



L'impatto della tecnologia nei clienti bancarizzati

Executive Summary

1. Obiettivi e Principali evidenze
2. L'indagine
 - a. Il campione
 - b. Possesso conto corrente e home banking
 - c. Competenze digitali e uso di servizi finanziari digitali
 - d. Digitalizzazione e gestione del denaro
 - e. Consapevolezza e digitalizzazione

1

Obiettivi e Principali evidenze

- L'osservatorio sugli atteggiamenti finanziari dei target più deboli condotto in collaborazione con il Museo del Risparmio e Banca Intesa, ha ormai consolidato una continuità che permette di evidenziare fenomeni di medio periodo
- Oltre **all'aggiornamento di indicatori di base** sull'alfabetizzazione economico-finanziari, quest'anno è stato oggetto di studio **l'alfabetizzazione percepita e l'orientamento dei diversi target** nei confronti **dell'uso dei device al servizio della gestione finanziaria**.
- Obiettivi chiave dell'indagine sono stati dunque quelli di individuare
 1. **Se e come le competenze tecnologiche**, con particolare riferimento all'uso dei device, **rendano facile, accessibile a tutti ed efficiente la gestione degli aspetti economico-finanziari della propria vita**;
 2. **Se e quanto la disponibilità di informazioni e gli sviluppi in ambito di comunicazione dei prodotti** (pensiamo all'infografica) **contribuiscano all'alfabetizzazione economico-finanziaria degli italiani**.

Le competenze digitali: le specificità italiane

- Secondo l'ultimo rapporto di *We Are Social* (2020), l'Italia risulta un Paese **matturo e connesso** per quanto riguarda **l'uso di internet e dei social**. Gli user internet sono pari all'82% della popolazione e gli user di social media sono il 58%
- Tuttavia se si guarda nello specifico alle **competenze digitali**, secondo i dati europei (DESI 2019) **oltre la metà degli italiani è basso-competente**. A ciò corrisponde un ritardo a livello nazionale, dove l'Indice di Digitalizzazione dell'Economia e della Società è **tra i più bassi d'Europa** (quartultimo posto)
- Nel nostro campione intervistato, generalmente evoluto e con buone conoscenze tecniche, **emergono dei gap sensibili** che ripercorrono alcune spaccature sociodemografiche:
 - **Giovani vs maturi**, con i secondi meno competenti
 - **Uomini vs donne**, con i primi più presenti tra gli alto competenti, e le seconde con competenze meno tecniche e più orientate all'uso dei social
 - ✓ In particolare è **a partire dai 35 anni** che emergono i maggiori gap tra uomini e donne.

- Se da una parte ci si aspetta che **lo sviluppo del mondo digitale renda più facile, democratico ed economico accedere a servizi innovativi**
- Dall'altra **restare indietro** nell'acquisizione di competenze tecnologiche di base può portare a **una forma di esclusione ancora più marcata** e profonda:
 - In un mondo in cui l'innovazione è innovazione digitale e riguarda tutti i servizi e i prodotti rivolti ai cittadini-consumatori, **chi non ha competenze tecnologiche viene di fatto sempre più limitato nelle scelte e nelle possibilità**, e dunque **estromesso dalla gestione attiva e autonoma** della propria vita nei suoi principali aspetti: relazionali, comunicativo-informativi, lavorativi, economico-finanziari, ecc.

Il pericolo di un'autopercezione errata delle proprie competenze

- L'autovalutazione delle competenze digitali fa emergere un ulteriore **fattore di rischio** che merita attenzione: una parte, seppur minoritaria, degli intervistati **si percepisce molto più competente di quanto non sia in realtà**
- A fianco ai 'Basso competenti' è dunque possibile individuare un secondo gruppo di individui a rischio: i **'Non consapevoli'** che
 - Non sono sufficientemente alfabetizzati
 - Non hanno consapevolezza delle proprie capacità e dei propri limiti
 - E dunque possono sottovalutare l'esistenza di pericoli digitali.

Lo smartphone: la via italiana all'home banking

- **Grazie** alla diffusione degli **smartphone**, l'Italia risale i ranking europei quando si parla di **diffusione di app bancarie e utilizzo di home banking**
 - Se nel nostro campione di intervistati oltre l'80% degli individui utilizza app per i pagamenti, anche a livello nazionale ben il 58% della popolazione user internet utilizza applicazioni per effettuare pagamenti e consultare il proprio conto (Exton Consulting, 2018)
- Anche se **il pc** continua a essere lo **strumento preferito per effettuare operazioni** (grazie a dimensione dello schermo e tastiera), è lo **smartphone** ha dimostrare **maggiori potenzialità**, grazie a tre peculiari vantaggi: è estremamente **personale**, è **sempre con noi** e **sempre connesso**
 - Non solo dunque è **una fortissima alternativa per chi non ha a disposizione un pc** (perché non fa un lavoro alla scrivania, perché non lo sa usare, perché non ha la connessione internet a casa, ecc.)
 - Ma può trasformarsi nel **primo punto di contatto con la banca**, sia in termini di **operatività** che di **alfabetizzazione economica**

I pagamenti digitali tra interesse e cautela

- **L'approccio ai nuovi strumenti di pagamento digitali** risente della **capacità di usare la tecnologia**: all'aumentare delle competenze digitali corrisponde **uno sguardo più completo** sugli smart payment
 - Non solo in termini di **aspettative positive**
 - Ma anche in termini di **attenzione ai possibili pericoli** insiti nelle nuove possibilità
- A livello generale le opinioni degli italiani verso il futuro dei pagamenti si distribuiscono tra atteggiamenti di **apertura al nuovo** e di **cautela**, guidati da scelte più tradizionali e abituali. Infatti:
 - La richiesta di **semplificazione dei passaggi** per effettuare operazioni digitali deve essere bilanciata da **meccanismi di sicurezza**
 - Le nuove app vengono apprezzate soprattutto quando si occupano di rispondere a **bisogni quotidiani** legati alla **gestione delle spese** più che quando si tratta di prendere decisioni delicate e strategiche

Un mercato economico-finanziario più inclusivo

- Gli intervistati coltivano la speranza di **un mercato economico-finanziario più ampio**, con maggiore **concorrenza e trasparenza**, ed anche **più inclusivo**, alla portata di tutti
 - Tuttavia **permangono ancora delle barriere e dei timori**:
 - Nei confronti di **sé**: la paura di cedere all'**impulsività** nelle scelte e negli acquisti
 - Nei confronti del **fuori di sé**: il **controllo** degli istituti di credito e la possibilità che aumentino le **disparità sociali** guidate dal digital divide e dall'alfabetizzazione digitale
- Necessità di generare/ripristinare **un circolo virtuoso della fiducia** (in se stessi e nelle banche)

La sinergia tra competenze digitali e finanziarie

- Al di là di timori, pregiudizi e aspettative, quasi la metà della popolazione italiana user internet **dichiara di servirsi di strumenti digitali per mettere a punto e gestire il proprio piano economico-finanziario**
 - Si tratta soprattutto di **uomini, giovani**, persone **alto-istruite**, con uno **stile di vita sopra la media** e con le migliori **competenze digitali**
- Per il segmento maggiormente evoluto **gli strumenti digitali fanno parte anche della gestione strategica** della sfera economico-finanziario, non solo dunque dell'operatività quotidiana.
- **Le competenze digitali e finanziarie entrano così in piena sinergia**
 - Un alto competente digitale su due dichiara di **aver aumentato le proprie conoscenze** in ambito economico-finanziario proprio grazie all'uso che fa degli strumenti digitali

