



pronti a contare

Finanziato dal MIMIT - D.D. 12 maggio 2025

PRONTI A CONTARE? **DA 1 A 10, QUANTO CONTI** **BENE I TUOI SOLDI?**

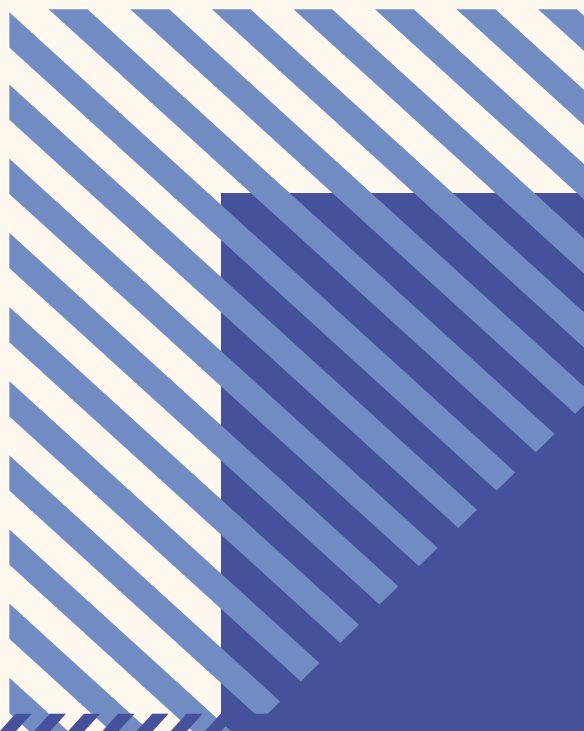
| Dossier di Ricerca





INDICE

Premessa	p. 3
Il Progetto	p. 4
La Ricerca	p. 5
Sintesi introduttiva	p. 5
Principali evidenze	p. 6
Demografia	p. 8
Gestione del denaro in famiglia	p. 11
Prestiti e Credito	p. 15
Pagamenti digitali	p. 19
Debiti e sovraindebitamento	p. 23
Videogiochi e microspese	p. 28
“Compra ora, paga dopo” (BNPL – Buy Now Pay Later)	p. 32
La visione del consumatore: tra false percezioni e richieste di supporto	p. 38
Focus e Approfondimenti	p. 40
Gender gap o maggior prudenza?	p. 41
Giovani, pronti a contare?	p. 43
Quanto conta il reddito?	p. 45
“Dimmi da dove vieni e ti dirò...quanto spendi”	p. 47
Conclusioni e Proposte	p. 49



Premessa

Il presente dossier di ricerca raccoglie e sistematizza i risultati di **un'indagine realizzata nell'ambito del progetto “Pronti a contare”**, finanziato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy (D.D. 12 maggio 2025), con l'obiettivo di offrire una lettura strutturata e approfondita **del livello di competenza e consapevolezza dei consumatori in merito alle tematiche, sempre più centrali e complesse, del credito ai consumatori e dell'educazione finanziaria**. Il lavoro si propone come **strumento di analisi, riflessione e orientamento** per istituzioni, operatori del settore e associazioni impegnate nella tutela dei consumatori e **si inserisce in un più ampio quadro di riferimento europeo, che costituisce la cornice entro cui vengono interpretati i risultati**. In questo contesto, i dati emersi dall'indagine sono stati messi a confronto con alcuni tra i principali studi e ricerche condotti a livello europeo, al fine di **collocare l'esperienza italiana all'interno delle dinamiche più generali che caratterizzano il mercato del credito ai consumatori nell'Unione Europea** e di coglierne analogie, specificità e criticità.

A differenza delle tradizionali ricerche basate su campioni rappresentativi della popolazione generale — armonizzati attraverso opportuni sistemi di ponderazione statistica — la presente indagine ha scelto di concentrarsi su **un target specifico: le persone che, su tutto il territorio nazionale, seguono attivamente le associazioni dei consumatori**. Si tratta di un **pubblico eterogeneo** e difficilmente inquadrabile, ma presumibilmente **più attento ai fatti che al marketing, più sensibile al tema del corretto utilizzo del denaro e spesso portatore di un'esperienza** diretta o indiretta di criticità legate al mondo del consumo.

L'indagine ha dunque inteso comprendere se un profilo di consumatore mediamente più ricettivo e coinvolto disponga di un'adeguata consapevolezza non solo delle opportunità offerte dal credito ai consumatori, ma anche dei rischi connessi a una gestione poco attenta o superficiale degli strumenti finanziari, anche alla luce delle tendenze e delle evidenze che emergono dal panorama europeo.

Il valore di questo approccio risiede nella **possibilità di intercettare una fascia di popolazione particolarmente sensibile e reattiva ai temi del consumo**, potenzialmente **in grado di offrire spunti interpretativi di grande interesse** e una prospettiva complementare rispetto alle analisi strutturali condotte da enti specializzati su campioni rappresentativi. Proprio per questa ragione, alcuni trend risultano in questa sede più marcati ed evidenti, contribuendo a delineare **una lettura originale e mirata del fenomeno**.

Grazie al contributo di esperti esterni sostenitori del progetto, è stato possibile costruire una **panoramica a livello nazionale sul grado di conoscenza dei cittadini-consumatori** rispetto agli strumenti e alle modalità di accesso al credito e al microcredito, sulla **consapevolezza dei rischi di sovraindebitamento e sulle pratiche di gestione del bilancio familiare**, con l'obiettivo di individuare **vulnerabilità emergenti e mappare i bisogni reali**, anche in relazione alle principali evidenze emerse nel contesto europeo.

Le informazioni raccolte costituiscono pertanto un importante strumento di orientamento per comprendere le necessità di un pubblico sempre più ampio che si avvicina, spesso con difficoltà, a vecchi e nuovi servizi finanziari.

Il sondaggio, diffuso attraverso i canali digitali delle associazioni coinvolte nel progetto, ha raggiunto **oltre 2.000 partecipanti**. La struttura del questionario è stata definita dal **Comitato Scientifico**¹, composto da esperti delle associazioni partner con competenze specifiche in ambito finanziario, tecnico e giuridico. La raccolta dei dati è avvenuta, in forma anonima, attraverso un questionario online, garantendo ai partecipanti la massima libertà di espressione. L'analisi dei dati ha permesso di effettuare elaborazioni univariate e bivariate, facendo emergere alcuni elementi chiave utili a interpretare il panorama consumeristico su questo specifico tema. Sulla base dei risultati ottenuti, **il Comitato Scientifico, con il contributo qualificato di esperti esterni e rappresentanti istituzionali di particolare rilievo, che ringraziamo per la disponibilità dimostrata**, ha infine **elaborato riflessioni e proposte utili** a inquadrare un contesto complesso, nel quale sono spesso le sfumature — più che le semplificazioni — a fare la differenza. Il presente dossier è stato infatti arricchito da commenti, riflessioni e approfondimenti di natura statistica, presentati nelle pagine che seguono grazie al contributo qualificato dei seguenti enti esterni, che elenchiamo in ordine alfabetico e non secondo criteri di importanza:

AGCM - Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, A.P.S.P – Associazione Prestatori di Servizi di Pagamento, Banca d'Italia, FEduF - Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio, Ministero dell'Economia e delle Finanze, Osservatorio Findomestic, Università Europea di Roma, Parlamento Europeo in Italia, Rappresentanza in Italia della Commissione Europea.

¹ Il Comitato Scientifico (CS) del progetto PRONTI A CONTARE è costituito da una task force di esperti provenienti dalle 6 associazioni dei consumatori promotrici.

Il Progetto

Il progetto **PRONTI A CONTARE**, *finanziato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy ai sensi del D.D. 12 maggio 2025*, nasce per supportare i cittadini in un percorso di maggiore consapevolezza e responsabilizzazione nell'uso del credito ai consumatori, fornendo strumenti semplici, chiari e concreti per gestire le spese e prevenire situazioni di sovraindebitamento. L'iniziativa è portata avanti da **Adi-consum (capofila)**, **Codacons**, **Confconsumatori**, **CTCU**, **Movimento Consumatori**, **Movimento Difesa del Cittadino**, tutte associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale e facenti parte del **Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti** presso il suddetto ministero.

Il credito ai consumatori è entrato ormai a far parte della vita quotidiana: permette di acquistare beni e servizi dilazionando i pagamenti, ma può trasformarsi in un rischio quando non viene gestito con attenzione. Nuove formule come il "Buy Now Pay Later" e la diffusione dei pagamenti digitali rendono le spese meno visibili e, talvolta, più difficili da controllare. Il progetto con un **variegato programma di azioni** intende accompagnare i cittadini verso un **uso più informato e sicuro del credito ai consumatori**.

Per scoprire tutti i servizi disponibili visita https://linktr.ee/PRONT_A_CONTARE



GLI OBIETTIVI

- Promuovere scelte consapevoli nell'accesso al **credito ai consumatori** e negli **acquisti rateali**
- Diffondere **conoscenze pratiche** su rischi e benefici di strumenti come **rateizzazioni**, **BNPL**, **cessione del quinto** e **microcredito**
- **Prevenire e contrastare il sovraindebitamento** con **consigli chiari**, **esempi concreti** e **servizi dedicati**
- Rafforzare la capacità di **pianificare il bilancio familiare** e **monitorare le uscite** nel tempo
- Rendere **semplice l'accesso a sportelli e servizi** delle associazioni attraverso un **Hub comune**.

LE ATTIVITÀ

Il progetto si articola in una serie di attività pensate per offrire ai consumatori **strumenti concreti e facilmente accessibili**, tra cui:

- **Un'indagine sulle abitudini e le conoscenze dei cittadini** sui temi inerenti il credito ai consumatori
- Un **percorso di aggiornamento** dedicato agli **operatori** delle associazioni
- Un ampio **programma di webinar ed incontri territoriali** in tutte le regioni dedicati ai **consumatori**.



La Ricerca

SINTESI INTRODUTTIVA

La presente attività di ricerca ha voluto analizzare il rapporto tra i consumatori italiani e la gestione del denaro, con particolare attenzione all'uso degli strumenti di pagamento, al credito ai consumatori, al fenomeno del sovraindebitamento e alle nuove forme di acquisto digitale come il Buy Now Pay Later (BNPL) e le microtransazioni nei videogiochi.

L'indagine, condotta su un **campione ampio e distribuito su tutto il territorio nazionale**, integra dati socio-demografici, comportamenti finanziari e percezioni soggettive delle proprie competenze economiche. L'obiettivo è duplice: da un lato **fotografare lo stato attuale della consapevolezza finanziaria** degli italiani, dall'altro **individuare aree di vulnerabilità, bisogni informativi e possibili interventi di supporto**.

Nelle pagine che seguono, si fornisce una **sintesi delle principali evidenze per poi presentare** i risultati secondo un percorso progressivo e tematico. Si parte dalla **descrizione del campione** (età, genere, istruzione, reddito, area geografica) per fornire il corretto contesto di lettura dei dati. Successivamente, l'analisi entra nel merito della **gestione del bilancio familiare e del rapporto con il denaro**, evidenziando il divario tra competenze percepite e comportamenti reali.

Il report prosegue con un approfondimento su **prestiti, carte di pagamento e strumenti digitali**, mettendo in luce livelli di conoscenza, difficoltà di comprensione dei contratti e grado di fiducia nei pagamenti online. Una sezione specifica è dedicata al **tema del debito e del sovraindebitamento**, analizzando consapevolezza, atteggiamenti prudenziali e capacità di riconoscere i segnali di rischio.

Seguono focus mirati su alcuni fenomeni emergenti e sensibili: **BNPL (Buy Now Pay Later), microtransazioni nei videogiochi e pagamenti digitali**, con un'attenzione particolare ai comportamenti dei giovani, alle differenze di genere, alle fasce di reddito e alle macro-aree territoriali. Infine, il lavoro si chiude con la presentazione delle **proposte avanzate dai consumatori** e alcune **considerazioni di sistema**, che inquadrano i risultati nel contesto europeo e nelle politiche di tutela ed educazione finanziaria, delineando il **ruolo centrale delle associazioni dei consumatori e dei servizi di supporto indipendenti**.



PRINCIPALI EVIDENZE

Prima di procedere con l'analisi dettagliata dei dati raccolti, al fine di agevolare il lettore nell'orientarsi all'interno dell'ampia quantità di informazioni disponibili, abbiamo ritenuto opportuno offrire una prima lettura interpretativa, mettendo in evidenza alcuni aspetti chiave che, a nostro avviso, meritano particolare attenzione. In particolare, dal campione intervistato emerge quanto segue.

Elevata percezione di controllo finanziario non sempre supportata da competenze effettive

Il campione mostra un'elevata fiducia nella propria capacità di gestione del denaro, che tuttavia risulta spesso superiore alle competenze dimostrate quando queste vengono messe alla prova.

- Il **48,9%** degli intervistati dichiara di controllare sempre entrate e uscite ogni mese
- Circa l'**83%** ritiene di possedere competenze finanziarie buone, alte o molto alte
- Quando valutate oggettivamente, tali competenze risultano significativamente inferiori alle aspettative, in linea con quanto emerso anche da altri studi (Eurobarometro 2023)
- Quasi l'**80%** degli intervistati afferma di saper riconoscere con sicurezza i segnali di sovraindebitamento e di prestare attenzione nella sottoscrizione di prestiti o strumenti BNPL.

Conoscenza parziale dei termini finanziari e confusione sugli strumenti di pagamento

Accanto alla sicurezza dichiarata, emergono difficoltà concrete nella comprensione di alcuni concetti finanziari di base, in particolare legati ai mezzi di pagamento.

- Permangono incertezze sulle differenze tra **carte di credito e carte di debito**
- Le risposte relative ai mezzi di pagamento utilizzati evidenziano una **diffusa confusione terminologica e funzionale**.

Pagamenti digitali: fiducia diffusa, ma accompagnata da cautela e timori

I pagamenti digitali sono riconosciuti come strumenti utili, ma non ancora pienamente rassicuranti per una parte significativa del campione.

- Solo il **20%** dichiara di sentirsi sicuro nei pagamenti digitali
- Il **30%** adotta un atteggiamento prudente, mentre un ulteriore **30%** si colloca su posizioni neutrali
- Il restante **20%** esprime sfiducia o forte sfiducia
- Il **38,9%** si dichiara molto d'accordo (5 su una scala da 1 a 5) sul fatto che i pagamenti digitali semplifichino la gestione del denaro.
- Oltre il **70%** degli intervistati si dichiara preoccupato o molto preoccupato per il rischio di truffe online.

Microtransazioni e giochi online: diffusione limitata, ma rischio percepito elevato

Le microtransazioni legate ai giochi online e all'azzardo coinvolgono una quota ridotta di famiglie, ma sono considerate potenzialmente problematiche se non adeguatamente controllate.

- Il fenomeno interessa il **13%** delle famiglie intervistate
- Il **75%** degli intervistati si dichiara molto d'accordo sul fatto che le microtransazioni siano rischiose se non monitorate.

Facendo un ulteriore approfondimento **tra gli utenti di microtransazioni, risulta un atteggiamento più confidente e sicuro verso i pagamenti digitali ma una minore percezione e attenzione ai potenziali rischi**.

- Quasi il **60%** degli utenti si dichiara sicuro o molto sicuro nei pagamenti digitali
- Emergono atteggiamenti più permissivi rispetto alla necessità di limiti e controlli sulle microspese.

Buy Now Pay Later (BNPL): Strumento in crescita, ma poco compreso

Il BNPL si sta diffondendo rapidamente, ma è caratterizzato da un elevato livello di incertezza e da una forte domanda di informazione.

- Il **22%** degli intervistati dichiara di aver utilizzato strumenti BNPL
- Il **30%** afferma di non avere alcuna conoscenza dei rischi associati
- Quasi il **70%** ritiene che il BNPL possa favorire acquisti impulsivi
- Solo il **7%** dichiara di comprendere pienamente le regole di rimborso
- Il **33%** manifesta una grande difficoltà nel comprenderle
- Quasi la totalità degli intervistati richiede maggiori informazioni sul BNPL.

In merito agli utenti del BNPL, c'è una forte concentrazione tra i giovani, soprattutto nelle fasce di età 18-24 anni (**44%**) e 24-35 anni (**34,3%**), ma con livelli di **consapevolezza dei rischi generalmente bassi**: solo il **16,7%** degli utenti BNPL si dichiara completamente informato sui rischi. Lo strumento comunque interessa anche le altre fasce di età, ad esempio **tra gli over 65 il 10,6% lo utilizza**.

Soluzioni prioritarie indicate dai consumatori per rafforzare le competenze finanziarie

Gli intervistati individuano un mix di interventi educativi, informativi e di supporto come risposta più efficace ai bisogni di conoscenza finanziaria.

- **64,9%**: corsi di educazione finanziaria nelle scuole
- **47,7%**: corsi di educazione finanziaria per adulti
- **46,4%**: maggiore chiarezza da parte di banche e società finanziarie
- **36,6%**: campagne informative su opportunità e rischi
- **36,5%**: consulenza personalizzata presso enti del terzo settore
- **23,3%**: strumenti digitali semplici per il bilancio familiare e il controllo delle spese
- **15,6%**: consulenza personalizzata presso il proprio istituto di credito.

Si evidenzia come le attività di consulenza offerte dal Terzo Settore raccolgano più del doppio delle preferenze rispetto a quelle proposte dagli istituti di credito.

Gap di genere nelle competenze e nella percezione di preparazione finanziaria

L'analisi per genere mostra differenze significative nella disponibilità di informazioni e nel livello di competenza percepito.

- Il **53%** degli uomini si dichiara preparato o molto preparato su prestiti e carte di pagamento, contro il **43,6%** delle donne
- Tra chi si dichiara con competenze finanziarie molto elevate, la quota è pari al **20,3%** tra gli uomini e al **12,2%** tra le donne.

Le nuove generazioni: maggiore esposizione alle difficoltà di gestione e comprensione

Le fasce più giovani risultano particolarmente fragili dal punto di vista della gestione finanziaria e della comprensione degli strumenti disponibili.

- Nella fascia **18–24 anni**, solo il **50%** tiene traccia di entrate e uscite sempre o spesso
- Nella fascia **over 65**, la quota sale a quasi il **77%**
- Preoccupante il fatto che solo il **20%** dei giovani (18–24 e 25–34 anni) dichiara di leggere e comprendere senza difficoltà le condizioni di prestiti, carte di pagamento e BNPL.

Reddito e comportamenti finanziari: competenze e scelte influenzate dalla disponibilità economica

Il livello di reddito influisce sia sulle decisioni di acquisto sia sulla percezione delle proprie competenze finanziarie.

- Oltre i **15.000 euro** di reddito annuo aumenta il ricorso al prestito finalizzato
- In tutte le fasce di reddito permane la tendenza a evitare acquisti ritenuti troppo costosi, sebbene la definizione di “bene troppo caro” vari in base al budget
- Il **31,4%** delle persone con reddito superiore a **50.000 euro** si dichiara molto preparato su prestiti e carte di pagamento
- La quota scende al **15%** tra chi ha un reddito inferiore a **15.000 euro**.

Divari territoriali nella capacità di far fronte a spese impreviste

L'analisi geografica evidenzia differenze marcate tra le diverse macro-aree del Paese.

- **Nord**: **53,5%** degli intervistati è sempre in grado di coprire spese improvvise
- **Sud**: la percentuale scende al **23,9%**
- **Centro**: **35,8%**
- **Isole**: **35,4%**.

DEMOGRAFIA

L'indagine ha coinvolto un **numero considerevole di persone da tutta Italia**, raccogliendo dati di tipo **socio-demografico** con una particolare attenzione a **caratteristiche come livello di istruzione e grandezza della città di residenza**.

Nel nostro caso, **la provenienza delle risposte ha un valore significativo**, illustrando come **determinate fasce della popolazione** risultino **più disposte e interessate a parlare** (nel bene e nel male) di questo argomento.

- **Età e Genere:** La distribuzione per età mostra un campione prevalentemente adulto e anziano, con una **forte concentrazione nelle fasce over 45 (over 65 pari al 27% e la fascia 55-64enni è il 22%)** e una presenza più limitata di giovani sotto i 25 anni. Dal punto di vista del genere, il campione risulta sostanzialmente equilibrato tra uomini e donne, con una quota residuale di rispondenti che ha preferito non dichiarare il proprio genere (48% uomini, 47% donne, 5% preferisco non rispondere).

