

# Oltre il trofeo

La Next Gen sta cambiando radicalmente il mercato dell'arte e del lusso  
Si afferma un approccio "stealth wealth", che rifugge l'ostentazione

DI ALESSIA ZORLONI

In Italia siamo abituati a pensare alla ricchezza come qualcosa da esibire: supercar in Costa Smeralda, borse griffate a Capri, scatti patinati a Cortina. Ma esiste un'altra Italia — più discreta e forse più solida — dove la prosperità non si misura in ciò che si mostra, bensì in ciò che si custodisce. È la filosofia della ricchezza silenziosa, o **stealth wealth**: vivere bene, senza bisogno di farlo sapere a tutti.

## Cambiamento generazionale

Pur essendo cresciuti nell'era dell'esibizionismo social, **Millennial e Gen Z** — le cosiddette NextGen — stanno ridefinendo il concetto stesso di successo. Dopo anni in cui il valore personale è stato misurato in like e visibilità, sta emergendo una certa stanchezza verso la **spettacolarizzazione del denaro** e il bisogno di autenticità. Il desiderio di apparire "belli, felici e ricchi" attraverso filtri e una narrazione costruita ad hoc, ha generato frustrazione, confronto sociale e un senso di alienazione. Le NextGen, stanche di questa dinamica, si stanno orientando sempre più verso un approccio "low profile" che diventa un nuovo codice estetico ed etico. Dalle passerelle di Parigi agli investimenti in arte, sta nascendo una nuova forma di lusso: **il quiet luxury**, un paradigma che mette al centro la **libertà finanziaria** invece dell'apparenza.

## Dal possesso al significato

Per i NextGen, il lusso non coincide più con il possesso, ma con la **scelta consapevole**.



DEFINIZIONE DI BENESSERE: GENERAZIONI A CONFRONTO

Generazione	Reddito medio a 30 anni	Costo della vita	Aspettative sociali	Definizione di benessere
<b>Boomers (nati 1946–64)</b>	Stipendio stabile, un salario bastava per mantenere una famiglia	Basso (casa, energia, istruzione accessibili)	Casa di proprietà, matrimonio, figli, pensione certa	Stabilità, proprietà, sicurezza economica
<b>Gen X (1965–80)</b>	Salari in crescita, spesso doppio reddito (coppie lavoratrici)	Medio (case più care ma ancora accessibili)	Avanzamento professionale, consumo di massa, status simbolo (auto, tecnologia)	Successo professionale e consumo vistoso
<b>Millennials (1981–96)</b>	Stagnazione salari reali, precarietà diffusa	Alto (casa difficile, istruzione costosa, inflazione su servizi)	Esperienze, viaggi, autorealizzazione, work-life balance	Libertà personale, esperienze, flessibilità
<b>Gen Z (1997–2012)</b>	Reddito iniziale basso, contratti instabili, gig economy	Molto alto (affitto/casa quasi inaccessibile, inflazione servizi)	Autenticità, sostenibilità, indipendenza	Qualità della vita, sostenibilità, tempo libero

La preferenza si sposta verso oggetti che raccontano una storia, beni durevoli ed **esperienze immateriali** come viaggi, formazione e relazioni. Questo atteggiamento non è solo estetico, ma valoriale: è un modo per sottrarsi alla corsa dell'ostentazione e riappropriarsi del tempo libero e dell'autenticità.

#### Impatto sul mercato

Nel mercato dell'arte e dei beni da collezione si è passati da una logica speculativa — quella delle wet painting acquistate come status symbol — a una più intima e identitaria, dove l'opera diventa espressione culturale più che patrimoniale. Il fenomeno **Daytona-Royal Oak-Nautilus** ha raggiunto

il suo apice: oggi il collezionista sofisticato cerca pezzi d'epoca, modelli rari, orologiai indipendenti come Philippe Dufour o F.P. Journe. La stessa tendenza si osserva nel design con la riscoperta di forme pure, materiali autentici e **maestri del Novecento** come Carlo Scarpa, **Giò Ponti** e **Carlo Mollino**. Anche nel collezionismo automobilistico, cresce l'interesse per modelli con storia e restauro filologico, piuttosto che per supercar da copertina.

#### Paradigma di valore

La ricchezza silenziosa non riguarda solo cosa si compra, ma come si vive e si investe. Le nuove generazioni cercano equilibrio tra libertà e stabilità, e questo si riflette anche

nel lavoro e nella gestione del patrimonio. Non vogliono “vivere per lavorare”, ma **lavorare per vivere**, in contesti che garantiscano dignità, crescita professionale, formazione e tempo libero. Valori come *work-life balance* e flessibilità diventano centrali. Nel wealth management, ciò impone un cambio di paradigma: l'arte e il collezionismo non vanno più proposti come asset “alternativi” per generare alfa finanziario, ma come strumenti capaci di produrre **alfa culturale** e di rafforzare il posizionamento di imprese anche in chiave di responsabilità sociale. Il compito dei private banker non è più solo far crescere il capitale, ma aiutare i clienti a distinguere tra valore di mercato e valore di



significato, costruendo portafogli che integrano dimensioni identitarie, relazionali e narrative accanto a quelle finanziarie.

#### Libertà al primo posto

Chi abbraccia la ricchezza silenziosa non misura il proprio valore da ciò che possiede, ma da quanto è libero. Libertà di tempo, di scelta, di dire “no” a ciò che non piace e

“sì” a ciò che conta davvero. Perché la **vera ricchezza** non è esibizione ma **indipendenza**. È il privilegio di vivere secondo i propri valori per realizzare una vita autentica e soddisfacente.

#### Le regole non scritte

##### 1. **Vivere sotto le proprie possibilità**

Non è rinuncia, ma libertà

di scegliere in base ai propri obiettivi

##### 2. **Privilegiare esperienze rispetto ai beni**

Un viaggio, un corso, un progetto condiviso generano un valore più duraturo rispetto a un acquisto materiale

##### 3. **Investire con pazienza e metodo**

Niente scommesse o scorciatoie: la crescita finanziaria avviene con disciplina, attraverso strumenti solidi e strategie di lungo periodo

##### 4. **Resistere all'effetto “lifestyle creep”**

Quando il reddito aumenta, evitare di alzare il tenore di vita in modo proporzionale e reinvestire il surplus o destinarlo alla filantropia

#### Il glossario del nuovo lusso

- **Stealth wealth:** ricchezza non ostentata, riconoscibile solo da chi la conosce.
- **Quiet luxury:** stile sobrio, materiali pregiati, assenza di loghi.
- **Luxury shame:** imbarazzo nel mostrare ricchezza, fenomeno crescente in Asia.
- **Low profile collecting:** collezionare in modo discreto beni unici, con valore culturale più che mediatico.
- **Cultural alpha:** ritorni non finanziari in termini di status, network, legittimazione culturale.
- **Soft power patrimoniale:** usare arte, design e savoir-faire come leva di prestigio invisibile. ▶