- Permane tuttavia ancora una parte di popolazione che nutre **scetticismo verso le nuove tecnologie** digitali anche e soprattutto a causa di una minore competenza nel loro uso
- Si tratta di persone che non cogliendo in generale il potenziale impatto dei nuovi strumenti **non riconoscono ad essi un possibile ruolo nell'aumento dell'alfabetizzazione economico-finanziaria**
- Per i **sementi più fragili** (donne, meno giovani, basso istruiti e persone con basso reddito) le barriere di accesso agli strumenti tecnologici restano forti, e se
 - Da una parte **contengono i rischi** di eventuali abusi o usi distorti degli strumenti digitali
 - Dall'altra costituiscono **un fattore di rallentamento dei processi di inclusione**

L'INDAGINE

2

Metodologia e campione

- Sono state condotte **2020 interviste** attraverso una **metodologia CAWI** a un campione **rappresentativo** della popolazione italiana, **user internet**, di 16-64 anni, per **aree geografiche Nielsen** e **fasce d'età**, composto da:
 - **1029 Donne**
 - **991 Uomini**
- Il campione è stato **analizzato** secondo le principali **variabili sociodemografiche**:
 - Sesso
 - Età
 - Scolarità
 - Area geografica di residenza
- Sono state inoltre costruite **tre segmentazioni** per:
 - Titolo di studio
 - Stile di vita
 - Competenze digitali
- Il field si è svolto dal **2 al 9 dicembre 2019**.

Il campione: profilazione sociodemografica

ETÀ

16-24 anni	15.0%
25-34 anni	17.7%
35-44 anni	21.1%
45-54 anni	25.1%
55-64 anni	21.0%



TITOLO DI STUDIO

Master, Laurea	42.1%
Media sup.	50.2%
Media inf.	7.1%
Elementare	0.5%



STATO CIVILE

Celibe/Nubile	40.4%
Coniugato	51.9%
Separato	3.0%
Divorziato	3.8%
Vedovo	0.8%



AREA GEOGRAFICA

Nord Ovest	26.1
Nord Est	18.9
Centro	19.9
Sud e Isole	35.0



AMPIEZZA CENTRI

Fino a 10 mila	24.8
10-30 mila	24.2
30-100 mila	24.4
Oltre 100 mila	26.6

Segmentazione: titolo di studio, stile di vita, competenze digitali

Sono state costruite **tre segmentazioni relative al titolo di studio** (D45); **all'autopercezione dello stile di vita** (D6) e **alle competenze digitali** (D12 e D13).

Il particolare le tre segmentazioni sono state ottenute:

- Titolo di studio
 - "Alto": aggregando formazione universitaria e post universitaria
 - "Medio": diploma di scuola superiore
 - "Basso": aggregando licenza di terza media ed elementare
- Stile di vita
 - "Alto": aggregando molto alto e alto
 - "Medio": nella media
 - "Basso": aggregando basso e molto basso
- Competenze digitali
 - "Alto": voto 6-10 alla D12 e conoscono almeno 9 azioni alla D13
 - "Medio": voto 6-10 alla D12 e conoscono da 4-8 azioni alla D13
 - "Basso": voto 1-5 alla D12 oppure conoscono meno di 4 azioni alla D13.

Segmentazione: titolo di studio, stile di vita, competenze digitali

	TOT	TITOLO DI STUDIO			STILE DI VITA			COMPETENZE DIGITALI		
		Alto	Medio	Basso	Alto	Medio	Basso	Alto	Medio	Basso
Base	2020	648	1153	219	261	1251	508	848	889	283
Uomini	49.1	49.4	48.9	48.9	56.3	49.9	43.3	60.7	39.9	42.8
Donne	50.9	50.6	51.1	51.1	43.7	50.1	56.7	39.3	60.1	57.2
16-24	15.0	6.5	18.3	23.3	20.7	14.2	14.2	15.3	16.5	9.5
25-34	17.7	24.5	15.3	10.0	19.5	18.1	15.7	21.7	15.9	11.3
35-44	21.1	27.5	18.8	14.6	22.2	21.0	20.9	22.3	20.9	18.4
45-54	25.1	23.3	25.5	28.8	21.8	25.4	26.2	24.4	24.3	30.0
55-64	21.0	18.2	22.1	23.3	15.7	21.3	23.0	16.3	22.4	30.7
Nord Ovest	26.1	25.5	25.8	29.7	25.7	26.9	24.4	25.0	27.1	26.5
Nord Est	18.9	15.0	19.9	25.6	19.9	19.7	16.5	18.4	19.3	19.1
Centro	19.9	23.3	18.9	15.1	22.6	19.3	20.1	19.7	20.4	19.1
Sud e Isole	35.0	36.3	35.4	29.7	31.8	34.1	39.0	36.9	33.2	35.3

3

Conto corrente e
Home banking

Dal lavoro all'indipendenza economica: donne ancora indietro

NEW

	Tot	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	2020	991	1029	134	170	143	214	189	238	283	225	242	182
Lavorano o sono in pensione	70.3	81.5	59.4	32.8	27.1	70.6	63.1	91	67.2	92.6	67.6	94.7	64.8
Disoccupati con sussidio	1.6	0.9	2.2	0.0	3.5	1.4	1.9	0.0	2.1	1.8	2.2	0.8	1.6
Percepiscono un reddito (da lavoro, pensione o sussidio)	69.9	80.9	59.4	37.3	32.9	74.8	64.0	86.3	65.1	91.8	66.3	91.7	62.6
Sono indipendenti (completamente o parzialmente)	78.3	87.5	69.5	62.7	57.1	78.3	74.8	92.1	75.2	95.4	68.5	93.8	68.7
Sono completamente indipendenti	50.3	63.4	37.8	18.7	16.5	51.0	37.9	75.7	43.7	72.8	43.6	74.8	42.9

Base: totale campione – Valori %

Possesso conto corrente: il divario di genere a partire dagli over 35



	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	991	1029	134	170	143	214	189	238	283	225	242	182
Sì, ce l'ho e lo gestisco in autonomia	81.6	67.2	48.5	51.2	82.5	74.8	86.2	70.6	89.8	66.7	86.4	69.8
Sì, ce l'ho ma non lo gestisco in autonomia	10.5	14.7	20.9	12.9	7.0	12.1	10.6	15.1	7.8	16.4	9.9	16.5
No, non ce l'ho	7.9	18.1	30.6	35.9	10.5	13.1	3.2	14.3	2.5	16.9	3.7	13.7
TOTALE SÌ	92.1	81.9	69.4	64.1	89.5	86.9	96.8	85.7	97.5	83.1	96.3	86.3

Anche per questo indicatore il **divario di genere** diviene più consistente **a partire dai 35 anni**: il 3.2% degli uomini non ha un conto corrente vs il 14.3% delle donne. Il massimo divario nella fascia d'età successiva: solo il 2.5% dei 45-54enni non ha il conto vs il 16.9% delle donne (si veda appendice).