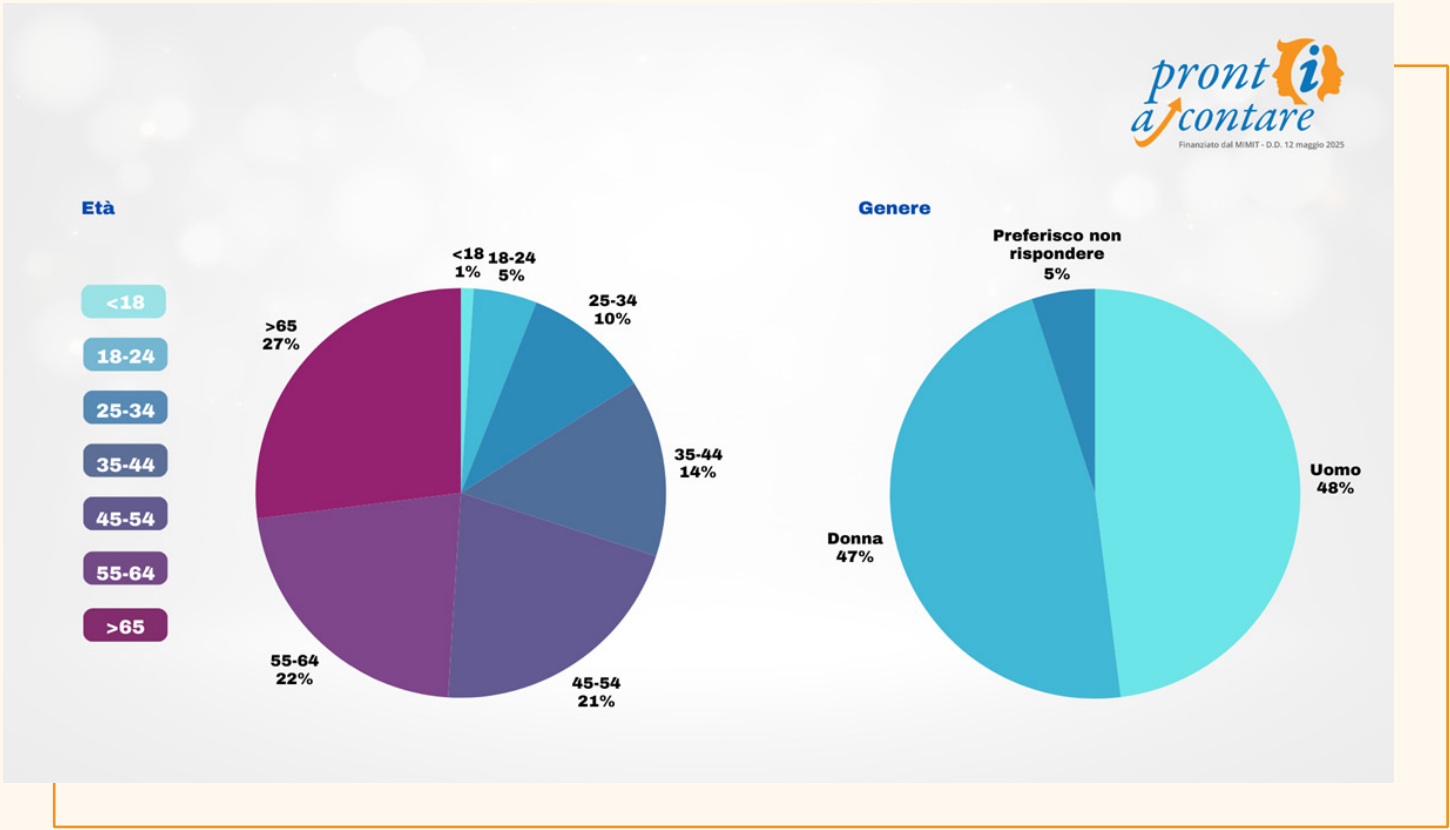


Fig.1 Età e genere degli intervistati

- **Istruzione e Lavoro:** La composizione del campione, in termini di titolo di studio e occupazione attuale, evidenzia una popolazione prevalentemente istruita e attiva. Dal punto di vista del livello di istruzione, prevalgono i **diplomati (43.2%) e i laureati (32.7%)**, mentre le persone con un titolo di studio più basso rappresentano una quota minoritaria. Anche sotto il profilo occupazionale, il campione risulta eterogeneo ma caratterizzato soprattutto dalla presenza di lavoratori dipendenti (41.6%) o pensionati (28.8%), con una quota più contenuta di lavoratori autonomi, studenti e persone in cerca di occupazione. Questa distribuzione contribuisce a restituire un quadro articolato, utile a interpretare i risultati dell'indagine alla luce di condizioni socio-economiche differenti.

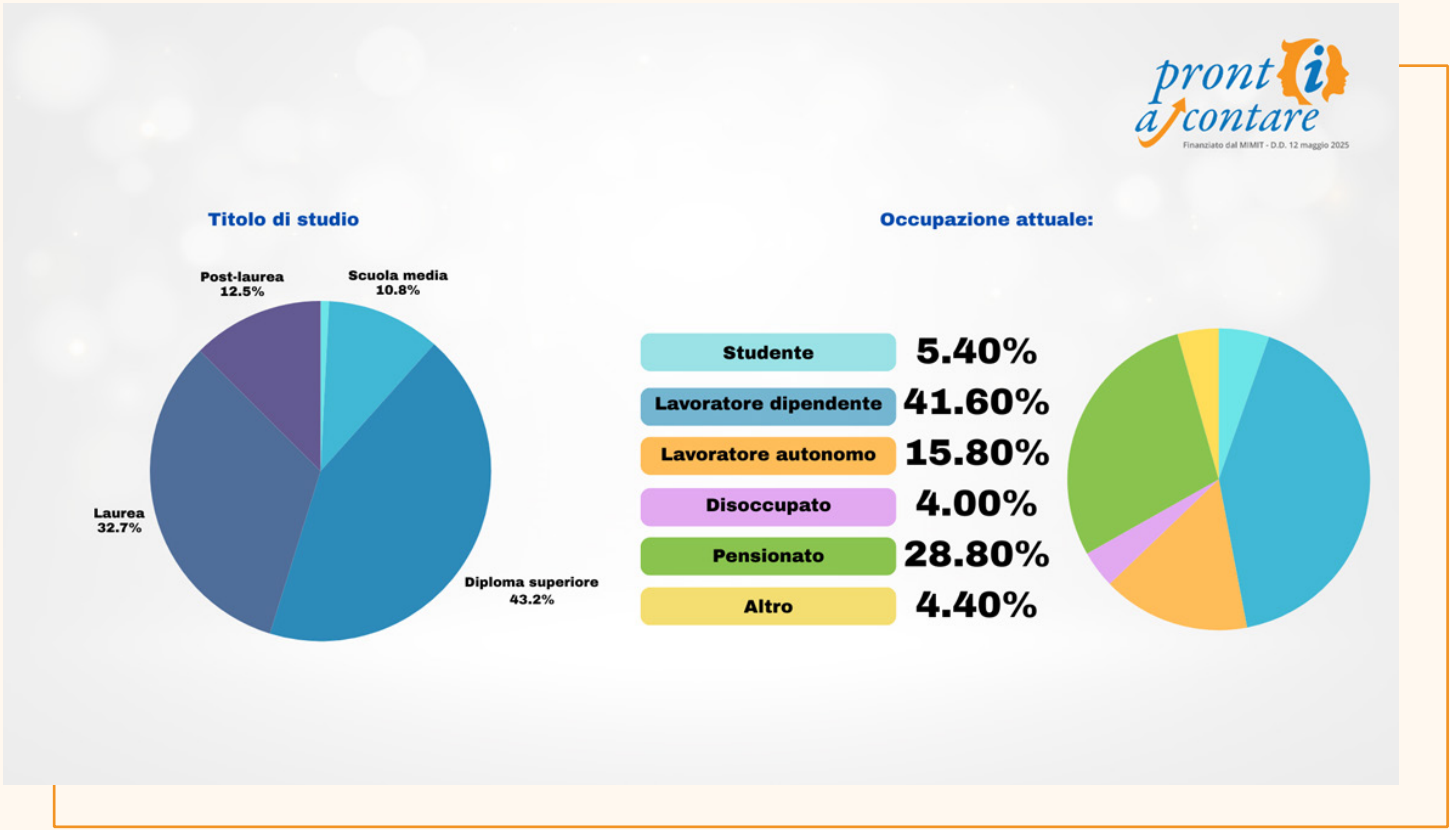


Fig.2 Titolo di studio e occupazione attuale

- Reddito:** La distribuzione del reddito familiare annuo mostra un campione concentrato prevalentemente nelle fasce medio-basse e medie, con **una quota significativa di famiglie collocate tra i 15.000 e i 50.000 euro annui (68,4%)**. Più contenuta risulta la presenza delle famiglie con redditi molto bassi o elevati, delineando un profilo complessivo rappresentativo di una popolazione economicamente eterogenea ma prevalentemente di fascia media.

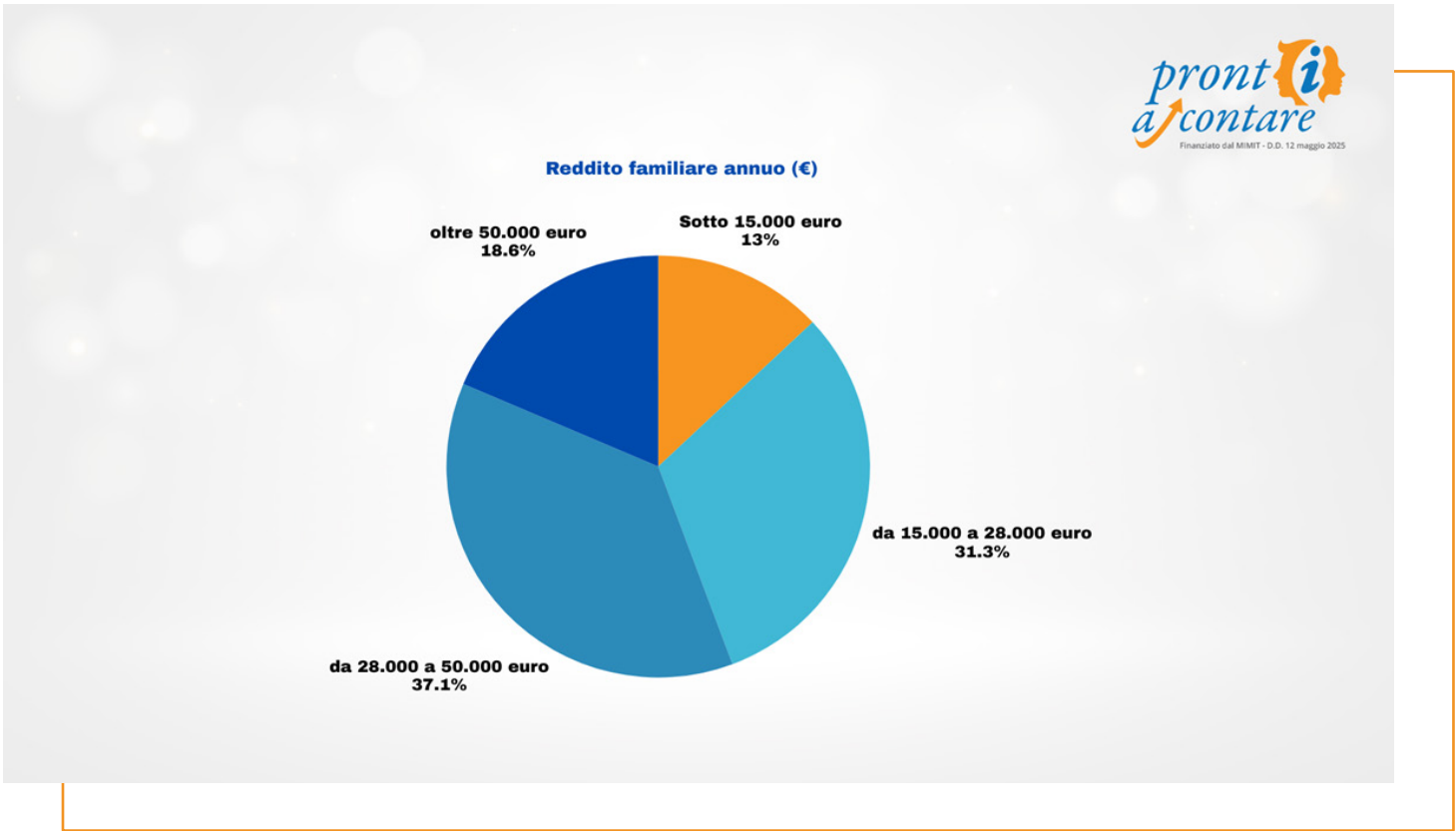


Fig.3 Reddito familiare annuo

- Nucleo familiare e contesto territoriale:** la composizione del nucleo mostra una **prevalenza di famiglie di piccole e medie dimensioni**, con una maggiore concentrazione di nuclei composti da due o tre persone. Per quanto riguarda il **contesto territoriale**, il campione risulta distribuito in modo abbastanza **equilibrato tra grandi, medie e piccole città**, con una presenza più contenuta nei comuni di dimensioni molto ridotte.

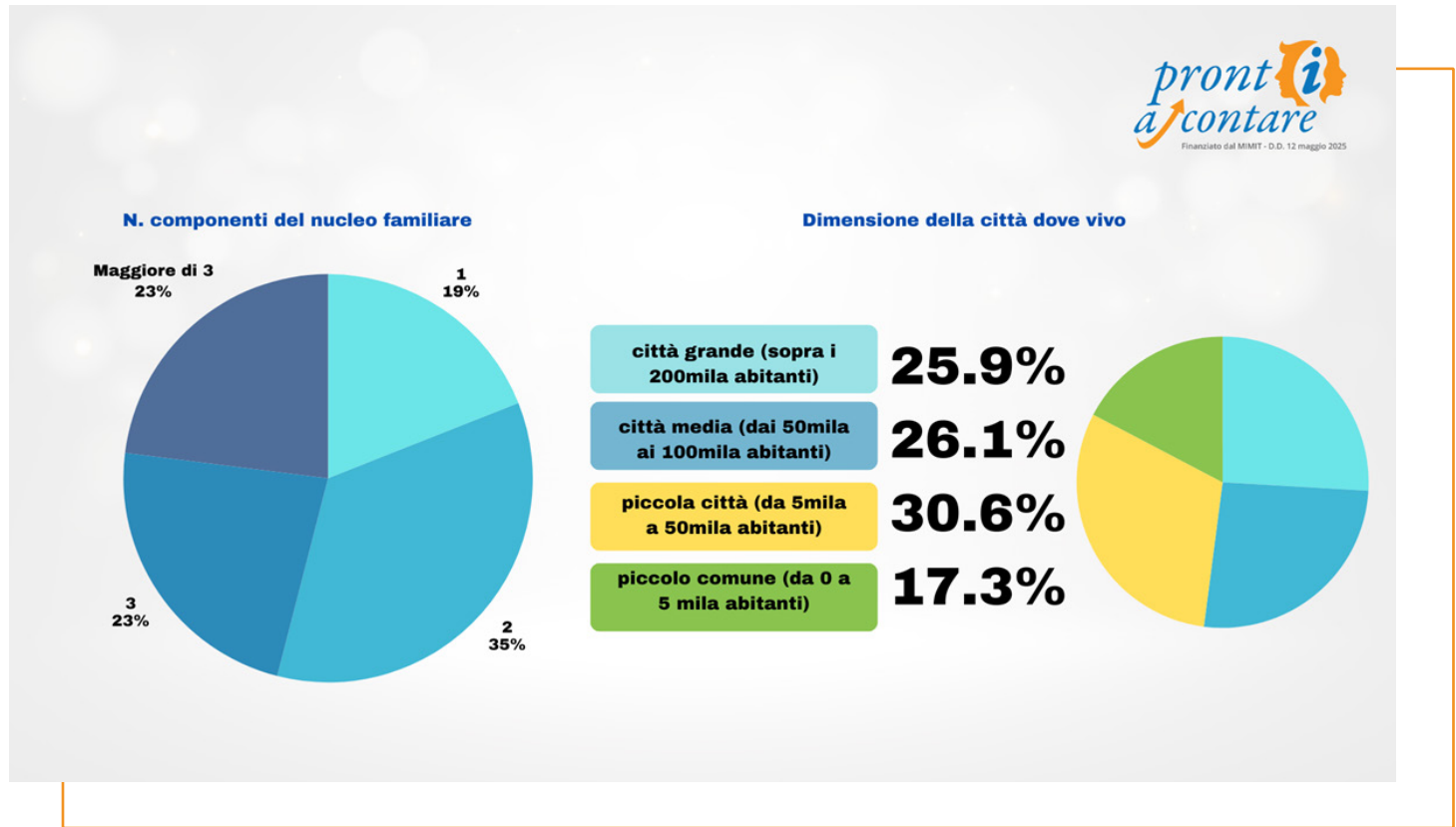


Fig.4 Componenti del nucleo familiare e dimensioni della città dove vivo

- **Regione di residenza:** Il rapporto tra **regioni più popolate** (Nord e Centro) e **provenienza degli intervistati** è stato sostanzialmente mantenuto. Ad eccezione del **Trentino Alto Adige** in cui la partecipazione risulta più importante in virtù della partecipazione di un partner operante in maniera specifica **nell'area summenzionata**, il campione risulta comunque geograficamente diversificato, con presenze distribuite su quasi tutto il territorio nazionale.

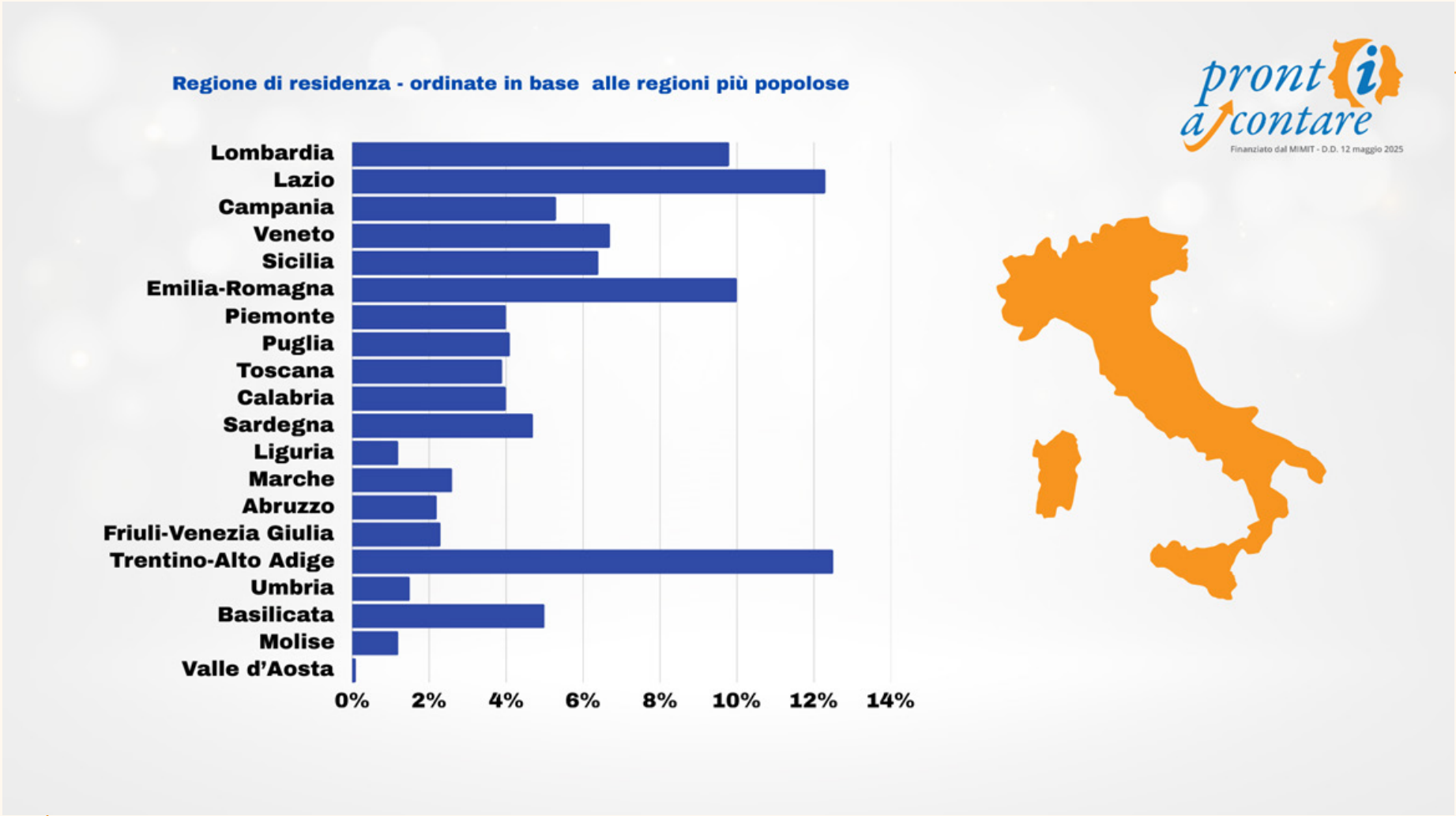


Fig.5 Regione di residenza



GESTIONE DEL DENARO IN FAMIGLIA

La capacità di monitorare e gestire le spese rappresenta un pilastro essenziale dell'equilibrio economico familiare. Il controllo regolare delle entrate e delle uscite non è soltanto un'abitudine virtuosa, ma costituisce una vera e propria misura di protezione, in grado di prevenire situazioni di vulnerabilità finanziaria. Le modalità con cui le famiglie italiane tengono traccia del proprio bilancio sono tuttavia molto eterogenee: si va da pratiche strutturate e sistematiche, come la redazione di un bilancio scritto, a metodi più approssimativi o saltuari, che rendono più difficile avere una visione chiara e aggiornata della propria situazione economica.

