

Investire, un gioco da ragazzi?



Negli ultimi anni si è assistito ad una democratizzazione degli investimenti. Chiunque, con piccole somme, può investire con relativa facilità in azioni, fondi, criptovalute, materie prime o altri asset tramite siti internet o app per lo smartphone. È una situazione che presenta opportunità ma anche insidie. Soprattutto per i giovani.

Sempre più spesso l'ACSI viene sollecitata in merito alla pubblicità di prodotti per investire indirizzata ai giovani, perlopiù di app per lo smartphone. Effettivamente, è una dinamica già in atto da molti anni: l'accesso agli investimenti si è sempre più democratizzato, coinvolgendo in maniera sempre maggiore anche i giovani. Investire non è più una cosa da ricchi, e neppure una cosa noiosa da "vecchi" o da "adulti".

La conoscenza protegge meglio dell'ignoranza

Innanzitutto occorre dire che l'accesso al mondo degli investimenti anche per piccoli investitori dotati di mezzi limitati non è una cosa negativa. E l'idea che i giovani debbano semplicemente essere "protetti", negandogli o nascondendogli l'accesso a tutto questo, è sbagliata. Al contrario, i giovani devono essere educati. Così come i meno giovani del resto: solo una piccola parte della popolazione ha delle buone competenze in materia di cosa significhi investire in maniera responsabile. Naturalmente, investire non è un obbligo e ognuno può fare ciò che preferisce con il denaro che guadagna. A patto però di essere consapevoli del fatto che tenere i propri risparmi fermi su un conto bancario equivale a perdere costantemente denaro per via dell'inflazione.

Parlare di denaro con i giovani

Parlare di investimenti con i giovani è meglio di non farlo, esattamente come parlare del denaro in generale (o con quelli della pubblicità, degli acquisti online o dell'utilizzo dei mezzi di pagamento come carte o app). Si pensi, più in piccolo, all'esempio della paghetta, del quale abbiamo parlato nella BdS 7 del 2021. I genitori che non permettono ai propri figli di "sperimentare" con il denaro, dandogli una paghetta e lasciandogli operare delle scelte, rischiano di commettere un errore. Soltanto in questo modo infatti i giovani possono comprendere il valore del concetto di risparmio e darsi delle priorità, o capire il peso di spese apparentemente pic-



cole, o ancora sentire direttamente le conseguenze di eventuali errori. Meglio che questi errori vengano commessi presto, con piccole somme e potendo contare sull'appoggio e il consiglio dei genitori, anziché più avanti, con conseguenze certamente più pesanti. Per gli investimenti, il discorso è analogo, anche se bisogna aggiustare l'età: se una paghetta fissa può avere senso fin dalle scuole medie, parlare di investimenti in quella fase appare prematuro.

Un marketing sempre più allegro

Veniamo ad alcuni esempi di quanto detto in precedenza. Si è molto discusso negli ultimi mesi dello stile di pubblicità e comunicazione dei promotori di alcuni prodotti per investire. Si pensi ad esempio a Yuh, un'app di Postfinance e Swissquote per svolgere le proprie attività bancarie (depositare denaro, effettuare pagamenti e così via) che consente però anche di investire in molteplici asset come azioni, ETF (un tipo di fondi) o criptovalute. O ancora all'app CSX di Credit Suisse, pubblicizzata in maniera martellante con immagini che ricalcano la serie La casa di carta, molto amata dai giovani. In questo caso, il richiamo è evidente: nella serie i protagonisti pianificano una rapina nientemeno che alla zecca di Spagna, facendosi stampare banconote a volontà. Forse che investendo tramite questa app riceverò facilmente

fiumi di banconote, si chiederà un potenziale giovane cliente (o almeno questo si augurano gli ideatori della campagna)? Il caso di Yuh è ancora più emblematico: il sito internet di questa app, fra grafiche accattivanti e affermazioni semplicistiche rivolte a un pubblico chiaramente giovane, presenta un rischio di banalizzazione di temi complessi. Investire sarebbe "un gioco da ragazzi" e investendo tramite Yuh si può diventare "azionisti di Serie A". Le criptovalute vengono semplicemente definite "una delle classi di attivi più in voga del momento", quasi investire fosse una questione di moda come comprarsi un paio di scarpe. La loro estrema volatilità non è messa in evidenza. Si parla anche di "sovertire le regole rigide e noiose delle tradizionali attività bancarie", come se il denaro fosse soltanto un gioco con il quale divertirsi. L'affermazione "veni, vidi, vici, con i nostri ETF" sembra indicare che investendo negli ETF proposti da Yuh sia scontato che si "vinca". E via di seguito.

Servono competenze sempre maggiori

Questo largo accesso agli investimenti, indipendentemente dalla propria situazione finanziaria o dalla fase della vita nella quale ci si trova, rende necessarie competenze sempre maggiori. Perché come sempre, chi conosce correrà meno il rischio di farsi fregare o prendere delle grosse cantonate. Mentre chi ignora, sarà più facilmente alla mercé della pubblicità e delle strategie di vendita. Per questo motivo, vale la pena parlare di investimenti con i giovani, o indirizzarli verso qualcuno che abbia le competenze per farlo. In questo modo avranno gli strumenti per vedere al di là dei messaggi pubblicitari, mantenere uno sguardo critico e operare delle scelte razionali, proporzionate ai propri mezzi. Occorre infine precisare che malgrado nell'era di internet ci sentiamo tutti autodidatti e in grado di imparare da soli, per questi temi il consiglio di figure professionali competenti non può essere sostituito dalla visione di qualche breve video su YouTube.