



*"Se aggiungi poco al poco, ma lo farai di frequente, presto il poco diventerà molto"*

**ESIODO**

# IL RISPARMIO IN ITALIA

UNA FOTOGRAFIA DEL 2018

---

94a GIORNATA MONDIALE DEL RISPARMIO

# INDICE

---

**P.03**

PREMESSA

---

**P.04**

LE NOSTRE REALTÀ

---

**P.05**

LA GIORNATA MONDIALE  
DEL RISPARMIO

---

**P.07**

METODOLOGIA DELLA  
RICERCA

---

**P.08**

IL CAMPIONE DI  
INDAGINE

---

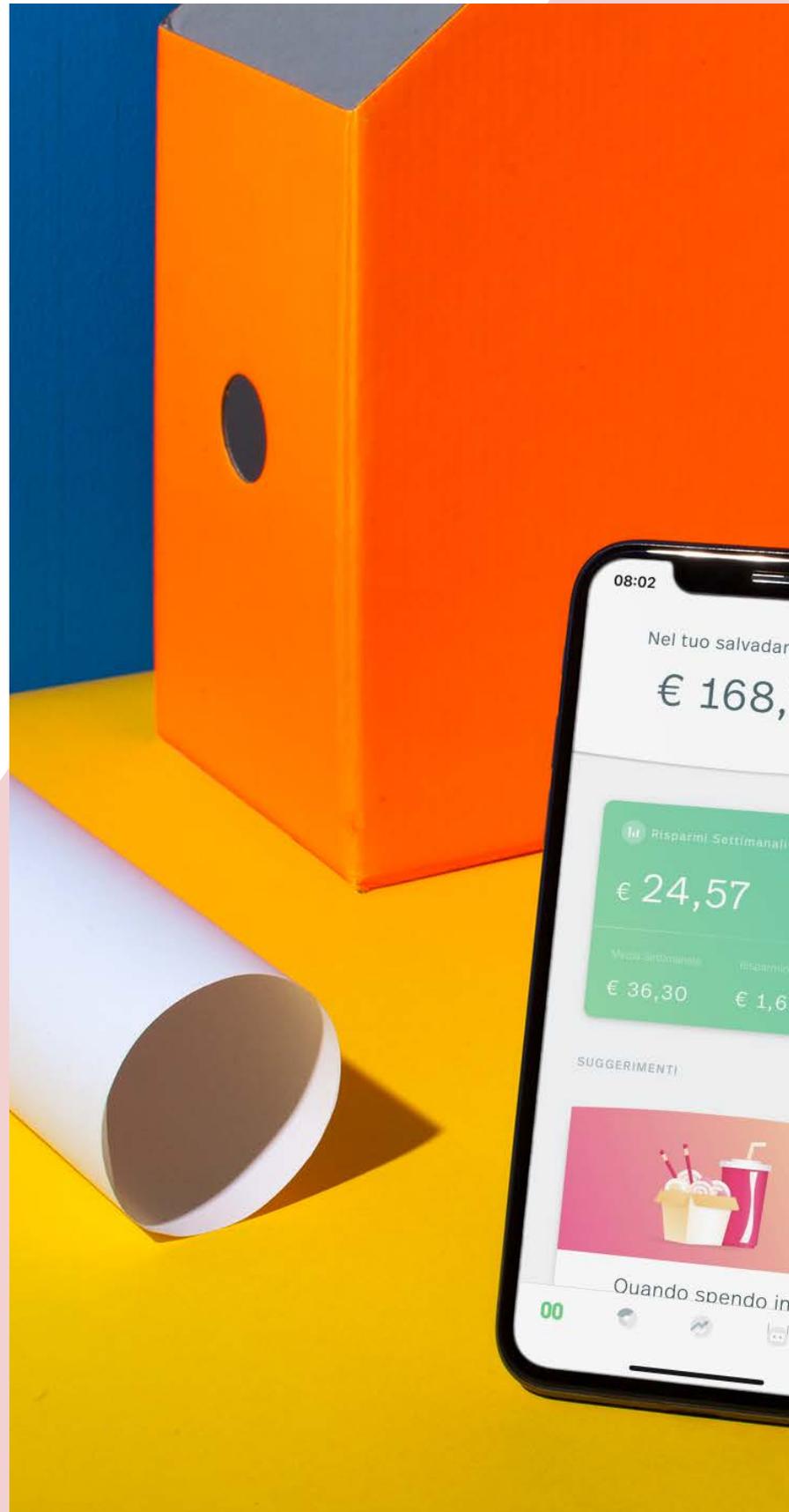
**P.10**

IL RISPARMIO IN  
ITALIA: IL PASSAGGIO  
DA FORMICHE A  
CICALE

---

**P.13**

GLI ITALIANI ED IL  
DENARO



# INDICE



---

## **P. 20**

LA PROPENSIONE AL  
RISPARMIO

---

## **P. 25**

IL CONTESTO FAMILIARE  
E LA SUA INFLUENZA

---

## **P. 29**

RISPARMI ED  
INVESTIMENTI: QUALE  
LEGAME?

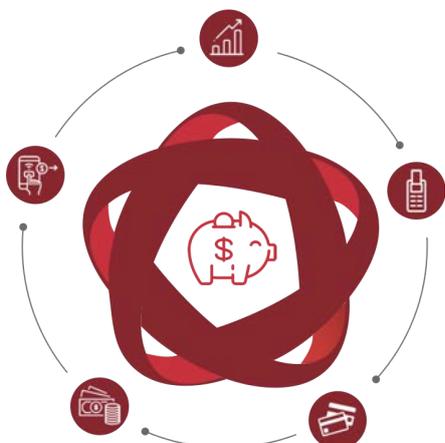
# PREMESSA

## LO SCOPO DELLA RICERCA ED I SUOI PROMOTORI

Questo lavoro nasce dalla volontà di **JEME Bocconi** e **Oval Money** di studiare e presentare la percezione e la relazione attualmente esistente tra gli italiani e il risparmio, essendo questo un elemento fondamentale nella vita delle persone e di riflesso nelle politiche economiche.

Con questa iniziativa vogliamo riportare al centro dell'attenzione **l'importanza del risparmio**, soprattutto alle nuove generazioni a cui spesso è venuto a mancare, negli ultimi anni, un giusto incentivo per questa buona pratica.

Coloro che possiedono risparmi sono, infatti, in grado di resistere meglio agli shock economici sia a livello macro che micro come la perdita di lavoro/reddito o a situazioni impreviste, possono gestire al meglio le attività per il loro futuro e devono fare meno affidamento sul credito per coprire le spese impreviste.



## LE NOSTRE REALTÀ



Fondata nel 1988, JEME Bocconi, acronimo di Junior Enterprise Milano Economia, è la prima junior enterprise italiana e la seconda a livello europeo.

Gestita esclusivamente da un team di studenti Bocconi, JEME offre servizi di consulenza aziendale orientati a 360° verso cliente, che spaziano tra Business Plan, analisi finanziarie e analisi di mercato.

Ad oggi vanta:

- +35 progetti annui
- 450 progetti all'attivo
- 42 consulenti

Lo scopo di JEME è far crescere i propri associati sotto il punto di vista lavorativo ed associativo. "Formazione come retribuzione" e "learning by doing" sono i due concetti fondamentali che occupano la base dell'associazione.

Durante il loro percorso, gli associati sviluppano hard skill e soft skill: grazie al know how dei senior vengono apprese nozioni tecniche, importanti per la crescita professionale; lavorando costantemente in team, teamworking e attenzione ai dettagli diventano parte integrante delle competenze degli associati.

JEME Bocconi è certificata ISO 9001.



Oval Money è la startup che rivoluziona il mondo del risparmio accorciando la distanza tra le persone e la finanza.

Ideata per introdurre inclusione, trasparenza ed educazione nel mondo della finanza personale, la startup è stata fondata nel 2016 da Benedetta Arese Lucini, ex Country Manager di Uber in Italia, insieme a Claudio Bedino e Edoardo Benedetto, precedentemente co-fondatori della piattaforma B2B di crowdfunding Starteed.com e Simone Marzola, esperto in machine learning e intelligenza artificiale. Recentemente ha firmato un'importante partnership con il Gruppo Intesa Sanpaolo, che è entrata nel capitale di Oval aggiungendosi ad altri grandi nomi della storia della new economy italiana che avevano già investito nella Fintech con sede a Londra e Torino.

Con Oval chiunque può iniziare a mettere da parte risparmi e a farli crescere investendo. L'app permette di farlo indipendentemente dal capitale a disposizione e sempre in linea con le proprie abitudini e le proprie possibilità. Oval garantisce un approccio bottom up, reversibile e innovativo al mondo del risparmio assicurando gli stessi standard di sicurezza di un istituto bancario. Inoltre, interpretando le abitudini di consumo e risparmio dei suoi utenti, la piattaforma è in grado di fornire strumenti e consigli che aiutano le persone ad aumentare la consapevolezza con la quale si avvicinano alle proprie finanze, ma anche la conoscenza dei meccanismi del mercato finanziario.

## LA GIORNATA MONDIALE DEL RISPARMIO

Non si tratta di Halloween eppure si festeggia il **31 ottobre**. E' la giornata mondiale del risparmio, dedicata appunto a promuovere la cultura del risparmio in tutto il mondo.

La ricorrenza, istituita a Milano nel 1924, in occasione del primo congresso internazionale del Risparmio: qui, il professor **Filippo Ravizza**, studioso di lingue, precursore dei fondamentali del marketing, direttore per oltre vent'anni dell'**Istituto Internazionale del Risparmio**, nonché animatore dell'evento, insieme ai rappresentanti di 27 paesi dichiarò il 31 Ottobre la giornata mondiale del risparmio. L'obiettivo? Aumentare la cultura del risparmio nel mondo sottolineandone l'importanza per l'economia mondiale e per i singoli cittadini.

Un'idea originale che tuttavia traeva ispirazione da giornate simili proclamate in Spagna e negli USA ma che soprattutto arrivava, come grande ignizione di fiducia, dopo la crisi monetaria del 1923.

Per celebrare la ricorrenza, le banche ogni 31 ottobre **rimanevamo aperte giorno e notte** per dare la possibilità a tutti di depositare i propri risparmi abitualmente custoditi in casa lontano da sguardi indiscreti.

Ma è a valle della seconda guerra mondiale che la giornata del risparmio ha raggiunto grande popolarità: tra il 1955 e il 1970 infatti diverse furono le espressioni nazionali a supporto della cultura del risparmio, come da esempio l'Austria che gli dedicò una mascotte divenuta talmente popolare da arrivare ad avere una via con il proprio nome.

Oggi, sono le nazioni in via di sviluppo a porre maggiormente attenzione a questa giornata: i loro cittadini infatti non hanno ancora accesso agli istituti di credito tanto meno ad un conto.

Valore del risparmio riconosciuto anche dalle **ONG** che proprio in questi paesi organizzano iniziative per promuovere e favorire l'avvio di una cultura finanziaria.

Il gesto del "metter via", dell'accantonare, del risparmiare, non è un concetto dell'era moderna.

La sua importanza era nota anche ai tempi dell'economia naturale e presupponeva un (economia) risparmio di sussistenza: gli uomini primitivi infatti avevano quale necessità la ricerca di un luogo sicuro in cui conservare gli alimenti, gli utensili, le armi e ogni altra cosa ritenuta indispensabile alla vita di tutti i giorni.

Con la nascita della moneta il concetto di risparmio si è trasformato da necessità ad opportunità. Nel tempo infatti abbiamo assistito all'aumento dei capitali a disposizione derivanti, appunto, dal risparmio, all'allargamento dell'area sociale dei risparmiatori, allo sviluppo di forme di impiego come, ad esempio, il prestito remunerato.

Il risparmio, quindi, è un valore, oltre che una tecnica, mutato nel tempo, destinato ad evolversi e ad adattarsi al particolare contesto socio-economico in cui si colloca. Una sola costante: la conoscenza che è indispensabile per compiere scelte adeguate.