Attraverso le domande proposte in questa sezione, abbiamo voluto comprendere non solo la frequenza con cui le famiglie monitorano entrate e uscite, ma anche il livello di consapevolezza e di percezione delle proprie competenze nella gestione del denaro. Le affermazioni relative alla capacità di tenere traccia degli incassi, di bilanciare le spese, di distinguere tra costi necessari e superflui e di affrontare imprevisti economici consentono di valutare quanto i comportamenti dichiarati siano coerenti con una gestione finanziaria efficace o ci siano invece distorsioni percettive che possono incidere sulla stabilità economica familiare.

I dati raccolti permettono inoltre di osservare un fenomeno ricorrente: molti individui tendono a sovrastimare le proprie competenze economiche, ritenendo di avere un buon controllo del bilancio familiare anche quando le pratiche adottate risultano parziali o poco strutturate. Questa discrepanza tra percezione e comportamento reale può avere conseguenze rilevanti, soprattutto per le fasce più fragili della popolazione, esponendole a rischi concreti come il sovraindebitamento o l'incapacità di far fronte a spese improvvise.

Per analizzare i dati raccolti sulla gestione del denaro nelle famiglie italiane, abbiamo ritenuto utile collocare il tema in un quadro comparativo più ampio, facendo riferimento ad alcuni studi europei.

In particolare, da un'indagine condotta sui debt advisor a livello europeo pubblicata nel 2023 (fig. 6), appare evidente che, rispetto al livello europeo, le spese giornaliere, quelle relative ad immobili e ad acquisti significativi, come possono essere l'auto, gli elettrodomestici o i costi legati all'istruzione pesano di più sull'economia delle famiglie.

Pur tralasciando la dimensione delle dipendenze, appare chiaramente il fatto che gli italiani hanno più difficoltà sia a gestire le spese di tutti i giorni che a pianificare quelle più importanti rispetto alla media europea.



Fig. 6 - Dati di contesto - Study on European consumers' over-indebtedness and its implications - Annexes to the Final Report - Commissione europea (2023)

Risultato confermato anche dai dati da noi raccolti. La figura 7 mostra che gli intervistati dichiarano di apprezzare l'idea di avere il controllo sulle proprie spese, ma il livello di controllo effettivo risulta poi spesso inferiore a quanto percepito. Non si tratta di una volontà di alterare la realtà, bensì della differenza sostanziale tra un controllo generico e la redazione di un bilancio strutturato e sistematico.

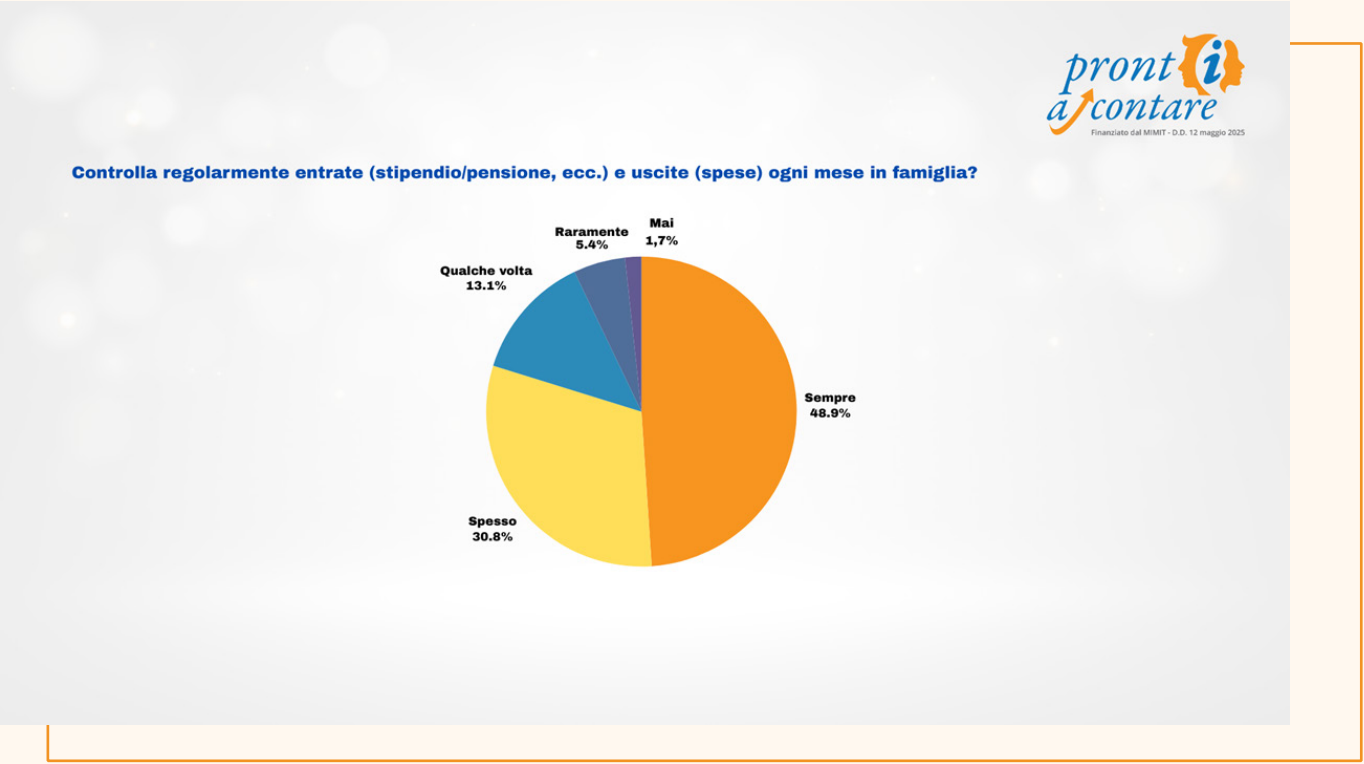


Fig.7 Controlla regolarmente entrate (stipendio/pensione, ecc.) e uscite (spese) ogni mese in famiglia?

Possiamo osservare infatti, come, nel momento in cui **si passa dal monitoraggio sommario di entrate e uscite al tracciare un bilancio nero su bianco (ovvero fare un monitoraggio vero e proprio**, si vedano le fig. 8 e 9), il **quadro degli intervistati cambia**: sono ancora pochi i consumatori veramente preparati in termini di gestione delle finanze personali.

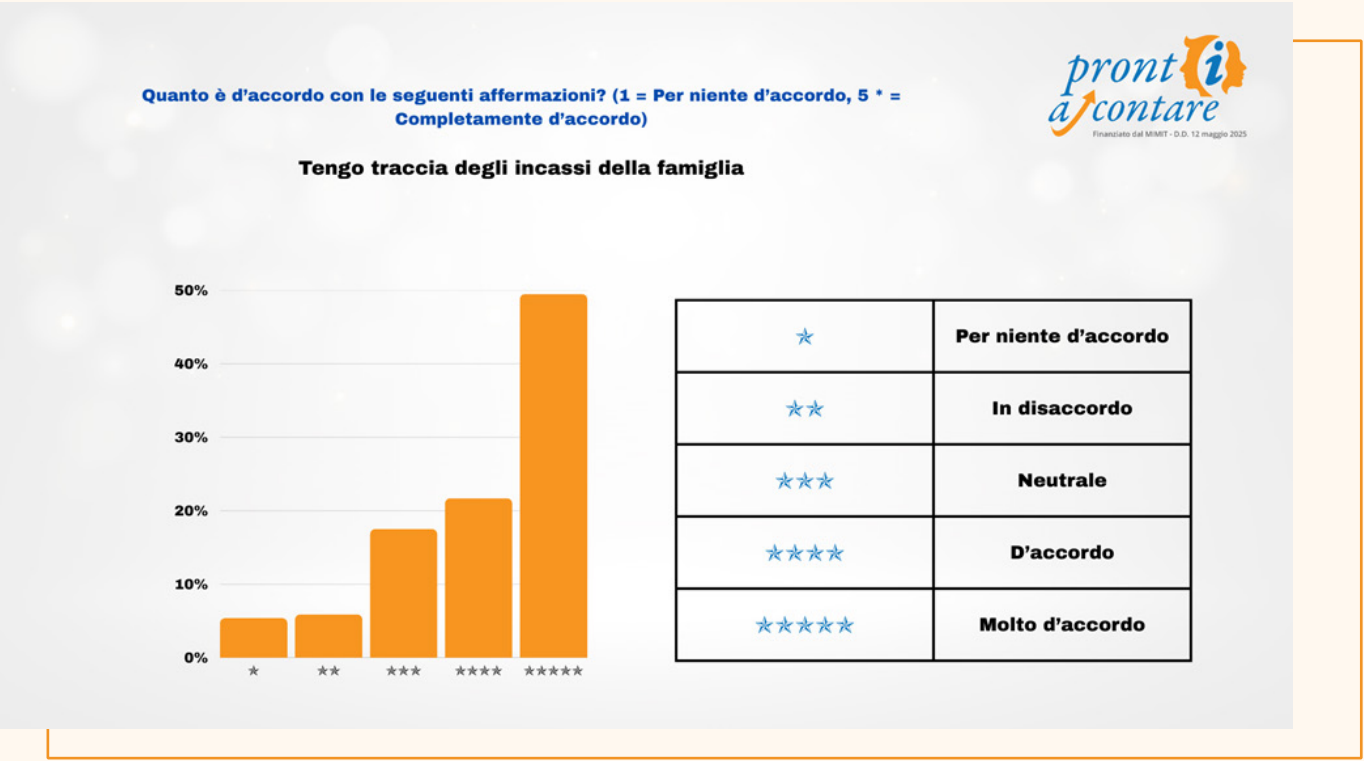


Fig.8 Tengo traccia degli incassi della famiglia



Fig.9 Tengo traccia delle uscite della famiglia e traccio un bilancio

Nel momento in cui andiamo a **misurare quanto effettivamente le persone si sentono in controllo del denaro**, ecco che appaiono altre crepe nell'immagine del consumatore perfetto: siamo umani, **non sempre riusciamo a gestire il denaro perfettamente**. Probabilmente anche nel **36% di persone che dichiarano di gestire perfettamente le spese mensili** (fig. 10) troveremo alcuni Bias di percezione.

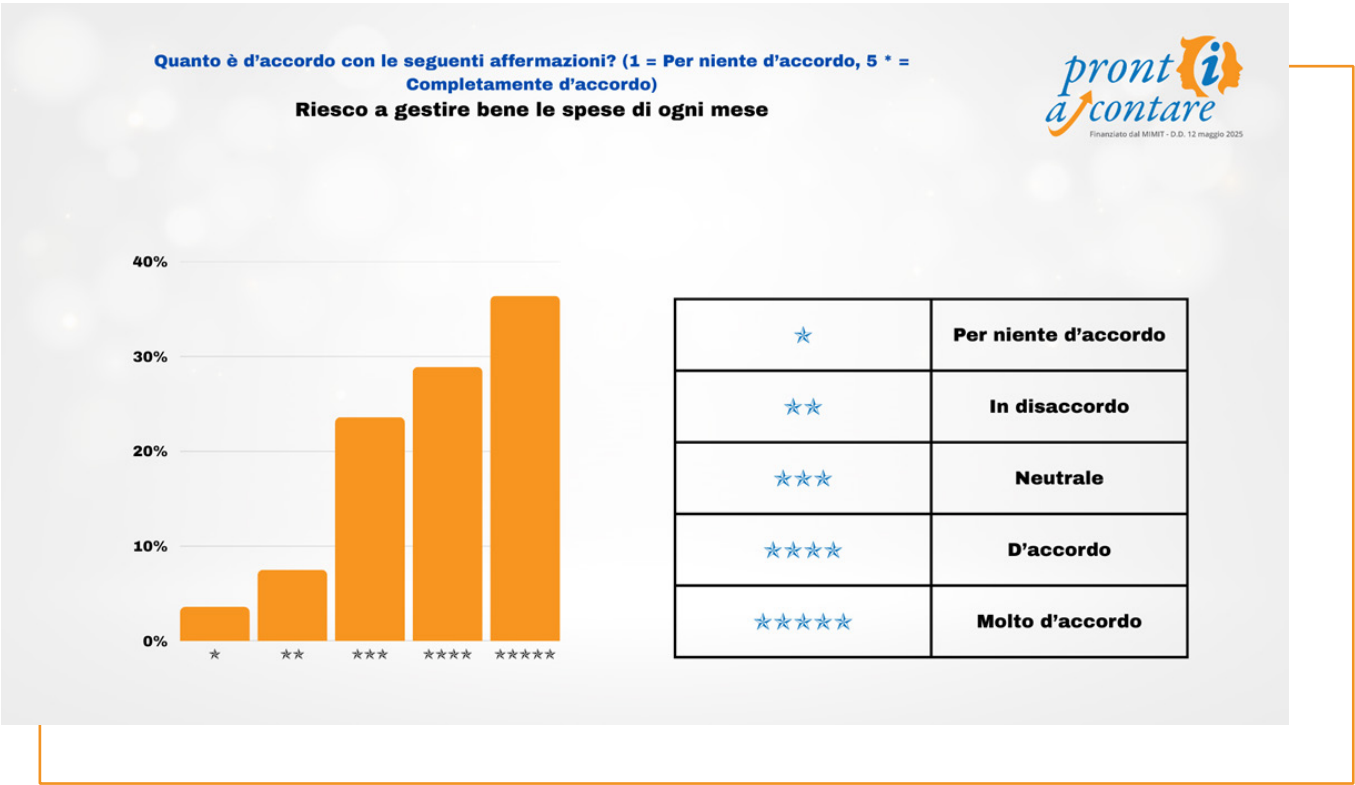


Fig.10 Riesco a gestire bene le spese di ogni mese

Ciò non significa arrendersi al fatto che **la gestione completa e perfetta al centesimo del denaro** non sia sempre possibile, ma deve **spingerci a fare il necessario per ottimizzare il nostro controllo**.
Il modo più semplice per **avvicinarci alla perfezione è il libretto contabile**: uno strumento non certo innovativo visto che **le prime forme di registrazione contabile vere e proprie esistevano già nelle città-stato della mesopotamia ben 5.000 anni fa**.

Attraverso **un libretto contabile digitale (o cartaceo se preferite)**, possiamo facilmente comprendere le spese, anche se utilizziamo mezzi di pagamento differenti. Si tratta anche di **un buon “pungolo”** per aiutarci a **rivalutare costantemente alcune spese periodiche** legate a **fornitori di servizi, abbonamenti e persino supermercati** spingendoci a cercare offerte più convenienti.

Non dimentichiamo, inoltre, che oltre ai fattori interni di gestione delle spese, esistono anche **fattori esterni altrettanto importanti che influenzano il costo di beni e servizi**, tra i più noti ci sono l'inflazione, i dazi - che immancabilmente ricadono sul consumatore finale e le tensioni geopolitiche.

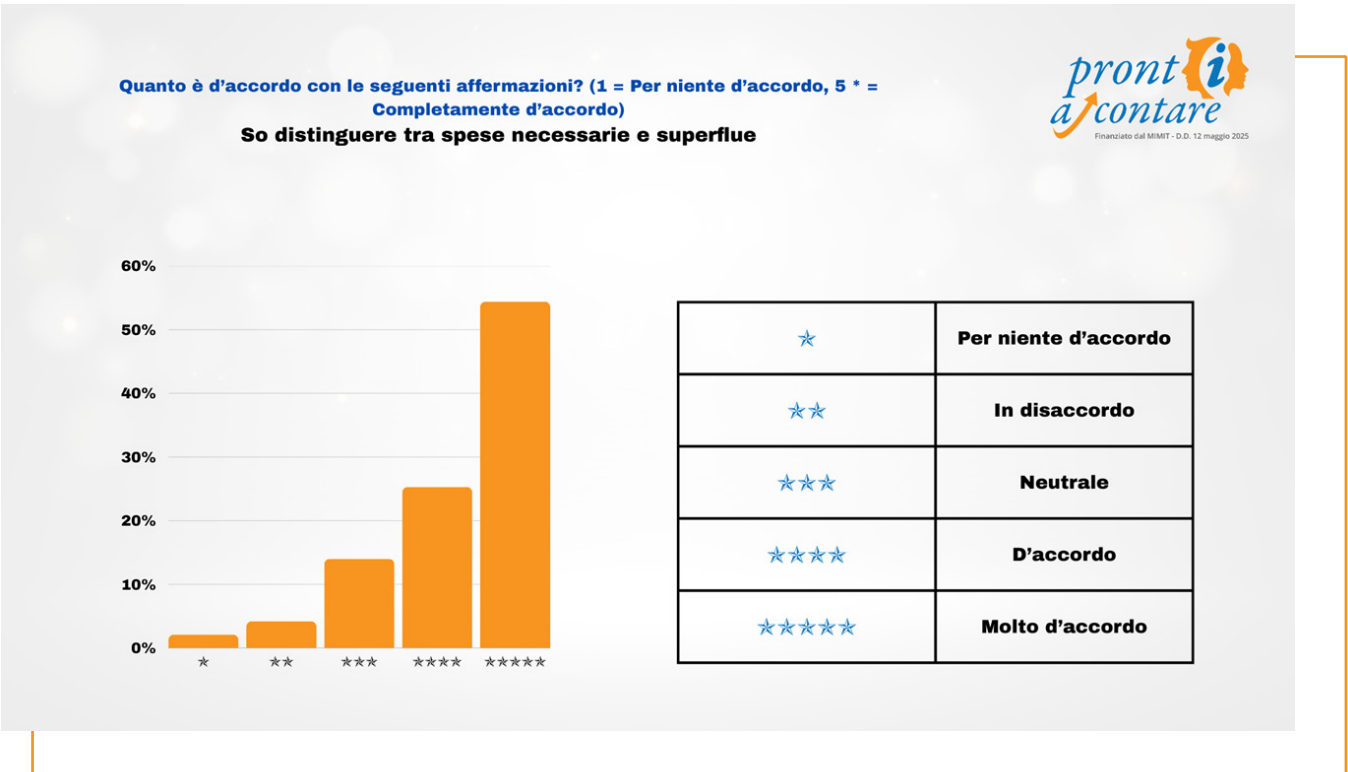


Fig.11 So distinguere tra spese necessarie e superflue

Guardando la figura 11, il dato relativo alla capacità di distinguere tra spese necessarie e superflue sembra inizialmente positivo. Tuttavia, accanto al 54% degli intervistati che dichiara di tracciare con chiarezza questa distinzione, emerge una quota consistente di persone (46%) che non mostra la stessa sicurezza, segnalando un’area di incertezza ancora rilevante.

Dal punto di vista sociologico e consumeristico, la distinzione tra spese necessarie e spese superflue è cambiata con il tempo, rendendo i contorni più sbiaditi e malleabili.

Fino al 1973 (data di invenzione del Motorola DynaTAC 8000X, il primo telefono mobile) nessuno sentiva il bisogno di avere un telefono portatile, oggi è un bene considerato indispensabile.

Lo stesso sta accadendo per nuovi beni che non sono riconducibili ai cosiddetti bisogni primari (acqua cibo e riparo) ma che tuttavia rientrano tra quelli necessari perché diventano “abilitatori” sul piano lavorativo e sociale, cambiando - addirittura - da persona a persona.

Infine, importante osservare come un significativo 30% degli intervistati - tra chi ha risposto no e chi ha risposto sì, ma sotto 600 euro, sia in una situazione di fragilità economica rispetto a spese improvvise (fig.12). Questo trend significativo viene evidenziato anche dall’ultimo report dell’Alleanza della povertà dove emerge sempre più una “area grigia” costituita da persone che non vivono in povertà assoluta ma in una grave condizione di disagio.

In questi frangenti le forme di credito al consumatore diventano una risorsa efficace per sopperire a bisogni immediati ma, senza una gestione consapevole delle proprie spese, potrebbero diventare un ulteriore problema.

