

WSI Tax&Legal

63
PATRIMONI DI FAMIGLIA

66
LEGGE DI BILANCIO



GRANDI PATRIMONI

FAMILY OFFICE E NUOVE GENERAZIONI

Ci sono sei macrotrend destinati a influenzare le modalità
di gestione e conservazione del patrimonio familiare

DI ALESSIA ALLEGRETTI

WSI TAX&LEGAL / PATRIMONI DI FAMIGLIA

Esperta nella pianificazione di grandi patrimoni

Alessia Allegretti è uno dei tre founding partner della sede italiana della Law Firm americana Boies Schiller Flexner. È altresì family officer certificato ex Lege 4/2013 (Elenco Mise). Alessia presta attività di consulenza con riferimento ad operazioni cross-border aventi ad oggetto business e asset familiari/personali.

Nello specifico, Alessia assiste clienti stranieri nell'acquisizione e gestione di business in Italia nonché UHNW nella pianificazione dei propri investimenti. È membro dell'Associazione Il Trust in Italia, dell'Associazione Italiana Family Officer e dell'International Bar Association. È docente presso 24Ore Business School e presso Sda Bocconi School of Management.



La sfida più grande che le famiglie ed i loro family office stanno affrontando in questo momento è il trasferimento di ricchezza alle prossime generazioni. La crisi sanitaria degli ultimi anni ha dato una spinta in tal senso, facendo emergere un generale senso di fragilità ed una maggiore consapevolezza dei propri limiti, spingendo anche i più irriducibili a programmare o quantomeno a riflettere sul proprio lascito alle generazioni successive. Che il cosiddetto passaggio generazionale venga pianificato ed organizzato o meno, una cosa è certa: nei prossimi decenni miliardi di dollari si concentreranno nelle mani dei "Millennial" e della "Generation Z". La distanza con le due generazioni precedenti, "Generation X" e "Baby Boomer" è significativa ed è riassumibile in un diverso modo di guardare il mondo e di sentirsi parte di questo.

Questo trasferimento di ricchezza avrà conseguenze rilevanti sulle modalità e finalità con cui verrà gestito e conservato il patrimonio familiare. A livello globale possono essere senz'altro individuati sei macro-trend che guideranno il settore. Vediamoli di seguito nel dettaglio.

Sostenibilità negli investimenti. Millennial e Gen Z sono più consapevoli ed impegnati socialmente rispetto alle generazioni precedenti. Le performance non finanziarie delle società svolgono un ruolo rilevante nel loro processo decisionale di investimento. Le aziende non si valutano più semplicemente osservando la loro capacità di

produrre denaro ma anche alla luce dei criteri ESG (environmental, social, governance).



SOSTENIBILITÀ
AVRÀ UN IMPATTO
SEMPRE PIÙ
RILEVANTE NEL
TRASFERIMENTO DEI
PATRIMONI FAMILIARI

Sostenibilità nell'economia reale. La voglia di lasciare la propria "impronta sul mondo" si concentra anche sull'economia reale, in primis sull'azienda di famiglia. La gestione del proprio business in un'ottica ESG ha un impatto concreto e quotidiano sugli stakeholders. Ciò non significa mettere da parte la logica di profitto ma partire dal presupposto che questo sarà tanto maggiore e stabile se legato ad una visione strategica di lungo periodo. Anche per chi non ha un business familiare o decide di lavorare altrove, entrare a far parte di un'azienda "responsabile" assume rilevanza fondamentale. Lavorare in modo coerente con i propri valori e, più in generale, essere fiero della realtà aziendale in cui si opera sono aspetti essenziali a fronte dei quali le nuove generazioni sono disponibili a sacrificare anche una parte della propria remunerazione.

Sostenibilità negli acquisti. L'attenzione di Millennial e Gen Z a ciò che li circonda sta inevitabilmente orientando anche i consumi e trasformando l'offerta. Millennial e Gen Z chiedono engagement, personalizzazione e attenzione alla sostenibilità. Si aspettano che i brand abbiano a

La sfida più grande che le famiglie e i loro family office stanno affrontando in questo momento è quello relativo al trasferimento di ricchezza alle prossime generazioni

cuore il pianeta e che siano attenti al well-being dei propri dipendenti.

Personalizzazione. La ricerca di emozioni ed esperienze prevale sul desiderio in quanto tale di possedere beni materiali. Le nuove generazioni richiedono esperienze di acquisto su misura che possano sembrare uniche. Concetti analoghi si ritrovano sul piano finanziario. Millennial e Gen Z richiedono una visione a 360 gradi del loro patrimonio e dei loro interessi, che includa la costruzione di portafogli personalizzati, consigli ad hoc e profili di rischio su misura, oltre che servizi tailor-made.

Filantropia. Le nuove generazioni hanno voglia di impegnarsi e lo fanno in modo sistematico ed organizzato, applicando strategie di business alla filantropia ed obiettivi anche sociali al business. Hanno una visione sistemica globale che intreccia economia e sociale.



TECNOLOGIA
LE NUOVE
GENERAZIONI
IPERCONNESSE
VORRANNO PIÙ
DIGITALIZZAZIONE
NEGLI INVESTIMENTI

Tecnologia e innovazione. Millennial e Gen Z sono iperconnessi, la tecnologia svolge un ruolo centrale nelle loro vite. Hanno molta confidenza con la moneta virtuale e i pagamenti on-line e alle banche tradizionali preferiscono quelle digitali. Sono molto più propensi ad investimenti ad alto rischio rispetto alle generazioni che li hanno preceduti e sono attratti da investimenti alternativi come le criptovalute.

I presupposti per una vera e propria rivoluzione del sistema economico e sociale sembrano esserci tutti. La vera sfida per i family office sarà quella di innovarsi e rinnovarsi a propria volta, creando un ponte che accompagni l'evoluzione del sentire familiare verso le nuove tendenze e sensibilità. Che sia quindi necessario un passaggio generazionale nell'ambito degli stessi family office? La risposta è ragionevolmente positiva. ●