Questo quindi l'obiettivo dell'iniziativa: riportare al centro dell'attenzione l'importanza del risparmio, soprattutto nei confronti delle nuove generazioni a cui è spesso mancato un giusto incentivo a compiere questa buona pratica.





## METODOLOGIA DELLA RICERCA

La ricerca è stata condotta attraverso l'attuazione di diverse fasi volte a

- **Definizione delle domande di ricerca**
- **Analisi qualitativa**
- **Interpretazione delle informazioni ed identificazione degli insights**
- **Creazione e successiva somministrazione di un questionario**
- **Analisi dei dati così ottenuti**

Lo scopo dell'analisi qualitativa, effettuata tramite il ricorso a due **Focus Group** è stato quello di indagare in profondità le problematiche connesse al tema della ricerca. Questa fase ha permesso di comprendere ed Individuare i driver di pensiero che guidano le persone nella quotidianità quanto si parla di spesa e risparmio.

Il campionamento è stato inizialmente effettuato sulla base della professione e secondariamente per età e sesso in modo da garantire la maggiore eterogeneità del campione di riferimento.

Sulla base degli insights emersi è stato redatto ed impostato un questionario volto a verificare le ipotesi e le domande di ricerca inizialmente poste e cogliere i cambiamenti sociali in tale ambito. Il suddetto è stato somministrato in tutta Italia, per 2 mesi, attraverso metodologia **CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)** con unico criterio discriminante l'aver raggiunto la maggiore età.

Il questionario redatto si compone di **10 domande**, suddivise in categorie che comprendono: Educazione, Visione e Rapporto con il Denaro, Risparmio, Finanza e Investimenti.

Una volta raccolti i risultati questi sono stati filtrati, puliti ed analizzati.

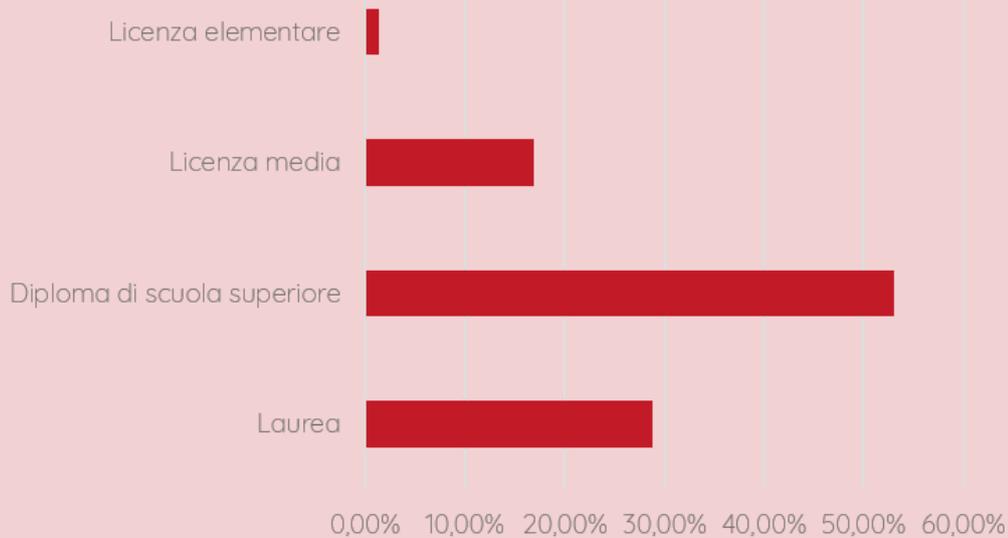
# DIMENSIONE E COMPOSIZIONE DEL CAMPIONE



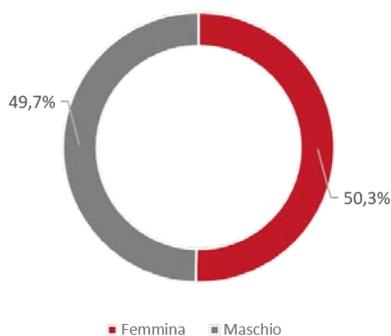
**3144**  
PERSONE

## DIMENSIONE DEL CAMPIONE

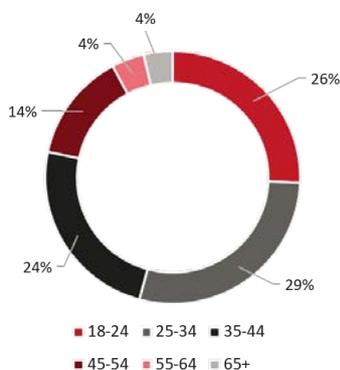
### TITOLO DI STUDI



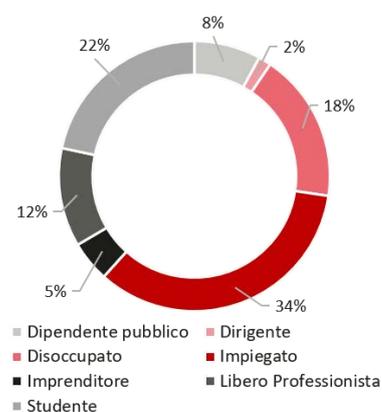
### GENERE



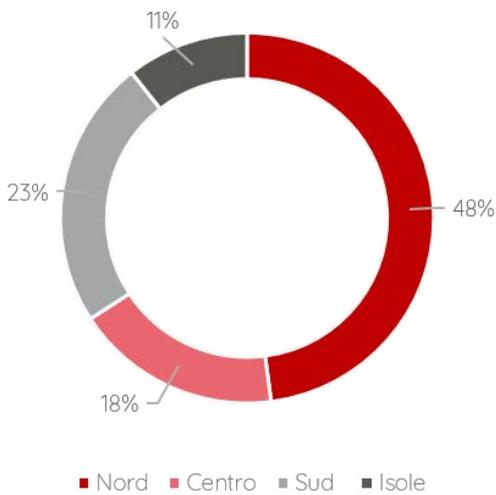
### ETÀ



### PROFESSIONE



## DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEL CAMPIONE



### NORD

Emilia Romagna  
Friuli Venezia Giulia  
Liguria  
Lombardia  
Piemonte  
Trentino - Alto Adige  
Valle D'Aosta  
Veneto

### SUD

Abruzzo  
Basilicata  
Calabria  
Campania  
Molise  
Puglia

### CENTRO

Lazio  
Marche  
Toscana  
Umbria

### ISOLE

Sardegna  
Sicilia



## IL RISPARMIO IN ITALIA: OVERVIEW DELLO SCENARIO MACROECONOMICO

# OVERVIEW DELLO SCENARIO MACROECONOMICO

Nell'ottica di un paese o sistema economico i risparmi rappresentano quella parte del valore generato dall'attività economica che **supera le esigenze correnti** e viene destinato a consumo o più in generale, **impieghi futuri**.

Con questa loro caratteristica, i risparmi rappresentano uno dei driver della crescita economica nazionale in quanto permettono, ad esempio, alle banche di concedere prestiti alle famiglie e alle imprese.

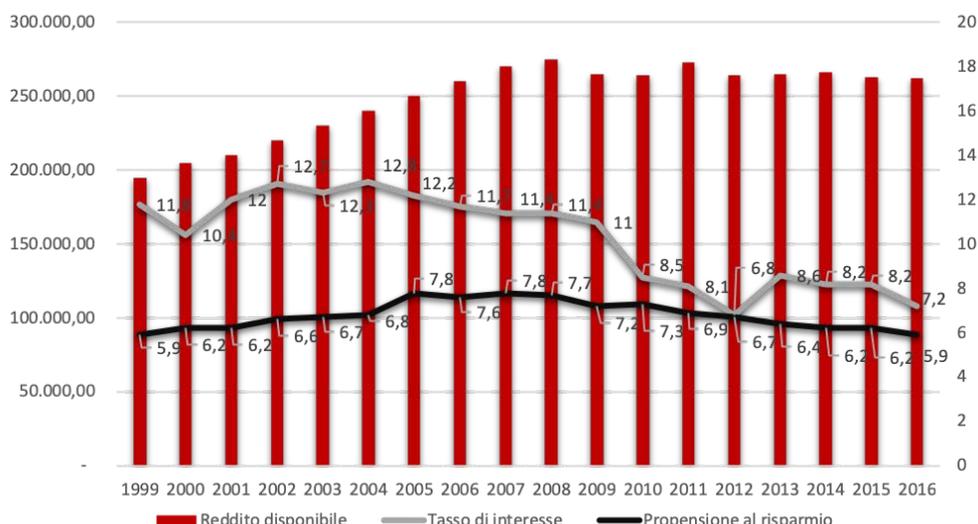
I dati **ISTAT** riguardanti il reddito disponibile medio (come % del reddito disponibile medio), la propensione al risparmio (come % del reddito disponibile medio), e il tasso di investimento tra gli **anni 1999-2016** mostrano come il reddito disponibile medio al 2016, sia fermo dal 2007 mentre la propensione a risparmiare ed investire sono in forte calo. Questi trend mostrano come gli italiani abbiano preferito ridurre la propensione al mantenere invariato

il livello di consumo e quindi dello stile di vita proprio o familiare.

L'**incertezza economica** ha aumentato il gap esistente tra le varie classi sociali, concentrando la ricchezza disponibile nelle mani di un numero sempre più ristretto di soggetti (il 10% degli italiani ne possiede il 50%) i quali mostrano generalmente una maggior tendenza al risparmio. Altre variabili che possono influire sulla tendenza al risparmio al di fuori di quelle esogene (fase economica attraversata) ed endogene (reddito, fase del ciclo di vita) sopra citate, altri fattori che possono influenzare le decisioni di consumo/risparmio di un soggetto sono la sua **educazione familiare** nonché la sua **educazione scolastica** o **conoscenza dei meccanismi di funzionamento del mercato**.

Influiscono inoltre la predisposizione personale verso il rischio e le esperienze passate in materia.

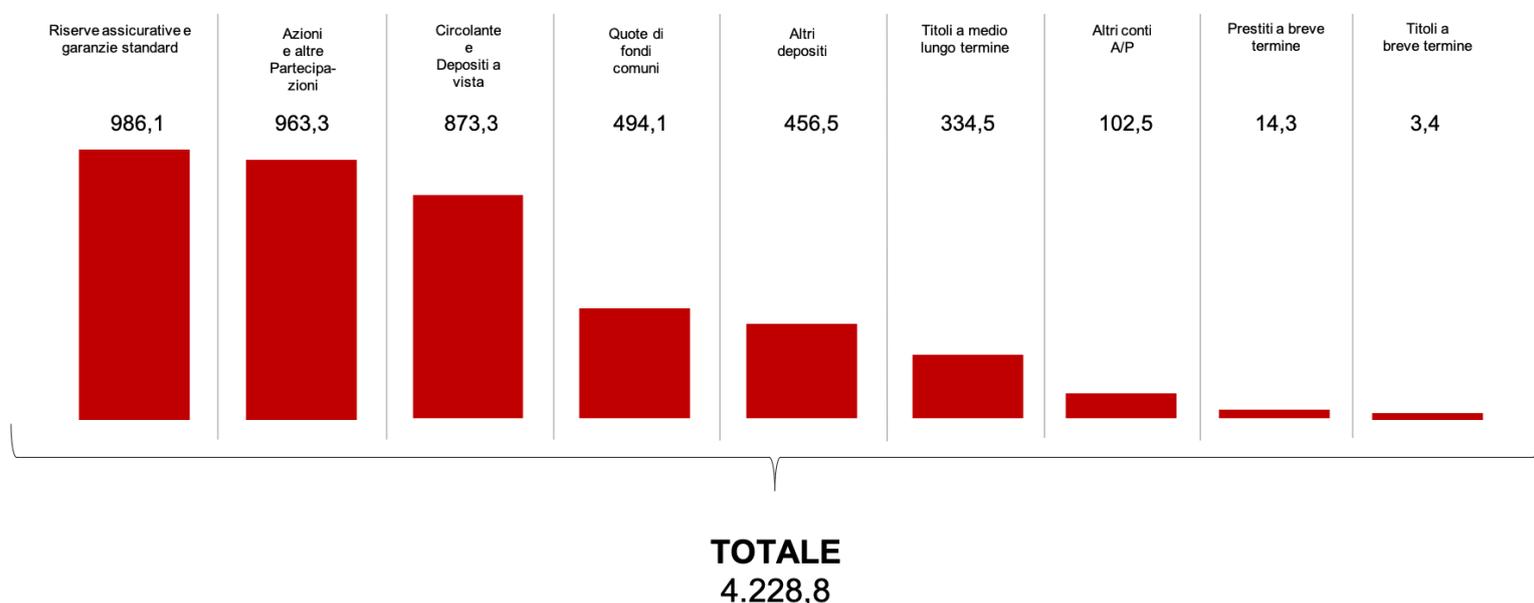
## PRINCIPALI VARIABILI A CONFRONTO



(ELABORAZIONE DATI ISTAT)