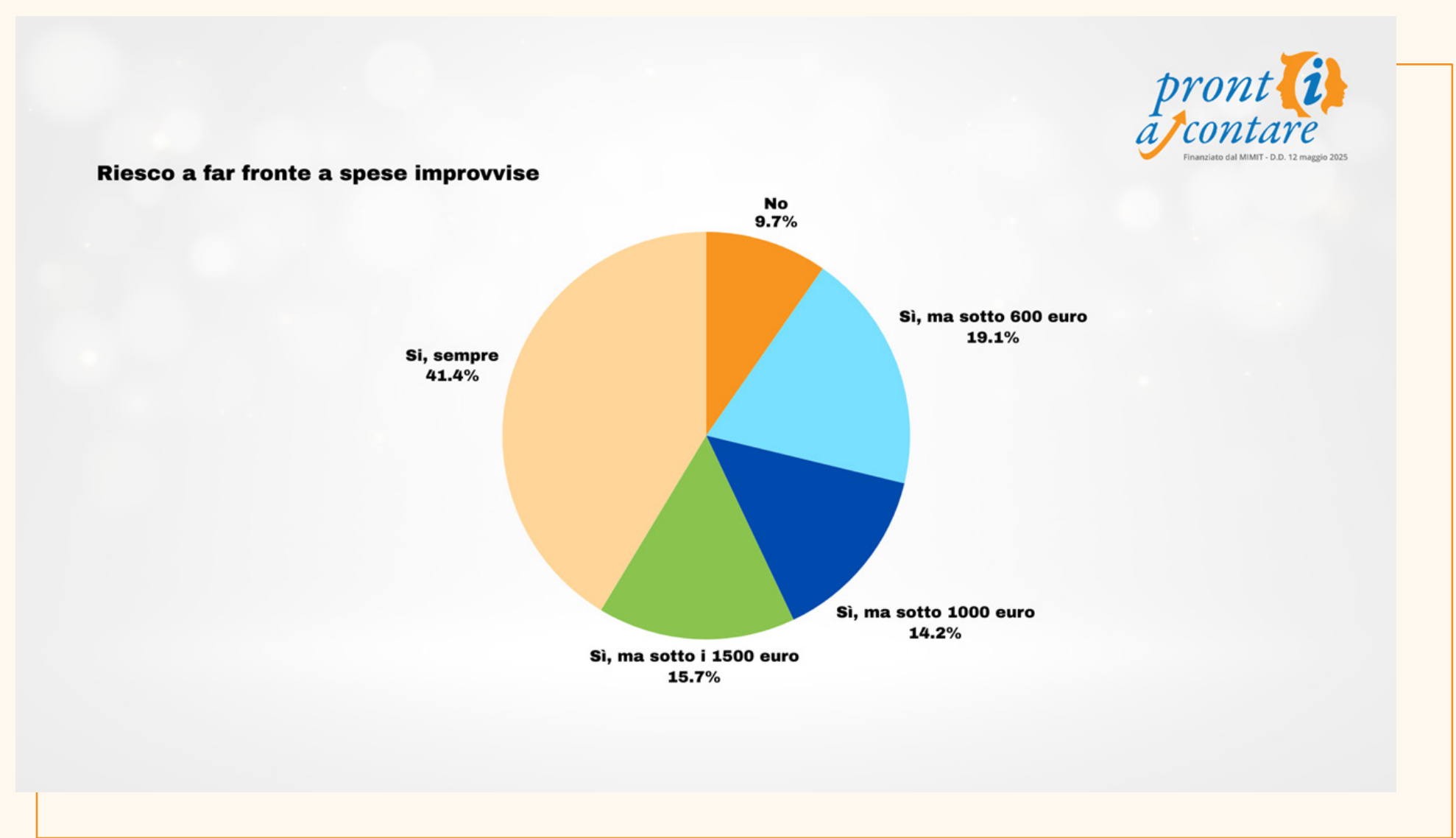
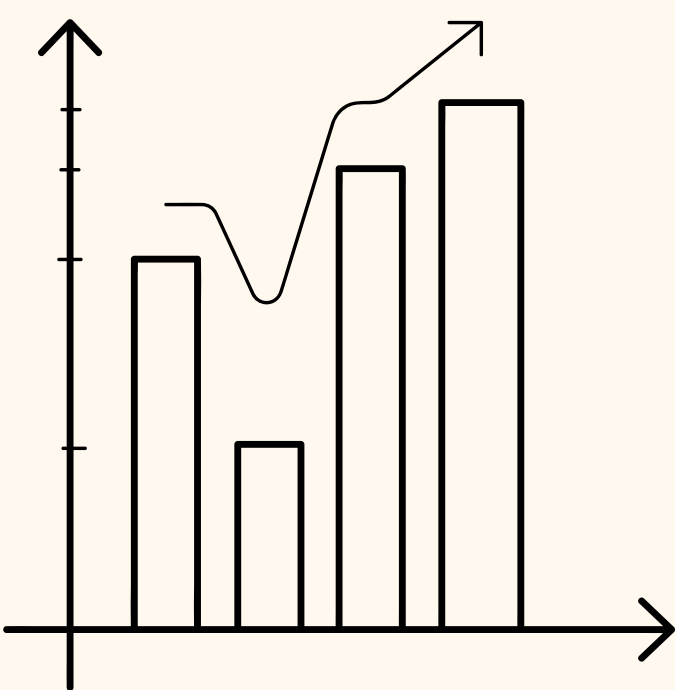


Fig.12 Riesco a far fronte a spese improvvise



PRESTITI E CREDITO

La presente sezione è stata dedicata al tema dei prestiti e del credito, con l’obiettivo di analizzare come i consumatori gestiscono l’accesso al finanziamento e quali strumenti utilizzano nella pratica quotidiana. Le domande hanno esplorato diversi aspetti: dall’esposizione debitoria e dalle modalità di richiesta di un prestito, fino alla capacità di affrontare spese improvvise e alla familiarità con concetti come il merito creditizio.

La sezione ha indagato inoltre il livello di consapevolezza rispetto alle condizioni contrattuali e ai costi associati ai diversi prodotti di credito, valutando quanto gli intervistati si sentano informati e in grado di comprendere documenti e procedure, incluse quelle digitali. L’insieme delle risposte ha consentito di evidenziare eventuali criticità informative e aree in cui è necessario rafforzare le competenze finanziarie, trovando nuovamente importanti conferme sul divario tra competenze finanziarie percepite e reali.

Già a partire dalla prima domanda emerge una discrepanza significativa (fig. 13): se da un lato la conoscenza della valutazione del merito creditizio appare un concetto sostanzialmente e ampiamente acquisito, dall’altro oltre il 20% degli intervistati continua a mostrare dubbi rilevanti o una comprensione molto frammentaria del concetto. Questo scarto evidenzia la presenza di un’area non trascurabile di incertezza, che suggerisce come il tema, pur essendo entrato nel linguaggio comune, non sia ancora pienamente compreso da una parte consistente della popolazione.

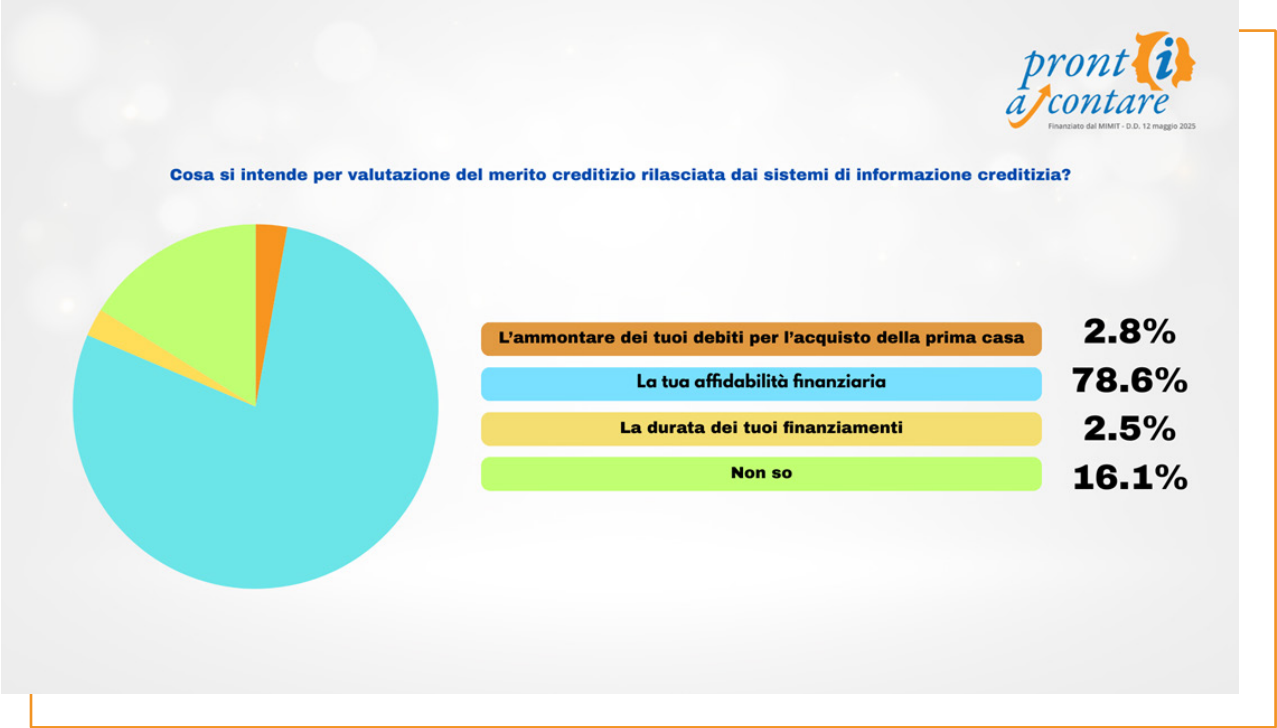


Fig.13 Cosa si intende per valutazione del merito creditizio rilasciata dai sistemi di informazione creditizia?

Passando all’analisi delle diverse tipologie di finanziamento, la domanda a scelta limitata ha portato gli intervistati a selezionare solo alcune opzioni, evidenziando alcuni strumenti più di altri. Questo effetto di “cernita forzata” suggerisce che le risposte vadano interpretate con cautela, poiché non riflettono necessariamente l’intero ventaglio di prodotti utilizzati.

Come verrà approfondito nelle sezioni successive, emerge inoltre un elemento critico: una parte consistente degli intervistati sembra avere difficoltà a distinguere tra carta di debito e carta di credito. Tale sospetto trova conferma nelle risposte ad altre domande del questionario, che mostrano incoerenze ricorrenti. Questa confusione rappresenta un’ulteriore evidenza delle false sicurezze che caratterizzano il rapporto degli italiani con gli strumenti finanziari, indicando un’area di fragilità informativa più ampia di quanto dichiarato.

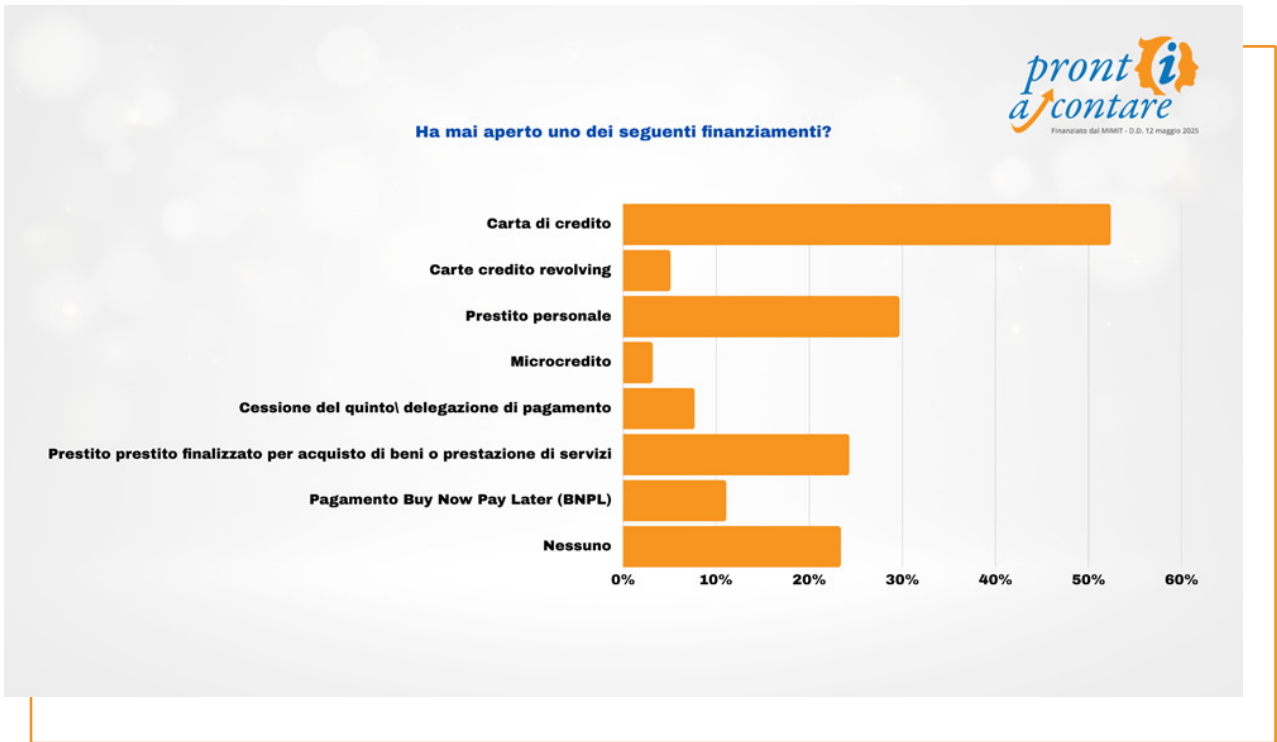


Fig.14 Ha mai aperto uno dei seguenti finanziamenti? (indica Max. 3 risposte)

Ennesima conferma del **divario tra competenze percepite ed effettive**, emerge chiaramente dal fatto che la percentuale di persone che ritiene in tutta sicurezza di avere **informazioni sufficienti** (non esaustive) **su prestito, carta di pagamento (debito, credito, revolving, prepagata) o BNPL è pari solo al 22,7%** (fig.15). Questa carenza informativa emerge con particolare evidenza quando il consumatore si rivolge allo sportello della propria associazione di tutela per chiedere supporto: una situazione tutt'altro che rara, come confermano i numerosi dubbi e le richieste di chiarimento che gli utenti portano quotidianamente.

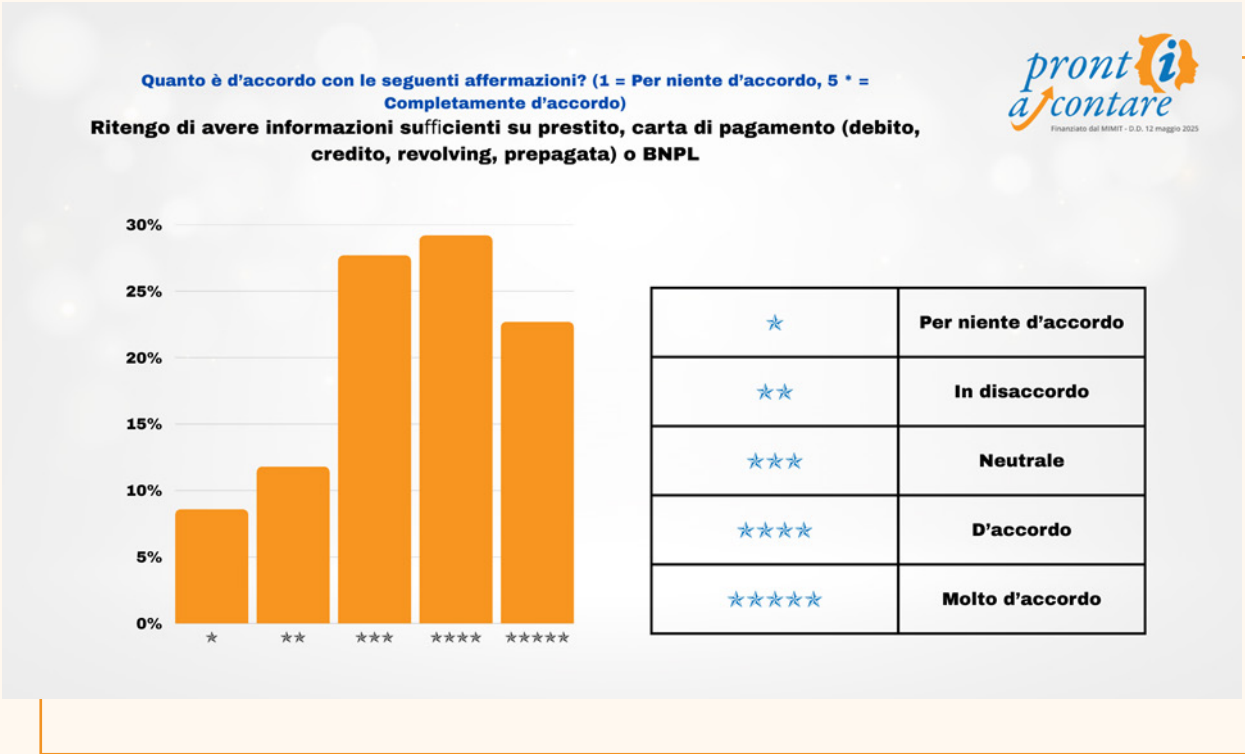


Fig.15 Ritengo di avere informazioni sufficienti su prestito, carta di pagamento (debito, credito, revolving, prepagata) o BNPL

Andando ad approfondire il grado di dimestichezza e comprensione di documenti e procedure contrattuali, emerge che **il 63,5% degli intervistati legge il contratto prima di firmarlo**. Un dato che, a prima vista, potrebbe sembrare incoraggiante. Tuttavia, basta soffermarsi un momento per cogliere un aspetto critico: leggere è un'azione che dovrebbe essere scontata, e invece **solo il 43% dei consumatori afferma di farlo con reale attenzione**. Una possibile interpretazione è che la **mancata lettura** possa essere principalmente legata a quei contratti **BNPL** relativi a **piccole cifre o ai termini e condizioni legati all'acquisto di beni e servizi tramite piattaforme digitali**, spesso percepiti come poco rilevanti o troppo complessi. Importante, quindi che la nuova direttiva sul credito ai consumatori, regolamentando il BNPL dia chiarezza che si tratta di un'operazione di credito ai consumatori e non una operazione di pagamento.

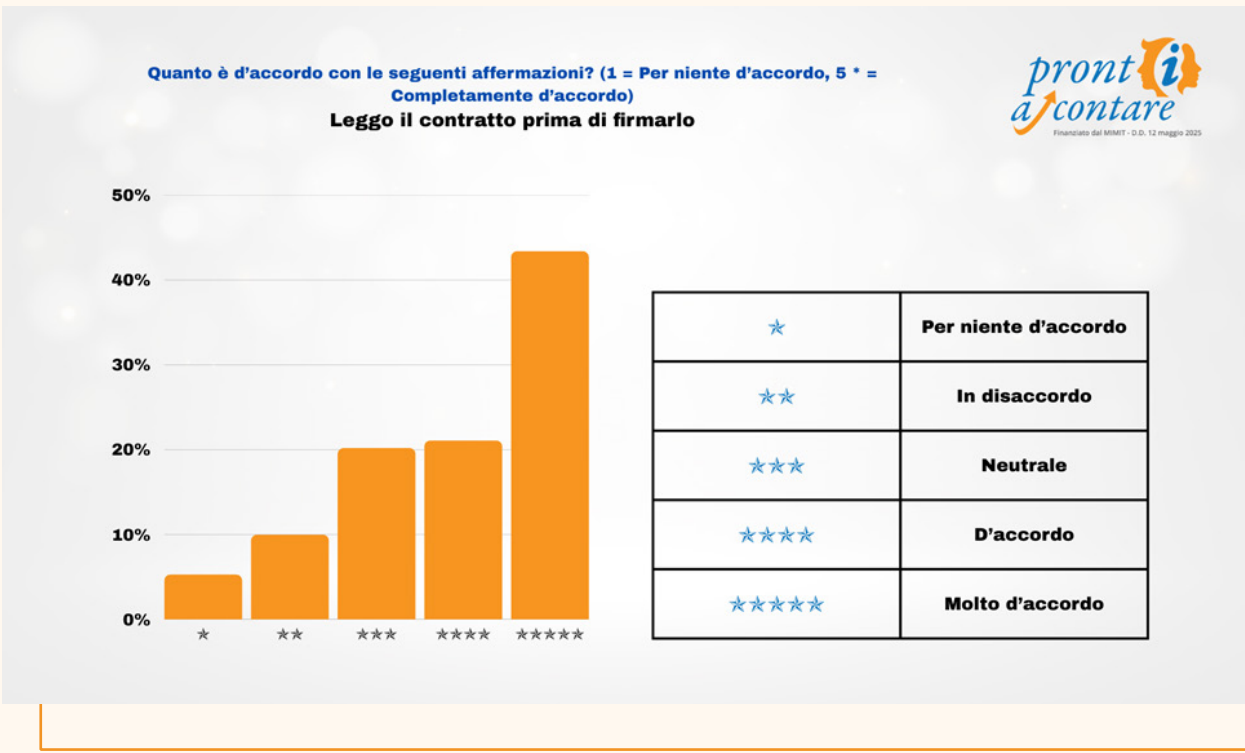


Fig.16 Leggo il contratto prima di firmarlo

In merito all'utilizzo della **firma digitale nei prestiti**, questo è **estremamente polarizzato** tra chi la usa **quasi sempre (28%)** e chi **non la usa mai (35%)** con gli altri intervistati che si collocano nelle fasce intermedie.



