



Next Gen

Neolinguaggi
finanziari

Scopri gli investitori di domani

Report di ricerca integrato,
febbraio 2022.

BVA-Doxakids per Invesco

Questa comunicazione di marketing
è riservata agli investitori in Italia.

1 L'identikit del giovane investitore

Z-Tribe	20-24 anni
Nouveau Millennials	25-29 anni
Mid-Millennials	30-34 anni

la Z-tribe vive con la famiglia di origine

- Studiano
- Alternano scuola e lavoro
- Ricevono contributi dalla famiglia

i Mid-Millennials hanno la propria famiglia (con figli)

- Lavorano
- Hanno già superato il primo impiego
- Hanno una solida base (€) da fonte dipendente

Interessi

Il campione è stato segmentato in base a 5 aree di analisi, che riassumono il grado di accordo ad almeno un'affermazione.

	Z TRIBE	NOUVEAU MILLENNIALS	MID MILLENNIALS
Autorealizzazione	52	52	•64
Denaro	58	•58	61
Relazioni	55	55	•58
Crypto/Blockchain	36	36	•44
Valori	30	30	•32

Nella Z-tribe spiccano digital e finanza

Per i Mid-Millennials prevalgono denaro e autorealizzazione

Basso livello di educazione finanziaria in tutti i target

Le tematiche a cui tengono maggiormente sono quelle che rientrano in un vocabolario più familiare, dove un elevato interesse incontra un'elevata utilità percepita:

48%

Sostenibilità ambientale

42%

Salute pubblica

39%

Futuro delle città Smart Cities

2 La gestione dei risparmi e il ruolo della famiglia



il 39% vuole investire il proprio denaro

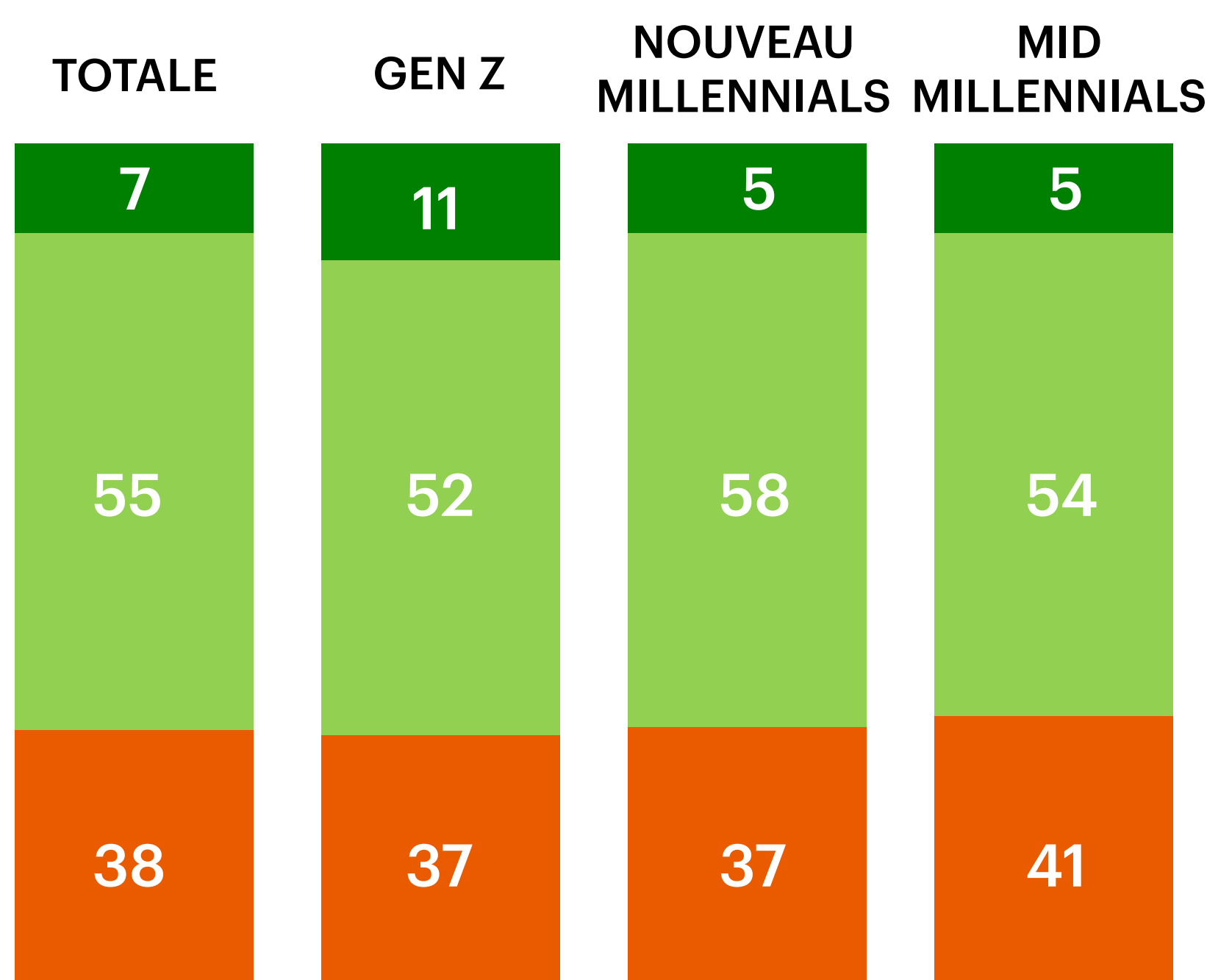
Economia e finanza: quanto ne sanno?