Possesso Home Banking / App: divario di genere a partire da over 45

D15. Lei ha attivato il servizio di home banking, cioè la possibilità di accedere al suo conto corrente via internet?
 D17. Ha anche l'app della sua banca sullo smartphone?

	Tot	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
<i>Base Possessori Conto</i>	1756	913	843	93	109	128	186	183	204	276	187	233	157
Home banking	90.2	92.8	87.4	87.1	85.3	92.2	89.8	95.1	93.6	93.5	85.6	92.7	80.3
<i>Base Possessori Home banking</i>	1584	847	737	81	93	118	167	174	191	258	160	216	126
App di banca	85.2	87.0	83.2	84.0	89.2	87.3	91.0	94.3	82.7	87.2	77.5	81.9	76.2

4

Competenze
digitali e uso di
strumenti e servizi
finanziari digitali

Autovalutazione delle competenze digitali: a partire dagli over 35 emergono differenze di genere

D12. Parliamo ora di competenze digitali e capacità di utilizzare le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione. In generale come valuta le sue competenze?(Una sola risposta)

	TOT	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	2020	991	1029	134	170	143	214	189	238	283	225	242	182
Voti 8-10	55.1	59.1	51.3	61.9	60.6	62.9	63.1	68.3	51.3	56.5	42.7	51.2	39.6
Voto medio	7.5	7.6	7.4	7.7	7.7	7.9	7.9	7.9	7.4	7.6	7.2	7.4	7.0

	TOT	TITOLO DI STUDIO			STILE DI VITA			COMPETENZE DIGITALI		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
Base	2020	648	1153	219	261	1251	508	848	889	283
Voti 8-10	55.1	61.4	54.6	39.3	65.1	56.2	47.4	81.6	44.7	8.8
Voto medio	7.5	7.8	7.5	6.9	7.8	7.6	7.3	8.4	7.4	5.3

Base: totale campione – Valori %

I non consapevoli: alta autovalutazione a fronte di scarsa conoscenza reale

NEW

D12. Parliamo ora di competenze digitali e capacità di utilizzare le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione. In generale come valuta le sue competenze?(Una sola risposta)

	BASSO COMPETENTI TOTALE	BASSO COMPETENTI UOMINI	BASSO COMPETENTI DONNE
Base	283	121	162
Voti 8-10	8.8	6.6	10.5

Base: totale campione – Valori %

Attività tecnologiche: livelli di competenza e genere

NEW

D13. Leggerà ora una serie di attività che riguardano sempre le competenze tecnologiche. Per ciascuna di esse indichi se è o sarebbe in grado di svolgerla o no.

	Tot	Alto competenti		Medio competenti		Basso competenti	
		U	D	U	D	U	D
Base	2020	515	333	355	534	121	162
Creare un gruppo su Whatsapp	93.0	98.6	98.8	89.0	97.2	57.9	84.0
Installare programmi e aggiornarli	90.0	98.4	98.2	93.8	93.3	56.2	52.5
Fare il backup dei file contenuti nel pc	86.7	98.8	98.8	91.0	89.3	42.1	38.3
Installare antivirus e firewall	85.2	98.3	97.9	89.6	83.1	55.4	37.0
Effettuare dirette video (ad es. su Facebook o Youtube)	81.7	94.2	97.0	72.4	82.4	44.6	56.8
Configurare un modem	69.4	95.7	91.9	65.4	56.0	31.4	21.0
Scaricare file Torrent	62.1	91.7	86.2	53.0	45.9	25.6	19.8
Trovare soluzioni ad hoc per rimuovere un virus	53.7	89.1	76.6	43.9	31.8	22.3	11.1
Creare macro in Excel	50.5	79.8	76.9	36.1	34.6	17.4	12.3
Creare siti web	34.3	59.0	62.2	18.3	18.7	9.9	3.1
Usare i feed web (es. RSS)	29.6	59.0	53.2	11.3	9.6	12.4	6.2
Crittografare mail	28.9	59.8	46.8	12.7	9.2	13.2	6.2
Riutilizzare i contenuti coperti dal diritto di autore	24.3	48.7	42.3	11.3	7.3	8.3	5.6

I basso competenti: cosa non sanno fare

D13. Leggerà ora una serie di attività che riguardano sempre le competenze tecnologiche. Per ciascuna di esse indichi se è o sarebbe in grado di svolgerla o no. [Possibili risposte multiple]