Fig.17 Firmo il prestito con firma digitale

L'analisi dei grafici riportati nelle figure 18 e 19 **evidenzia con maggiore precisione le difficoltà che molti consumatori incontrano nel comprendere in modo chiaro le condizioni** di prestiti, carte di credito e servizi BNPL. Tali difficoltà sembrano strettamente connesse alla **percezione, diffusa tra gli intervistati, che banche e piattaforme BNPL non forniscano spiegazioni trasparenti** su costi e regole: solo l'8,4% ritiene invece che le informazioni siano comunicate in modo chiaro.

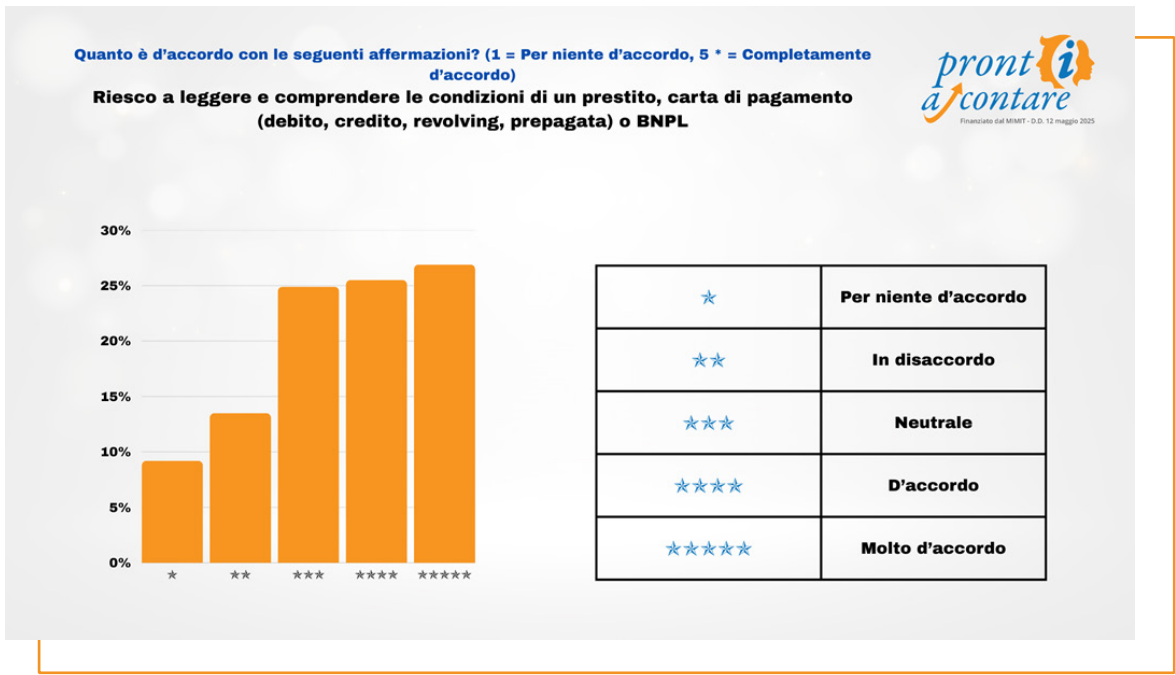


Fig.18 Riesco a leggere e comprendere le condizioni di un prestito, carta di pagamento (debito, credito, revolving, prepagata) o BNPL

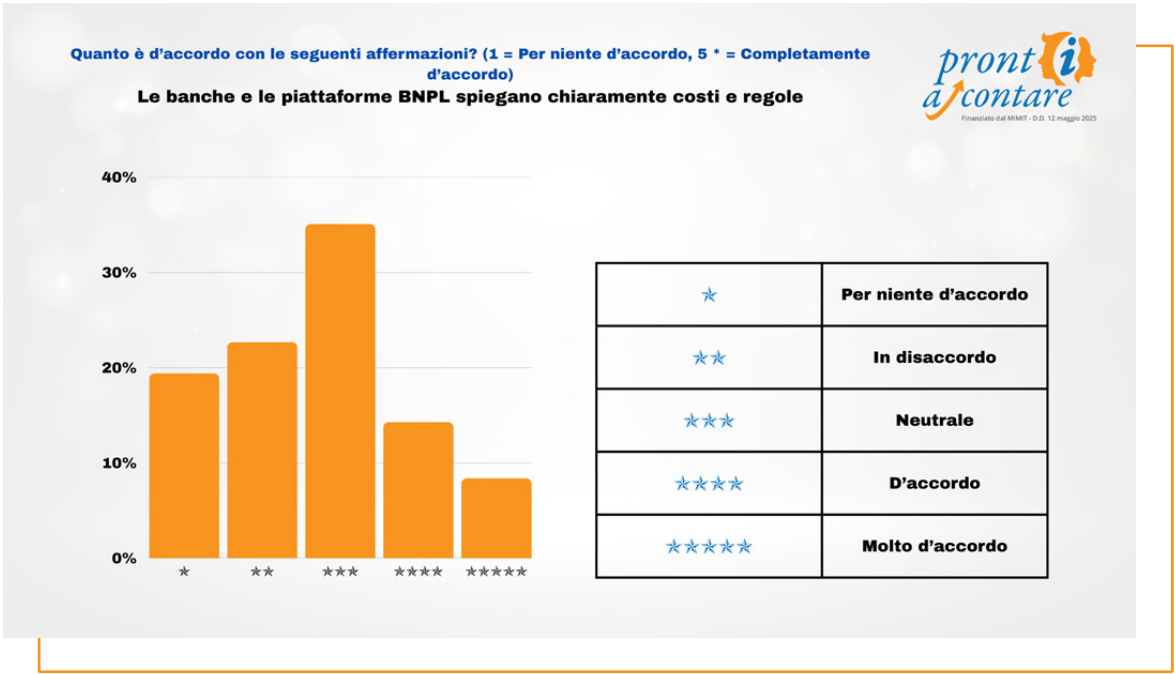


Fig.19 Le banche e le piattaforme BNPL spiegano chiaramente costi e regole

Infine, un primo elemento positivo riguarda il fatto che **il 53% degli intervistati desidera conoscere le ragioni di un eventuale rifiuto della richiesta di prestito**. Si tratta di una pratica utile per tutelarsi, poiché **non è raro ritrovarsi inseriti negli elenchi dei cattivi pagatori senza una responsabilità diretta**. Basti pensare ai casi di furto d'identità, in cui il consumatore subisce sia il danno economico sia le conseguenze reputazionali, spesso senza esserne consapevole.

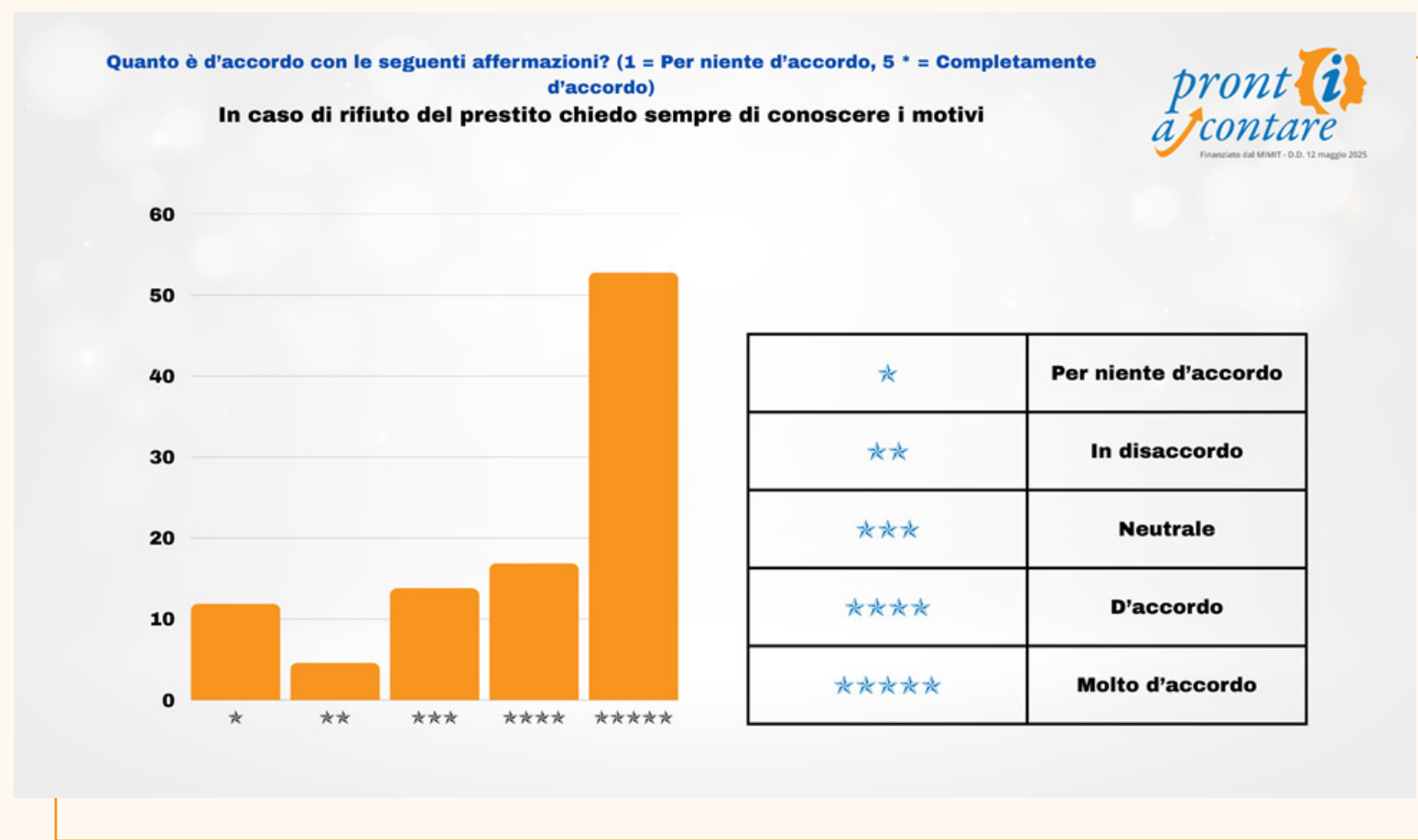


Fig.20 In caso di rifiuto del prestito chiedo sempre di conoscere i motivi

Un **secondo aspetto incoraggiante** emerge quando si analizza il **comportamento dei consumatori di fronte a prodotti percepiti come troppo costosi** rispetto alle proprie possibilità economiche. La maggior parte **preferisce evitare di esporsi** finanziariamente, adottando un atteggiamento prudente. Accanto a questa scelta prevalente, **quasi il 20% degli intervistati ricorre a un prestito personalizzato**, una soluzione ormai disponibile per un'ampia gamma di beni e servizi. Inoltre, **un ulteriore 8-9% opta per il prestito personale**, confermando come, in presenza di un bisogno reale, esistano alternative considerate sostenibili e gestibili.

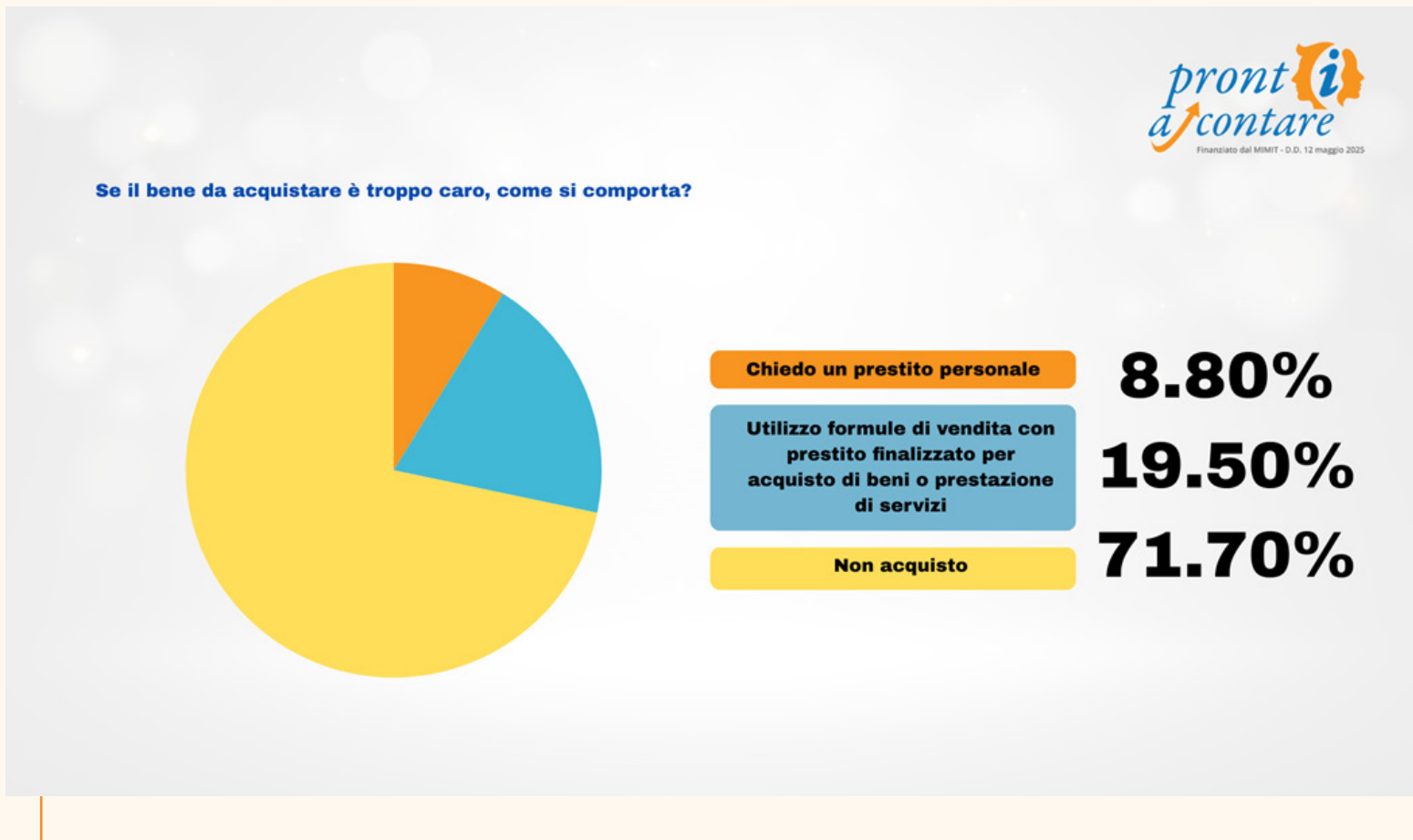


Fig.21 Se il bene da acquistare è troppo caro, come si comporta?

PAGAMENTI DIGITALI

L'espansione dei pagamenti digitali sta trasformando in modo significativo le abitudini finanziarie delle famiglie italiane. Questa sezione dell'indagine ha inteso esplorare quali strumenti vengano effettivamente utilizzati, il livello di esposizione percepita alle frodi online e il grado di sicurezza con cui le persone si muovono nell'ambiente digitale.

L'obiettivo era comprendere la diffusione delle diverse modalità di pagamento – dalle carte tradizionali ai portafogli digitali, dalle app bancarie ai sistemi offerti dalle Big Tech – e a rilevare eventuali resistenze o esclusioni digitali. Un ulteriore elemento di analisi ha riguardato l'esperienza diretta con truffe e frodi informatiche, un fenomeno in crescita che incide sulla fiducia nei sistemi digitali e sulle scelte di pagamento. Anche il livello di sicurezza percepita, la capacità di adottare comportamenti prudenti online e il timore legato ai rischi informatici sono stati oggetto di indagine per riuscire a cogliere non solo l'adozione degli strumenti digitali, ma anche la maturità digitale degli utenti e le aree in cui persistono incertezze o vulnerabilità.

È opportuno e utile collocare il tema nel contesto europeo delineato dalla BCE. In Italia, infatti, i pagamenti effettuati tramite carta o app, pur essendo diffusi, non raggiungono nemmeno il 50% del numero totale delle transazioni. Se però si osserva il valore complessivo delle somme transate, il quadro cambia: nel 2024 i pagamenti digitali hanno superato il contante, segnando un passaggio significativo nelle abitudini di pagamento degli italiani.

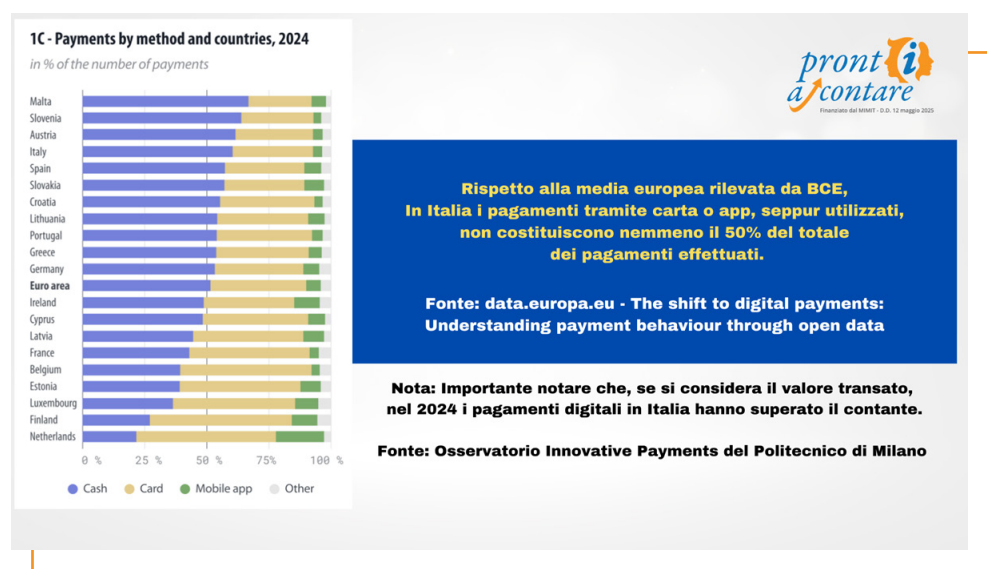


Fig. 22 Dati di contesto - data.europa.eu - The shift to digital payments: Understanding payment behaviour through open data
Osservatorio Innovative Payments del Politecnico di Milano

Andando all'interpretazione dei dati raccolti, emerge in generale che l'utilizzo dei pagamenti digitali si trova ancora in **uno stato di limbo**: se, da una parte, vediamo che c'è **fiducia verso il tema**, esistono dall'altra, ancora alcune **riserve importanti riguardanti la sicurezza**. Significativo il fatto che poco meno del **24%** degli intervistati sia stato vittima di una truffa o frode digitale. Il dato non sorprende se si considera la diffusione di pratiche fraudolente sempre più sofisticate: dall'acquisto di **prodotti contraffatti** su piattaforme di reselling ai **furti di dati derivanti da data leak**, dai tentativi di **phishing indiscriminati** fino alle **nuove forme di truffa rese possibili dall'impiego dell'intelligenza artificiale**.

Rispetto alla prima domanda sugli strumenti di pagamento digitale utilizzati (fig. 22), emerge una **forte concentrazione nell'uso delle diverse tipologie di carte, dei bonifici e delle applicazioni bancarie**. Colpisce però la **confusione tra le varie categorie di carte**: sebbene in Italia le carte di debito siano oggettivamente più diffuse di quelle di credito², nel nostro campione accade il contrario, dichiarando di utilizzare di più la carta di credito rispetto a quella di debito.

