

## SPECIALE

# INVESTIRE NEI NUOVI TREND DI CONSUMO



Non solo prodotti e servizi per la generazione più numerosa di sempre. Ma anche fondi che cavalcano il suo avanzamento cercando di generare valore. Ecco come si muovono i gestori di alcune soluzioni specializzate sui millennial

di Valentina Magri

### Focus

I Millennial hanno abitudini di spesa diverse da quelle delle altre generazioni: Prediligono l'acquisto di esperienze a quello dei beni e sono attenti alla sostenibilità.

### Un dato

Sono la generazione che dominerà il prossimo decennio e sono più di un terzo della popolazione mondiale. Nei prossimi 5 anni spenderanno il 15% in più e le loro preferenze e caratteristiche distinte plasmeranno i consumi dei prossimi 25 anni.

### L'idea

Sono la prima generazione di "nativi digitali", cresciuta a pane e computer. In ogni fase del loro ciclo di vita, la tecnologia eserciterà un'influenza sempre maggiore, generando nuove aziende, modelli di business e opportunità dirompenti.



untare sui giovani è un leitmotiv che sembra moda più che sostanza. Non per l'industria dell'asset management che in molti casi ha deciso di farlo davvero: non solo assumendoli e valorizzandoli in azienda, ma creando dei fondi ad hoc per investire

sui millennial. Ovvero i consumatori per eccellenza, poiché da giovani si spende molto per famiglia, casa e consumi, pertanto si risparmia poco. E man mano che matureranno, i millennial raggiungeranno un'età caratterizzata da maggiori redditività e capacità di spesa. Ma le loro abitudini sono molto diverse da quelle delle generazioni precedenti: tendono a spendere il loro denaro in esperienze piuttosto che nel mero acquisto di beni e, più in generale, sono consumatori più consapevoli: sia perché adottano pratiche Esg, sia perché prediligono uno stile di vita sano, con ingredienti più salutari, acquistati con metodi sostenibili e con una riduzione dell'impronta di carbonio.

Inoltre, i millennial sono la prima generazione di "nativi digitali", cresciuta a pane e computer. Ciò ha portato all'aumento del consumo basato sull'utilizzo della tecnologia, come e-commerce, social media, giochi e streaming video. "In ogni fase del loro ciclo di vita, la tecnologia eserciterà un'influenza sempre maggiore, generando nuove aziende, modelli di business e opportunità che probabilmente trasformeranno l'industria e la società che oggi conosciamo", prevede Luke Barrs, head of Emea fundamental equity client portfolio management di Goldman Sachs asset management, asset manager americano che gestisce il fondo Goldman Sachs Global millennials equity portfolio. →

## SPECIALE



Riccardo Baldissera,  
gestore del fondo Kis Us millennials Esg



Luke Barrs, head of Emea fundamental equity client portfolio  
management di Goldman Sachs asset management

### Nei prossimi 5 anni i millennial spenderanno il 15% in più. Le loro preferenze e caratteristiche distintive, plasmeranno i consumi dei prossimi 25 anni, alimentando interessanti opportunità d'investimento

→ Per investire nei millennial, Kairos invece ha lanciato il fondo tematico Kis Us millennials Esg, gestito da Riccardo Baldissera. Che ci ha spiegato: “Kairos è un laboratorio di idee, e siamo alla costante ricerca di nuove idee d'investimento. Abbiamo studiato a fondo la generazione dei millennial. Sono la generazione che dominerà il prossimo decennio e sono più di un terzo della popolazione mondiale. Nei prossimi anni avranno un incremento del potere di spesa, per cui saranno consumatori del futuro”. Per Barrs, “nei prossimi cinque anni i millennial spenderanno il 15% in più e siamo convinti che le loro preferenze e caratteristiche distintive, che plasmeranno i consumi dei prossimi 25 anni, catalizzeranno interessanti opportunità d'investimento”.

Sia il fondo di Kairos che quello di Goldman Sachs sono azionari. Il primo investe in 18 sottotemi, raggruppabili in due macro-categorie: i settori per millennial (social media, tecnologia, videogiochi, divertimento, mobilità in sharing, fintech, pagamenti elettronici); le industrie più tradizionali rivoluzionate da cambiamenti imposti dai millennial (ristorazione, abbigliamento, immobiliare, arredamento, pet economy). Il comparto conta circa 100 titoli azionari in portafoglio, quasi tutti negoziati a Wall Street. “Si tratta di un fondo consumer, con un'enfasi sul digitale e un orizzonte temporale di tre - cinque anni. Non è un tempo lunghissimo, per cui

il comparto è un investimento ideale sia per i genitori che per i millennial stessi”, riassume Baldissera.

Anche il fondo di Goldman Sachs asset management cerca di investire in società la cui crescita sia guidata dalla spesa derivante dalla generazione dei millennial, con prodotti e servizi leader nei mercati in forte espansione e che mantengano valutazioni interessanti. Inoltre, il comparto è stato influenzato positivamente dal coronavirus. “Il lockdown ha generato un nuovo livello di dipendenza da internet e dai dispositivi mobili unito a nuove esigenze e maggiore familiarità con l'operatività online. Crediamo che questo trend durerà ben oltre l'attuale crisi ed è per questo che, al momento, circa il 70% della nostra strategia millennial è esposta ad aziende fortemente legate all'operatività online”, ha chiarito Barrs.

Anche il fondo di Kairos potrebbe beneficiare dell'accelerazione impressa dal coronavirus alle aziende in portafoglio. “Ci aspettavamo che il tema d'investimento dei millennial desse i suoi frutti in tre-cinque anni. Ma siamo convinti che il combinato disposto di aiuti fiscali, minori spese, debiti inferiori, voglia di spendere e disoccupazione in calo porteranno nei prossimi 12-24 mesi a un boom dei consumi in Usa, beneficiando le aziende in cui il comparto è investito”, sottolinea Baldissera.