

# Gen Z: e chi sennò?

**Impariamo a conoscere la Generazione Z, che comprende i nati tra il 1996 e il 2016, cioè circa un terzo del totale della popolazione mondiale.<sup>1</sup> Non hanno mai conosciuto il mondo senza Internet e, con ogni probabilità, sono quasi sempre connessi. Sono anche particolarmente sensibili alle questioni sociali e ambientali e non hanno paura di esprimere le proprie opinioni. Stanno facendo il loro ingresso nel mondo del lavoro e tendono a scegliere aziende attente alla sostenibilità. Sono le altre generazioni che dovranno adattarsi a loro, non il contrario, ed è consigliabile che lo facciano velocemente e in maniera sostenibile perché, a nostro parere, la rivoluzione portata dalla Generazione Z è già in atto.**



**Jens Peers, CFA\***

CEO e CIO, Mirova US\*\*



## In sintesi

- ▶ La Gen Z è la prima generazione a non avere conosciuto il mondo senza Internet: i "Gen Z" sono sempre on-line<sup>1</sup>
- ▶ Si stima che il loro reddito raggiungerà 33 trilioni di dollari entro l'inizio del 2030<sup>2</sup>
- ▶ A nostro parere, è una generazione con un buon livello di sensibilità ambientale e sociale, che vuole impegnarsi su aziende che dimostrino di adottare pratiche sostenibili
- ▶ Riteniamo che, con questa generazione, gli investimenti in alcuni settori siano destinati a crescere: e-commerce, telecomunicazioni, intrattenimento on-line, pagamenti digitali ed ESG\*\*\*

\*CFA® e Chartered Financial Analyst® sono marchi registrati di proprietà di CFA Institute.

\*\*Mirova US LLC è una società di consulenza all'investimento statunitense, partecipata integrale di Mirova. Mirova opera negli Stati Uniti attraverso Mirova US. In base a un accordo stipulato tra Mirova US e Mirova, quest'ultima mette a disposizione di Mirova US le proprie competenze in materia di investimento e di ricerca, che Mirova US unisce alle proprie per fornire consulenza alla clientela.

\*\*\*ESG: fattori ambientali, sociali e di governance

1 – BofA Global Research, OK Zoomer: Gen Z Primer. Dicembre 2020

2 – Euromonitor, BofA Global Research, OK Zoomer: Gen Z Primer. Dicembre 2020

3 – Generation Influence: Reaching Gen Z in the New Digital Paradigm, Center for Generational Kinetics (CGK), indagine commissionata da WP Engine

## La Generazione Z ha un suo tratto distintivo specifico?

A nostro parere, l'elemento caratterizzante della Generazione Z è la tecnologia, perché questi "ragazzi" hanno una dimestichezza del tutto diversa con la tecnologia. A differenza dei Millennial, che sono diventati maggiorenni mentre Internet era in pieno boom, la Generazione Z non sa che cosa sia un mondo senza (un'elevata) connettività. E' una generazione abilissima nel maneggiare applicazioni e social media. Passa più tempo on-line di qualsiasi altra generazione<sup>3</sup> e avrebbe certo difficoltà a fare a meno della connettività: secondo un'indagine condotta negli Stati Uniti dal Central Generational Kinetics, il 58% dei Gen Z si sentirebbe a disagio se restasse senza Internet per più di quattro ore.<sup>3</sup> Un altro elemento chiave è il ruolo del digitale nella vita dei Gen Z: per loro, la linea di demarcazione tra vita on-line e vita off-line è, per usare un eufemismo, sfocata; infatti, secondo la stessa indagine, il 64% degli appartenenti alla Generazione Z dichiara che, entro i prossimi cinque anni, sarà Internet a scandire le loro attività quotidiane.<sup>3</sup>