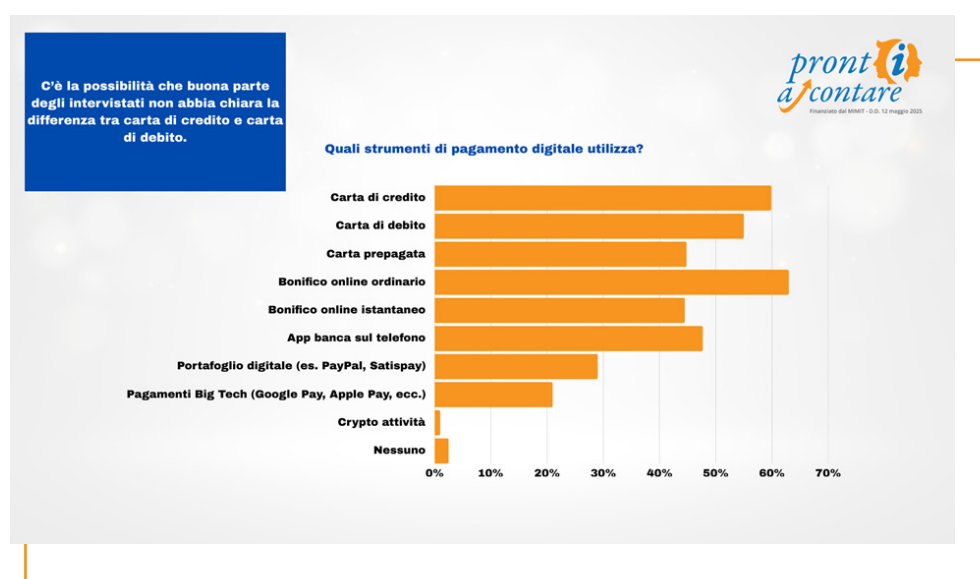


Fig. 23 Quali strumenti di pagamento digitale utilizza?

² Numero delle carte di pagamento al 2024: Carte di credito 13,8 milioni totali di cui 12,6 personali e 1,2 aziendali; Carte di debito 64,9 milioni totali; Carte prepagate 33,6 milioni. (Fonte: Banca d'Italia)

Questa discrepanza è spiegabile anche con **un’abitudine linguistica molto radicata**: nella vita quotidiana si tende a chiamare “carta di credito” qualsiasi carta di pagamento. Dal punto di vista pratico, **gli utenti conoscono le funzioni della propria carta** e la utilizzano correttamente, **ma l’uso improprio del termine porta facilmente a un lapsus che si riflette anche nelle risposte del questionario**.

Passando all’**esperienza diretta con truffe e frodi informatiche** (fig. 24), rispetto alla percentuale di persone che dichiarano di averle subite, è interessante notare come **il 16% dichiara di non aver fatto nulla**, tale dato può essere stato influenzato sia da **tentativi di truffa non sfociati nella perdita di denaro**, sia da un fattore di “vergogna” per essere stati truffati³.

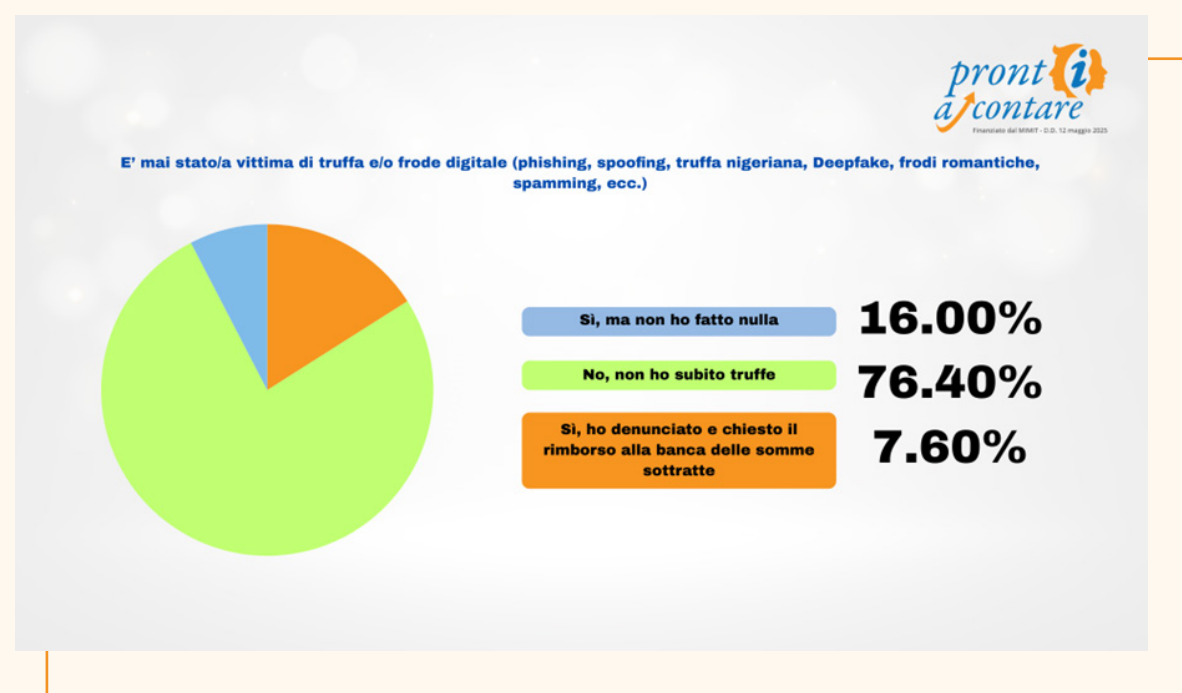


Fig.24 È mai stato/a vittima di truffa e/o frode digitale (phishing, spoofing, truffa nigeriana, Deepfake, frodi romantiche, spamming, ecc.)

In merito alla **sicurezza nei pagamenti digitali**, si nota un **cauto ottimismo**, con il **50% degli intervistati che dichiara di sentirsi “molto sicuro” o “sicuro”** (fig. 25), bilanciato da alcune riserve che rappresentano **un tema di riflessione sulla necessità di comunicare in maniera più efficace al consumatore le tutele previste nei pagamenti digitali**.

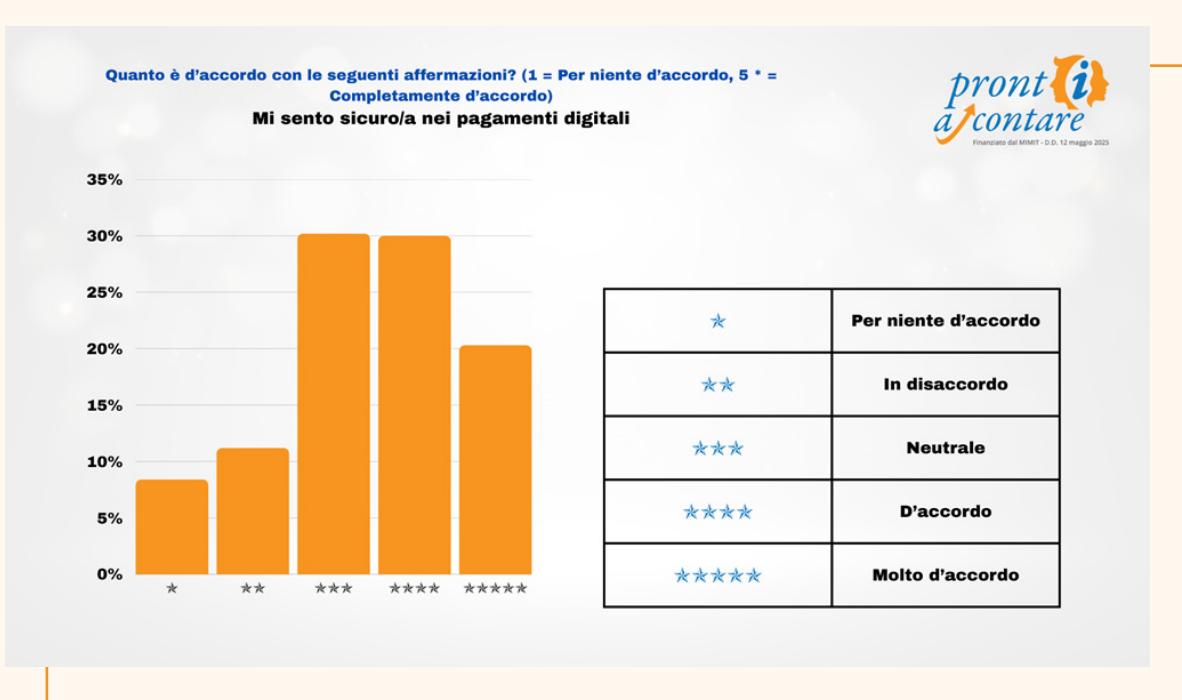


Fig.25 Mi sento sicuro/a nei pagamenti digitali

Rispetto alla gestione del denaro, **i pagamenti digitali vengono visti come uno strumento utile a semplificarla**, presumibilmente per la facilità nel reperire l’elenco delle spese. Non sorprende, però, che alcuni intervistati abbiano espresso un’opinione opposta: le uscite mensili **sono spesso ripartite tra molteplici strumenti di pagamento digitale**, il che rende più complesso mantenere un controllo d’insieme. **I dati esistono e sono accessibili, ma integrarli in modo coerente può diventare un’operazione tutt’altro che immediata**.

3 In questo caso il campione costituito da follower delle associazioni consumatori consente di dare maggior rilevanza a un trend di truffe digitali in aumento confermato anche dai dati CRIF I semestre 2025: rispetto stesso periodo anno precedente si registra un aumento del +9,2%, 18.000 casi, circa 180.000 euro frodati.

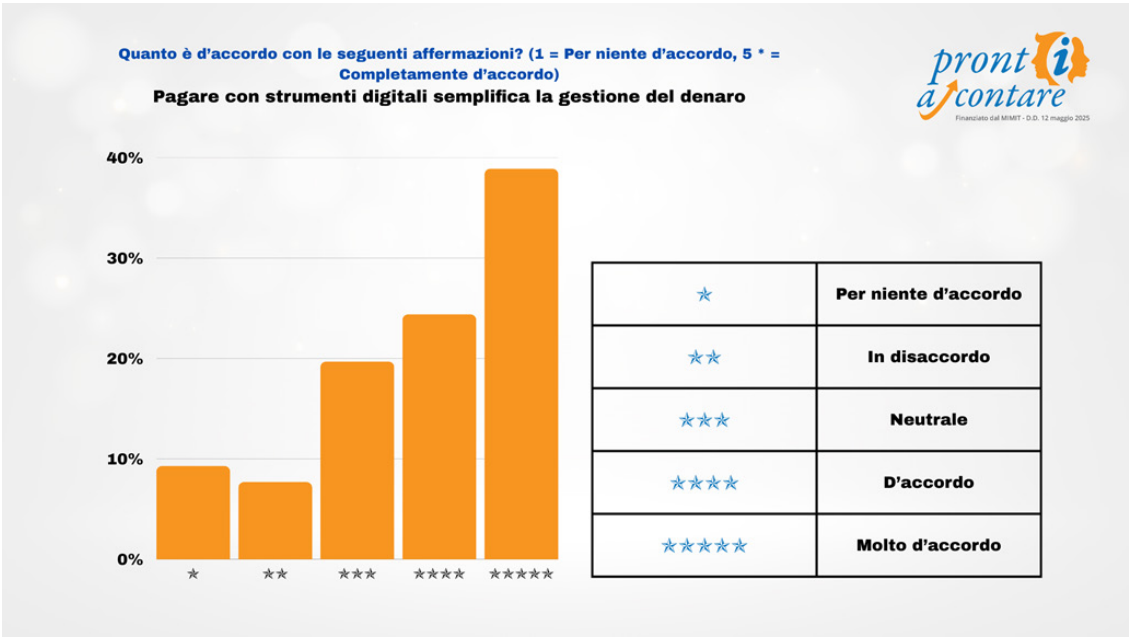


Fig.26 Pagare con strumenti digitali semplifica la gestione del denaro

A conferma delle riserve che affiancano il cauto ottimismo sulla sicurezza nei pagamenti digitali (fig. 25), emerge una forte preoccupazione per il rischio di truffe: il 50% degli intervistati si dichiara molto preoccupato, a cui si aggiunge un ulteriore 22,5% che manifesta comunque timori. Un dato che rappresenta un campanello d'allarme che richiama la necessità di promuovere iniziative per rendere i consumatori più resilienti.

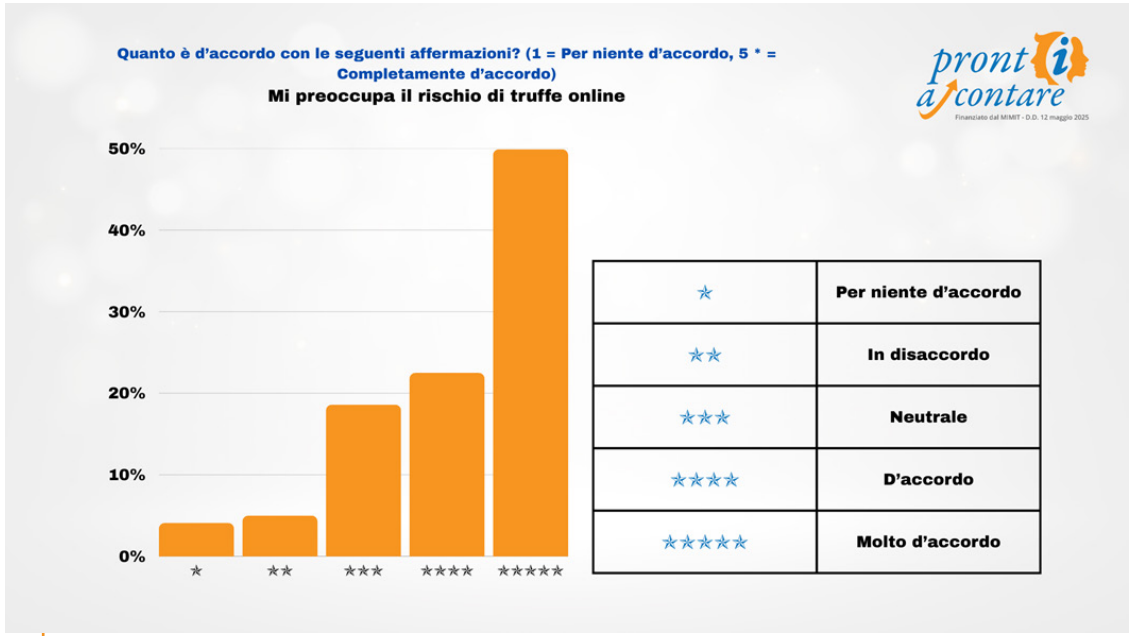


Fig.27 Mi preoccupa il rischio di truffe online

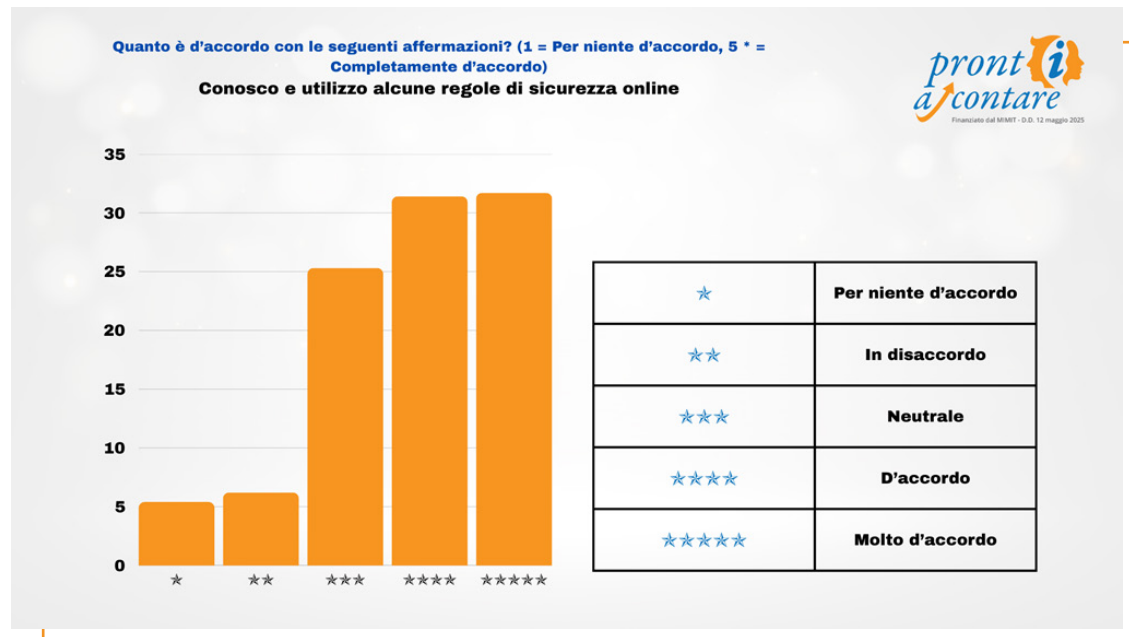


Fig.28 Conosco e utilizzo alcune regole di sicurezza online

Infine, è interessante osservare che oltre il 60% degli intervistati si dichiara sicuro di conoscere alcune regole di sicurezza online. Tuttavia, **questa percezione di competenza non sempre si traduce in una reale protezione**. La discrepanza con i dati analizzati in precedenza (fig. 27) è evidente: nonostante molti affermino di sapere come comportarsi, una quota molto ampia del campione continua a temere il rischio di truffe o frodi digitali. In altre parole, **ci si sente informati, ma non necessariamente al sicuro**. Una conferma ulteriore della necessità di rafforzare le misure di sicurezza proviene dalla **nuova Direttiva sui Sistemi di Pagamento (PSD3)**, attualmente in discussione, che mira proprio a innalzare gli standard di protezione.

Le truffe digitali, infatti, si basano soprattutto sulla **manipolazione psicologica dell'individuo – il cosiddetto *social engineering*** – capace di aggirare quei segnali di allarme che, in un contesto meno pressante, risulterebbero più riconoscibili. Queste vulnerabilità, unite all'impiego sempre più sofisticato dell'intelligenza artificiale, amplificano il rischio: oggi è possibile creare trappole digitali estremamente realistiche, ben lontane dalle vecchie truffe nigeriane sgrammaticate facilmente individuabili.

Diventa quindi **fondamentale educare il consumatore non solo a riconoscere le diverse tipologie di frode**, ma soprattutto a **sviluppare una forma mentis adeguata per affrontare in modo critico comunicazioni e tecnologie digitali**. Un simile approccio porterebbe **benefici che vanno oltre la semplice prevenzione delle truffe**, rafforzando la consapevolezza su temi come **privacy**, gestione dell'**identità digitale** e **necessità di un utilizzo dell'AI realmente allineato agli interessi e alla sicurezza delle persone**.



DEBITI E SOVRAINDEBITAMENTO

Questa sezione del questionario è stata progettata per indagare un tema di grande rilevanza, ossia il livello di consapevolezza degli intervistati rispetto al tema del debito e, in particolare, del sovraindebitamento. L'obiettivo era comprendere non solo se le persone conoscano il significato del termine, delineando il grado di alfabetizzazione finanziaria legato al debito, ma anche quanto siano in grado di riconoscere situazioni potenzialmente rischiose nella gestione delle proprie finanze per prevenire o affrontare situazioni di difficoltà economica. Quindi da un lato abbiamo voluto esplorare la capacità di individuare i segnali di un eccessivo indebitamento ed il grado di prudenza nell'utilizzo di prestiti e servizi di credito innovativi come il Buy Now Pay Later e dall'altra l'importanza attribuita alla presenza di risparmi per far fronte a imprevisti nonché il bisogno percepito di maggiori informazioni sui debiti e sui rischi connessi alle nuove forme di credito. Infine, la sezione di domande intendeva valutare il livello di conoscenza degli strumenti giuridici disponibili per le persone sovraindebitate, cercando di misurare quanto gli intervistati fossero informati sulle tutele previste dall'ordinamento e sulla possibilità di accedere a percorsi di ristrutturazione o soluzione del debito.

Dalle risposte raccolte emerge un quadro complessivamente incoraggiante: cresce l'attenzione verso i temi legati alla gestione finanziaria e si registra una maggiore familiarità con concetti chiave, accompagnata da un interesse diffuso ad approfondire ulteriormente questi argomenti. Tuttavia, è plausibile che parte di questi segnali positivi sia influenzata dal peggioramento della situazione economica generale, dall'aumento dei livelli di povertà e da una maggiore esposizione al rischio di indebitamento, che rendono il tema del sovraindebitamento più vicino e rilevante per molte persone.

Nonostante questa maggiore sensibilità, il livello di consapevolezza non può ancora considerarsi pienamente adeguato. Rimane quindi fondamentale proseguire con interventi mirati di educazione, informazione e supporto, capaci di raggiungere anche quei consumatori che ritengono di essere informati ma che, in realtà, necessitano di strumenti e conoscenze più solide. Prima di entrare nel dettaglio delle singole domande, proponiamo un quadro di contesto sui livelli di sovraindebitamento dei consumatori europei. I dati provengono da un'indagine della Commissione Europea condotta tra i debt advisor dei diversi Paesi membri. Dall'indagine emerge che, tra le famiglie sovraindebitate, le forme di debito più ricorrenti riguardano i mutui (28%, pari a +6% rispetto alla media UE) e le carte di credito (30%, +8% rispetto alla media UE).



