

24 maggio 2017

## Giovani clienti Private e iniziative benefiche

Chi ha detto che investire vuol dire solo mirare all'accrescimento del proprio patrimonio? Alcuni clienti Private dimostrano una certa sensibilità in tema di iniziative benefiche, soprattutto alla luce degli accadimenti politici, economici e climatici degli ultimi anni, in particolare i più giovani.

Infatti, per i millennials che dispongono di patrimoni consistenti i progetti di sostenibilità sociale e ambientale, le cosiddette asset class alternative, non sono investimenti come tutti gli altri, volti cioè al mero profitto. I giovani clienti Private vedono in queste iniziative anche l'occasione per dare un contributo concreto alle cause in cui credono. Lo conferma un report su scala globale della Charities Aid Foundation (CAF), che promuove iniziative benefiche e fornisce servizi finanziari a organizzazioni no profit: il 71% dei giovani HNWI giudica le attività filantropiche di grande influenza nelle loro decisioni per gli investimenti, meno, il 63%, tra gli over 45.

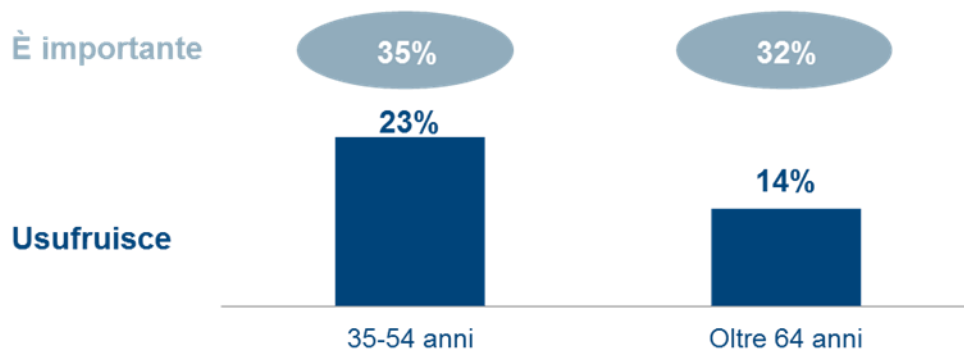
In Italia, l'*Indagine sulla Clientela Private* condotta da GFK per AIPB conferma quanto i giovani clienti Private siano più sensibili dei loro genitori quando si parla di iniziative benefiche: i giovani che usufruiscono dei servizi di consulenza su progetti filantropici sono il 23% (e il 35% li ritiene importanti), contro il 14% dei clienti con più di 64 anni.

È anche vero, tuttavia, che nel nostro Paese la strada degli investimenti in iniziative benefiche non è così battuta come può esserlo in altri Paesi, come gli Stati Uniti, dove esistono consulenti finanziari con competenze specifiche per affiancare clienti che vogliono orientare i propri investimenti in questa direzione meno 'convenzionale'.

Sicuramente è un dato molto positivo che gli investitori HNWI delle nuove generazioni sentano il dovere e la responsabilità di destinare parte della loro ricchezza per impegnarsi nel sociale, ponendo in questo modo le basi per una cultura di beneficenza il più possibile a lungo termine.

## Clienti Private: i giovani sono più sensibili agli investimenti in beneficenza

*Domanda: lei usufruisce dei servizi di consulenza su progetti di finanza sostenibile, filantropia, iniziative e progetti di sostenibilità sociale e ambientale? Per lei è importante avere a disposizione queste tipologie di servizi nella relazione con la/e sua/e banca/istituzione di riferimento?*



Fonte: GFK per AIPB, Indagine sulla Clientela Private in Italia 2016