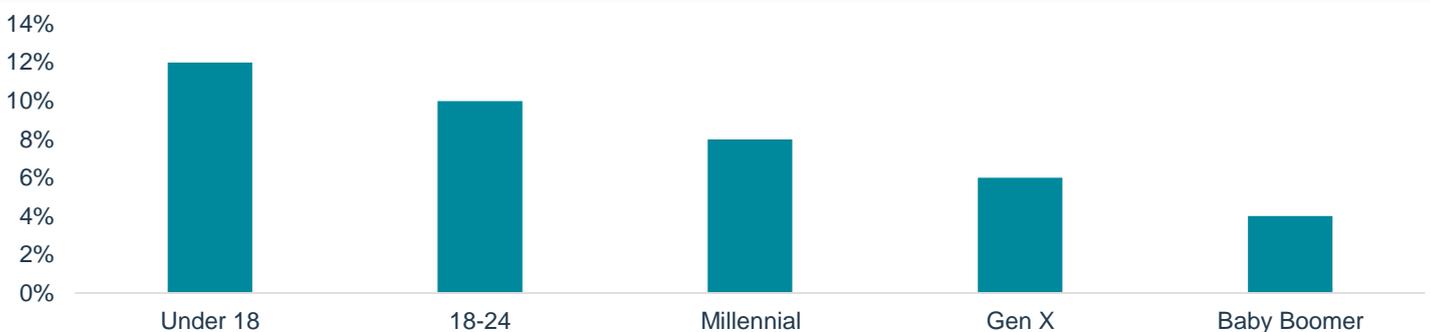


La Generazione Z passerà circa sei anni della propria vita sui social media, più del tempo dedicato complessivamente a mangiare, studiare e socializzare.<sup>1</sup> Fanno tutto on-line, dallo shopping alla manifestazione delle proprie opinioni:<sup>1</sup> oggi

costituiscono la generazione più eterogenea, hanno conosciuto più di dieci anni di movimenti per i diritti umani e sono cresciuti con la consapevolezza dei cambiamenti climatici.

### L'attivismo è un tratto identitario della Generazione Z | Che cos'è più importante per te?

(% di risposte "Attivismo (es.: cambiamenti climatici, giustizia sociale, fare la differenza)")



Fonte: Indagine tematica BofA, n=14.592, agosto 2020 "Che cos'è più importante per te?" tra attivismo, famiglia, carriera, amore, religione, altro.

“ Per loro non è tanto importante ciò che si fa, ma chi si è. La Generazione Z vuole fatti, non parole; quindi, se le aziende vorranno portare dalla loro parte questi "ragazzi", dovranno dare prova di trasparenza e di impegno. ”

Si tratta davvero di un momento cruciale per le aziende che devono rendersi conto che, anche se pensano di avere il prodotto migliore sul mercato, non riusciranno a contare i Gen Z tra i propri clienti se continueranno ad applicare pratiche insoddisfacenti sul piano sociale e ambientale. E sarà un problema non da poco perché, nel

prossimo decennio, questa generazione rappresenterà una grossa fetta del reddito.<sup>1</sup> Si stima infatti che, nei prossimi cinque anni, il reddito dei Gen Z crescerà del 140% e raggiungerà 33 trilioni di dollari entro il 2030 (pari al 27% del reddito mondiale), per poi superare il reddito dei Millennial già nell'anno successivo.<sup>1</sup>

### Secondo voi, quali settori hanno le carte in regola per crescere con la Generazione Z?

La Generazione Z è digitale per natura e, di conseguenza, pensiamo che l'e-commerce sia destinato ad accelerare, soprattutto a causa della pandemia. Tra l'altro, considerando che le società di e-commerce hanno bisogno di impianti di stoccaggio, è plausibile che si registrerà anche una crescita della domanda di magazzini e di imballaggi

responsabili. Prevediamo una crescita anche per i servizi di consegna di pasti e prodotti alimentari, soprattutto in un'ottica vegetariana, visto che la carne non compare nel menù della Generazione Z.<sup>2</sup> Grande importanza avranno anche le società di telecomunicazioni, perché questa è una generazione con gli occhi sempre sul telefono.

1 - Fonte: WHO, 2020, BofA Global Research, OK Zoomer: Gen Z Primer. Dicembre 2020.

2 - Fonte: Indagine tematica BofA, n=14.592, condotta ad agosto 2020 "La carne rientra nelle tue abitudini alimentari?"



Non useranno app o siti Web troppo lenti da caricare. Visto che usano il cellulare per guardare i video, sarà favorito tutto ciò che offre alta connettività. Pensiamo infatti che una parte del settore dell'intrattenimento on-line legata agli e-sport, al gaming, alla musica e allo streaming video abbia un notevole bacino di utenza tra la Generazione Z.

Per non parlare dei social media: il fatto che i Gen Z siano sempre connessi imprime un'accelerazione alle dinamiche di mercato delle piattaforme tecnologiche. Per di più, poiché le soluzioni di pagamento digitale sono lo sbocco naturale di questa generazione, crescerà anche questo settore.

