

# I SOLDI IN TESTA

Lezione N° 220 – 20 aprile 2017

## Alcuni principi per cercare di attuare il passaggio generazionale

Passerò in rassegna una serie di criticità, ostacoli che possono però anche tradursi, se ben sfruttati, in opportunità e leve psicologiche. Talvolta, purtroppo, si tratta di motivi e ostacoli che possono sommarsi e intrecciarsi gli uni con gli altri creando un cemento difficile da spezzare. Conoscendoli sarà più facile analizzarli e quindi, raggiungere l'obiettivo del passaggio generazionale.

### Primo principio: il decentramento

I dati mostrano che, in Italia, a differenza dei paesi che hanno fatto la rivoluzione industriale due o tre generazioni prima di noi, la grande maggioranza dei patrimoni sono il frutto di risparmi che sono stati cumulati, sottratti cioè ai consumi, nell'ultimo mezzo secolo, almeno in massima parte. In parole povere il patrimonio da trasmettere è per lo più il frutto delle attività di lavoro del cliente stesso, quello che ha interagito con quel consulente. Per questo motivo il patrimonio è una testimonianza di vita, punto a sfavore del passaggio generazionale, ma è anche stato gestito da un consulente per molto tempo. Questa condizione di "fiducia" è probabilmente uno dei punti che favoriscono molto chi ha avuto un consulente rispetto a chi non lo ha avuto. Questo capitale di fiducia è una buona leva per indurre il cliente a "prendere in considerazione" il passaggio generazionale.

Una strategia da adottare per il passaggio generazionale consiste nel rendere autonomo il patrimonio, nello staccarlo gradatamente da colui che lo ha generato, facendolo vivere di vita propria. Se il patrimonio resta al centro della sua vita, al cuore dei cerchi concentrici che contengono le cose più care, allora questa operazione di distacco è dolorosa.

Se invece il patrimonio appartiene psicologicamente non all'IO, ma al NOI, al proprietario e alle future generazioni, allora potremo avere un decentramento che sarà una delle premesse per il passaggio generazionale.



**Strategia di decentramento:** i cerchi concentrici rappresentano ciò a cui il cliente tiene di più. Il passaggio generazionale sarà un ampliamento dall'IO al NOI. Non una rinuncia, ma un'estensione. Non un fermarsi al presente, ma un proiettarsi nel futuro. Un'occasione anche per rimettere in discussione le scelte del passato, per vincere le inerzie.

## The Economist house-price indicators

December 2016 or latest available

	Real % change		Under(-)/over valued*, %, against:	
	on a year earlier	Since Q1 2007	Rents	Income <sup>†</sup>
New Zealand	12.7	35.9	114	59
China	12.0	29.9	36	na
Canada	11.1	47.4	112	46
Ireland	5.9	-35.7	30	1
Germany	5.6	31.4	-2	-4
Britain	5.3	-3.8	45	30
Spain	4.2	-36.0	25	16
United States	3.7	-15.0	11	-3
Hong Kong	2.9	129.8	86	49
Australia	2.4	34.8	71	50
Japan	2.3	5.2	-21	-31
Switzerland	1.7	35.5	3	nil
France	1.5	-5.9	28	22
Italy	-1.1	-25.7	-7	-2
Singapore	-3.1	10.1	17	-42

Sources: Haver Analytics; OECD; Thomson Reuters; national statistics offices; *The Economist* \*Relative to long-run average <sup>†</sup>Disposable income per person

Economist.com

I dati dell' Economist concordano in sostanza con quelli di Nomisma. Un punto da affrontare in occasione del passaggio generazionale: la ristrutturazione del portafoglio, liberarsi da immobili che non ci servono se non come servizio. Gli immobili come forma di investimento sono stati invece un disservizio per il nostro patrimonio complessivo e il 2007 è stato un "punto di non ritorno". Fonte: Economist modificata.

La più grande inerzia degli italiani, nel complesso, è quella connessa all'aver destinato, in media, più della metà del patrimonio a investimenti immobiliari.

La seconda consiste nel non aver superato i vincoli dell'assicurazione comportamentale bloccando un quinto del patrimonio in forme liquide o semi-liquide per il "non si sa mai". Tornerò su questi due punti.