Si sentono poco preparati su tematiche finanziarie

livello di preparazione voto:

- Elevato 9-10
- Buono 6-8
- Scarso 1-5

Più di 3 ragazzi su 5 sono stati abituati alla gestione del proprio patrimonio, grazie al buon esempio dato dalla famiglia.



Anche i progetti nel lungo periodo esprimono una forte apertura al mondo finanziario:

29% Investimento

31% Viaggiare

27% Integrazione alla Pensione

Il ruolo della pianificazione finanziaria

84%

Pianifica per risparmiare

79%

Pianifica per realizzare i propri sogni

71%

Pianifica per vivere serenamente

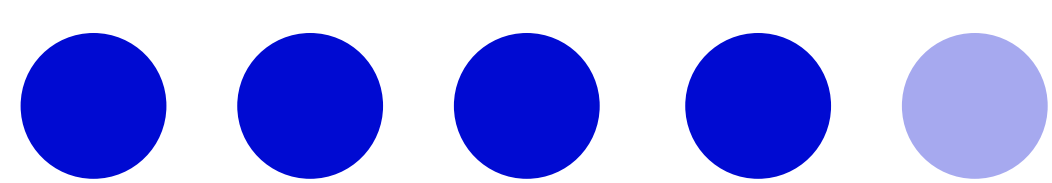
84%

Pianifica almeno una spesa tra quelle personali e familiari

54% Pianifica in modo analogico

44% Pianifica in modo digitale

3 Interesse per i prodotti finanziari



4 su 5 riescono a risparmiare regolarmente

43% Accantona i risparmi sul c/c

34% Ricorre a strumenti di investimento

Come vengono gestiti i risparmi

	Z TRIBE	NOUVEAU MILLENNIALS	MID MILLENNIALS
Cc o contributi a famiglia	42	45	43
Strumenti di investimento	58	58	39
Si lascia guidare	7	7	4
Non indica	17	16	14

Basso livello di soddisfazione della propria situazione finanziaria

Basso livello di solidità percepita

Basso grado di soddisfazione per la loro attuale gestione del denaro



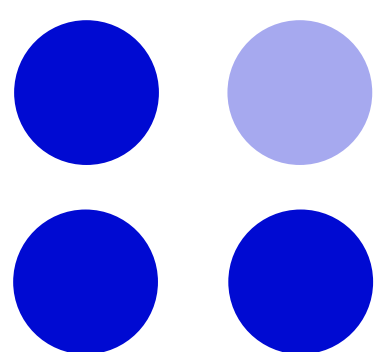
1 su 5 è interessato al mondo finanziario ma vuole capirne di più

Voglia di imparare, per colmare il gap espresso dai risultati su soddisfazione e preparazione.

4 Il consulente come ponte generazionale

C'è il desiderio di maggiore educazione finanziaria

I Millennials chiedono di apprendere attraverso i toni ai quali sono abituati: familiari, affidabili e amichevoli.



3 su 4 si informano online

75% Online

45% Offline

Quale approccio vorresti dal consulente?

	Z TRIBE	NOUVEAU MILLENNIALS	MID MILLENNIALS
Guidarmi nel percorso di investimento, educarmi alla finanza, scegliere insieme le soluzioni	56	58	56
Farmi appassionare agli investimenti come se fosse un gioco	18	15	19
Accrescere la mia consapevolezza in ambito finanziario	16	13	15
Gestire tutto per me: preferisco che sia lui a prendere le decisioni finanziarie	11	14	10

5 Identikit del consulente finanziario ideale

Caratteristiche principali

- ✓ Attento alle esigenze della mia generazione
- ✓ Amichevole
- ✓ Proattivo, dinamico

Cosa chiedono i giovani investitori

51% Affidabilità

51% Trasparenza

40% Parlare lo stesso linguaggio

36% Disponibilità

31% Economicità

ONLINE

**il canale più efficace
per parlare con i giovani
di tematiche finanziarie**

Il consulente finanziario ideale è presente e rassicurante, quasi uno di famiglia, ma preparato e solido dal punto di vista professionale e riesce a comunicare attraverso strumenti, linguaggi e canali moderni, digitali e innovativi.

Informazioni importanti

Questa comunicazione di marketing è per pura finalità esemplificativa ed è riservata all'utilizzo da parte dei Clienti in Italia.

Il presente documento non costituisce un consiglio di investimento. Le persone interessate ad acquisire quote di un prodotto devono informarsi su (i) i requisiti legali nei paesi di nazionalità, residenza, residenza ordinaria o domicilio; (ii) eventuali controlli sui cambi valutarî e (iii) eventuali conseguenze fiscali rilevanti. Il valore degli investimenti e il reddito da essi riveniente sono soggetti a oscillazioni (in parte a causa di fluttuazioni dei tassi di cambio) e gli investitori potrebbero non recuperare l'intero importo originariamente investito.

I dati esposti nel presente documento fanno riferimento alla ricerca «Giovani e Finanza» condotta da BVA-Doxakids per Invesco nel mese di Gennaio 2022, che ha complessivamente interessato 768 soggetti tra i 18 e i 34 anni.

Le opinioni espresse da professionisti o da un centro di investimento d'Invesco si basano sulle attuali condizioni di mercato, possono differire da quelle espresse da altri professionisti o centri d'investimento e sono soggette a modifiche senza preavviso.

Il presente documento è pubblicato in Italia da Invesco Management S.A., President Building, 37A Avenue JF Kennedy, L-1855 Luxembourg, regolamentata dalla Commission de Surveillance du Secteur Financier, Luxembourg.

EMEA 2069779/2022