Metodi di pagamento: il credito è out, le nuove tecnologie sono in <sup>1</sup>	Generazioni	Gen Z	Millennial	Gen X	Baby Boomer
	Metodo di pagamento preferito per generazione	Prima scelta			
	Seconda scelta				
	Terza scelta				

## Nel campo degli investimenti, per loro l'ESG è sicuramente una scelta prioritaria: più di 4 Gen Z su 5 pensano di investire in ottica ESG.<sup>2</sup>

Alcune aziende stanno attrezzandosi in questa direzione: le case di moda scelgono modelle di provenienza molto diversa e si affidano a produttori sostenibili. Pur non guidando, la maggioranza dei ragazzi della Generazione Z avrà necessità di spostarsi e vorrà farlo in modo sostenibile: molti costruttori automobilistici hanno già annunciato che, entro il 2030, produrranno esclusivamente auto elettriche. Questo fa

presupporre che i costruttori abbiano già a disposizione i componenti necessari e che questo innescherà una trasformazione massiccia. C'è ancora notevole spazio per ulteriori progressi, perché la Generazione Z è intrinsecamente legata alla tecnologia; non va però dimenticato che questo comporta anche un rischio di sostenibilità. Alla luce di questa riflessione, riteniamo che le aziende dovranno proporre soluzioni giuste per risultare interessanti per questo pubblico. A prescindere dal settore, per i Gen Z sono tre i fattori importanti da considerare in un'azienda: che cosa fa e, soprattutto, come lo fa e a che costo.

“ Per la Generazione Z, o le cose si fanno per bene, o non si fanno affatto. In quest'ottica, se un prodotto comporta un costo ambientale o sociale, i Gen Z non si limitano a non comprarlo, ma pubblicano anche la loro opinione sui social media. Le aziende devono quindi avviare la transizione verso la sostenibilità. ”

1 – Indagine tematica BofA condotta ad agosto 2020 “Quale metodo di pagamento preferisci usare?”

2 – Fonte: BofA Global Research, OK Zoomer: Gen Z Primer. Dicembre 2020. Indagine tematica BofA condotta ad agosto 2020 “Quale di queste situazioni ti preoccupa di più?”



## Informazioni legali

### Informazioni su Mirova

Mirova è una società di gestione patrimoniale dedicata agli investimenti sostenibili e una filiale di Natixis Investment Managers. Grazie al suo stile di gestione basato sulla convinzione, l'obiettivo di Mirova è quello di combinare la ricerca della creazione di valore a lungo termine con lo sviluppo sostenibile. Pionieri in molte aree della finanza sostenibile, i talenti di Mirova sono impegnati nell'innovazione per offrire ai loro clienti soluzioni ad alto impatto ambientale e sociale. Mirova ha 19,6 miliardi di euro in gestione al 31 dicembre 2020. Mirova ha ricevuto l'etichetta B Corp\* e lo status di "Entreprise à Mission" (azienda guidata dalla missione). Mirova US è un consulente d'investimento con sede negli Stati Uniti che è una società interamente controllata da Mirova. Mirova opera negli Stati Uniti attraverso Mirova US. Mirova US e Mirova hanno stipulato un accordo in base al quale Mirova fornisce a Mirova US competenze di investimento e ricerca, che Mirova US combina con le proprie competenze per consigliare i propri clienti. Mirova US ha 4,96 miliardi di dollari in gestione al 31 dicembre 2020.

\*I riferimenti a un rating, un premio o un'etichetta non pregiudicano la performance futura delle strategie o dei manager.

Le informazioni provenienti dalla Bank of America sono state usate con il permesso. Copyright © 2021 Bank of America Corporation ("BAC"). L'uso di quanto sopra non implica in alcun modo che BAC o una delle sue affiliate approvi le opinioni o l'interpretazione o l'uso di tali informazioni o agisca come un'approvazione dell'uso di tali informazioni. Le informazioni sono fornite "così come sono" e né BAC né alcuno dei suoi affiliati garantisce l'accuratezza o la completezza delle informazioni.