Fig.29 Dati di contesto - Study on European consumers' over-indebtedness and its implications - Annexes to the Final Report - Commissione europea (2023)

La stessa indagine evidenzia inoltre **le principali motivazioni che portano a contrarre debiti**: spiccano l'aumento del costo della vita, la riduzione degli introiti e il verificarsi di eventi imprevisti. Questi fattori, spesso concomitanti, **possono innescare una spirale discendente in cui, per far fronte ai debiti esistenti, si ricorre a nuovi debiti**, aggravando progressivamente la situazione finanziaria delle famiglie.



Fig.30 Dati di contesto - Study on European consumers' over-indebtedness and its implications - Annexes to the Final Report - Commissione europea (2023)

Il grafico nella figura seguente (fig. 31) conferma che **il concetto di sovraindebitamento è ampiamente compreso** dalla popolazione. La **quota molto ridotta di risposte errate** suggerisce che tali scelte siano più probabilmente riconducibili a **distrazioni o a una lettura superficiale** della domanda, piuttosto che a una reale mancanza di conoscenza del fenomeno.



Fig.31 Sa cosa significa "sovraindebitamento"?

Tuttavia, un livello molto alto di riconoscimento del concetto **non significa necessariamente riconoscerlo nella propria situazione o conoscere gli strumenti di prevenzione o ancora sapere se esistono e come funzionano gli strumenti e le tutele**. Quindi questo dato è un buon punto di partenza, ma **non dice tutto sulla reale consapevolezza finanziaria**. Una considerazione analoga vale per la **capacità degli intervistati di riconoscere i segnali di sovraindebitamento**. È vero che **il 53% mostra di saper individuare correttamente i sintomi** di una situazione di eccessivo indebitamento, **ma resta significativa la quota di popolazione che non esprime una posizione definita (14,5%) o che si colloca in una condizione di marcata difficoltà (6%)**. Anche in questo caso è fondamentale andare oltre il dato numerico e interrogarsi sul suo reale significato.

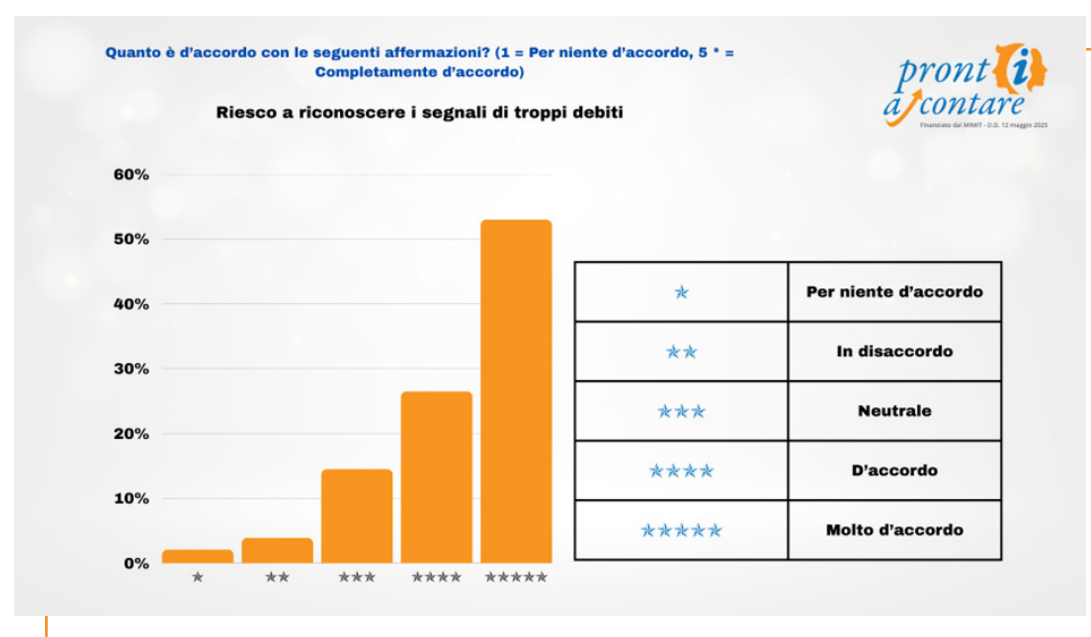


Fig.32 Riesco a riconoscere i segnali di troppi debiti

Questi gruppi risultano **più esposti al rischio di scivolare in situazioni di sovraindebitamento** e avrebbero maggiore **bisogno di un supporto personalizzato**. Tale assistenza, tuttavia, dovrebbe essere attivata in chiave preventiva, prima che il debito diventi ingestibile - come prevede la nuova direttiva sul credito ai consumatori che istituisce la nuova figura della consulenza del servizio del debito, almeno per quello che riguarda le situazioni finanziarie.

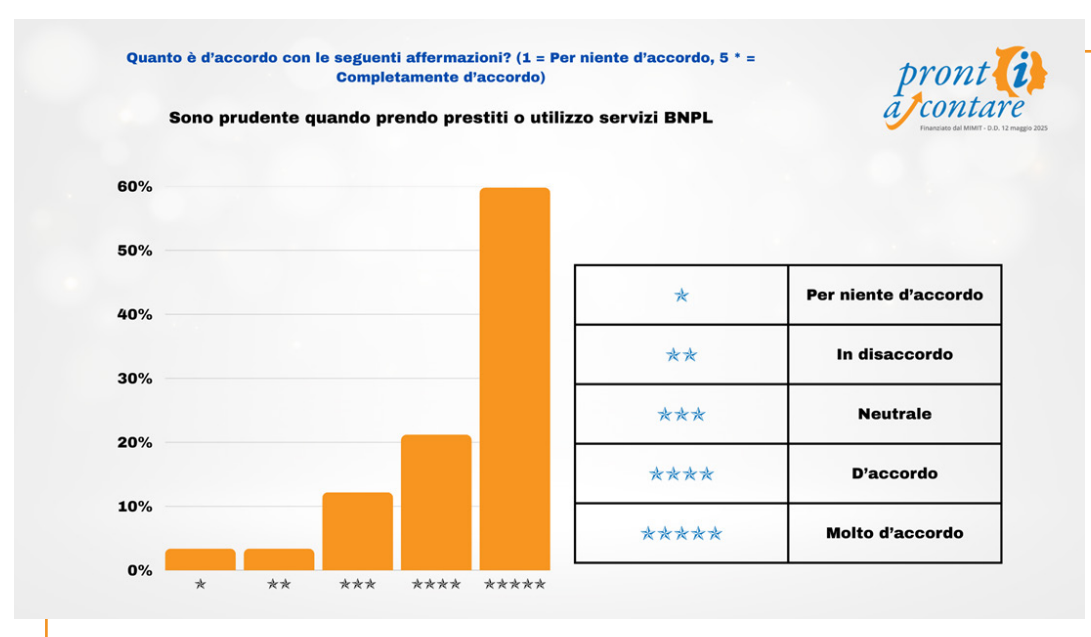


Fig.33 Sono prudente quando prendo prestiti o utilizzo servizi BNPL

Nel complesso, il campione degli intervistati mostra **un atteggiamento abbastanza prudente**, elemento particolarmente rilevante quando si accede al credito al consumo. **Quasi il 60% dichiara infatti di riconoscersi pienamente in questo valore. Ancora più diffusa è la propensione al risparmio**, che caratterizza la quasi totalità degli intervistati: l'80% si dichiara "molto d'accordo" e un ulteriore 10% "d'accordo". In alcuni casi, tuttavia, questa inclinazione **non deriva solo da una scelta consapevole di gestione finanziaria, ma anche da una forma di timore rispetto al futuro, che spinge a trattenere le risorse come misura di protezione**.

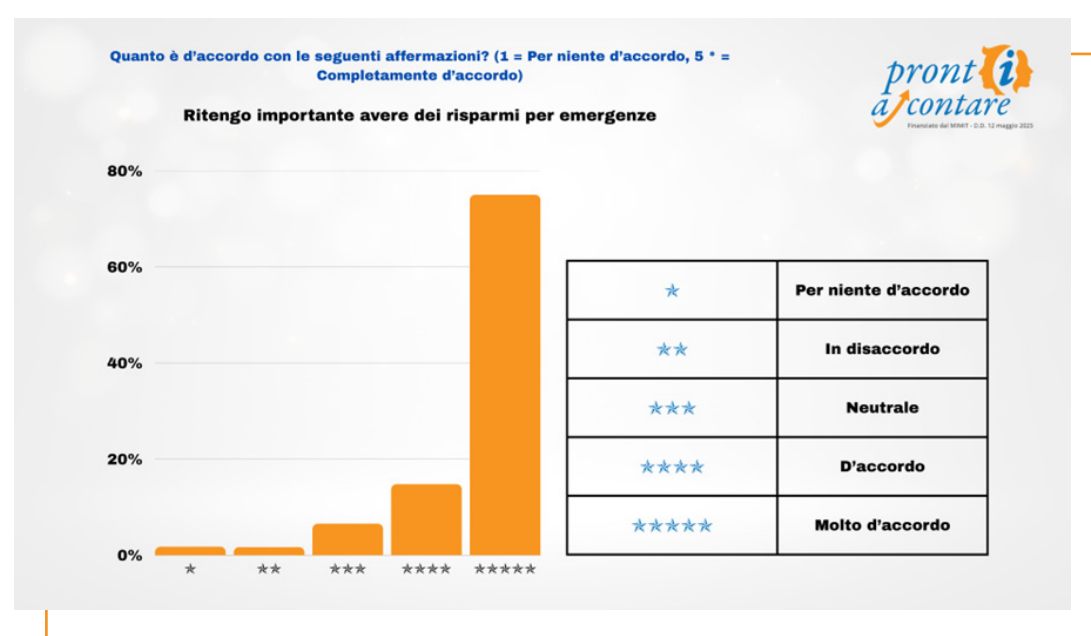


Fig.34 Ritengo importante avere dei risparmi per emergenze

È indubbio che dal campione emerga **una forte richiesta di maggiore informazione sulle nuove forme di credito: il 63% si dichiara “molto d'accordo” e un ulteriore 21% “d'accordo”** (fig. 35). Si tratta di un dato particolarmente rilevante, perché indica **un interesse diffuso** nel comprendere strumenti finanziari in evoluzione.

Allo stesso tempo, suggerisce che, **se i consumatori si sentissero adeguatamente informati e dotati delle competenze necessarie** per utilizzare il credito in modo sano e controllato, **la loro propensione a ricorrervi sarebbe sensibilmente più elevata**. In altre parole, **una migliore alfabetizzazione finanziaria potrebbe favorire un uso più consapevole e sereno del credito al consumo**.

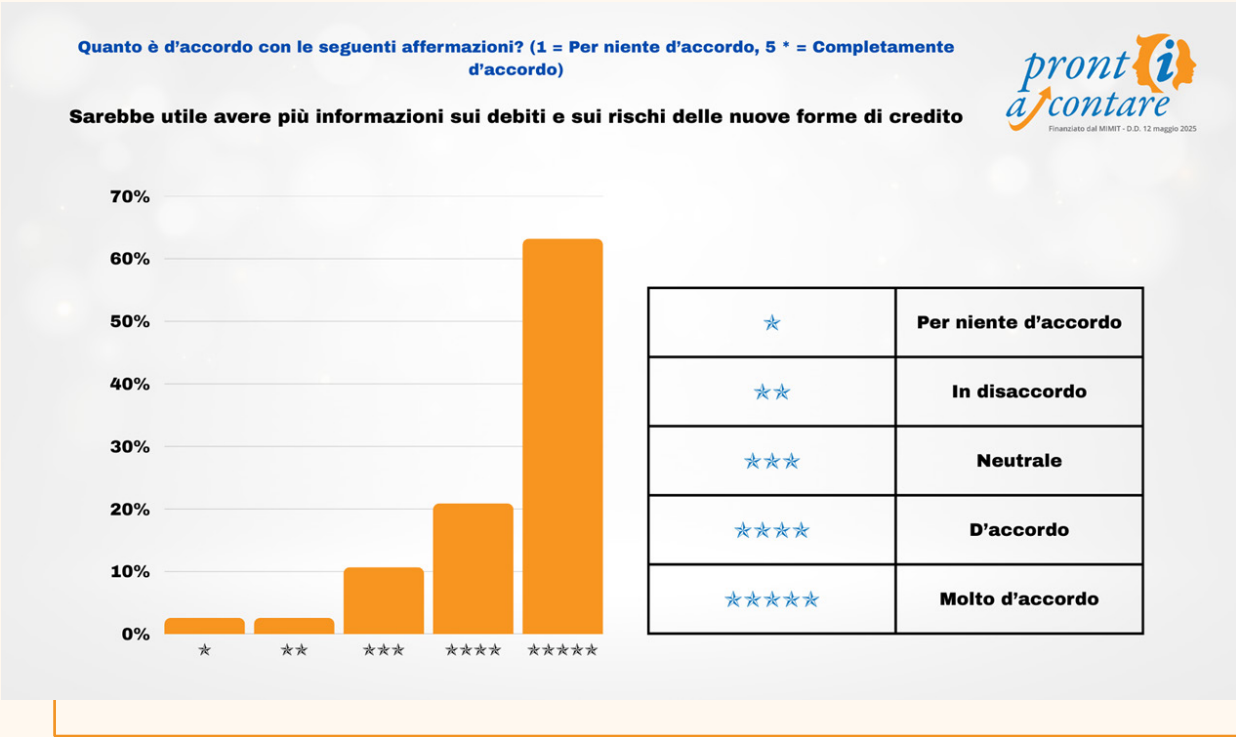


Fig.35 Sarebbe utile avere più informazioni sui debiti e sui rischi delle nuove forme di credito

La figura (Fig. 36) riporta i risultati di una **domanda a risposta multipla** pensata per **verificare** in modo puntuale **quanto gli intervistati conoscano gli strumenti previsti dalla legge a sostegno delle persone indebitate**. La quasi totalità del campione riconosce correttamente il “Piano di ristrutturazione dei debiti” come una delle misure disponibili, segno che **i termini più intuitivi o autoesplicativi risultano maggiormente familiari**.

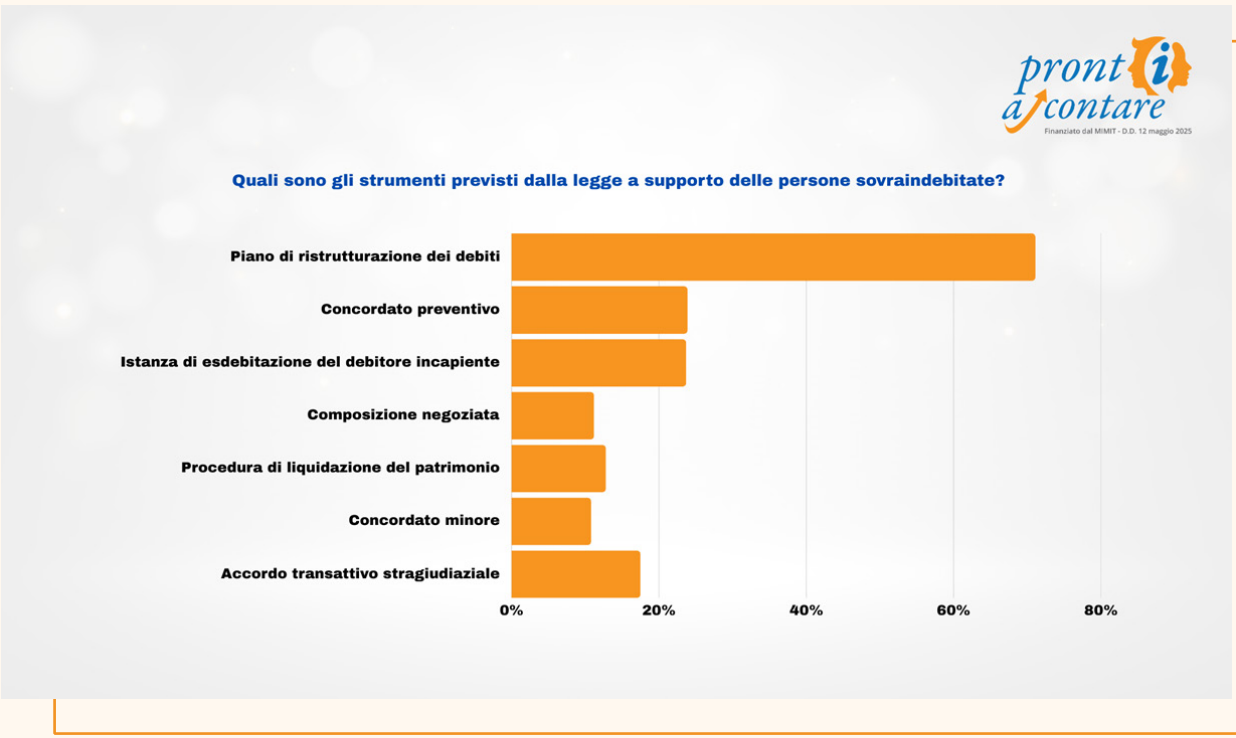


Fig.36 Quali sono gli strumenti previsti dalla legge a supporto delle persone sovraindebitate?

Per approfondire il livello di consapevolezza reale, abbiamo **confrontato le risposte fornite con le opzioni effettivamente applicabili a un consumatore in difficoltà, riportate nella tabella 37**. Dal confronto **emerge chiaramente che**, al di là degli strumenti più immediatamente riconoscibili, **permane una significativa confusione rispetto alle altre procedure giuridiche previste** dall'ordinamento a tutela del cittadino/consumatore.

Strumento	Consumatori	Imprese
Piano di ristrutturazione dei debiti	 Sì	 No
Concordato preventivo	 No	 Sì
Esdebitazione debitore incapiente	 Sì	 No
Composizione negoziata	 No	 Sì
Liquidazione del patrimonio	 Sì	 Anche piccoli imprenditori
Concordato minore	 No	 Imprenditori minori
Accordo transattivo stragiudiziale	 Sì (privato)	 Sì (privato)

Fig.37 Strumenti previsti dalla legge a supporto delle persone sovraindebitate

VIDEOGIOCHI E MICROSPESA

La sesta sezione del questionario è stata **progettata per indagare un ambito sempre più rilevante nel comportamento economico delle famiglie: le microspese legate ai videogiochi e alle applicazioni digitali**. L'obiettivo è stato **comprendere non solo la diffusione di queste pratiche all'interno dei nuclei familiari, ma anche il livello di consapevolezza rispetto ai rischi** che possono derivare da acquisti frequenti, frammentati e spesso percepiti come di basso valore.

Attraverso le domande proposte, abbiamo voluto esplorare tre dimensioni fondamentali:

- **la presenza di spese reali** in giochi online o app, effettuate dall'intervistato o da altri membri della famiglia
- **la percezione dei rischi**, come la possibilità che le microtransazioni sfuggano al controllo o inducano a spese non pienamente consapevoli
- **la capacità di monitorare e gestire tali acquisti**, inclusa la conoscenza delle somme spese e l'interesse verso strumenti di tutela, come limiti automatici di spesa o percorsi educativi rivolti ai più giovani.

Questa sezione ha inteso quindi cogliere **come i consumatori vivono un fenomeno in rapida crescita**, che combina intrattenimento digitale, dinamiche psicologiche e scelte economiche quotidiane, **offrendo indicazioni utili per valutare eventuali bisogni informativi o misure di prevenzione**.

In una visione d'insieme, pur trattandosi di un fenomeno che coinvolge una quota relativamente contenuta del campione, **le risposte mostrano chiaramente che le microspese vengono percepite come un potenziale fattore di rischio**. Tale percezione è legata soprattutto alla **presenza, in alcuni giochi, di meccanismi assimilabili al gioco d'azzardo** — come i casinò virtuali — o di dinamiche che ne simulano il funzionamento, **come le loot boxes**. Questo quadro generale introduce i risultati che verranno analizzati nel dettaglio nelle pagine successive.

La quota di intervistati che dichiara di utilizzare — o di avere in famiglia qualcuno che utilizza — **microtransazioni risulta contenuta (13,1%)**. Questo dato, tuttavia, richiede una **lettura più attenta**. È possibile che la percentuale rilevata **non rifletta pienamente la reale diffusione del fenomeno**, ma sia influenzata anche da una **scarsa consapevolezza rispetto alla natura stessa delle microspese digitali**. Si tratta infatti di **acquisti spesso di piccolo importo, frammentati e talvolta percepiti come marginali** o “non veri acquisti”, soprattutto quando effettuati all'interno di giochi o app. **I dati a livello europeo infatti sono in netto contrasto alla scarsa diffusione dell'utilizzo delle microtransazioni digitali del nostro campione**, come infatti dimostrano i dati di fatturato riportati nel report to Unlocking Games Revenue: Player Behavior and Payment Trends in the West, realizzato da Tebex e Newzoo, **in Europa le microtransazioni legate ai giochi online rappresentano metà degli introiti provenienti dal mercato dei videogiochi per PC e un terzo dei provenienti dal mercato dei videogiochi per console**.