## PANORAMICA DEL RISPARMIO IN ITALIA

(I DATI SONO DA CONSIDERARSI ESPRESSI IN €MLD E RIFERITI A GIUGNO 2017)



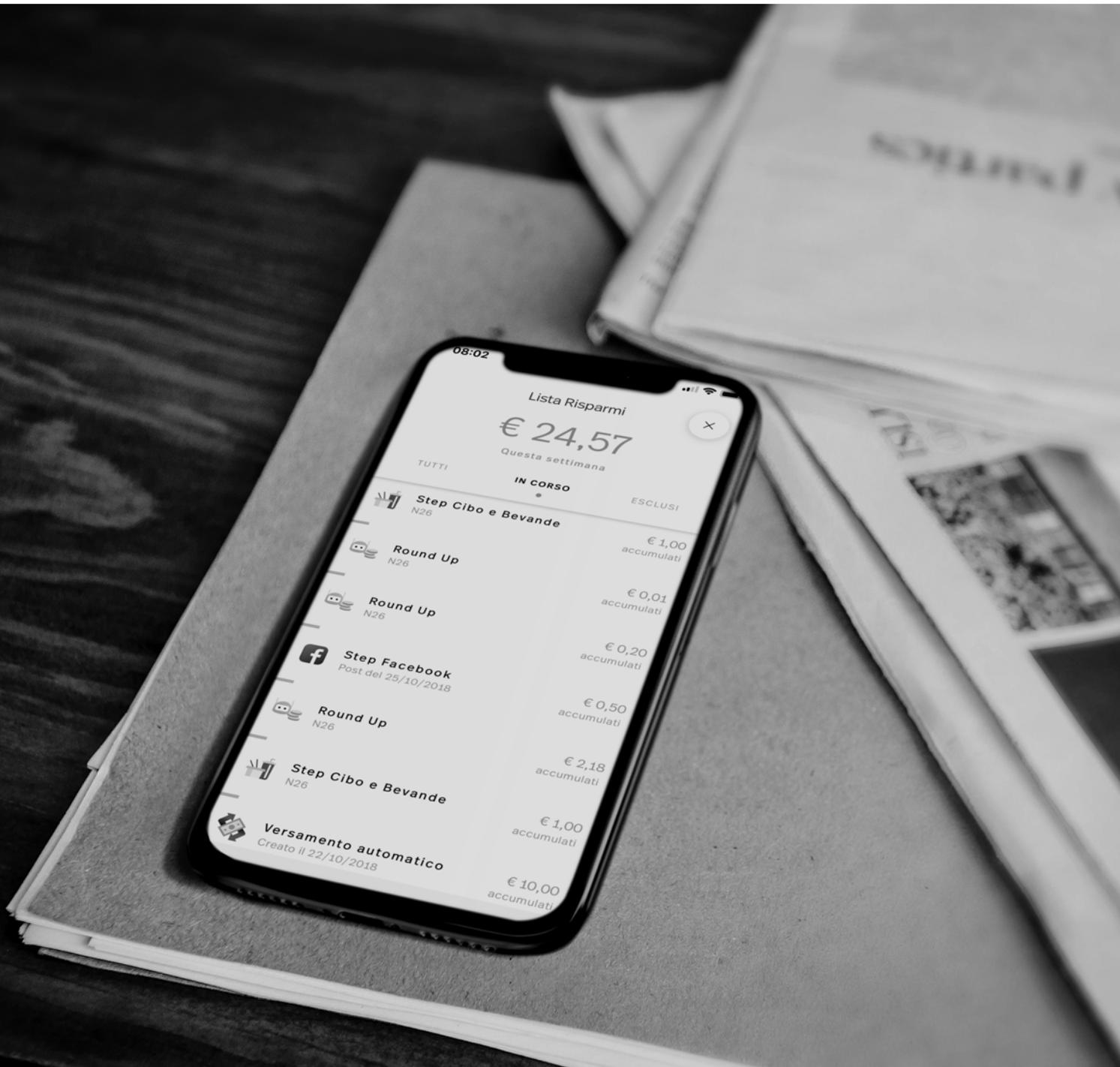
Nonostante il trend decrescente, il valore del risparmio complessivo si mantiene elevato se confrontato con altre economie europee, arrivando a **4228,8 miliardi di euro**. Gli italiani sono tendenzialmente propensi a tenere i risparmi sul conto corrente, dove le famiglie hanno la bellezza di 1.329 miliardi di euro secondo i dati della **Banca d'Italia**.

Nel 2017 il trend sembra presentare un leggero miglioramento: il reddito disponibile si attesta al **+1,7%** rispetto all'anno precedente segnando così il maggior rialzo dal 2011 e anche i consumi iniziano ad aumentare. I risparmi complessivi (**al netto degli immobili** ma inclusi gli strumenti finanziari) ammontano a **4.228,8 miliardi di euro** allocati principalmente in riserve assicurative e garanzie standard, azioni e altre partecipazioni, circolante

(banconote e monete metalliche) e depositi a vista.

Questo trend positivo continua anche per il 2018 tanto è vero che l'ISTAT registra nel secondo trimestre dell'anno un aumento del **+1,3%** del reddito disponibile delle famiglie con una crescita dei consumi dello **+0,1%** ed una propensione al risparmio in crescita al **+8,6%**.

Se anche per il 2019 gli indicatori economici continuassero il trend positivo segnando una ripresa, seppur lenta, l'Italia potrebbe uscire definitivamente dalla crisi e attuare finalmente strategie in grado di ridurre l'elevato debito pubblico, causa di elevata pressione fiscale e di conseguenza causa di **tassa occulta sui risparmi in forma di inflazione**.



## GLI ITALIANI ED IL DENARO

## DIGITAL PAYMENT SYSTEMS

Nell'ultimo decennio si è assistito ad una rivoluzione digitale dal **carattere globale** che sta trasformando non solo le economie, nazionali ed internazionali, ma anche ogni aspetto istituzionale e sociale.

Questa digitalizzazione ha coinvolto anche il **sistema dei pagamenti**: il futuro di questi è infatti sempre di più "digitale" sia per la **comodità** che per la **possibilità di controllo** garantita alle autorità, contribuendo a supportare allo stesso tempo il processo di digitalizzazione del paese.

Ma cosa sono e quali sono questi i nuovi strumenti di pagamento?

Ad oggi in questa categoria rientrano:

i sistemi di **Mobile POS**, che si compongono di due elementi: uno Smartphone (o tablet) e un dispositivo esterno collegabile ad esso, attraverso il quale "leggere" carte di pagamento e accettare transazioni. La connessione tra lo smartphone e la periferica può avvenire in modalità diverse: attraverso il jack audio dello smartphone, via bluetooth oppure attraverso l'ingresso per il caricatore della batteria. Anche la lettura della carta può avvenire tramite la lettura della banda magnetica (negli USA) oppure tramite i modelli **Chip & Sign**, **Chip & PIN** e **Contactless - NFC** (in Europa, dove vige una limitazione normativa alla modalità di acquisizione dei dati delle carte).

### Le carte di pagamento contactless

(carte prepagate, prepagate multiservizi, di debito, di credito) sono invece un'applicazione della tecnologia **RFID** alle tradizionali carte di pagamento, che non richiedono l'inserimento fisico della carta stessa in un lettore POS ma solo l'avvicinamento a quest'ultimo. Il vantaggio principale risiede nella velocità di pagamento che queste garantiscono, tanto che, fino a determinati importi (mediamente 15-25€), non è richiesto l'inserimento del codice PIN.

Anche l'**E-Commerce** viene fatto rientrare in questi sistemi: l'espressione "commercio elettronico" fa riferimento all'insieme delle transazioni per la commercializzazione di beni e servizi realizzate tramite Internet. Il suo sviluppo è stato finora caratterizzato da forti disparità fra paesi e aree geografiche: più diffuso e avanzato negli USA e in alcuni paesi dell'Europa settentrionale, è ancora d'importanza marginale in zone più povere.

Rientrano infine tra i nuovissimi sistemi di pagamento i pagamenti effettuati tramite **smartphone**,



## SMARTPHONE PAYMENT E PROVIDERS

Un sistema di pagamento digitale che merita un approfondimento è lo **smartphone payment**, in correlazione con l'enorme diffusione che hanno avuto gli smartphone nella popolazione negli ultimi anni.

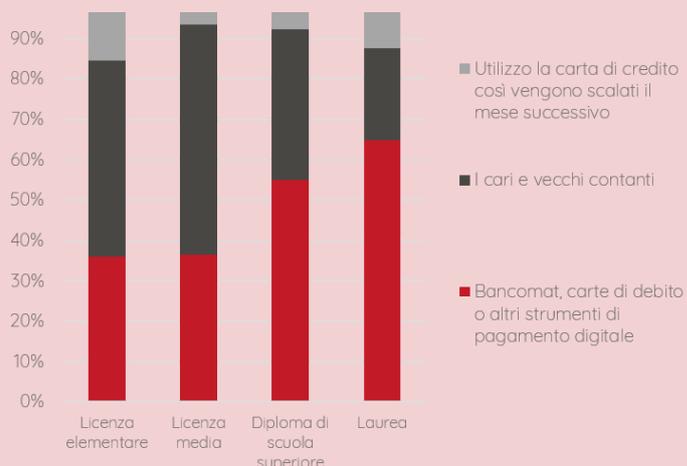
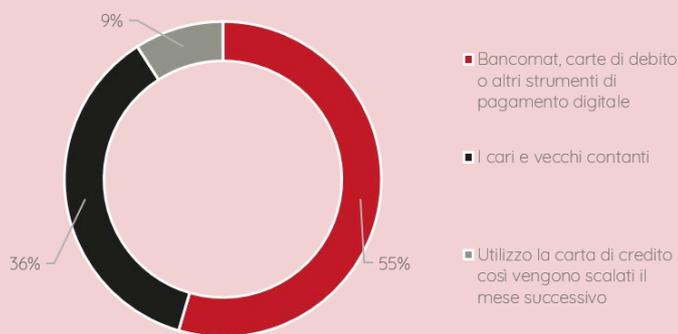
Con il massiccio sviluppo di Internet e dell'uso degli smartphone in ogni aspetto della vita quotidiana, negli ultimi anni sono nate molte **app volte a "trasformare" il telefono** stesso in uno strumento di pagamento. Questi servizi di pagamento con cellulare, che permettono di pagare senza carte di credito o bancomat fisici, si sono sviluppati in due categorie.

Da una parte vi sono i **mobile proximity payment**, ovvero quelli che usano tecnologia NFC per cui basta avvicinare il cellulare al POS e vi è l'addebito sulla carta associata al servizio tramite App.

L'altra categoria è rappresentata dai **mobile remote payment**, servizi dove il pagamento avviene su Internet, tra contatti che hanno aderito alla stessa piattaforma (normali utenti o negozianti). Questi servizi tuttavia non hanno ancora raggiunto una portata, in termini di adesione, tale da garantire un effettivo vantaggio.

**METODI DI PAGAMENTO...**

**... IN RELAZIONE AL LIVELLO DI ISTRUZIONE**



Questa tendenza al cambiamento si mostra sempre più forte: ad oggi il **55% del campione** dichiara di ricorrere a carte, bancomat e strumenti digitali per effettuare i propri acquisti. Resta molto forte l'utilizzo del contante, attestandosi al **37%**.