I punti di vista e le opinioni espresse possono cambiare in base al mercato e ad altre condizioni. Questo documento può contenere riferimenti a copyright, indici e marchi commerciali che potrebbero non essere registrati in tutte le giurisdizioni. Le registrazioni di terzi sono di proprietà dei rispettivi proprietari e non sono affiliati a Natixis Investment Managers o a nessuna delle sue società collegate o affiliate (collettivamente "Natixis"). Tali proprietari terzi non sponsorizzano, avallano o partecipano alla fornitura di alcun servizio, fondo o altro prodotto finanziario di Natixis. Natixis Distribution, L.P. è un broker-dealer a scopo limitato e il distributore di diverse società di investimento registrate per le quali gli affiliati di Natixis Investment Managers forniscono servizi di consulenza. Queste informazioni non devono essere considerate una raccomandazione ad acquistare o vendere nessuno dei titoli indicati.

Questo documento è un documento non contrattuale a solo scopo informativo.

Questo documento è destinato esclusivamente ai clienti professionali e non professionali come definiti dalla MiFID. Se questo non è il caso e si riceve questo documento in errore, si prega di distruggerlo e di informare Mirova immediatamente.

Questo documento è un documento non contrattuale a solo scopo informativo.

Questo documento non costituisce o fa parte di alcuna offerta, sollecitazione o raccomandazione di sottoscrivere, acquistare o assegnare azioni emesse o da emettere dai fondi gestiti da Mirova Investment Management Company. I servizi presentati non tengono conto di alcun obiettivo di investimento, situazione finanziaria o esigenze specifiche di un particolare destinatario. Mirova non è responsabile per qualsiasi perdita finanziaria o qualsiasi decisione presa sulla base delle informazioni contenute in questo documento e non fornisce alcun servizio di consulenza, in particolare nel campo dei servizi di investimento.

Le informazioni contenute in questo documento si basano su circostanze, intenzioni e linee guida attuali e possono richiedere modifiche successive. Sebbene Mirova abbia preso tutte le precauzioni ragionevoli per verificare che le informazioni contenute in questo documento provengano da fonti affidabili, una parte significativa di queste informazioni proviene da fonti pubblicamente disponibili e/o è stata fornita o preparata da terzi. Mirova non si assume alcuna responsabilità per le descrizioni e i riassunti contenuti in questo documento. Non si può fare affidamento, per qualsiasi scopo, sulla validità, accuratezza, durata o completezza delle informazioni o opinioni contenute in questo documento, o qualsiasi altra informazione fornita in relazione alla strategia. I destinatari dovrebbero anche notare che questo documento contiene informazioni previsionali, emesse alla data di questa presentazione. Mirova non si impegna ad aggiornare o rivedere qualsiasi informazione previsionale, sia a causa di nuove informazioni, eventi futuri o altro. Tutte le informazioni finanziarie, in particolare quelle relative a prezzi, margini o redditività, saranno indicative e soggette a modifiche.

Le informazioni contenute in questo documento sono di proprietà di Mirova. Non può essere comunicato a terzi senza il previo consenso scritto di Mirova. Non può essere copiato, in tutto o in parte, senza il previo consenso scritto di Mirova. La distribuzione, il possesso o la consegna di questo documento in alcune giurisdizioni può essere limitato o proibito dalla legge. Le persone che ricevono questo documento sono pregate di informarsi sull'esistenza di tali limitazioni o divieti e di rispettarli.

Per ulteriori informazioni sulle nostre metodologie, si prega di consultare il nostro sito web [Mirova.com/en/research/demonstrating-impact](http://www.mirova.com/en/research/demonstrating-impact).

La politica di voto e di impegno e il codice di trasparenza di Mirova sono disponibili sul suo sito web: [www.mirova.com](http://www.mirova.com).

Documento non contrattuale, pubblicato in aprile 2021.

### MIROVA

Sociedad de gestión de carteras  
Sociedad anónima francesa Regulada  
por la AMF con el n°GP 02-014 RCS  
París n°394 648 216  
Domicilio social: 59, Avenue Pierre  
Mendes France - 75013 París  
Mirova es una filial de Natixis  
Investment Managers.  
Más información en: [www.mirova.com](http://www.mirova.com)  
Linkedin :  
<https://www.linkedin.com/company/Mirova/>  
Twitter : [https://twitter.com/Mirova\\_RI](https://twitter.com/Mirova_RI)

### NATIXIS INVESTMENT MANAGERS

Società per azioni francese RCS Paris  
n°453 952 681  
Sede legale: 43, Avenue Pierre Mendes  
France - 75013 - Parigi Natixis  
Investment Managers è una filiale di  
Natixis.  
Per maggiori informazioni:  
[www.im.natixis.com](http://www.im.natixis.com) LinkedIn :  
<https://www.linkedin.com/company/natixis-investment-managers>  
Twitter : <https://twitter.com/natixisim>

