

## COMUNICATO STAMPA

### LA GENERAZIONE Z ALLA PROVA DEL RISPARMIO

**Il salvadanaio batte il conto corrente. Solo un ragazzo su 3 preferisce gli acquisti online. E la paghetta fissa è per meno di uno su due. Agli altri tocca guadagnarsela. DoxaKids traccia per conto di FEduF (ABI) e American Express il rapporto dei giovani con il denaro. E con PayPal mette in campo gli esperti. Per una educazione finanziaria migliore.**

Milano, 28 marzo 2018 - Ragazzi, pagamenti digitali, denaro dematerializzato e cultura finanziaria: questi i temi al centro dello studio **"I giovani e il rapporto con il denaro: dati, riflessioni e visioni per una nuova educazione finanziaria"**. Nell'ambito della riflessione sulla rapida evoluzione delle tecnologie di pagamento digitali, che mutano il rapporto con un denaro sempre più smaterializzato, ubiquo e liquido, **FEduF e DoxaKids** si sono impegnate in un progetto, realizzato con il contributo di **American Express e PayPal**. Obiettivo: tracciare le status quo e identificare le aree d'intervento migliori per fornire agli adulti di domani gli strumenti più idonei per districarsi nel complesso mondo della finanza.

**GENERAZIONE Z AI RAGGI X** — La **generazione Z**, conosciuta anche come **iGen**, identifica **i nati tra il 1995 e il 2010**, protagonisti di molte trasformazioni di tipo sociale, culturale e tecnologico. **Come è cambiata negli adolescenti di questa generazione la percezione del denaro?** I soldi "escono dal muro" attraverso il cosiddetto "sportello bancomat" e la Rete consente di comprare qualsiasi oggetto con pochi click. Nasce una nuova relazione quotidiana con il denaro, che presenta molti aspetti positivi, ma anche alcune incognite. Motivo: **i giovani si troveranno sempre più a gestire la moneta dematerializzata e dovranno sempre più saperne cogliere le opportunità e affrontarne i rischi**. La ricerca **DoxaKids**, realizzata in collaborazione con **American Express**, a partire da un campione di oltre **500 ragazzi tra i 12 e i 18 anni**, fotografa **una generazione ipertecnologica ma, allo stesso tempo, ancora legatissima alle vecchie banconote**. Si tratta di giovani risparmiatori? Anche. Ma al conto corrente la maggior parte di loro preferisce il più "materiale" salvadanaio: **in Italia solo il 35% dei ragazzi è titolare di un conto bancario o postale, un livello ben inferiore al 56% della media Ocse**.

**PAGHETTA & CO** — Stando ai dati **DoxaKids**, la maggior parte dei ragazzi ha del denaro a disposizione (87% del totale), principalmente proveniente da **regali in occasioni del compleanno o delle festività (74%), in cambio di buoni risultati scolastici (51%)** oppure, più in generale, **se si comportano bene (33%)**. Circa la metà di loro (47%) ha poi una **paghetta fissa**, mentre il denaro come ricompensa per un lavoro è un concetto trasmesso solo al 50% degli adolescenti intervistati. Altro capitolo interessante: **gli acquisti online. Solo un ragazzo su 3 li preferisce ai negozi fisici!** E in molti, moltissimi, hanno dubbi circa la sicurezza dei pagamenti digitali: «Dalle domande volte ad indagare percezione, atteggiamento e fiducia nelle banconote e nelle carte, emerge come in Italia non siano infrequenti i pregiudizi dei ragazzi circa l'utilizzo delle carte di credito» dichiara **Cristina Liverani**, Research Manager di **Doxa**. E specifica: «A trasmetterli sono i genitori».

**IL REBUS DELL'EDUCAZIONE FINANZIARIA** — Nell'educazione finanziaria delle giovani generazioni prevale un approccio pratico e un'educazione cosiddetta "all'occorrenza", che proviene per lo più dal dialogo con i genitori in caso di specifiche circostanze di acquisto (68%). **Temi come il risparmio (31%), l'educazione agli acquisti online (30%) o la comprensione delle carte di credito (20%), sono affrontati da percentuali più ridotte del campione**. L'esempio e il proprio comportamento rimangono, secondo i dati, il miglior criterio proposto dai genitori per alimentare l'educazione finanziaria (47%). «Se fino a qualche anno fa un teenager aveva una capacità finanziaria condizionata dagli adulti (tramite la paghetta o

la remunerazione di piccoli lavori) e facilmente controllabile in quanto legata all'uso dei contanti, oggi la gestione elettronica del denaro tramite carte, app e altri sistemi innovativi di pagamento rende sicuramente i nostri figli più autonomi nell'utilizzo del loro denaro» commenta **Giovanna Boggio Robutti, Direttore Generale della Fondazione per l'educazione finanziaria e il risparmio (FEduF)**, costituita dall'ABI.

**LA PAROLA AGLI ESPERTI** — Suggestire percorsi pratici e percorribili è un obiettivo prioritario da perseguire, a partire dai più piccoli, che si pone coinvolgendo attivamente genitori e insegnanti perché, come ogni forma di cultura, anche quella economica e finanziaria esprime le sue potenzialità se viene condivisa e praticata in famiglia e a scuola. Nella logica di aprire un confronto su queste tematiche DoxaKids e FEduF in collaborazione con PayPal si sono fatti promotori di una successiva attività di confronto e divulgazione delle riflessioni con esperti in materia di denaro ed educazione alla sua gestione. **Alberto Abruzzese, Pierangelo Dacrema, Marcello Esposito, Paolo Legrenzi, Paolo Ventura**, intervistati da Barbara Forresi (psicologa clinica e psicoterapeuta) e Marco Dotti (giornalista di Vita) hanno commentato e interpretato i dati della ricerca. Le riflessioni e il punto di vista di ciascuno hanno portato alla realizzazione di **un volume che raccoglie le loro interviste** con la finalità di contribuire ad arricchire la riflessione proprio in termini di approccio culturale, con utilissimi stimoli inerenti anche la sfera pedagogica, sociologica e psicologica. **Valore, Futuro, Famiglia, Mente e Vocazione sono le 5 parole chiave identificate dagli esperti coinvolti come centrali per una nuova cultura di educazione finanziaria dei giovani (e delle loro famiglie).**

La Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio (FEduF) è nata su iniziativa dell'Associazione Bancaria Italiana per diffondere l'educazione finanziaria in un'ottica di cittadinanza consapevole e di legalità economica. Obiettivo della Fondazione è il coinvolgimento di tutti i soggetti interessati a promuovere una nuova cultura di cittadinanza economica, valorizzando le diverse iniziative, superando gli individualismi e mettendo a fattor comune le esperienze maturate in nome dell'interesse della comunità. Opera in stretta collaborazione con il Ministero dell'Istruzione e gli Uffici Scolastici sul territorio e diffonde, nelle scuole di ogni ordine e grado, programmi didattici innovativi nella forma e nei contenuti, anche attraverso l'organizzazione di eventi per gli studenti, gli insegnanti e i genitori. La Fondazione lavora sulla mediazione culturale tra contenuti complessi e strumenti divulgativi semplici ed efficaci. Le sue iniziative si rivolgono anche agli adulti, in collaborazione con le Associazioni dei Consumatori.

Per informazioni:

**Igor Lazzaroni**

Ufficio Stampa FEduF

Tel 02. 72101.224 – mail [i.lazzaroni@feduf.it](mailto:i.lazzaroni@feduf.it)