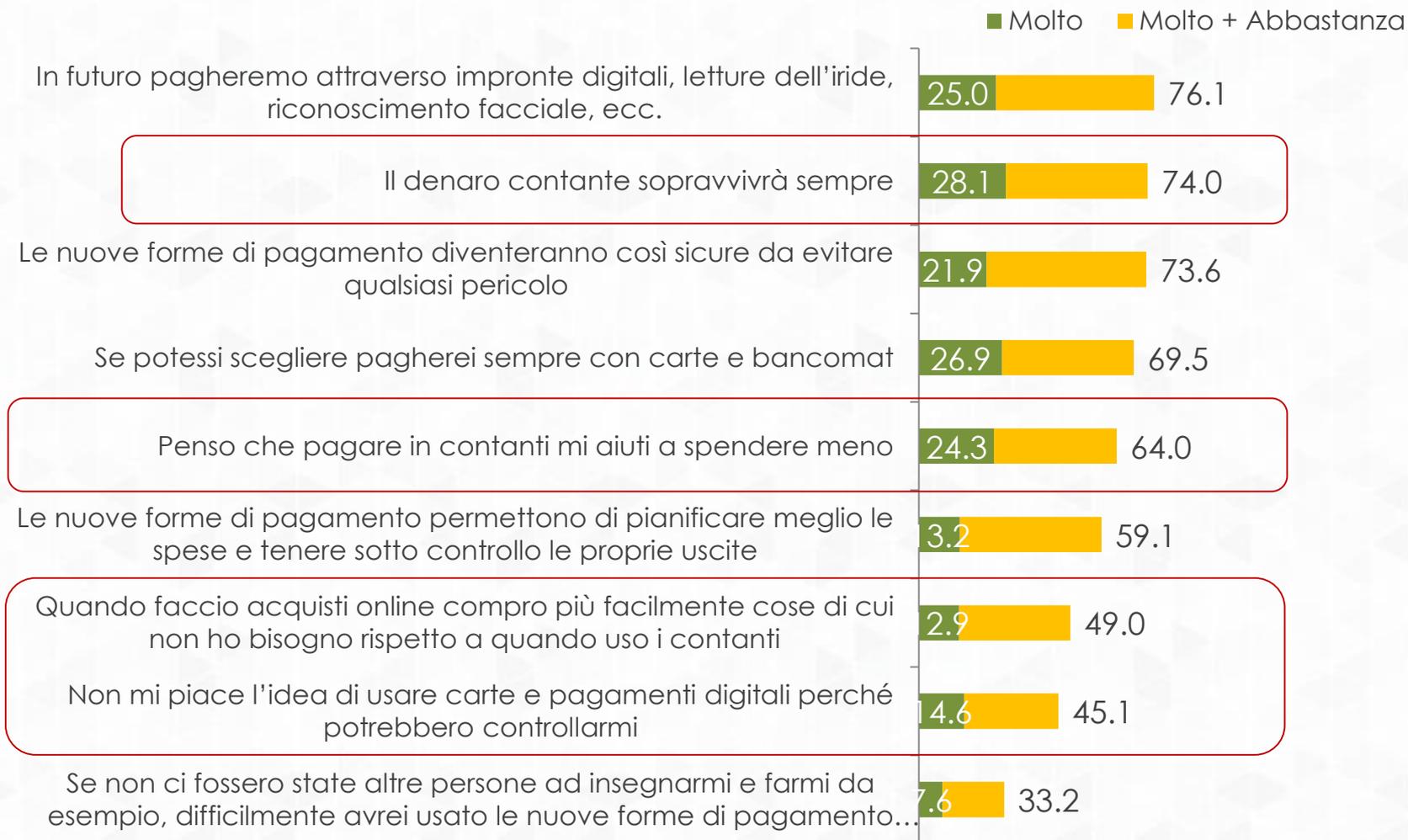
I basso competenti

283 Base

Il 94.0% non sa	creare siti web
Il 93.3% non sa	riutilizzare i contenuti coperti dal diritto di autore
Il 91.2% non sa	usare i feed web (es. RSS)
Il 90.8% non sa	crittografare mail
L'85.5% non sa	creare macro in excel
L'84.1% non sa	trovare soluzioni ad hoc per rimuovere un virus
Il 77.7% non sa	scaricare file Torrent
Il 74.6% non sa	configurare un modem
Il 60.1% non sa	fare il backup dei file contenuti nel pc
Il 55.1% non sa	installare antivirus e firewall
Il 48.4% non sa	effettuare dirette video (ad es. su Facebook o Youtube)
Il 45.9% non sa	installare programmi e aggiornarli
Il 27.2% non sa	creare un gruppo su Whatsapp

Metodi di pagamento: aperture e riserve

D34. Troverà ora una serie di affermazioni su vecchie e nuove modalità di pagamento. Per ciascuna di esse indichi se si trova molto, abbastanza, poco o per niente d'accordo. [Una sola risposta]



La semplificazione dei passaggi e il mantenimento di un meccanismo di sicurezza

D33. Pensando di dover effettuare un acquisto o una transazione bancaria (bonifico, mav, bollettino, ecc.) con le nuove tecnologie digitali, lei preferirebbe? [Una sola risposta]



	Tot	U	D	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	NW	NE	C	S+I
Base	2020	991	1029	304	357	427	508	424	528	382	402	708
Che si riducano il più possibile i passaggi	22.6	24.2	21.1	25.3	25.2	25.5	19.9	18.9	20.6	22.3	21.1	25.1
Che ci sia almeno un meccanismo di sicurezza	50.7	50.6	50.8	52.6	51.5	49.2	51.0	49.8	52.8	53.4	51.0	47.5
Che ci siano più meccanismi di sicurezza	26.7	25.2	28.1	22.0	23.2	25.3	29.1	31.4	26.5	24.3	27.9	27.4

Base: totale campione – Valori %

Uso principale home banking e app banca

D16/D18. E qual è l'uso principale che fa dell'home banking/dell'app?

Home banking	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	847	737	81	93	118	167	174	191	258	160	216	126
Prevalentemente informativo	27.9	30.4	39.5	51.6	43.2	40.7	29.3	20.9	19.8	21.9	23.6	26.2
Prevalentemente dispositivo	23.7	22.5	24.7	19.4	19.5	23.4	22.4	26.2	27.5	21.9	22.2	19.0
Sia informativo che dispositivo	48.4	47.1	35.8	29.0	37.3	35.9	48.3	52.9	52.7	56.3	54.2	54.8

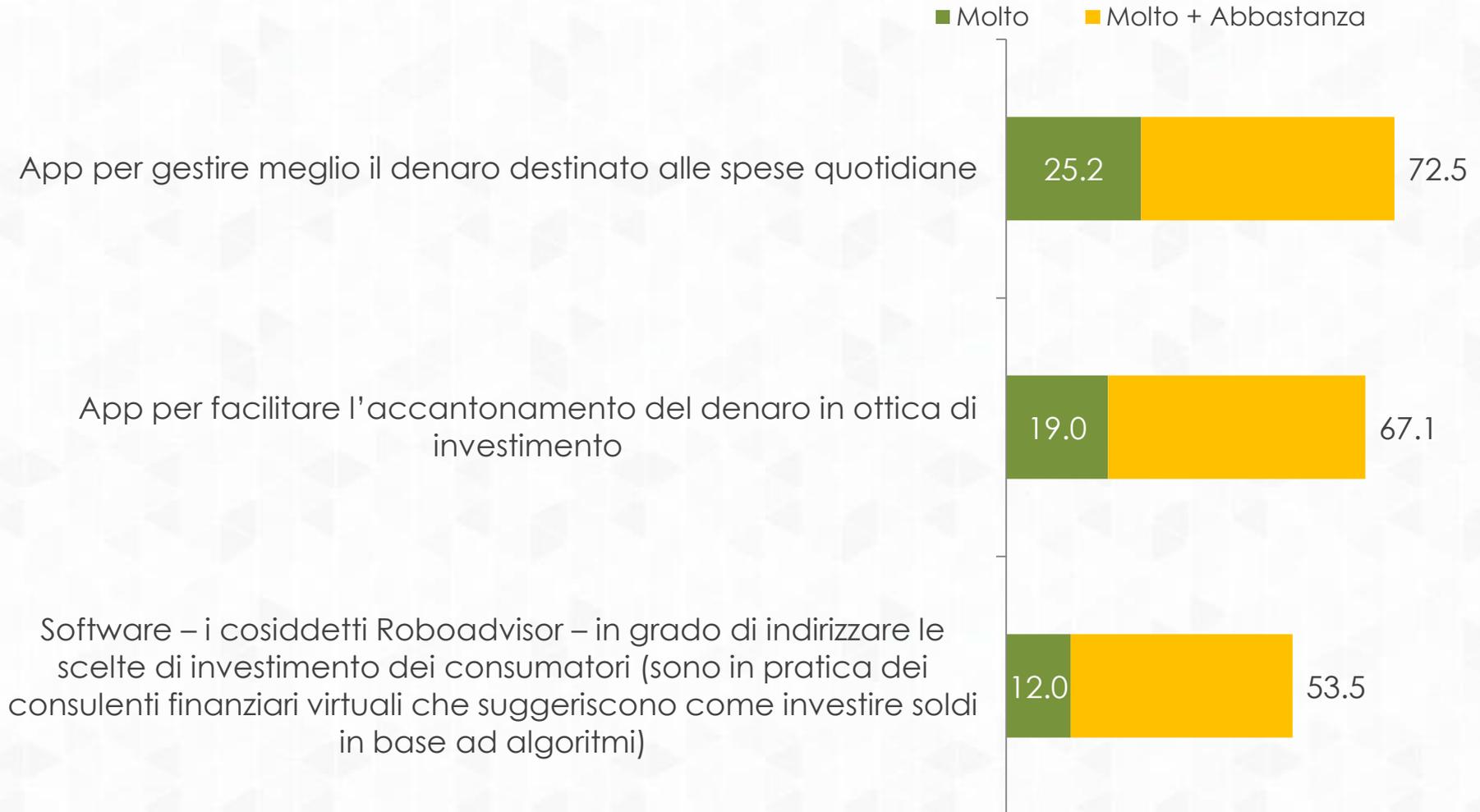
Base: Possessori Home banking (1584 casi) – Valori %

