

INNOVAZIONE

L'IMPATTO DEI SERVIZI DIGITALI SULLA CONSAPEVOLE GESTIONE DEL DENARO



REDAZIONE



21 aprile 2020

La tecnologia e le competenze digitali possono essere considerate asset fondamentali per i cittadini e le famiglie ai tempi del Coronavirus? Quale era il livello di digitalizzazione qualche settimana prima del lock down? I servizi digitali hanno ripercussioni significative sull'inclusione economica finanziaria e in generale sulla consapevolezza nell'uso del denaro personale?

La ricerca "[Digitalizzazione e Consapevolezza Finanziaria](#)" prova a dare le risposte a queste domande. Dall'indagine, a cura del Museo del Risparmio di [Intesa Sanpaolo](#) ed Episteme, basata su dati di dicembre 2019, emergono evidenze interessanti che delineano un quadro meno tragico delle ricerche internazionali che posizionano gli italiani al fondo delle classifiche sulla digitalizzazione, ma con una forte disomogeneità in termini di alfabetizzazione tecnologica sia tra le diverse fasce sociali sia relativamente al suo impatto sulla fruizione di beni e servizi, tra cui quelli bancari.

Sono state realizzate 2020 interviste a un campione di individui di 16-64 anni, rappresentativo della popolazione italiana user internet (medium e heavy user) per genere, area geografica di residenza e fascia d'età. Incrocio della domanda sull'autopercezione della propria competenza digitale con quella sulle attività digitali che si è in grado di svolgere.

Dalla ricerca emerge come il contante resti ancora il mezzo di pagamento più apprezzato (definito "per tutti" e "semplice" rispettivamente dal 53.9% e dal 45.4% degli intervistati) e il più usato (uso frequente per il 71.6%), mentre la carta di credito e il bancomat rimangono poco usati dagli

ALTRI CONTENUTI SU INNOVAZIONE

TIM, ECCO I NUOVI SPOT CHE PORTANO LA FIBRA IN ALTRI 700 COMUNI ITALIANI



GSGLab
Pubblicato - 16/Apr/2020



CONSEGNA A DOMICILIO ED E-COMMERCE A MISURA DI PMI



Andrea Boscaro
Pubblicato - 13/Apr/2020



TIM E GOOGLE CLOUD SI ALLEANO CON [INTESA SANPAOLO](#) PER FAVORIRE LO SMART WORKING



Marta Rossi
Pubblicato - 08/Apr/2020



italiani rispetto ad altri Paesi europei, Danimarca, Svezia, Regno Unito su tutti. Questo studio conferma che l'approccio ai nuovi strumenti di pagamento digitali risente della capacità di usare la tecnologia: all'aumentare delle competenze digitali corrisponde una maggiore consapevolezza sugli smart payment non solo in termini di aspettative positive, ma anche in termini di attenzione ai possibili pericoli insiti nelle nuove possibilità.

Anche se il pc continua a essere lo strumento preferito per effettuare operazioni (risponde così il 44.5% degli intervistati), **è lo smartphone che dimostra maggiori potenzialità**, grazie a tre specifiche caratteristiche: è sempre con noi (per il 69.8%); è personale (per il 25.2%); è sempre connesso (24.3%). Lo smartphone non solo è la prima alternativa per chi non ha a disposizione un pc ma può trasformarsi nell'entry point sia in termini di operatività finanziaria che di alfabetizzazione economica.

Infine, oltre a chi sa di essere insufficientemente preparato in "digitale", **esiste un gruppo di intervistati, pari all'8.8%, che sopravvaluta le proprie competenze**, percependosi molto più capace di quanto non sia in realtà. Questa errata autopercezione può essere molto pericolosa se si combina alla sottovalutazione delle insidie della rete. Si pensi ad esempio alla facilità con cui circolano le fake news e agli effetti che possono avere sui processi decisionali degli user internet.

Abbastanza sorprendentemente, circa il 30.5% degli intervistati si dichiara interessato a investire in bitcoin, soprattutto da parte delle persone con stile di vita alto (46.7% vs il, comunque significativo, 27% delle persone meno abbienti). Si tratta di un evidente caso di sottostima dei rischi associati allo strumento speculativo che sottolinea la necessità di una maggiore diffusione trasversale della cultura finanziaria (cfr. §2.4 e §2.2).

Guardando alle donne, dalla ricerca emerge che solo il 67.2% delle donne ha un conto corrente che gestisce in totale autonomia (contro l'81.6% degli uomini) e il 18.1% non ha un conto corrente (contro il 7.9% degli uomini, con una percentuale del 10.6% tra le donne nella fascia di età 25-44). Rispetto agli uomini è più bassa anche la quota di chi si ritiene una persona molto o abbastanza informata in ambito economico-finanziario (il 50.7% delle donne contro il 64.5% degli uomini) e di chi investe denaro (il 26.7% delle donne ha soldi investiti contro il 43.6% degli uomini). Inoltre, le donne mostrano minor confidenza nell'uso della tecnologia, con una percentuale di Alto competenti digitali pari al 32.4% (contro il 51.9% degli uomini) e un uso della tecnologia più spiccatamente orientato al mondo social e relazionale. L'insieme di questi fattori costituisce una barriera che allontana le donne dalla gestione attiva del risparmio e dall'uso dei nuovi servizi digitali.

L'ottimismo incondizionato verso le opportunità offerte dalla rivoluzione digitale si esprime indistintamente tra i **giovani con un forte interesse verso la possibilità di investire in bitcoin** (ci pensa il 40.8% dei 16-24enni e il 37% dei 25-34enni), di usare le nuove app per gestire le spese quotidiane (80.3% e 79.8% vs 72.5% di media) o per accantonare il denaro (76.0% e 73.1% vs 67.1% di media) e infine per fare scelte di investimento grazie ai roboadvisor (64.1% e 58.8% vs il 53.5% di media), senza grande consapevolezza dei pro e contro. Tuttavia, questo slancio tecnologico, in Italia, rimane teorico perché trova un limite nelle condizioni economiche dei più giovani. La modesta quota di chi tra i più giovani investe denaro (22.4% e 26.6% contro il 35% di media) non sorprende alla luce del fatto che la maggior parte non è ancora completamente indipendente dal punto di vista economico.

Una parte ancora consistente di popolazione nutre uno spiccato scetticismo verso le nuove tecnologie digitali. Si tratta di persone che non usano i nuovi strumenti digitali e non li trovano utili per aumentare la propria alfabetizzazione economico-finanziaria (il 51.3%). Per i segmenti più fragili (donne, meno giovani, basso istruiti e persone con basso reddito) le barriere di accesso agli strumenti tecnologici restano forti, contribuendo a un ulteriore rallentamento dei processi di inclusione. La digitalizzazione dei prodotti economico-finanziari sembra dunque per il momento favorire l'empowerment di chi ha già maggiori competenze e maggiori risorse, mentre stenta a intercettare i segmenti con meno mezzi cognitivi e materiali a disposizione.

*