L'uso del **credito** attraverso le carte si mostra invece molto basso non raggiungendo neanche il **10%**.

Il grado di **istruzione** risulta essere direttamente **correlato** con l'utilizzo di sistemi di pagamento sempre più avanzati: con il passaggio da licenza media a laurea l'uso del contante diminuisce sempre di più in favore di bancomat e altri sistemi di pagamento digitale.

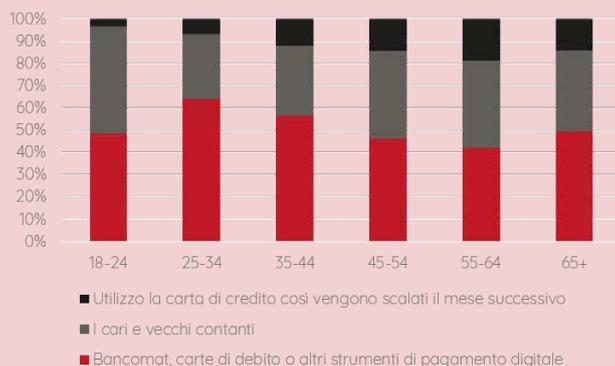
Ciò può senza dubbio essere dovuto alla **correlazione tra istruzione generale e conoscenza finanziaria**: al crescere di questa infatti non si temono più gli istituti bancari e finanziari.

**37%**

Utilizzo del contante

**55%**

Transazioni cashless



## LA VISIONE DEL DENARO

Nonostante il denaro non rivesta più un ruolo centrale attorno al quale ruota l'intera esistenza di ogni individuo, proprio per il suo fine, indispensabile per la regolamentazione delle normali attività quotidiane di ogni società, rappresenta ancora un elemento molto importante, con il quale ogni persona deve confrontarsi. Il rapporto che può instaurarsi con il denaro è **molto variabile** e difficilmente classificabile in quanto **dipende dalle esperienze personali** di ogni individuo e dall'approccio al denaro che gli è stato fornito in età infantile **dall'educazione parentale**, rendendolo quindi strettamente personale. Tuttavia è possibile delineare alcune macro-categorie generali che raggruppano al loro interno varie visioni, tutte accomunate da una stessa emozione principale, anche se differenti fra di loro per certe sfumature:

- **Preoccupazione, paura e ansia**
- **Potenza e piacere**
- **Indipendenza e sicurezza**
- **Responsabilità e senso del dovere**

Ognuna di queste tipologie di relazioni dipende dal vissuto di ogni individuo, e in buona parte anche dalla condizione finanziaria dello

stesso in determinati momenti della sua vita.

E' infatti possibile, e anzi molto ricorrente, che nel corso della propria esistenza **un soggetto muti più volte la propria concezione del denaro**, a causa di cambiamenti del suo stato finanziario, oppure a causa di eventi che spesso non sono direttamente imputabili a lui stesso o alla propria condizione economica.

Si pensi ad esempio ad un ricco imprenditore, proprietario di un'azienda. Egli avrà sicuramente una relazione molto positiva con il denaro, vedendolo come fonte di potere e indipendenza. Nel caso in cui però l'azienda da lui posseduta dovesse entrare in crisi e spingerlo quindi a contrarre debiti sempre maggiori per cercare di tenerla in vita, allora il denaro perderebbe per lui quel velo di emancipazione personale e serenità che possedeva in passato, ma verrà associato principalmente a sentimenti negativi quali stress e ansia.

In generale il contesto italiano mostra una forte presenza della categoria **"Indipendenza e sicurezza"**, circa il **55%** del campione analizzato infatti afferma ciò, sintomo di una visione del **denaro come elemento necessario per l'emancipazione e l'affermazione personale** e non come motivo di stress o preoccupazione.

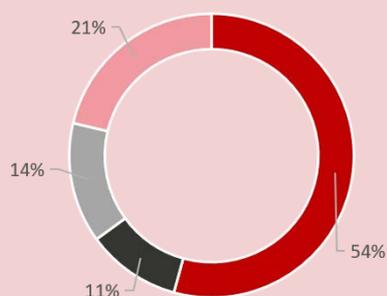
Questo risultato riporta l'immagine di una condizione economica del paese al momento migliore rispetto al passato, che spinge quindi il consumatore medio ad **abbandonare molte di quelle paure** che avevano caratterizzato il suo rapporto con il denaro nell'ultimo decennio. Resta tuttavia sempre elevata la percentuale di persone che vede il denaro come una preoccupazione (**13,71%**) e ciò non sembra però essere dovuto alla situazione lavorativa tanto è che i 4 possibili pensieri rispetto al denaro si distribuiscono quasi egualmente tra le varie professioni. Risulta affascinante notare come siano gli studenti, rientranti nella fascia di **età 18-24**, quelli che maggiormente vedono nel denaro un simbolo di potere, piacere ed eccitazione. Si mostra inoltre essere una visione prevalentemente maschile.

Questa visione si trasforma e si assottiglia col crescere dell'età: essa infatti mostra un andamento anticiclico passando dal rappresentare il 20% nella fascia più giovane fino a meno del 2% nella fascia più senior.

Il denaro come "**preoccupazione e paura**" si mostra prevalentemente nelle fasce 35-54 (c.a. 18%) e si smorza in quelle 18-24 e +55. Questo fatto sicuramente coincide con la tendenza degli italiani a "**metter su famiglia**" proprio in quelle fasce di età, in cui, appunto, si deve essere sicuri di poter garantire un futuro sereno ai propri figli e ai propri cari.

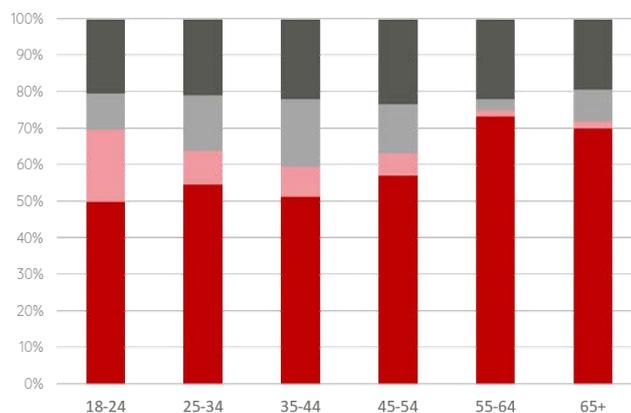


### PERCEZIONE DEL DENARO



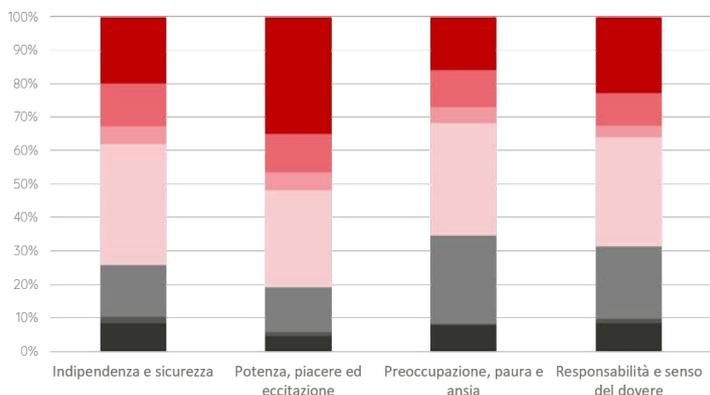
- Indipendenza e sicurezza
- Potenza, piacere ed eccitazione
- Preoccupazione, paura e ansia
- Responsabilità e senso del dovere

### RELAZIONE DENARO-ETÀ



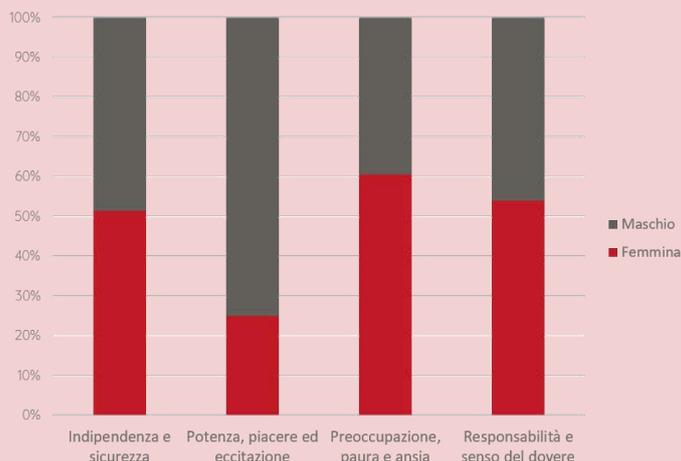
- Indipendenza e sicurezza
- Potenza, piacere ed eccitazione
- Preoccupazione, paura e ansia
- Responsabilità e senso del dovere

### RELAZIONE DENARO-PROFESSIONE



- Dipendente pubblico
- Dirigente
- Disoccupato
- Impiegato
- Imprenditore
- Libero Professionista
- Studente

### RELAZIONE DENARO-GENERE



- Maschio
- Femmina



## LA PROPENSIONE AL RISPARMIO: IL PASSAGGIO DA FORMICHE A CICALI

## COME GLI ITALIANI CONSIDERANO IL RISPARMIO

Dopo gli anni della crisi economica, che hanno prodotto una forte incertezza verso il futuro, con la lenta ripresa sono iniziati anche la **ripresa dei consumi** e il passaggio degli italiani da formiche accumulatrici a cicale.

Il clima economico favorevole, la **maggior fiducia** e positività inducono un cambiamento nella propensione al risparmio degli italiani, rendendoli più disposti a spendere nell'immediato. Il risparmio sembra dunque non essere più una priorità, infatti la maggior parte degli intervistati risparmia senza effettuare eccessive rinunce.

Nonostante ciò, rimane comunque la **volontà di risparmiare**, per finalità che molto spesso non sono direttamente pianificate, ma rivolte generalmente ad ottenere maggiore sicurezza riguardo al proprio futuro o quello dei propri figli, mantenere il tenore di vita attuale o semplicemente perché è un comportamento normale e ritenuto culturalmente corretto.

In generale, la **propensione al risparmio** e la consapevolezza verso il tema **cresce di pari passo con l'età**, in particolar modo tra i 35 e i 54 anni, probabilmente perché aumentano anche le responsabilità familiari. Per questo, questa fascia d'età è più sensibile al tema del risparmio e ammette che vorrebbe risparmiare di più.