App	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	737	613	68	83	103	152	164	158	225	124	177	96
Prevalentemente informativo	32.7	34.7	39.7	57.8	43.7	38.8	36.6	27.2	24.9	20.2	29.9	39.6
Prevalentemente dispositivo	17.8	15.3	20.6	14.5	18.4	13.8	12.8	15.8	22.2	20.2	15.3	11.5
Sia informativo che dispositivo	49.5	49.9	39.7	27.7	37.9	47.4	50.6	57.0	52.9	59.7	54.8	49.0

Base: Possessori app banca (1350 casi) – Valori %

Interesse per i nuovi servizi: strumenti che aiutino la quotidianità

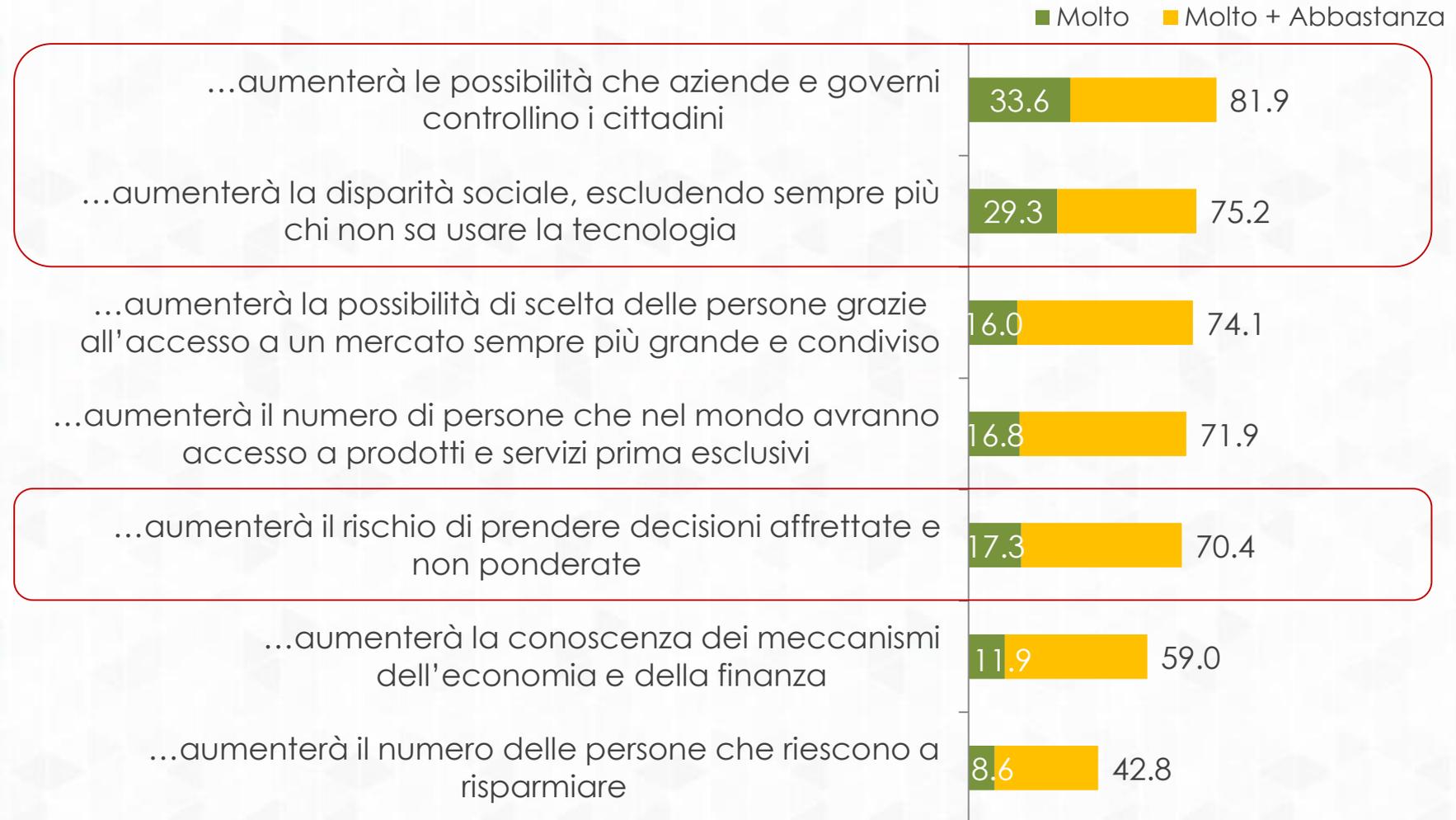
D36. Troverà ora un elenco un elenco di servizi esistenti a supporto dei risparmiatori/investitori. Per ciascuno di essi indichi se lo ritiene molto, abbastanza, poco o per niente utile. [Una sola risposta]



Base: totale campione – Valori %

Le ombre dei prodotti economico-finanziari digitali

D37. La diffusione di prodotti e servizi economico-finanziari digitali... Per ciascuna delle seguenti affermazioni indichi se si trova molto, abbastanza, poco o per nulla d'accordo. [Una sola risposta]



