

Radiografia dei millennial

ANDREA CARBONE, PARTNER DI PROGETICA, RACCONTA QUALI SONO I BISOGNI FINANZIARI DI UN INSIEME MOLTO ETEROGENEO, CHE ABBRACCIA 20ENNI E 40ENNI IN UN'UNICA GENERAZIONE

IN PILLOLE

🎯 Focus

I millennial sono portatori di un cambiamento radicale in termini di attitudini e scelte di consumo rispetto alla generazione che li ha preceduti.

📄 Un dato

Un giovane di 25 anni che inizia oggi a costruire una pensione integrativa di 500 euro dovrebbe mettere da parte 183 euro al mese.

💡 L'idea

Bisogna considerare i membri della generazione y come portatori di bisogni specifici. L'incontro tra consulente e cliente deve avvenire attorno ai suoi progetti di vita, sogni, paure e desideri.

Che si tratti di un giovane manager, un futuro ingegnere o un affermato veterinario, quando si parla di progetti di vita l'ago della bilancia si sposta sempre verso alcuni obiettivi fissi: studiare, affermarsi professionalmente, costruire una famiglia (quando il cuore lo permette), e prepararsi alla pensione. Eppure, quando le reti di consulenza si rivolgono ai millennial, devono ricordarsi che non si tratta di un target omogeneo e facilmente identificabile. Nati tra gli inizi degli anni '80 e la fine degli anni '90, appartengono a un range di età che oscilla tra i 20 e i 40 anni, portando con sé bagagli di conoscenze e di esperienze nettamente diversi tra loro. Secondo Andrea Carbone, partner di Progetica, tentare di suddividerli per dimensione del portafoglio non basta. La vera chiave di lettura è il modo in cui, tra sogni, paure e desideri, affrontano i loro bisogni.

Quali sono le reali esigenze di questa tipologia di clientela?

I bisogni della vita in sé sono sempre simili a se stessi: studiare, crescere professionalmente e a livello familiare, realizzarsi, proteggersi e pianificare obiettivi di vita, fino alla pensione e alla successione. Quello che cambia è il modo con i quali un millennial li affronta. Le varie ricerche suggeriscono che stiamo parlando di generazioni che hanno rovesciato alcune certezze dei loro genitori. Un tratto comune è il passaggio dal possesso all'uso. Gli anni del boom economico avevano instillato la gioia per l'averne, per poter materialmente detenere i totem del benessere. Pensiamo all'auto: fino a poco più di dieci anni fa pensare di spossessarsi di un bene così iconico come l'automobile sarebbe sembrata una follia. Secondo l'Istat, lo stesso potrebbe accadere alla casa, registrando per i millennial il passaggio dalla preferenza per la casa di proprietà a quella in affitto. Un dato delicato, forse influenzato dalla crisi economica, ma comunque sintomatico del progressivo modificarsi di schemi prevedibili di acquisto.

In che modo le banche private dovrebbero attrezzarsi per rispondere a queste esigenze?

Qui le risposte sono almeno di due tipi: da un lato c'è chi cerca la strada tecnologica, per non sentirsi fisicamente tagliato fuori da questo tipo di clientela. È il mondo che vede la competizione (o l'alleanza) con modelli non tradizionali, come Paypal, Satispay e simili, oppure con attori digitali che si stanno concretamente espandendo in nuovi settori, come Google, Amazon e Apple. Tuttavia, in questa competizione sembra prevalere il vantaggio competitivo di attori che godono di maggior fiducia e si giocano le carte della facilità, dell'intuitività e della personalizzazione dell'esperienza. Qualcuno, come Scratch

Consulting, si spinge ad affermare che i millennial sarebbero naturalmente portati a preferire servizi finanziari erogati da soggetti esterni al tradizionale mondo bancario e assicurativo. Se fosse vero, sarebbe molto importante la seconda tipologia di risposta: quella di lavorare sui diversi bisogni. Lavorare in un mondo del lavoro frammentato, discontinuo e sempre più spesso internazionale, cambia completamente le carte in tavola. Minori redditi significa minori pensioni, ma anche minor capacità di accumulare riserve contro gli imprevisti. La sfida di aiutare a pianificare il futuro di generazioni con oggettive e soggettive difficoltà a immaginare un futuro, è forse uno dei temi eticamente più rilevanti per gli anni a venire.

Secondo lei, per una clientela giovane potrebbe essere necessaria una nuova classe di consulenti altrettanto giovani?

Quasi tutti i padri e le madri, a un certo punto della crescita dei propri figli, possono sperimentare un'ineluttabile sensazione di incomunicabilità. Immaginare un consulente 50enne che parli a un 25enne può in effetti, in certi casi, risultare oggettivamente complesso. Ma basta l'anagrafica a sanare tutto? Probabilmente no. Servono preparazione, conoscenze e tecnologie coerenti. Oggi bastano cinque anni di differenza per essere immersi in mondi diversi: basti pensare alle tante ricerche su come generazioni diverse usino email, Facebook, Instagram, Whatsapp, Tik Tok. Una nuova classe di consulenti deve essere innovativa innanzitutto nel modo di interpretare il suo ruolo, orientato al benessere, indipendentemente dalla carta di identità e dai media usati.

Quanto dovrebbe risparmiare oggi un giovane di 25 anni per avere una rendita finanziaria di 500 euro dopo la pensione?

Può sembrare paradossale, ma dipende da cosa hanno fatto i suoi genitori. Il miglior alleato gratuito che abbiamo a disposizione è il tempo. Perché iniziare a 25 anni a costruirsi una pensione di scorta, quando si può iniziare a cinque? Nonostante le profonde mutazioni economiche alle quali stiamo assistendo, il rischio nel lungo periodo continua a essere un alleato. Un 25enne che iniziasse oggi a costruire una pensione integrativa di 500 euro vitalizi all'età della pensione dovrebbe accantonare ogni mese 183 euro. Se invece i suoi genitori avessero iniziato quando ne aveva cinque, l'accantonamento mensile sarebbe sceso a circa la metà: 92 euro al mese. Lasciando la libertà al giovane, raggiunti i 25 anni, di proseguire o meno nel viaggio di costruzione della rendita integrativa, con il vantaggio di dover versare minori risorse a parità di obiettivo. Un principio utile, per non dire indispensabile, proprio per le generazioni che hanno minori capacità di risparmio.