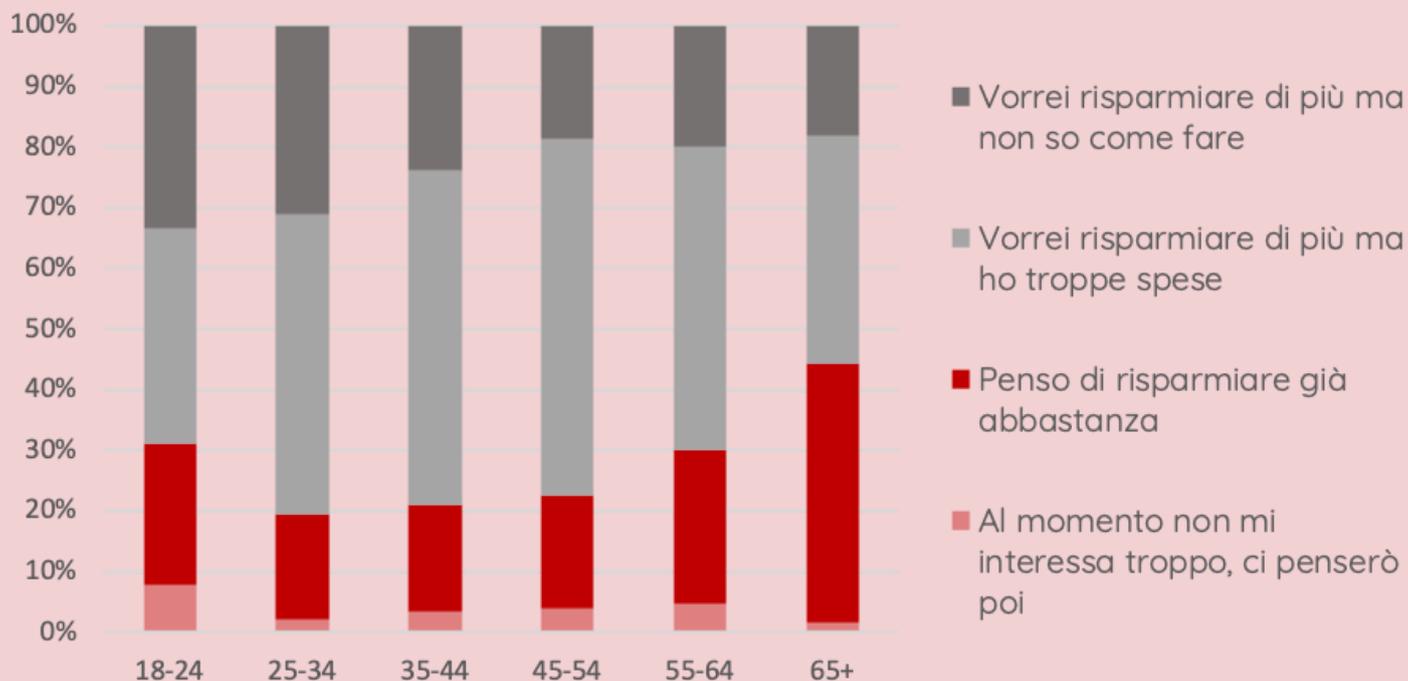
Diversamente, nel **segmento più anziano** della popolazione diminuendo anche le spese quotidiane e la speranza di vita, aumenta la soddisfazione verso il risparmio accumulato.

Nei **giovani** manca invece la consapevolezza e l'educazione in merito al risparmio, soprattutto riguardo a come ottenerlo in modo effettivo, più che l'interesse verso il tema.

Chiaramente il problema del risparmio è percepito in modo meno forte rispetto alle altre fasce d'età: **l'8% dei giovani tra i 18-24 anni** dichiara che il risparmio non rientra tra i suoi pensieri e priorità al momento.

I dati mostrano che per la maggioranza degli italiani **il risparmio non è attualmente una priorità fondamentale**, che quindi necessita di una pianificazione a lungo termine, ma è semplicemente, nella maggior parte dei casi, frutto di piccole rinunce casuali nel quotidiano, o addirittura il semplice residuo al netto di tutte le spese mensili.

**APPROCCIO AL RISPARMIO SU BASE ANAGRAFICA**

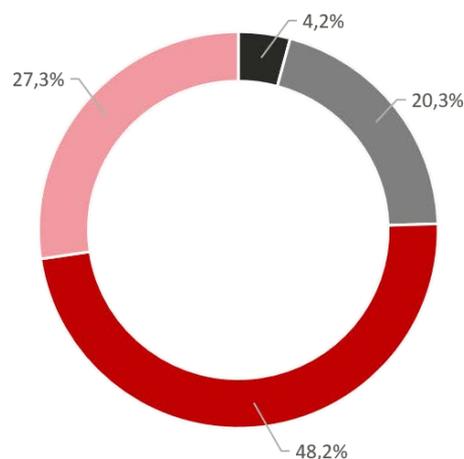


Risulta curioso notare come anche in coloro che affermano di voler risparmiare di più vi sia una parte che **vive alla giornata** spendendo sempre tutto: qualunque sia il motivo è evidente come l'approccio al risparmio risulti un problema strutturale in parte della popolazione italiana.

Le conseguenze della mancanza di pianificazione e lungimiranza sono una scarsa soddisfazione in merito ai frutti del risparmio: il **74,7 %** dei soggetti desidererebbe risparmiare di più, ma a causa delle troppe spese (**49%**) o della scarsa conoscenza sui mezzi disponibili (**25,7%**) non riescono a farlo.

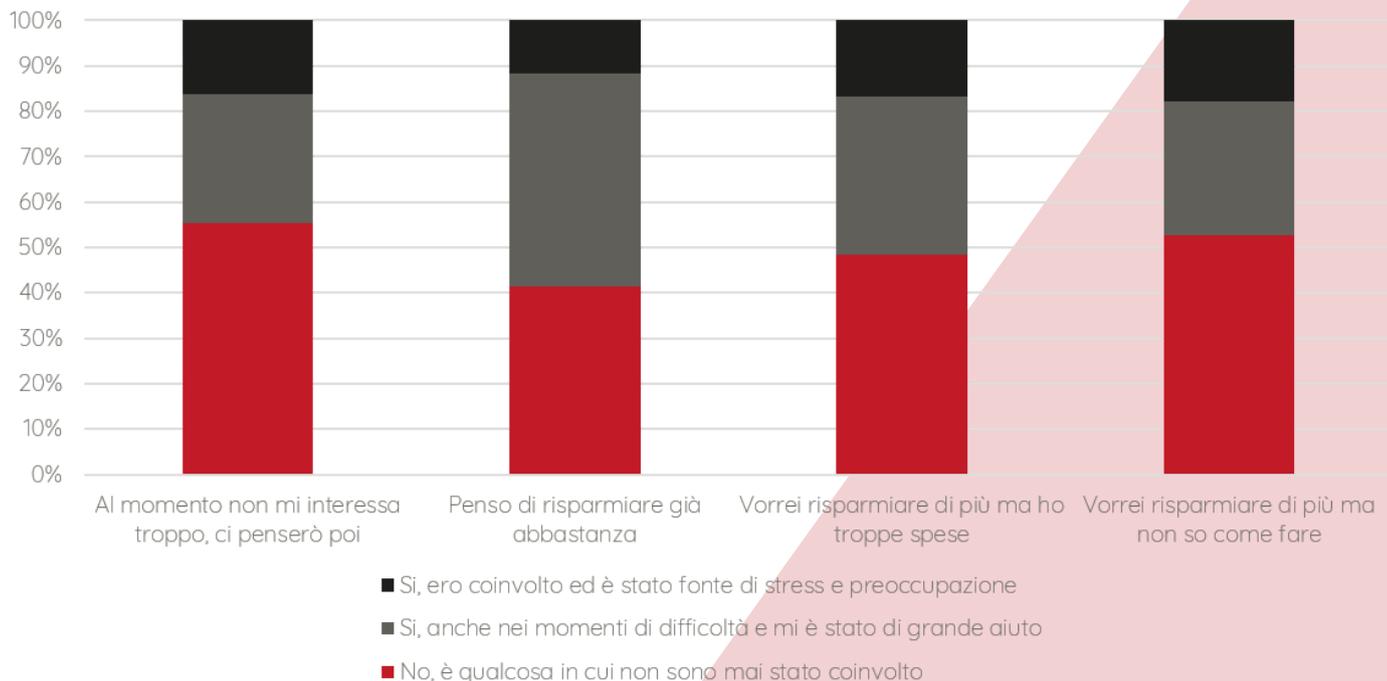
Dai dati è possibile osservare che il **grado di coinvolgimento** nelle scelte economiche vissuto all'interno del nucleo familiare **non incide sull'approccio al risparmio**.

**APPROCCIO AL RISPARMIO**

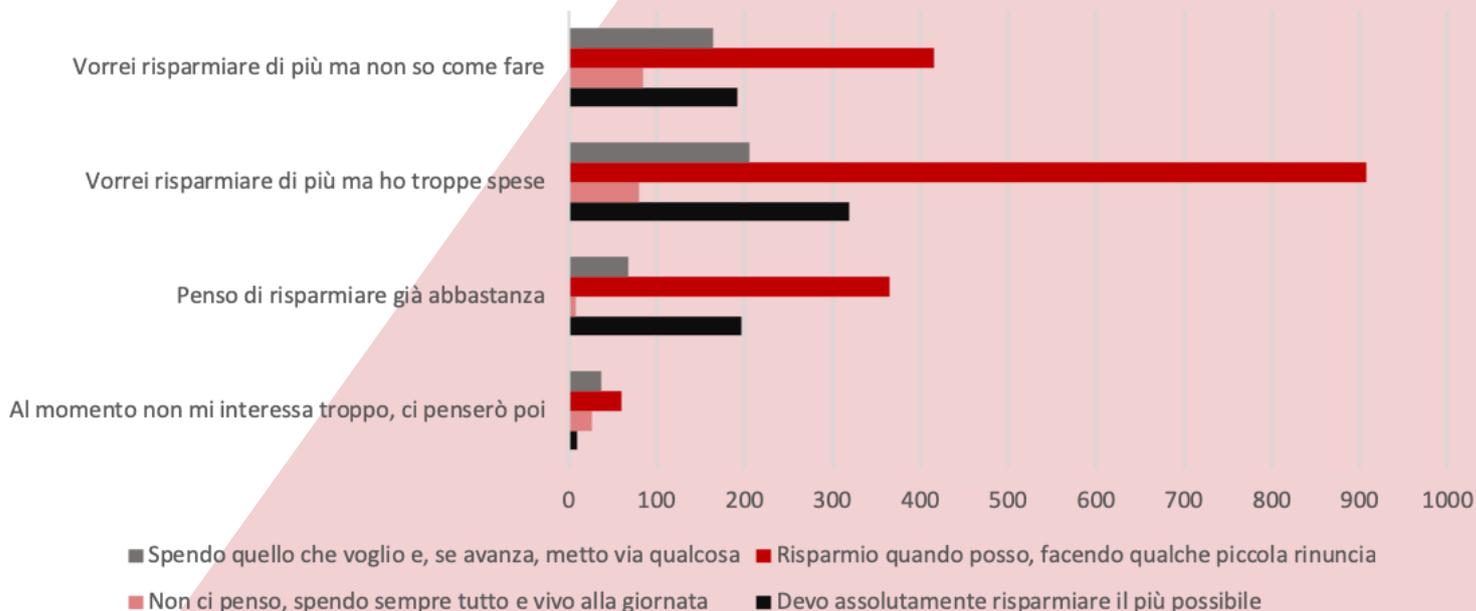


- Al momento non mi interessa troppo, ci penserò poi
- Penso di risparmiare già abbastanza
- Vorrei risparmiare di più ma ho troppe spese
- Vorrei risparmiare di più ma non so come fare

**COINVOLGIMENTO E APPROCCIO AL RISPARMIO**



**DESIDERIO E APPROCCIO AL RISPARMIO**



# GLI ITALIANI: UNA MANCANZA DI PIANIFICAZIONE

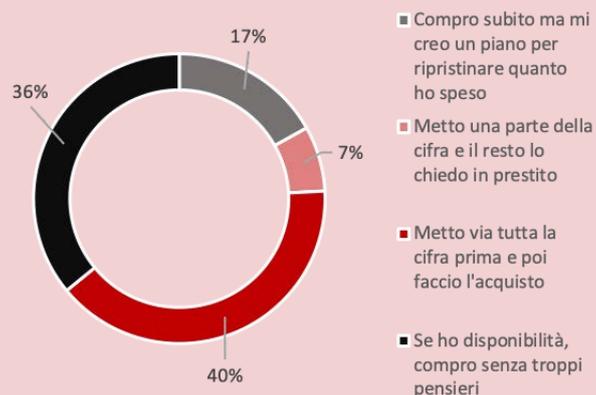
La popolazione di riferimento sembra tuttavia **spaccata a metà**: il 36% dichiara che, in caso di disponibilità economica, un acquisto importante viene fatto quasi di impulso, mentre il 40% dice di mettere da parte, prima dell'acquisto la cifra necessaria.

Risulta interessante notare, ed in linea con quanto già verificato precedentemente, che solo una piccola parte (il 7%) ricorre all'uso del credito.