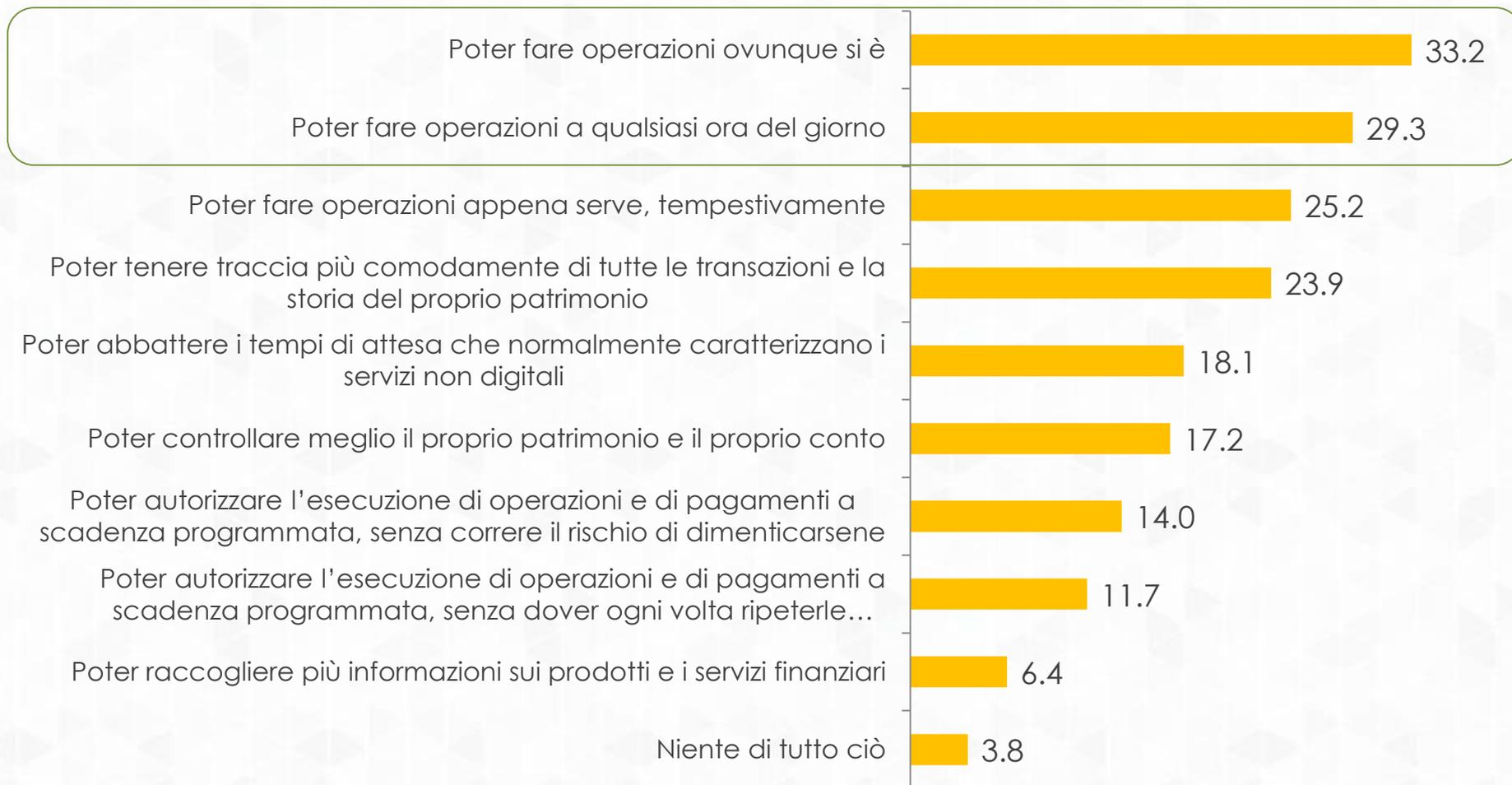
Opinioni sui prodotti digitali: i competenti digitali vedono più rischi e allo stesso tempo più opportunità

D37. La diffusione di prodotti e servizi economico-finanziari digitali... Per ciascuna delle seguenti affermazioni indichi se si trova molto, abbastanza, poco o per nulla d'accordo. [Una sola risposta]

Molto + abbastanza	TOT	TITOLO DI STUDIO			STILE DI VITA			COMPETENZE DIGITALI		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
Base	2020	648	1153	219	261	1251	508	848	889	283
...aumenterà le possibilità che aziende e governi controllino i cittadini	81.9	82.3	82.6	77.2	82.8	82.5	79.9	84.6	81.7	74.6
...aumenterà la disparità sociale, escludendo sempre più chi non sa usare la tecnologia	75.2	72.7	77.0	73.5	75.9	74.0	78.0	77.2	74.7	71.0
...aumenterà la possibilità di scelta delle persone grazie all'accesso a un mercato sempre più grande e condiviso	74.1	75.3	75.3	63.9	80.5	76.2	65.6	79.4	72.6	62.9
...aumenterà il numero di persone che nel mondo avranno accesso a prodotti e servizi prima esclusivi	71.9	72.5	73.2	63.0	82.0	74.2	61.0	77.2	70.0	61.8
...aumenterà il rischio di prendere decisioni affrettate e non ponderate	70.4	69.1	71.0	70.8	72.0	69.5	71.9	71.6	71.4	63.6
...aumenterà la conoscenza dei meccanismi dell'economia e della finanza	59.0	57.4	59.8	59.4	68.6	60.0	51.6	64.6	56.6	49.5
...aumenterà il numero delle persone che riescono a risparmiare	42.8	44.8	41.9	42.0	59.0	42.8	34.4	48.8	40.0	33.6

Le funzioni più importanti dei prodotti digitali

D38. Quali sono secondo lei le funzioni più importanti dei prodotti e dei servizi economico-finanziari digitali? Indichi le prime due. [Max due risposte]



5

Digitalizzazione e
gestione del
denaro

Metodi di pagamento: aspetti positivi

D30. Per ciascuna delle seguenti caratteristiche, indichi a quale metodo di pagamento si addice di più.

	Contante		Bonifico bancario		Bancomat		Carta di credito		Pagamenti con lo smartphone		Nessuno di questi	
	POP	COMP. DIGIT	POP	COMP. DIGIT	POP	COMP. DIGIT	POP	COMP. DIGIT	POP	COMP. DIGIT	POP	COMP. DIGIT
Veloce	27.1	24.3	3.6	3.7	30.0	27.9	18.7	21.9	19.2	21.2	1.5	0.9
Sicuro	32.9	30.1	21.4	20.9	21.0	21.0	15.7	17.8	5.0	6.8	3.9	3.4
Giovane	12.6	10.5	3.2	3.7	17.4	15.8	11.2	12.5	52.7	54.6	2.9	2.9
Per tutti	53.9	51.7	3.8	3.4	25.2	25.2	11.9	13.8	3.7	4.8	1.4	1.1
Semplice	45.4	42.0	4.3	4.2	26.7	25.5	14.1	17.5	7.9	9.8	1.6	1.1

Base: totale campione – Valori %

Metodi di pagamento: frequenza di uso

Episteme.

D32. Quanto spesso usa le seguenti modalità di pagamento? [Una sola risposta per riga]

Molto spesso / sempre + spesso	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	991	1029	134	170	143	214	189	238	283	225	242	182
Contante	68.8	74.3	79.9	82.4	72.7	76.6	68.8	72.3	61.5	70.2	69.0	72.0
Bancomat	58.9	57.5	32.1	37.6	51.0	60.3	67.7	64.3	66.4	65.3	62.8	54.4
Carta di credito	40.1	28.7	21.6	25.3	33.6	23.4	40.7	30.7	47.3	30.2	45.0	33.5
Bonifico bancario	24.5	18.8	12.7	6.5	27.3	21.0	31.2	23.1	24.0	23.6	24.8	15.9
Pagamenti tramite smartphone	22.8	18.8	28.4	18.2	35.0	22.9	22.8	21.8	21.6	18.7	14.0	10.4
Assegno	7.2	3.3	7.5	2.9	13.3	5.1	9.5	3.4	5.7	2.7	3.3	2.2

Molto spesso / sempre + spesso	TOT	TITOLO DI STUDIO			STILE DI VITA			COMPETENZE DIGITALI		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
Base	2020	648	1153	219	261	1251	508	848	889	283
Contante	71.6	67.0	74.2	72.1	64.0	71.1	76.8	68.0	73.1	77.7
Bancomat	58.2	64.2	57.2	46.1	62.5	60.4	50.8	63.2	54.6	54.8
Carta di credito	34.3	42.3	33.3	15.5	53.6	36.7	18.3	42.9	30.6	19.8
Bonifico bancario	21.6	27.8	19.9	11.9	37.9	20.8	15.2	26.3	18.4	17.3
Pagamenti tramite smartphone	20.7	22.4	21.1	14.2	31.8	21.0	14.4	28.2	16.8	11.0
Assegno	5.2	7.9	4.0	3.7	14.2	4.5	2.4	6.7	3.9	4.6

