

Quante sciocchezze sui Millennials



Alberto Grisoni
Direttore AziendaBanca

Non so quanti comunicati stampa sui Millennials abbiamo ricevuto quest'anno. Decine, forse anche più di un centinaio. Il senso di stanchezza di un presente dominato dal mix di crisi, evoluzione tecnologica e nuove normative sposta tutta l'attenzione al cliente del futuro. La risposta, ci si dice, sarà lì.

Il Millennial (e quindi, per estensione, anche il futuro) non se la passa proprio benissimo. L'Istat ci dice che, nel 2015, 7 milioni di giovani tra i 18 e i 34 anni erano ancora a casa con mamma e papà. È "Millennial" un terzo degli emigrati che lasciano l'Italia. Il vero problema dei Millennials è il lavoro e, quando questo c'è, il reddito non entusiasma. Secondo il Centro Studi [Einaudi](#) e Intesa Sanpaolo, nel 2015 meno di un quarto degli under25 era economicamente indipendente.

Eppure questo cliente dalle scarse risorse attira molte attenzioni. Fioriscono studi surreali sul rapporto tra Millennials e Finanza, per capire che cosa desiderano queste chimere analogico-digitali e per progettare quindi il futuro. Non mi interessa citare le fonti dei dati, tutti provenienti da ricerche pubbliche, ma solo il senso di certe affermazioni. I Millennials, dice una ricerca, vogliono la tecnologia solo per le operazioni di routine, mentre per le decisioni importanti preferiscono confrontarsi con qualcuno. Esattamente come i loro genitori: basta guardare i dati d'uso dell'internet banking.

Passiamo a qualcosa di meglio. Fa sorridere leggere che i Millennials sono stati "scottati" dalla crisi finanziaria e non si fidano quindi delle banche: nel migliore dei casi, nel 2008 avevano 27 anni, erano freschi di Università e senza molti risparmi da bruciare. Spassoso (ma uno YouTuber lo definirebbe "epico") trovare in un report che i giovani vogliono "cambiare il mondo e fare la differenza, preferendo quindi investimenti socialmente responsabili". Forse i loro genitori investono consapevolmente in armi, tabacco, lavoro minorile e distruzione dell'ambiente? Altro studio: "i giovani non investono in fondi comuni". Con una disoccupazione giovanile sopra il 30% non ci sorprende, ma se si vuole interpretare il tutto come sfiducia nella finanza e preferenza per il roboadvisory, fate pure.

Un altro paper fornisce raccomandazioni per i consulenti finanziari su come "approcciare i Millennials". Bisogna rendersi disponibili sui canali online, focalizzarsi sugli obiettivi del cliente e "parlare chiaro". In poche parole, farsi trovare e dire le cose come stanno. Multicanalità a parte, non si capisce in che cosa un servizio accessibile e comprensibile sia inadatto alle generazioni precedenti.

Tutte queste elucubrazioni mentre il vero segnale che arriva dai Millennials è tutto economico. La preferenza per il low cost e la nicchia della sharing economy raccontano di uno stato di crisi che si fa normalità, stile di vita, coinvolgendo anche i più abbienti. Spendere meno, consumare meno. Investire meno, richiedere meno credito. Quello è il vero cambiamento portato dai Millennials di cui sarebbe meglio preoccuparsi alla svelta.

Buona lettura