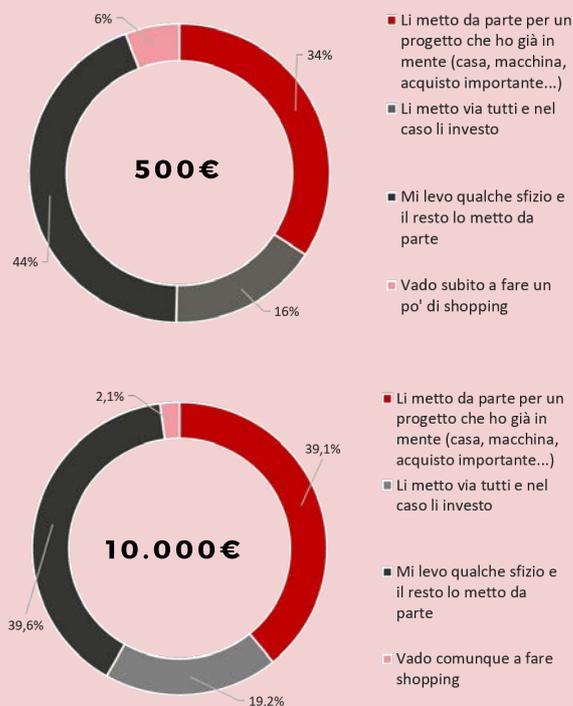
Quando posti davanti all'idea di poter ricevere dei **soldi extra e non programmati**, gli intervistati non sembrano vedere una particolare differenza tra una cifra modesta, come quella di **500€**, ed una cifra molto più significativa, come **10.000€**: questi verrebbero destinati all'acquisto o messi da parte. Mediamente, poco meno del 18% del campione ritiene di poter in caso investire tale cifra.

Alla luce di ciò emerge come l'Italiano medio abbia una visione orientata al breve periodo, con una netta propensione al consumo rispetto al risparmio e all'investimento.

## COMPORTEAMENTO ALL'ACQUISTO



## CONSEGUENZE AD AUMENTI IMPROVVISI DI REDDITO





## **IL CONTESTO FAMILIARE**

## LA PARTECIPAZIONE DEI FIGLI ALLE SCELTE FINANZIARIE

Dalla ricerca è emerso che le generazioni **meno coinvolte** nelle scelte finanziarie della propria famiglia in giovane età sono quella fra i **25 e i 34 anni** e quella fra i **35 e i 44 anni**. Circa il 50% di questo campione dichiara di non essere stato affatto coinvolto nelle scelte finanziarie della famiglia, **con una percentuale maggiore di maschi rispetto alle femmine**. Il dato suggerisce che queste generazioni abbiano avuto dei genitori che si sono presi pieno carico delle decisioni riguardanti le finanze della famiglia, probabilmente non ritenendo i figli capaci di supportarli in tali scelte.

Se andiamo ad osservare come si comportano (o comporterebbero) i soggetti analizzati nei **confronti dei propri figli** per quanto riguarda la loro educazione al risparmio e alle finanze possiamo notare che queste due fasce d'età **preferiscono dare una ricompensa in base alle attività domestiche** che svolgono: questo indica la volontà di **insegnare** ai propri figli il valore del «lavoro» e della soddisfazione personale. In particolare, questo metodo è preferito più dagli uomini che dalle donne. Essendo queste due generazioni quelle che meno sono state coinvolte nelle scelte finanziarie della famiglia, probabilmente sentono il dovere di responsabilizzare i loro figli sulle questioni di finanza e risparmio.

*Il tema dell'educazione finanziaria è delicato: molto spesso sono le famiglie stesse che vogliono educare i propri figli su come gestire i propri risparmi. Purtroppo, in Italia il livello di educazione in questo ambito risulta deludente e sotto le medie dei paesi europei, come dimostrano i dati della Banca d'Italia, i report della Consob e dell'Ente Einaudi del 2017*

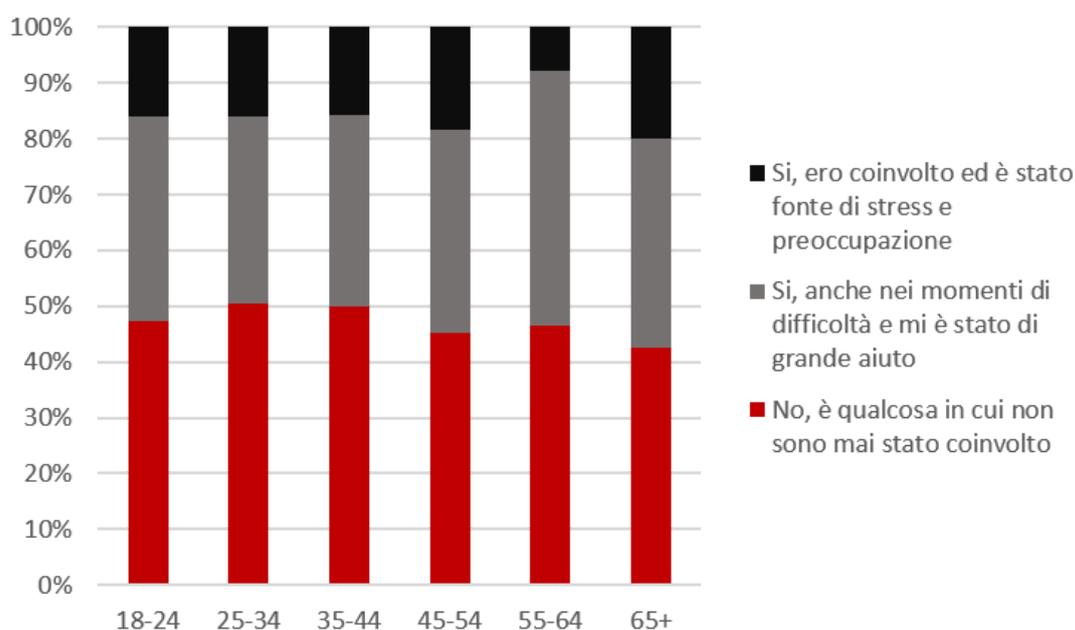
La generazione che ha percepito di più il coinvolgimento nelle scelte finanziarie familiari come fonte di stress e preoccupazione è quella degli **over 65** (20%), subito seguita da quella che va dai 45 ai 54 anni, con una percentuale **maggiore di femmine rispetto a quella dei maschi**. Mentre la prima generazione ha continuato a prendersi carico delle scelte finanziarie della famiglia anche in età adulta, esentando i figli, le generazioni citate prima, da tale mansione, la seconda ha tentato di coinvolgerli, ma **limitando la loro autonomia** nella gestione delle proprie finanze. Infatti, per quanto riguarda l'educazione dei figli alla gestione delle finanze le due fasce d'età non offrono un sistema di ricompensa educativo.

Se si analizza la fascia d'età fra i 45 e i 54 anni è possibile notare che il metodo di ricompensa più accreditato è quello che vede i genitori **dare ai figli una 'paghetta' in base alle esigenze** e ciò è preferito maggiormente dalle donne rispetto agli uomini. Tuttavia, questa forma di ricompensa rende **impossibile per il figlio** capire come gestire le proprie finanze, poiché riceve i soldi in quantità e modi non determinati da fattori costanti ma unicamente per soddisfare uno scopo. Ciò di fatto non sposta nel concreto la responsabilità del denaro, lasciandola totalmente nelle mani dei genitori. È curioso notare come la fascia di età fra i 18 e i 24, che probabilmente hanno genitori appartenenti alla fascia d'età sopra citata, **preferiscano meno (circa 34%) questo tipo di ricompensa** rispetto ai propri genitori (circa 39%). Per quanto riguarda invece gli over 65 si può notare che la modalità di

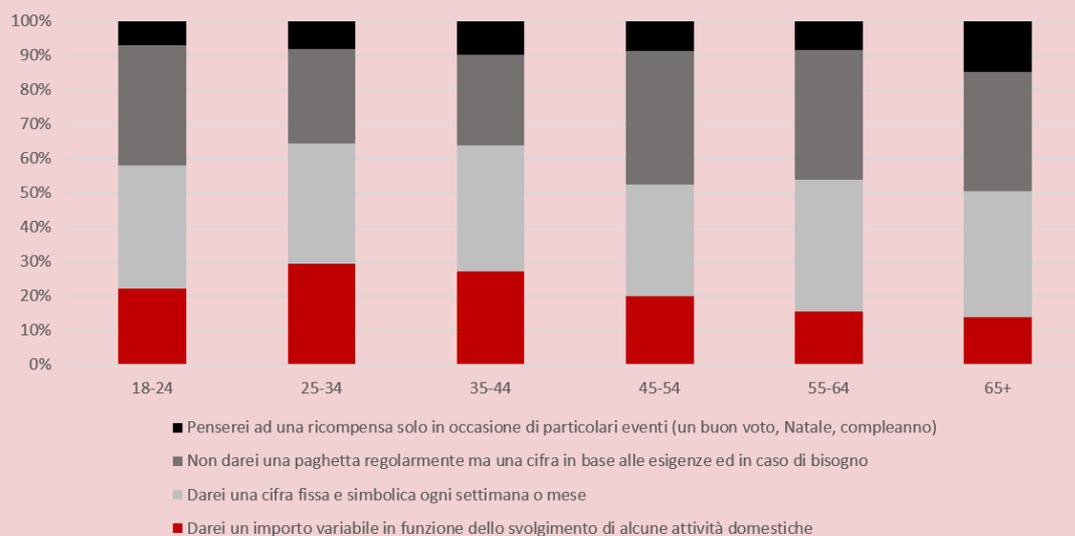
ricompensa preferita è quella secondo la quale al figlio viene riconosciuta una 'paghetta' in occasioni particolari (**25% con maggioranza di femmine rispetto ai maschi**). Anche quest'ultima modalità non rende possibile una gestione sistematica delle proprie finanze, poiché non ci sono comportamenti o scadenze che determinano un'entrata.

Se si guarda la fascia d'età fra i **35 e i 44 anni**, che probabilmente contiene **soggetti che hanno genitori nella fascia degli over 65**, è possibile notare che questo metodo di ricompensa è meno preferito nonostante più del **10% del campione si dichiara suo sostenitore**. Questo è probabilmente dovuto al fatto che il metodo di ricompensa non viene percepito come formativo: questa fascia d'età è una di quelle che risulta essere stata meno coinvolta nelle decisioni familiari riguardanti le scelte finanziarie e in ragione di ciò ha 'sofferto' l'impossibilità di gestire anche le proprie finanze in modo educativo.

### COINVOLGIMENTO SU BASE DEMOGRAFICA



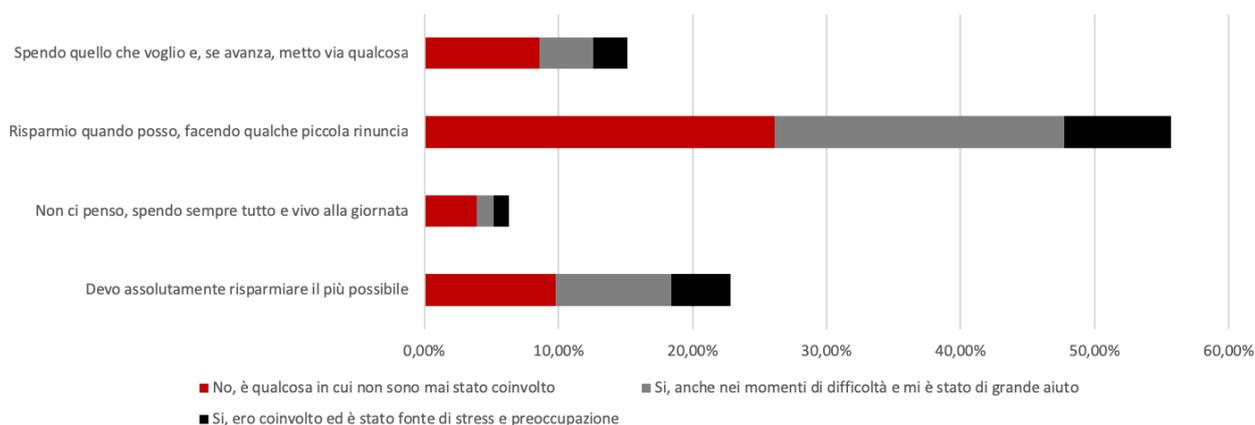
## GENERAZIONI A CONFRONTO: L'EDUCAZIONE FINANZIARIA AI FIGLI ATTRAVERSO LA "PAGHETTA"



Le generazioni che, invece, percepiscono maggiormente la partecipazione in giovane età alle scelte finanziarie della famiglia come formativa e d'aiuto sono quella fra i **18 e i 24 anni** (la parte più giovane dei "millennials") e quella fra i **55 e i 64 anni**. Infatti, circa il 40% di questo campione, con una maggioranza di donne rispetto agli uomini, dichiara che il coinvolgimento nelle scelte finanziarie della famiglia lo ha aiutato molto, nonostante ci possano essere stati dei momenti di difficoltà. La generazione più giovane ha avuto **genitori appartenenti a quelle generazioni poco coinvolte** nella vita finanziaria della famiglia e che di conseguenza hanno deciso di coinvolgere i figli in maniera positiva nelle scelte della famiglia stessa, percependo loro stessi questa mancanza di educazione finanziaria in giovane età come negativa.

