

---

## Per quasi 8 ragazzi su 10, tecnologia e digital hanno un ruolo soprattutto positivo nella loro vita

---

- ***Secondo l'indagine realizzata da BVA-Doxa per Visa, in collaborazione con FEduF, l'uso del digital non solo trova spazi importanti nel tempo libero, ma si esprime in modo deciso nelle attività quotidiane***

Milano, 7 Novembre 2019 – Circa metà del campione usa sempre app/siti per prenotare ristoranti e locali o per ordinare cibo che gli viene consegnato a casa; altrettanti utilizzano 'sempre-spesso' lo smartphone nelle attività fisiche/sportive; l'84% usa 'sempre-spesso' smartphone e pc come navigatore per cercare percorsi e destinazioni, pressoché la totalità degli studenti, circa la metà del campione, usa sempre app/siti per gestire la scuola (registro elettronico di scuola/università): questo quanto emerge dall'indagine condotta da BVA-Doxa per Visa in collaborazione con FEduF, la Fondazione per l'educazione finanziaria e al risparmio costituita dall'ABI, su di un campione di 500 ragazzi italiani tra i 18 e 25 anni, sulla percezione del valore del denaro contante ed elettronico nella generazione dei nativi digitali.

Per il 42% del campione, il digital è presente in tutti gli ambiti della vita. In pochi sono d'accordo con la difficoltà di non riuscire a distinguere tra digital e realtà (18%), così come nel ruolo dei social quale strumento per esprimere le proprie emozioni (21%). Un po' meno della metà sono d'accordo nel constatare che il denaro contante non sparirà (42% accordo 8-10) e consapevoli che i pagamenti dematerializzati hanno facilitato la loro vita (42% accordo 8-10).

### **Il digital in dettaglio**

Lo smartphone entra in modo deciso anche nella mobilità: il 37% utilizza app per sharing di mezzi di trasporto (auto, bici, scooter) e il 42% paga i mezzi pubblici con lo smartphone, il 22% paga la sosta per l'auto con le app. L'uso dello smartphone è diffuso anche per la prenotazione delle vacanze: il 60% del campione lo usa per prenotare aerei, case o alberghi online.

Accanto allo smartphone, si fanno largo gli assistenti vocali con una penetrazione ancora in crescita: i giovani li usano per 'chiedere informazioni', per 'ascoltare la musica', ma anche per divertirsi 'facendo domande assurde'.

Il mondo del digital entra in modo significativo nella gestione dell'intrattenimento: il 60% del campione gioca con lo smartphone sempre-spesso, 87% guarda video brevi dai social e ascolta musica, il 66% guarda film e serie tv.

### **Contatti ufficio stampa Visa:**

Alessandro Zambetti e-mail: [azambetti@dagcom.com](mailto:azambetti@dagcom.com)

Elisa Pantaleo e-mail: [epantaleo@dagcom.com](mailto:epantaleo@dagcom.com)

Barbara D'Incecco e-mail: [bdincecco@dagcom.com](mailto:bdincecco@dagcom.com)

Tel: +39 02 89054164

Tel: +39 02 89054158

Tel: +39 02 89054168

## Pagamenti

Il ruolo del digital diventa rilevante anche in ambito pagamenti: dalla gestione degli acquisti online, all'uso dell'app della propria banca, fino all'uso vero e proprio dello smartphone come strumento per effettuare i pagamenti.

Se poco meno della metà possiede un conto corrente personale (47%), l'88% usa le carte per i suoi pagamenti. Tra le carte, la più utilizzata dal campione è la prepagata 60%, seguita dalla carta di debito 46% e quindi dalla carta di credito 33%.

Per la gran parte delle carte in loro possesso è abilitata la modalità contactless (76%), solo il 10% non la usa perché non si fida, a fronte di un 51% che la usa sempre, ogni volta che può.