I pericoli insiti nei metodi di pagamento: la carta di credito

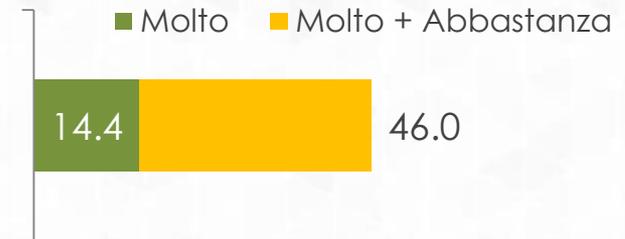
D31. Per ciascuno dei seguenti pericoli, indichi se c'è un metodo di pagamento che le sembra maggiormente rischioso. [Una sola risposta per ogni riga]

	Contante		Bonifico bancario		Bancomat		Carta di credito		Pagamenti con lo smartphone		Nessuno di questi	
	POP	Basso COMP. DIGIT	POP	Basso COMP. DIGIT	POP	Basso COMP. DIGIT	POP	Basso COMP. DIGIT	POP	Basso COMP. DIGIT	POP	Basso COMP. DIGIT
Venir derubati	53.2	47.3	2.8	2.5	8.9	10.2	19.2	17.0	8.8	11.3	7.1	11.7
Subire un hackeraggio/una clonazione	3.1	5.3	3.4	4.6	19.8	19.4	47.9	38.9	19.7	23.3	6.1	8.5
Pagare di più di quanto dovuto senza accorgersene	19.4	20.8	4.5	4.9	13.5	13.4	30.3	28.6	13.6	13.4	18.7	18.7
Sbagliare destinatario di pagamento	4.0	5.3	51.8	43.5	4.8	6.4	7.8	6.7	14.4	16.3	17.3	21.9
Effettuare acquisti impulsivi e superflui	12.4	17.7	3.3	3.2	14.5	15.5	37.4	32.2	20.4	19.8	12.0	11.7
Perdere la percezione di quanto si sta spendendo	8.5	9.5	3.5	3.5	16.6	15.2	48.4	50.2	12.6	10.6	10.4	11.0

La carta di credito vs contante: spendere più di quanto si guadagna

NEW

Preferisco non usare la carta di credito perché ho paura di indebitarmi



D21. Lei riesce a mettere da parte a fine mese dei soldi (in maniera spontanea o attraverso prodotti finanziari, piani di accumulo o altro)? Scelga tra le seguenti la frase con cui si rispecchia maggiormente. [Una sola risposta]

	Tot	CONTANTI		BANCOMAT		CARTA DI CREDITO	
		TOT HEAVY	HEAVY NO CARTE	TOT HEAVY	HEAVY NO CASH	TOT HEAVY	HEAVY NO CASH
Base	2020	699	122	431	175	228	104
Risparmio in maniera regolare	18.5	18.5	18.9	20.6	23.4	26.8	27.9
Risparmio in maniera variabile	43.2	39.8	37.7	39.4	38.3	40.8	38.5
Non risparmio niente/quasi niente	31.1	33.8	38.5	32.0	30.3	25.0	23.1
Al momento spendo più di quanto guadagno	7.2	8.0	4.9	7.9	8.0	7.5	10.6

* Heavy contanti/bancomat/carta di credito: usano molto spesso/sempre la relativa modalità di pagamento (D23)

* No carte: usano qualche volta/raramente/mai bancomat e/o carta

* No cash: usano qualche volta/raramente/mai i contanti

Base: totale campione – Valori %

Soldi investiti: il divario di genere compare da subito raggiunge il suo massimo tra i 25 e i 35 anni

NEW

D22. Attualmente lei ha soldi investiti?

	TOT	TITOLO DI STUDIO			STILE DI VITA			COMPETENZE DIGITALI		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
Base	2020	648	1153	219	261	1251	508	848	889	283
Sì	35.0	47.5	31.9	14.2	62.8	37.6	14.4	43.2	30.6	24.4
No	65.0	52.5	68.1	85.8	37.2	62.4	85.6	56.8	69.4	75.6

	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	991	1029	134	170	143	214	189	238	283	225	242	182
Sì	43.6	26.7	29.1	17.1	38.5	18.7	43.9	29.8	49.1	32.4	47.9	34.1
No	56.4	73.3	70.9	82.9	61.5	81.3	56.1	70.2	50.9	67.6	52.1	65.9

Base: totale campione – Valori %

Quota soldi investiti

NEW

D23. E rispetto all'ammontare dei suoi soldi, quanti ne ha investiti in prodotti finanziari (azioni, obbligazioni, fondi,

	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	432	275	39	29	55	40	83	71	139	73	116	62
Meno del 30% (es. su 10.000€ ne ho 2.000€ investiti e 8.000€ liquidi sul conto)	34.5	33.1	33.3	31.0	38.2	45.0	36.1	35.2	36.0	31.5	30.2	25.8
Tra il 30% e il 50% (es. su 10.000€ ne ho 4.000€ investiti e 6.000€ sul conto)	23.8	24.4	12.8	34.5	29.1	20.0	21.7	21.1	28.1	24.7	21.6	25.8
Tra il 50% e il 70% (es. su 10.000€ ne ho 6.000€ investiti e 4.000€ sul conto)	15.0	13.1	12.8	10.3	5.5	7.5	14.5	11.3	15.1	15.1	20.7	17.7
Tra il 70% e il 100% (es. su 10.000€ ne ho 8.000€ investiti e 2.000€ sul conto)	17.4	12.4	12.8	3.4	21.8	15.0	16.9	11.3	14.4	15.1	20.7	12.9
Non saprei	5.8	13.5	15.4	13.8	1.8	10.0	6.0	19.7	5.0	11.0	5.2	11.3
Non ho soldi investiti in prodotti finanziari, ma solo in altri beni (case, terreni, oro, ecc.)	3.5	3.6	12.8	6.9	3.6	2.5	4.8	1.4	1.4	2.7	1.7	6.5

Come si decide come investire i soldi: la banca è il primo canale, internet il secondo

NEW

D24. Come è avvenuto il processo decisionale che l'ha portata a investire i suoi soldi?

	Tot	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	707	432	275	39	29	55	40	83	71	139	73	116	62
Mi sono fatto consigliare dalla mia banca	38.2	36.6	40.7	23.1	13.8	30.9	27.5	39.8	40.8	38.1	52.1	39.7	48.4
Ho deciso in autonomia informandomi soprattutto su internet	19.9	23.4	14.5	28.2	6.9	21.8	15.0	25.3	14.1	18.0	11.0	27.6	22.6
Mi sono fatto consigliare da un consulente esterno	14.4	14.4	14.5	7.7	13.8	3.6	15.0	14.5	15.5	18.0	16.4	17.2	11.3
Mi sono fatto consigliare da parenti	8.6	6.7	11.6	20.5	37.9	14.5	22.5	4.8	12.7	6.5	2.7	.	1.6
Ho deciso in autonomia informandomi soprattutto su altri media	7.5	9.7	4.0	5.1	3.4	7.3	5.0	9.6	2.8	12.2	2.7	9.5	6.5
Mi sono fatto consigliare dal mio partner/dalla mia partner	7.4	4.6	11.6	10.3	10.3	9.1	12.5	1.2	12.7	4.3	12.3	3.4	9.7
Mi sono fatto consigliare da amici e conoscenti	4.0	4.6	2.9	5.1	13.8	12.7	2.5	4.8	1.4	2.9	2.7	2.6	.

