivolgere a una platea più ampia. La consulenza che immagino nel futuro è vera e propria pianificazione finanziaria: praticamente tutte le famiglie sono potenziali clienti». (riproduzione riservata)