### Secondo principio: la diversificazione affettiva

Se perdiamo parte del controllo di qualcosa, se qualcosa non è più nostro, ma diventa gradatamente di una persona che ci è cara, noi perdiamo il possesso materiale ma, ampliando la cerchia del possesso, distribuendola, aumentiamo il controllo emotivo, espandiamo il nostro io, una cosa che era nostra diventa di altri, esce nel mondo. Si tratta di una sorta di diversificazione affettiva.

Come, in pratica, attuare la diversificazione affettiva? Quali spunti utilizzare?

Una prima avvertenza cruciale: il passaggio generazionale non ha nulla a che fare con un bilancio della vita concomitante a un passaggio generazionale dei beni. La tendenza a vedere le cose in questo modo va assolutamente preclusa, prevenuta, spezzata. Non una sorta di bilancio dei beni che corrisponde a un bilancio degli affetti, entrambi alla fine di un ciclo che sembra concludersi definitivamente, un "punto di non ritorno".

Come, ad esempio, nel celebre passaggio che segna la fine della vita del Principe nel romanzo *Il Gattopardo* di Tomasi di Lampedusa:

Nell'ombra che saliva si provò a contare per quanto tempo avesse in realtà vissuto. Il suo cervello non dipanava più il semplice calcolo: tre mesi, venti giorni, un totale di sei mesi, sei per otto ottantaquattro ... quarantottomila ...  $\sqrt{840.000}$  ... (Giuseppe Tomasi di Lampedusa, Feltrinelli, 1958, p. 296)

Va invece riportato in un quadro "normale", non eccezionale, di manutenzione fiscale, di ottimizzazione del portafoglio.

Ecco gli spunti pratici, le leve psicologiche per introdurre tale operazione dal punto di vista dei legami affettivi:

Ricordare che le scelte sono da effettuarsi tenendo presente la distinzione tra:

1. le cose che crediamo sapere,
2. quelle che sappiamo di non sapere,
3. quelle che non sappiamo di non sapere.

Il punto 3 è cruciale per il passaggio generazionale: prepararsi per tempo, rendersi non vulnerabili alle cose che sappiamo di non sapere.

**Più possibilità** - Per quanto concerne le decisioni relative alle cose che crediamo sapere vanno prese in considerazione tutte le possibilità per trovare il cammino più soddisfacente: ampliare le conoscenze fiscali e legali per prendere in considerazione i vantaggi del passaggio generazionale.

**Assicurarsi** - Per quanto concerne le scelte connesse a eventi futuri, quelli che sappiamo di non sapere, possiamo cercare di assicurarci se questi scenari sono noti e ci è data la possibilità di assicurarci contro eventuali eventi negativi. Uno dei fattori facilitanti il passaggio generazionale consiste nel considerarlo come una sorta di assicurazione sul futuro.

**La differenziazione** - Per quanto concerne tutto il vasto campo delle cose che non sappiamo di non sapere, l'unica via di salvezza è la differenziazione. Non puntiamo le nostre energie e risorse su quello che crediamo essere, in quel momento contingente, il cavallo vincente. Uno dei vantaggi del passaggio generazionale consiste nel considerarlo come una sorta di differenziazione dei "futuri".

**Distribuire le speranze** - Tenendo aperte più porte possibili, distribuiremo le nostre speranze e le nostre delusioni su tutte queste eventualità, anche se oggi sono in parte sconosciute. Uno dei vantaggi del passaggio generazionale consiste nel considerarlo come una sorta di differenziazione delle "speranze" in diversi "futuri".

In funzione del profilo e della situazione del cliente, si può adottare un mix di tali approcci e di tali argomentazioni, calibrandone il peso e i tempi.



**Prof. Paolo Legrenzi**  
Laboratorio di Economia  
Sperimentale  
Paolo Legrenzi (Venezia,  
1942) è professore emerito  
di psicologia cognitiva  
presso l'Università Ca'  
Foscari di Venezia, dove  
coordina il Laboratorio  
di Economia Sperimentale  
nato dalla partnership  
con GAM. È membro  
dell'Innovation Board  
della Fondazione  
Università Ca' Foscari.

[www.gam.com](http://www.gam.com) seguiteci anche su:



---

### Disposizioni importanti di carattere legale

I dati esposti in questo documento hanno unicamente scopo informativo e non costituiscono una consulenza in materia di investimenti. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento rappresentano la situazione congiunturale attuale e possono subire cambiamenti. GAM non è parte del Gruppo Julius Baer.