La fascia d'età fra i **55 e i 64 anni** esprime la volontà di educare i propri figli alla gestione delle finanze, infatti è quella che più preferisce dare una cifra fissa mensile o settimanale come ricompensa ai propri figli, molto probabilmente per abituarli a gestire delle entrate fisse, come quello che in futuro potrebbe essere il salario percepito. In generale questa risulta essere la modalità di ricompensa preferita sia dal campione maschile che da quello femminile. Questa generazione è una di quelle che sono state **più coinvolte nelle scelte finanziarie della propria famiglia** e che hanno apprezzato questa partecipazione. Si potrebbe dire che ciò li abbia portati a voler responsabilizzare i propri figli così come sono stati responsabilizzati loro stessi.

## COINVOLGIMENTO NELLE SCELTE FAMILIARI E PROPENSIONE AL RISPARMIO





## RISPARMI ED INVESTIMENTI: QUALE LEGAME?



## LA CICALA E LA FORMICA

Più ottimismo nel futuro significa anche **maggiore propensione a programmare il domani**, per realizzare dei progetti. Per il raggiungimento degli obiettivi, è fondamentale la pianificazione e la corretta scelta della gestione degli accantonamenti. In Italia però la crescita della fiducia verso l'economia non è stata accompagnata dalla crescita della fiducia verso il sistema bancario e finanziario. La maggior parte dei soggetti infatti **non è predisposta ad investire** i propri risparmi, nonostante ammetta di voler ottenere maggiori frutti dai sacrifici o di non essere in generale soddisfatta dal livello di risparmio ottenuto.

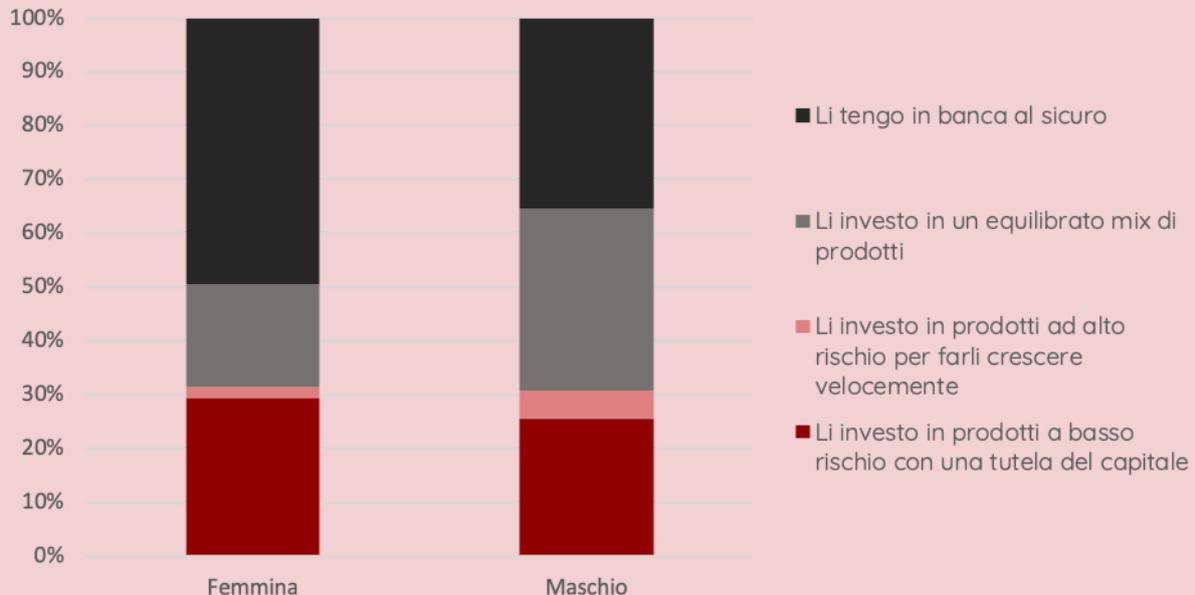
Il non investire sembra loro il modo migliore per salvaguardare il capitale, evitando rischi inutili.

Solo una bassa percentuale degli intervistati ritengono invece i prodotti d'investimento **il miglior modo di far fruttare e accrescere il capitale**, e quindi un modo per accrescere la serenità e il rendimento in futuro; probabilmente questi sono i soggetti con una maggiore conoscenza del tema.

Le **donne** si dimostrano essere in generale le più caute: il **50%** di esse preferisce non investire i risparmi ed accumularli in banca o ricorrere a strumenti di investimento a basso rischio (**28%**). Gli **uomini** si mostrano più aperti al rischio ma rimanendo sempre cauti.

In entrambi i generi la propensione agli investimenti ad alto rischio e di conseguenza ad alto rendimento risulta particolarmente bassa, tuttavia si conferma la maggiore apertura del genere maschile al rischio: tale “segmento” si costituisce infatti circa per i 2/3 da uomini.

### USO DEI RISPARMI IN RELAZIONE AL GENERE



Per quanto gli italiani siano attualmente disposti a rischiare di più sul futuro diminuendo i propri risparmi, si dimostrano generalmente **poco predisposti** ad investire sul rischio finanziario.

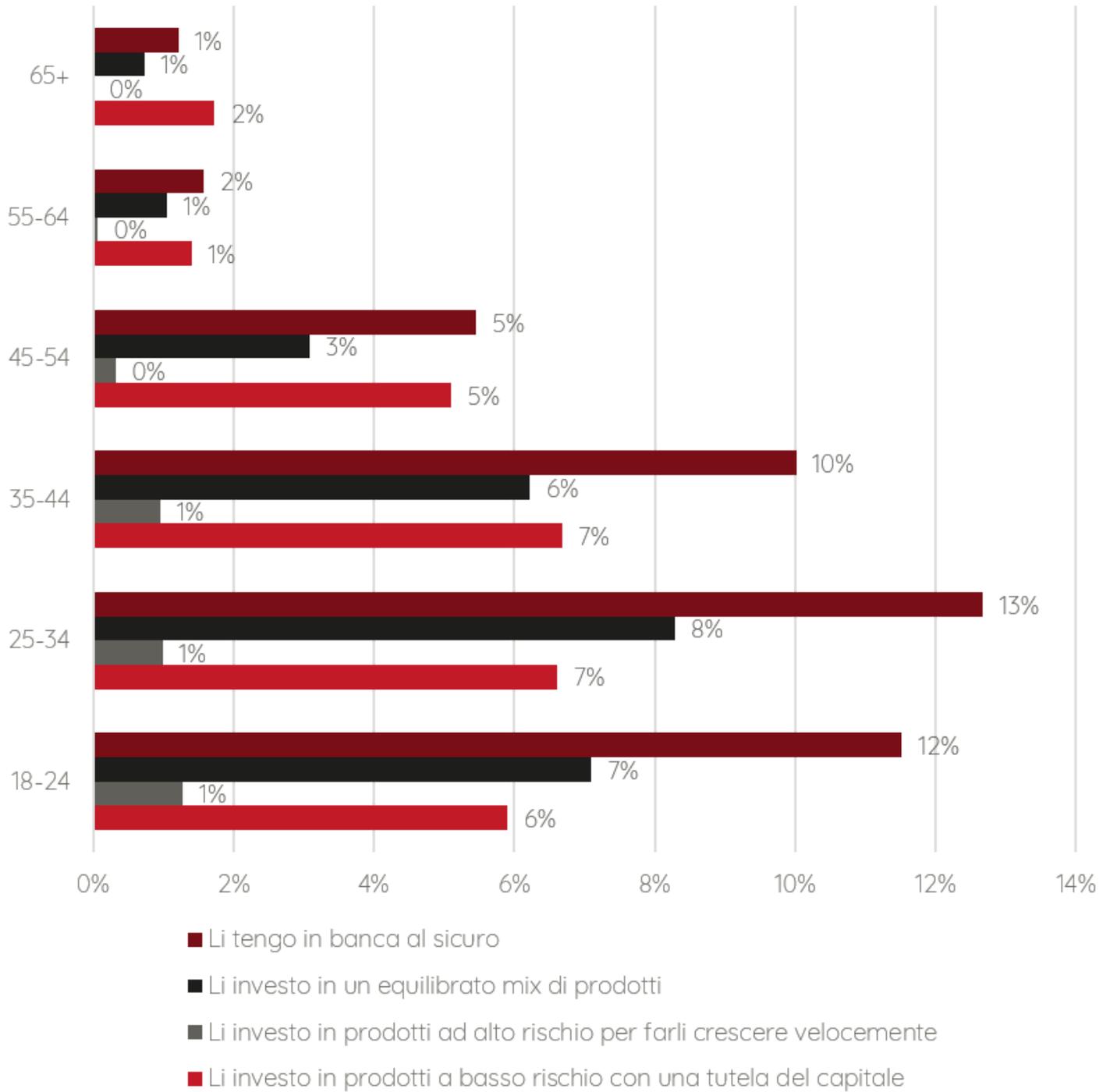
Coloro che sono più predisposti ad investire ricadono in particolar modo nella fascia oltre i **65 anni**, ma anche in questo caso la scelta ricade su prodotti con basso rischio e alte garanzie.

**La propensione all'investimento cresce al crescere dell'età:** è possibile infatti notare una linea di tendenza positiva. La propensione al rischio si dimostra invece muoversi in maniera anti-ciclica con quanto osservato: il segmento di rispondenti che dichiara di investire in prodotti ad alto rischio si assottiglia sempre di più al crescere dell'età fino a sparire del tutto oltre i 65 anni.

Le ragioni di ciò possono essere individuate non solo in un cambiamento generazionale ma anche nella **“paura del futuro”**: non è da escludere che gli over 65 sentano sulle loro spalle un peso che i più giovani non hanno, quello di dover lasciare in una condizione economica agevole i parenti più prossimi.

L'**incapacità di guardare al futuro** e di fare scelte d'investimento consapevoli è in linea con la definizione di **“cicala”** attribuita al campione in precedenza.