Nel complesso dei loro pagamenti se il 39% è gestito in 'contanti', il restante 60% passa attraverso forme dematerializzate di denaro, tra cui carte (32%), app di pagamenti (12%). I contanti vengono preferiti per la maggior parte dei pagamenti sotto i 15 euro (75%), per gli scambi di denaro con gli amici (56%) e per le spese al bar/fast food (75%). Per i pagamenti degli acquisti nei punti vendita così come nei locali, ristoranti e pizzerie e per la spesa alimentare contanti e carte (nelle diverse forme di carte di debito, credito e prepagata) si alternano in ugual misura.

I giovani del campione sono molto inclini agli acquisti on line, scelti soprattutto per la convenienza dei prezzi e per la comodità di ricevere la merce a casa. Il 41% utilizza le carte prepagate per i propri acquisti on line.

Cercando di mappare i diversi strumenti di pagamento

- il denaro contante è fonte di 'sicurezza' (35%) e 'piace' da usare (34%), dà inoltre la percezione di controllare meglio i pagamenti.
- le carte 'fanno sentire adulti' e 'danno l'idea di poter comprare più cose', apprezzate per la comodità e praticità d'uso (andando soprattutto a eliminare la necessità di dover prelevare)
- nel balance tra rischi e benefici, saldo largamente positivo per le carte prepagate, per il 58% riconosce più benefici che rischi. Più critico il balance per la carte di credito e app di pagamento da smartphone.

## Metodologia e campione

500 interviste a ragazzi 18-25 anni, realizzate on line sul panel proprietario BVA-Doxa nel mese di ottobre 2019, rappresentative dell'universo di riferimento.

###

## Visa

Visa Inc. (NYSE: V) è leader mondiale nei pagamenti digitali. La nostra missione è quella di connettere il mondo attraverso una rete di pagamento innovativa, affidabile e sicura, che consenta a privati, aziende ed economie di prosperare. Il nostro avanzato sistema di elaborazione globale, VisaNet, fornisce pagamenti sicuri e affidabili in tutto il mondo ed è in grado di gestire oltre 65.000 messaggi di transazione al secondo.

### Contatti ufficio stampa Visa:

Alessandro Zambetti e-mail: [azambetti@dagcom.com](mailto:azambetti@dagcom.com)

Tel: +39 02 89054164

Elisa Pantaleo e-mail: [epantaleo@dagcom.com](mailto:epantaleo@dagcom.com)

Tel: +39 02 89054158

Barbara D'Incecco e-mail: [bdincecco@dagcom.com](mailto:bdincecco@dagcom.com)

Tel: +39 02 89054168



L'attenzione incessante dell'azienda verso l'innovazione è un catalizzatore per la rapida crescita del commercio connesso su qualsiasi tipo di device e una forza trainante dietro il sogno di un futuro senza contanti per tutti, ovunque. Mentre il mondo si muove dall'analogico al digitale, Visa sta dedicando il brand, i prodotti, le persone, la rete e le dimensioni per rimodellare il futuro del commercio. Per maggiori informazioni, visita <https://www.visaitalia.com/>, e seguici su Twitter [@Visa\\_IT](https://twitter.com/Visa_IT).

## **Feduf**

La “**Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio**” (**Feduf**) è stata costituita dall'**Associazione Bancaria Italiana** per creare un polo coeso di soggetti impegnati nella diffusione di questa tematica nel più ampio concetto di educazione alla cittadinanza economica e alla legalità. La Fondazione funge da centro di aggregazione del mondo finanziario privato per mettere a disposizione del Paese la grande quantità di esperienze di successo sviluppate. Per questo la sua azione si basa su una vasta politica di interlocuzione e di cooperazione, con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, attraverso protocolli di collaborazione con le Regioni e gli Uffici Scolastici Regionali e territoriali e con altri soggetti pubblici e privati attivi in questo campo.

### **Contatti ufficio stampa Visa:**

Alessandro Zambetti e-mail: [azambetti@dagcom.com](mailto:azambetti@dagcom.com)

Elisa Pantaleo e-mail: [epantaleo@dagcom.com](mailto:epantaleo@dagcom.com)

Barbara D'Incecco e-mail: [bdincecco@dagcom.com](mailto:bdincecco@dagcom.com)

Tel: +39 02 89054164

Tel: +39 02 89054158

Tel: +39 02 89054168