Base: Hanno soldi investiti (707 casi) – Valori %

App per investire il denaro: gli uomini più propensi all'uso

NEW

D26. Lei userebbe un'app per investire del denaro?

	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	991	1029	134	170	143	214	189	238	283	225	242	182
Sì, la uso già	9.3	3.3	10.4	6.5	12.6	2.3	12.2	3.4	7.4	3.1	6.6	1.6
Sì, molto probabilmente	19.5	12.9	20.1	17.6	28.7	13.6	20.1	14.3	21.6	11.1	10.7	8.2
Sì, forse	36.1	33.7	39.6	38.2	32.2	36.9	36.5	30.7	36.7	34.2	35.5	29.1
No	35.1	50.0	29.9	37.6	26.6	47.2	31.2	51.7	34.3	51.6	47.1	61.0
Totale Sì	64.9	50.0	70.1	62.4	73.4	52.8	68.8	48.3	65.7	48.4	52.9	39.0

	TOT	TITOLO DI STUDIO			STILE DI VITA			COMPETENZE DIGITALI		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
Base	2020	648	1153	219	261	1251	508	848	889	283
Sì, la uso già	6.2	9.0	5.3	3.2	14.2	5.8	3.3	10.1	3.6	2.8
Sì, molto probabilmente	16.1	19.3	15.5	10.0	30.7	14.8	12.0	21.5	13.0	9.9
Sì, forse	34.9	35.5	35.3	31.1	29.1	36.9	32.9	35.1	38.0	24.4
No	42.7	36.3	43.9	55.7	26.1	42.5	51.8	33.3	45.3	62.9
TOTALE SÌ	57.3	63.7	56.1	44.3	73.9	57.5	48.2	66.7	54.7	37.1

Base: totale campione - Valori %

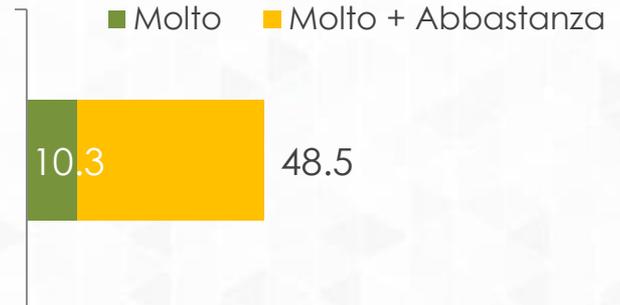


Consapevolezza e Digitalizzazione

Chi si sta servendo degli strumenti digitali di pianificazione: giovani e uomini evoluti

D39. Troverà ora una serie di affermazioni. Per ciascuna di esse indichi se si trova molto, abbastanza, poco o per nulla d'accordo. [Una sola risposta]

I nuovi strumenti digitali mi hanno aiutato a definire meglio un piano economico/finanziario e a monitorarlo



Molto + Abbastanza	Tot	U	D	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	NW	NE	C	S+I
Base	2020	991	1029	304	357	427	508	424	528	382	402	708
Molto + Abbastanza	48.5	52.9	44.2	60.9	54.9	50.1	46.1	35.4	43.2	49.2	49.3	51.6

Molto + abbastanza	TOT	TITOLO DI STUDIO			STILE DI VITA			COMPETENZE DIGITALI		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
Base	2020	648	1153	219	261	1251	508	848	889	283
Molto + Abbastanza	48.5	51.4	48.7	38.4	69.3	50.0	33.9	57.8	44.2	33.9

	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	991	1029	134	170	143	214	189	238	283	225	242	182
Molto + Abbastanza	52.9	44.2	64.2	58.2	62.9	49.5	57.7	44.1	52.7	37.8	37.2	33.0

Aspettative sul rapporto tecnologia/ consapevolezza economico-finanziaria

D41. E secondo lei lo sviluppo di prodotti e servizi economico-finanziari digitali aumenterà o diminuirà la consapevolezza con cui i cittadini si avvicinano alla gestione economico-finanziaria e ai temi economico-finanziari? [Una sola risposta]

	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	991	1029	134	170	143	214	189	238	283	225	242	182
TOTALE AUMENTERÀ	51.9	45.8	59.0	55.9	52.4	46.7	57.1	44.5	49.5	43.1	46.3	40.1
Non la aumenterà né la diminuirà	36.5	43.2	28.4	32.4	37.8	42.5	32.3	46.6	39.9	44.0	39.7	48.9
TOTALE DIMINUIRÀ	11.6	11.0	12.7	11.8	9.8	10.7	10.6	8.8	10.6	12.9	14.0	11.0

	TOT	TITOLO DI STUDIO			STILE DI VITA			COMPETENZE DIGITALI		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
Base	2020	648	1153	219	261	1251	508	848	889	283
TOTALE AUMENTERÀ	48.8	52.6	48.5	38.8	61.3	50.8	37.4	54.4	46.5	39.2
Non la aumenterà né la diminuirà	40.0	39.0	40.7	38.8	29.5	40.7	43.5	37.7	40.8	43.8
TOTALE DIMINUIRÀ	11.3	8.3	10.8	22.4	9.2	8.6	19.1	7.9	12.7	17.0

Base: totale campione - Valori %

Chi è svantaggiato è più pessimista

Aumento consapevolezza economico-finanziaria: soprattutto per gli uomini (25-54enni) e gli evoluti

D42. E pensa che la sua consapevolezza sia aumentata o diminuita a seguito dello sviluppo di prodotti e servizi economico-finanziari digitali? [Una sola risposta]

	Tot U	Tot D	16-24 U	16-24 D	25-34 U	25-34 D	35-44 U	35-44 D	45-54 U	45-54 D	55-64 U	55-64 D
Base	991	1029	134	170	143	214	189	238	283	225	242	182
TOTALE AUMENTATA	46.5	40.8	51.5	52.4	51.0	42.1	49.7	39.9	44.9	37.8	40.5	33.5
È rimasta uguale	48.1	54.0	42.5	41.2	43.4	53.7	46.0	56.3	51.2	56.4	52.1	60.4
TOTALE DIMINUITA	5.3	5.2	6.0	6.5	5.6	4.2	4.2	3.8	3.9	5.8	7.4	6.0

	TOT	TITOLO DI STUDIO			STILE DI VITA			COMPETENZE DIGITALI		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
Base	2020	648	1153	219	261	1251	508	848	889	283
TOTALE AUMENTATA	43.6	46.6	43.0	37.9	59.8	44.5	33.1	52.1	40.7	27.2
È rimasta uguale	51.1	50.6	52.0	48.4	36.0	52.1	56.5	44.8	53.8	61.8
TOTALE DIMINUITA	5.2	2.8	5.0	13.7	4.2	3.4	10.4	3.1	5.5	11.0

Base: totale campione – Valori %

Episteme.

EPISTEME S.R.L. | viale Andrea Doria 5 | 20124 Milano

www.episteme.co | info@episteme.co



ORGANIZZAZIONE CON SISTEMA DI GESTIONE DELLA QUALITÀ CERTIFICATO ISO 9001 : 2008