**USO DEI RISPARMI SU BASE ANAGRAFICA**

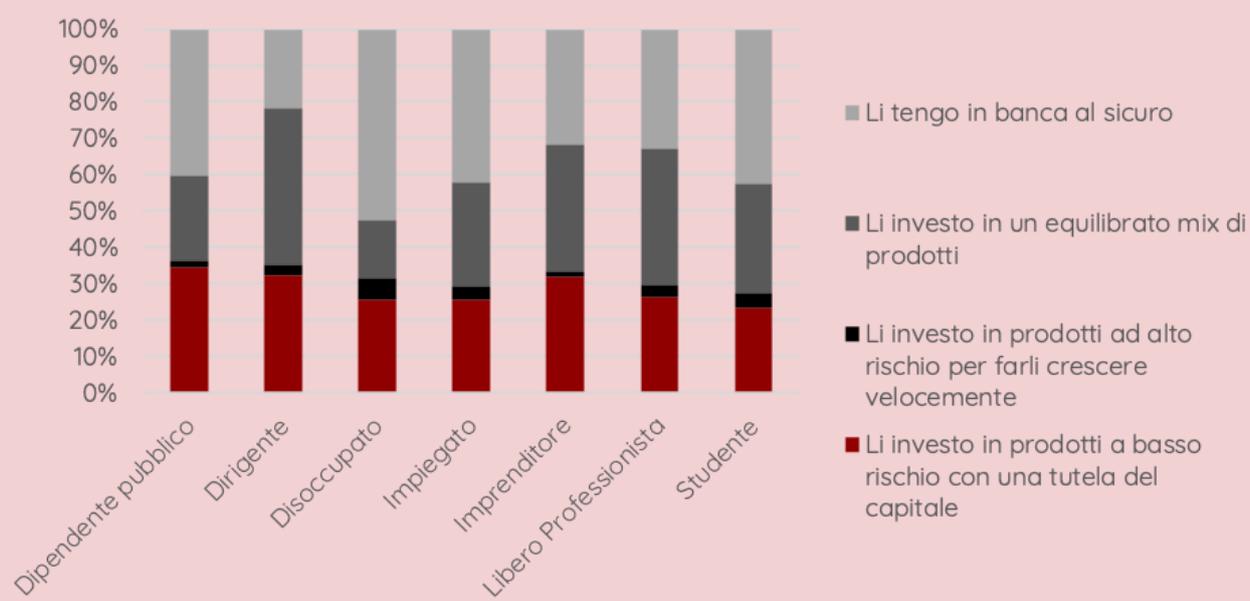


Particolarmente interessante risulta essere la propensione all'investimento correlata con l'attuale situazione lavorativa, in cui emerge una netta differenza tra posizioni elevate come quella del dirigente (c.a. **80% dichiara di investire**) e chi invece dichiara di essere disoccupato (**47% dichiara di investire**) sintomo di come un elevato e sicuro reddito, quindi una maggiore disponibilità economica, incida su tale propensione.

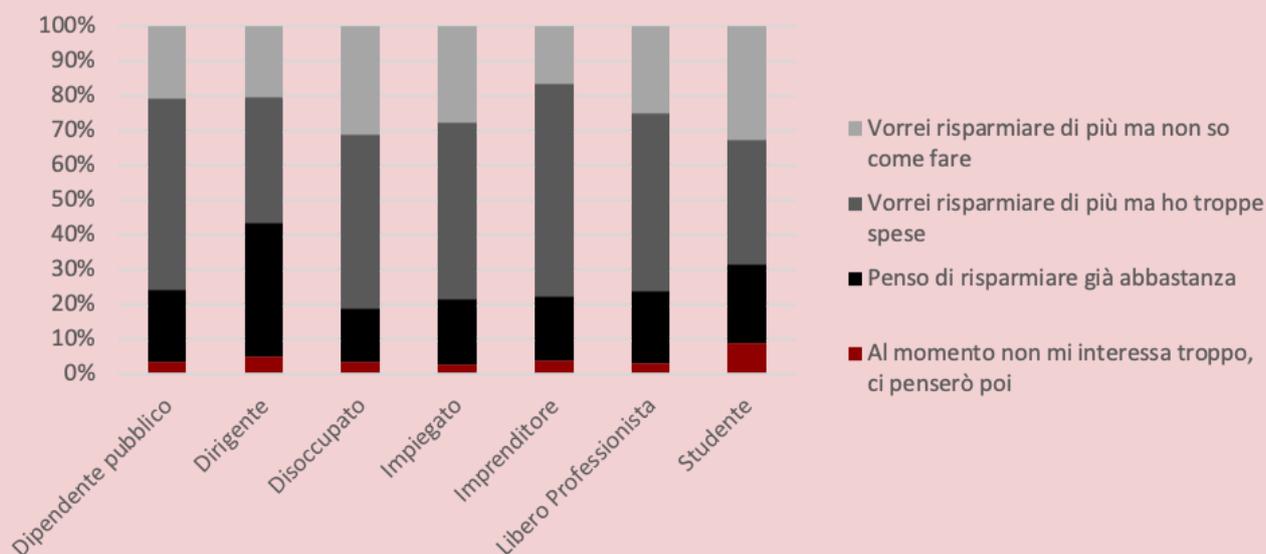
Questa ipotesi si vede rafforzata se si confrontando questi dati con l'atteggiamento generale verso il risparmio: è proprio la fascia dei disoccupati che afferma di non riuscire a risparmiare a causa delle troppe spese.

Risulta interessante notare come d'altra parte siano proprio i disoccupati a avere una maggiore propensione agli investimenti ad alto rischio.

### USO DEI RISPARMI IN RELAZIONE ALL'ATTIVITÀ PROFESSIONALE



### ATTITUDINE AL RISPARMIO IN RELAZIONE ALL'ATTIVITÀ PROFESSIONALE



# IL PROBLEMA DELLA DISINFORMAZIONE ED IL RUOLO DEI TRUST

Dietro questa **generale sfiducia** verso il sistema bancario si nasconde però un problema maggiore: la **manca di alfabetizzazione finanziaria**, tant'è che l'Italia si posiziona ultima tra le economie del G7 in tale ambito, con due italiani su tre non in grado di rispondere a domande elementari quali: "un investimento con rendimento molto elevato può essere molto rischioso?"

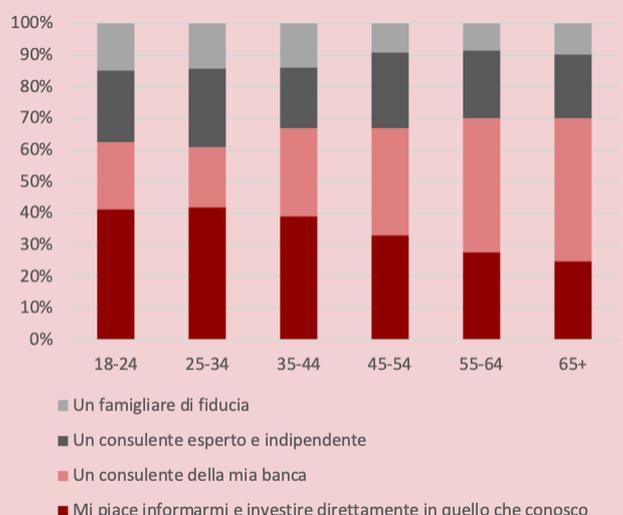
La maggior parte degli italiani **non ha competenza** dunque in materia, e ciò diventa ancora più rischioso se unito alla tendenza "fai da te", che è emersa dall'indagine condotta in cui quasi il **40% del campione** dichiara di preferire tale metodologia. Metodologia in cui sempre gli uomini risultano essere portavoce a dimostrazione che questi hanno una propensione maggiore agli investimenti finanziari ed un'educazione finanziaria più radicata.

Ai consulenti indipendenti sono nettamente **preferiti quelli bancari**, espressione di una maggior solidità e affidabilità. In particolare, il trust verso il sistema bancario cresce di pari passo con l'età dei soggetti, mentre diminuisce parallelamente la tendenza a investire direttamente, sinonimo di maggior consapevolezza riguardo al tema.

## FIDUCIA NELL'INTERMEDIARIO IN RELAZIONE AL SESSO



## FIDUCIA NELL'INTERMEDIARIO IN RELAZIONE ALL'ETÀ





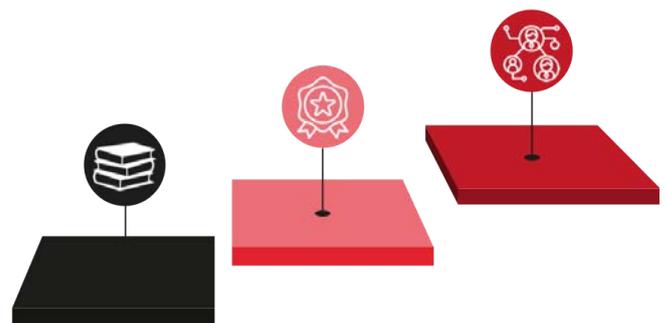
## RISPARMIO ED INVESTIMENTO CONSAPEVOLE

L'economista e professoressa **Annamaria Lusardi**, con curriculum d'eccellenza ed attualmente in carica come Direttore del Comitato per la Programmazione ed il Coordinamento delle Attività di Educazione Finanziaria, spiega che **"30-40% della disuguaglianza in termini di ricchezza accumulata nel corso della vita può essere spiegata dalle differenze nella conoscenza finanziaria"**.

E' importante dunque non solo per il singolo soggetto, ma per l'intero sviluppo economico del paese, che si realizzino investimenti nell'ambito dell'educazione finanziaria, proprio alla luce di quanto mostrato precedentemente.

Ciò può essere fatto attraverso il ricorso a 3 leve :

- Aumento della quantità e della qualità** di ore dedicate all'educazione finanziaria in ambiente scolastico in primis e in quello familiare in secundis
- Aumentare la trasparenza** informativa e di conseguenza la fiducia delle persone nelle istituzioni, la quale risulta difficile da ottenere ma facile da perdere
- Creare e mantenere legami** stabili tra cliente ed investitore finanziario, che sia una banca o un istituto



# LA CONSAPEVOLEZZA DEGLI INVESTIMENTI: BANCHE O ISTITUTI?

Le ultime crisi finanziarie hanno spinto gli investitori ad una maggiore tutela ma anche ad un generale **atteggiamento di sfiducia** verso le istituzioni bancarie. Il 38,5% dei soggetti preferisce infatti investire direttamente, senza l'aiuto di consulenti esterni; tale tendenza è **maggiore nei giovani e negli uomini**, che dimostrano dunque una maggiore sicurezza in sé stessi e nelle proprie conoscenze finanziarie (nonostante l'Ocse dimostri che l'educazione finanziaria italiana è inferiore alla media europea).

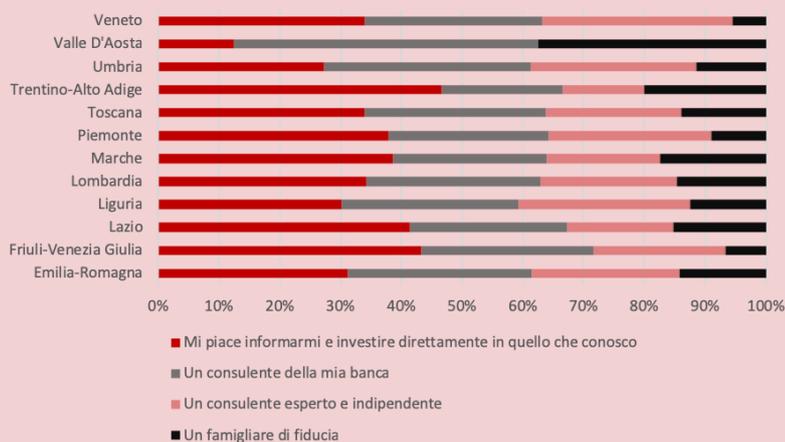
Ciò può tuttavia essere interpretato anche come una mancanza di fiducia che tali elementi ripongono in queste ultime.

La **provenienza geografica** sembra non incidere **significativamente** sulla scelta del 'trust' a cui rivolgersi: non vi sono particolari differenze tra nord-centro Italia e sud Italia sebbene mediamente vi sia uno scarto del **10%** sugli investimenti 'self-made' (**40%** mediamente al centro-nord, **50%** mediamente al sud).

Tali dati, seppur statisticamente validi, potrebbero non riflettere completamente l'attuale situazione italiana a causa di una **copertura del test non omogenea**.

L'educazione finanziaria inizia a scuola, ma si completa in modo informale con l'interazione quotidiana con le banche, i giornali, la gestione della paghetta (che solo un terzo degli intervistati ritiene il modo corretto per formare i figli in merito alla gestione del denaro).

## I "TRUST" NEL CENTRO-NORD



## I "TRUST" NEL SUD E NELLE ISOLE





**CONTATTI:**  
[jeme@jeme.it](mailto:jeme@jeme.it)

[www.jeme.it](http://www.jeme.it)

**OO** oval

**CONTATTI:**  
Claudio Bedino  
[press@ovalmoney.com](mailto:press@ovalmoney.com)

[www.ovalmoney.com](http://www.ovalmoney.com)