### MIROVA US

888 Boylston Street, Boston, MA 02199;  
Tel: 857-305-6333  
Mirova US è un consulente d'investimento  
con sede negli Stati Uniti che è una  
società interamente controllata da  
Mirova. Mirova opera negli Stati Uniti  
attraverso Mirova US. Mirova US e Mirova  
hanno stipulato un accordo in base al  
quale Mirova fornisce a Mirova US  
competenze di investimento e ricerca,  
che Mirova US combina con le proprie  
competenze per consigliare i propri  
clienti.  
clienti. MUSTLAE30-21b

## Avvertenze

Il presente materiale viene fornito esclusivamente a fini informativi su richiesta di soggetti che prestano servizi di investimento ed altri Clienti Professionali. Questo material non deve esse usato con gli investitori Retail. Gli intermediari che prestano servizi di investimento sono responsabili nei confronti dei propri clienti dell'offerta o vendita di fondi o servizi a terzi nel rispetto delle norme applicabili nel relativo Paese.

**In Italia** Il presente materiale è fornito da Natixis Investment Managers S.A., società di gestione del risparmio, o dagli uffici della sua succursale Natixis Investment Managers S.A., Succursale Italiana, una società Iscritta nell'elenco allegato all'Albo delle SGR tenuto dalla Banca d'Italia al n. 23458.3. Natixis Investment Managers S.A. è una società di gestione di diritto lussemburghese autorizzata dalla Commission de Surveillance du Secteur Financier e registrata al numero B 115843. La sede legale di Natixis Investment Managers S.A. è 2 rue Jean Monnet, L-2180 Luxembourg, Granducato del Lussemburgo. La sede legale di Natixis Investment Managers S.A., Succursale Italiana è in Via San Clemente 1, 20122 Milan, Italy.

**A Lugano** Il presente materiale e' fornito ai Qualified Investors su base transfrontaliera da Natixis Investment Managers S.A., società di gestione del risparmio, o dagli uffici della sua succursale Natixis Investment Managers S.A., Succursale Italiana, una società Iscritta nell'elenco allegato all'Albo delle SGR tenuto dalla Banca d'Italia al n. 23458.3. Natixis Investment Managers S.A. è una società di gestione di diritto lussemburghese autorizzata dalla Commission de Surveillance du Secteur Financier e registrata al numero B 115843. La sede legale di Natixis Investment Managers S.A. è 2 rue Jean Monnet, L-2180 Luxembourg, Granducato del Lussemburgo. La sede legale di Natixis Investment Managers S.A., Succursale Italiana è in Via San Clemente 1, 20122 Milan, Italy. Natixis Investment Managers S.A. non possiede una licenza FINMA.

Le società sopra menzionate sono strutture commerciali controllate da Natixis Investment Managers, holding che raggruppa varie società di gestione specializzate e strutture commerciali presenti sul territorio mondiale. Le società di gestione e le strutture commerciali controllate da Natixis Investment Managers svolgono le loro attività regolamentate solo nelle o dalle giurisdizioni in cui sono abilitate ed autorizzate. I prodotti ed i servizi offerti possono quindi non essere disponibili in tutti i Paesi, ovvero per tutti i tipi di investitori.

Le informazioni riportate nel presente materiale sono ritenute attendibili da Natixis Investment Managers ; tuttavia non è possibile garantirne precisione, adeguatezza o completezza.

All'interno del presente documento, la presentazione e /o i riferimenti a specifici titoli, settori o mercati non è da intendersi in termini di consulenza su investimenti, sollecitazione o proposta di acquisto o vendita di strumenti finanziari né offerta di servizi finanziari. Prima di ogni investimento, gli investitori devono esaminare con attenzione gli obiettivi di investimento, i rischi, i costi relative a strategie e prodotti. Le analisi, le opinioni, determinati temi di investimento e il processo di investimento descritti in questo documento rappresentano le posizioni del gestore di portafoglio ad una certa data. Tali elementi così come la composizione e le caratteristiche del portafoglio sono soggetti a cambiamento nel tempo. Le evoluzioni future possono non corrispondere alle previsioni formulate nel presente documento.

Il presente materiale non può essere distribuito, pubblicato o riprodotto, in tutto od in parte.

Gli importi riportati si intendono espressi in USD se non diversamente indicato.

**Documento ad uso riservato degli investitori professionali di cui è vietata la diffusione tra il pubblico.**