Inoltre, **queste pratiche coinvolgono in misura maggiore le fasce più giovani della popolazione e, in particolare, i minorenni, che accedono frequentemente a tali servizi tramite carte prepagate o strumenti di pagamento dedicati**. Questo elemento può **contribuire a una sottostima del fenomeno da parte degli adulti intervistati, che potrebbero non avere piena visibilità sulle spese effettuate dai più giovani all'interno del nucleo familiare**.

Ovviamente, il fatto che queste spese riguardino prevalentemente un target giovane rappresenta una problematica specifica.

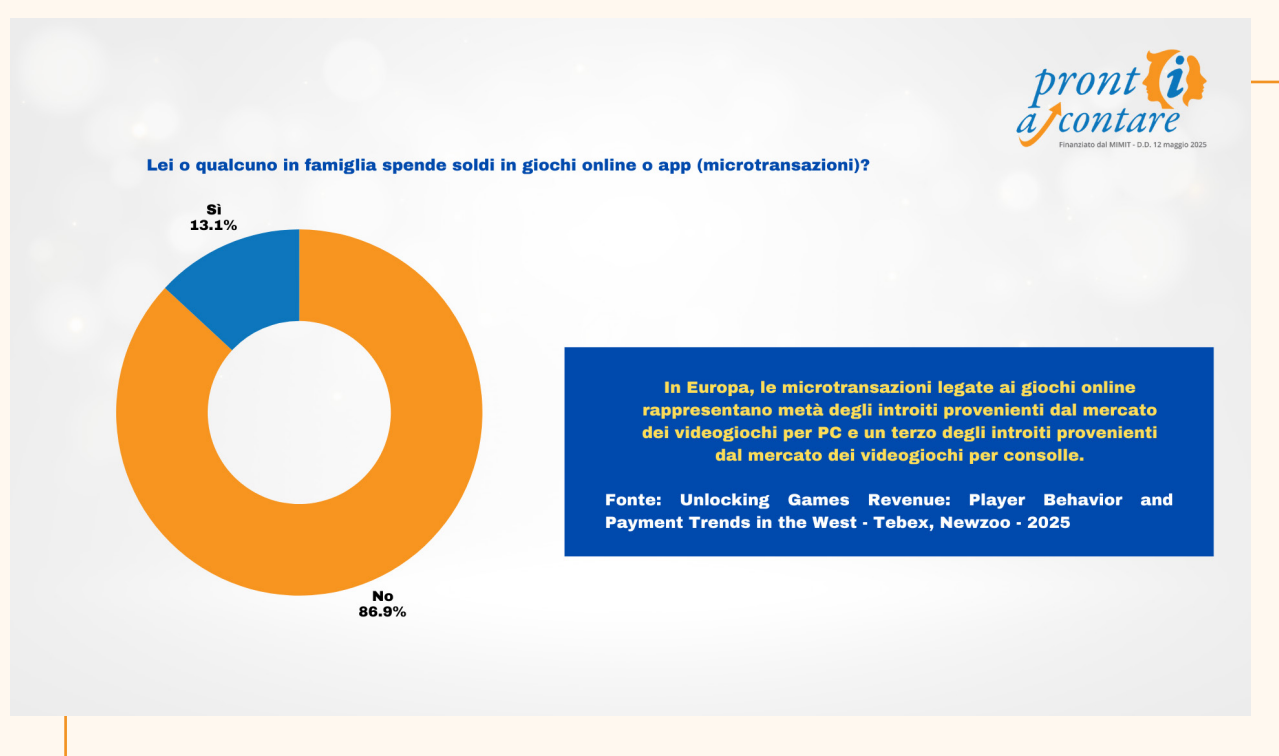


Fig.38 Lei o qualcuno in famiglia spende soldi in giochi online o app (microtransazioni)?

Il 75% degli intervistati (fig. 39) ritiene che le microspese possano rappresentare un rischio se non adeguatamente controllate, mentre meno del 2% afferma che non comportino alcun pericolo. Questa distanza tra le due percentuali evidenzia una percezione piuttosto chiara: anche se il fenomeno non riguarda la maggioranza del campione, la consapevolezza dei potenziali rischi è diffusa e trasversale.

Le microtransazioni vengono infatti riconosciute come pratiche che, pur basandosi su importi ridotti e apparentemente innocui, possono favorire comportamenti impulsivi, accumulo inconsapevole di spese e difficoltà di monitoraggio, soprattutto quando inserite in dinamiche di gioco che incentivano acquisti ripetuti.

Il dato suggerisce inoltre che, al di là dell'esperienza diretta, gli intervistati percepiscono un rischio sistemico legato alla struttura stessa delle micro spese digitali: un modello che può facilmente sfuggire al controllo, in particolare per i più giovani, e che richiede quindi attenzione, informazione e strumenti di tutela adeguati.

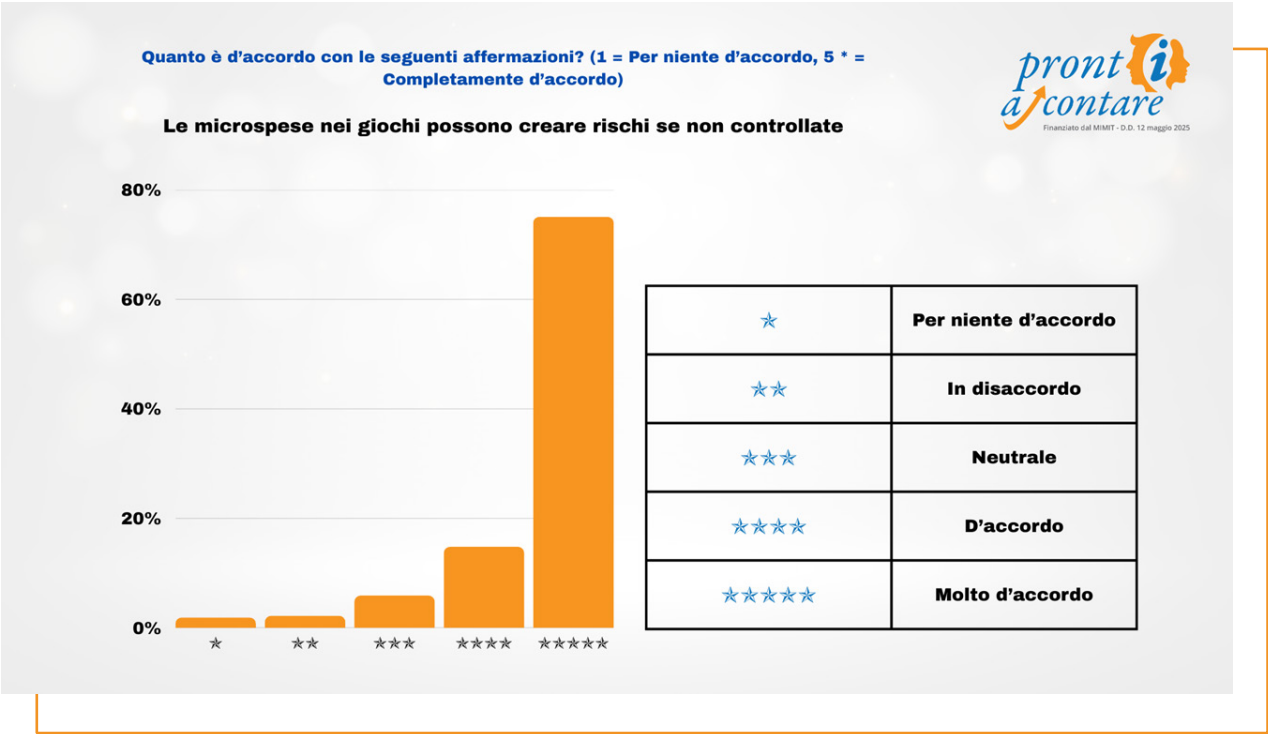


Fig.39 Le microspese nei giochi possono creare rischi se non controllate

Risulta particolarmente significativo che una quota così ampia degli intervistati (83%) (fig. 40) identifichi i giovani come una categoria a rischio nella gestione del denaro. Questa percezione non si limita a un giudizio generico, ma riflette una consapevolezza diffusa delle vulnerabilità specifiche che caratterizzano le fasce d'età più giovani: minore esperienza finanziaria, maggiore esposizione a contenuti digitali che incentivano acquisti impulsivi e una familiarità elevata con piattaforme di gioco e app che integrano sistemi di micro spesa.

Il dato suggerisce che gli adulti riconoscono come i giovani possano trovarsi più facilmente in situazioni di spesa non pienamente controllata, soprattutto in contesti in cui le dinamiche di gioco rendono l'acquisto rapido, frammentato e poco percepito come "spesa reale". Questa consapevolezza, così ampiamente condivisa, rafforza l'idea che la gestione del denaro in età giovanile rappresenti un ambito critico, che richiede strumenti educativi adeguati e un monitoraggio più attento da parte delle famiglie.



Fig.40 Sarebbe utile insegnare ai giovani a gestire meglio i soldi

In continuità con quanto emerso riguardo alla vulnerabilità dei più giovani e alla necessità di iniziative educative mirate, **risulta altrettanto significativo il dato relativo ai limiti automatici di spesa nei giochi**. Su questo punto si **registra un consenso molto ampio (fig. 41): quasi l'80% degli intervistati si dichiara pienamente favorevole, percentuale che raggiunge il 90% se si includono anche coloro che si dicono semplicemente d'accordo**. Un sostegno così esteso indica chiaramente che, accanto agli interventi formativi, i consumatori percepiscono **l'importanza di strumenti di protezione concreti e immediatamente operativi, capaci di prevenire comportamenti di spesa impulsivi o non consapevoli**. In altre parole, l'opinione pubblica sembra **riconoscere che l'educazione finanziaria è fondamentale, ma non sufficiente da sola: deve essere accompagnata da meccanismi di tutela che rendano più sicuro l'ambiente digitale in cui i giovani si muovono quotidianamente**.

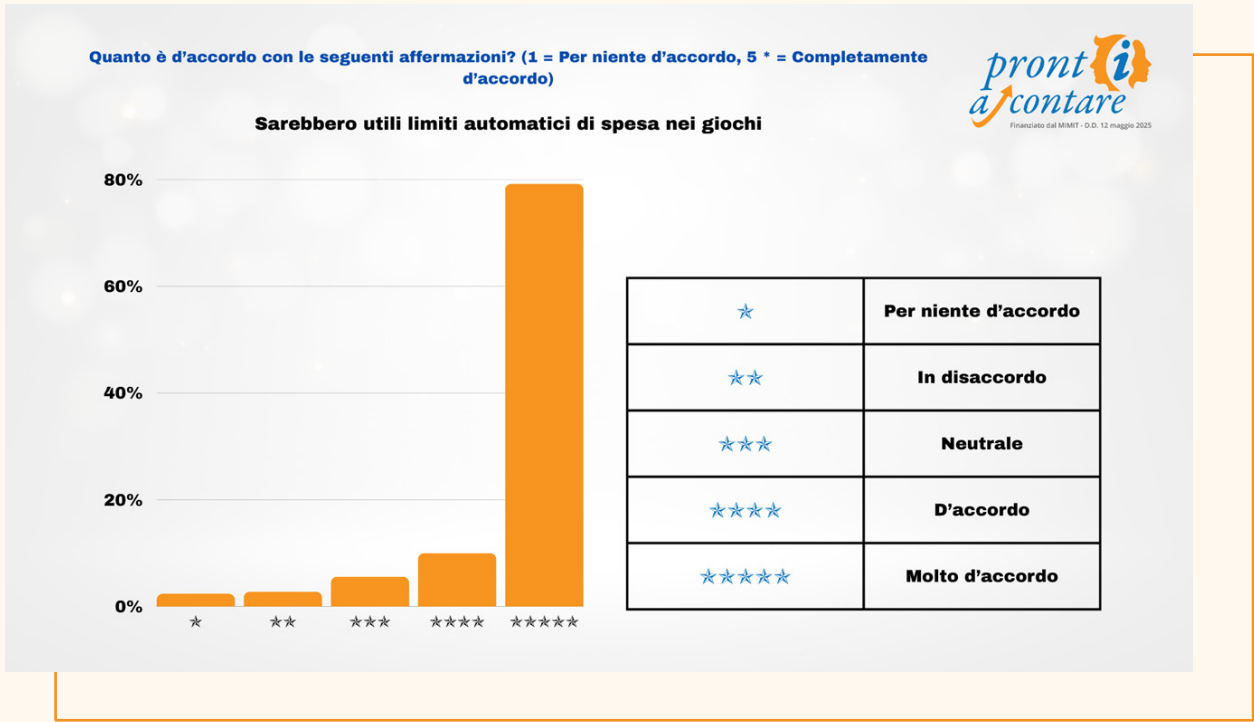


Fig.41 Sarebbero utili limiti automatici di spesa nei giochi

L'analisi delle microtransazioni richiede anche di considerare un aspetto particolarmente delicato: **la crescente vicinanza tra alcune dinamiche del gaming e i meccanismi tipici del gioco d'azzardo**. Elementi come le *loot boxes* — acquisti “a scatola chiusa” che offrono premi di valore variabile — introducono **logiche di casualità e ricompensa che possono incentivare comportamenti ripetitivi e spese ricorrenti**. I premi più rari, spesso rivendibili su mercati interni o secondari, acquisiscono un valore economico significativo e possono spingere i giocatori, soprattutto i più giovani, a tentare ripetutamente la “fortuna” nella speranza di ottenere un oggetto di alto valore.

Queste dinamiche sollevano **interrogativi importanti sulle possibili conseguenze a lungo termine**. **Un utilizzo compulsivo e non regolamentato delle microtransazioni può portare a spendere cifre rilevanti in tempi brevi e, nei casi più estremi, generare un effetto gateway verso forme di gambling vero e proprio⁴**, soprattutto quando l'esposizione avviene in età molto giovane.

I dati mostrano inoltre che **chi utilizza microtransazioni tende a dichiararsi più sicuro nell'uso dei pagamenti digitali rispetto a chi non le utilizza (fig.42)**.

Questa maggiore familiarità, tuttavia, può tradursi in una **minore percezione del rischio**, soprattutto quando si tratta di **spese di piccolo importo ma ripetute nel tempo**.

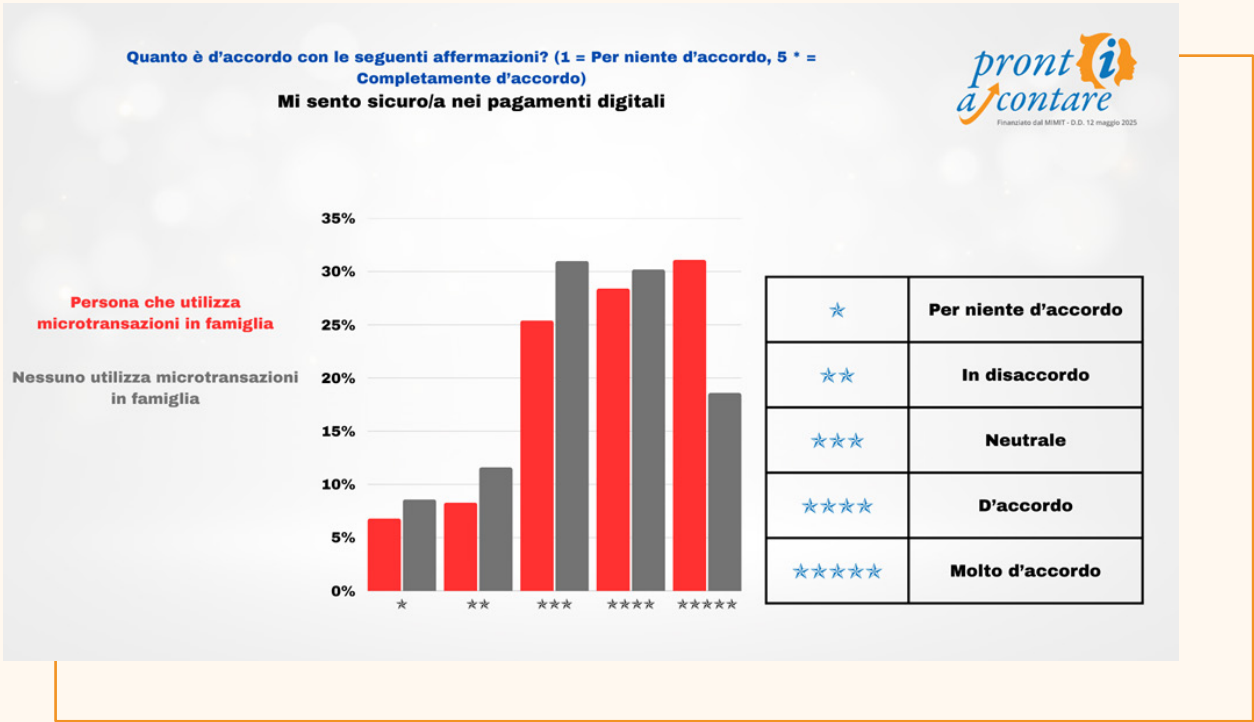


Fig.42 Sicurezza nei pagamenti digitali - Split per utilizzatori microtransazioni

4 Loot boxes and problem gambling: Investigating the “gateway hypothesis” - <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306460322000934#:~:text=Abstract,they%20first%20purchased%20loot%20boxes>.

Nonostante ciò, la maggioranza degli utilizzatori riconosce comunque che le microspese possano creare rischi se non controllate (fig.43), anche se con un'intensità minore rispetto ai non utilizzatori. Questa differenza suggerisce che l'esperienza diretta con le microtransazioni può portare a una percezione più sfumata del rischio, talvolta riducendo la propensione a richiedere strumenti di tutela più rigidi.

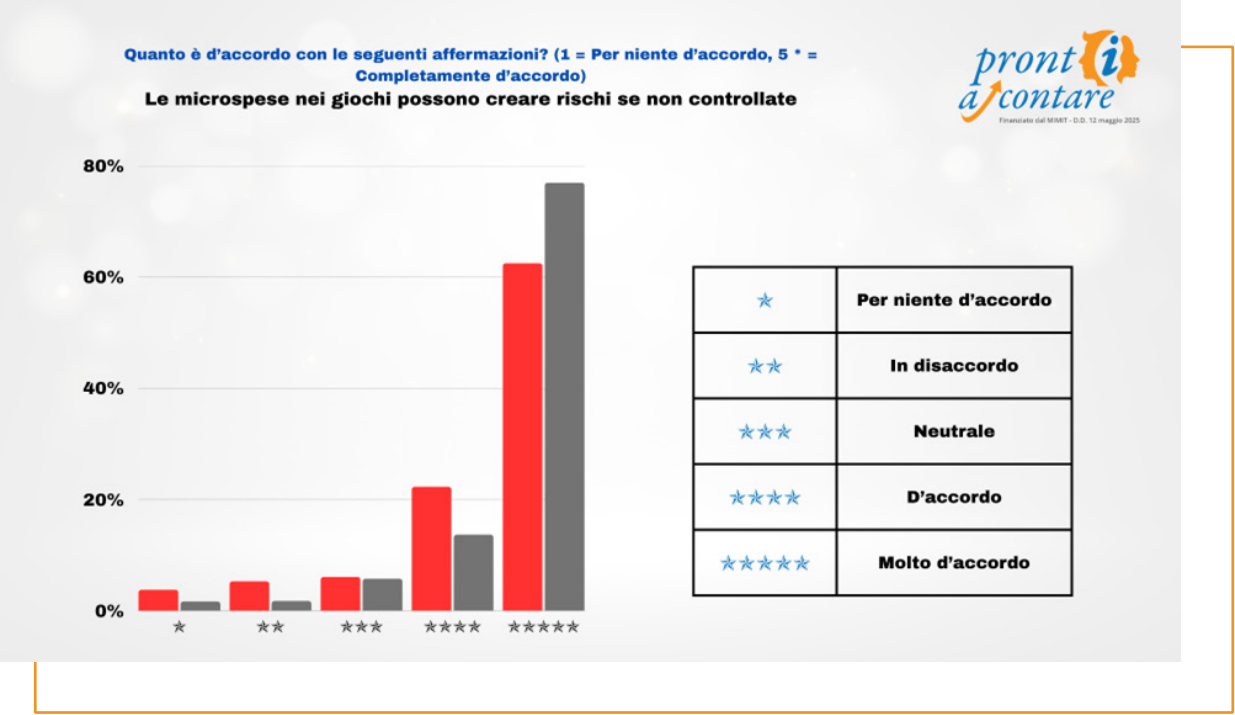


Fig.43 Microspese e rischi - Split per utilizzatori microtransazioni

- La percezione del rischio si articola infatti su più livelli:
- il rischio economico legato all'accumulo di spese digitali
 - il rischio comportamentale connesso alle dinamiche simili al gioco d'azzardo
 - il rischio educativo, legato a una minore attenzione alla gestione del denaro.

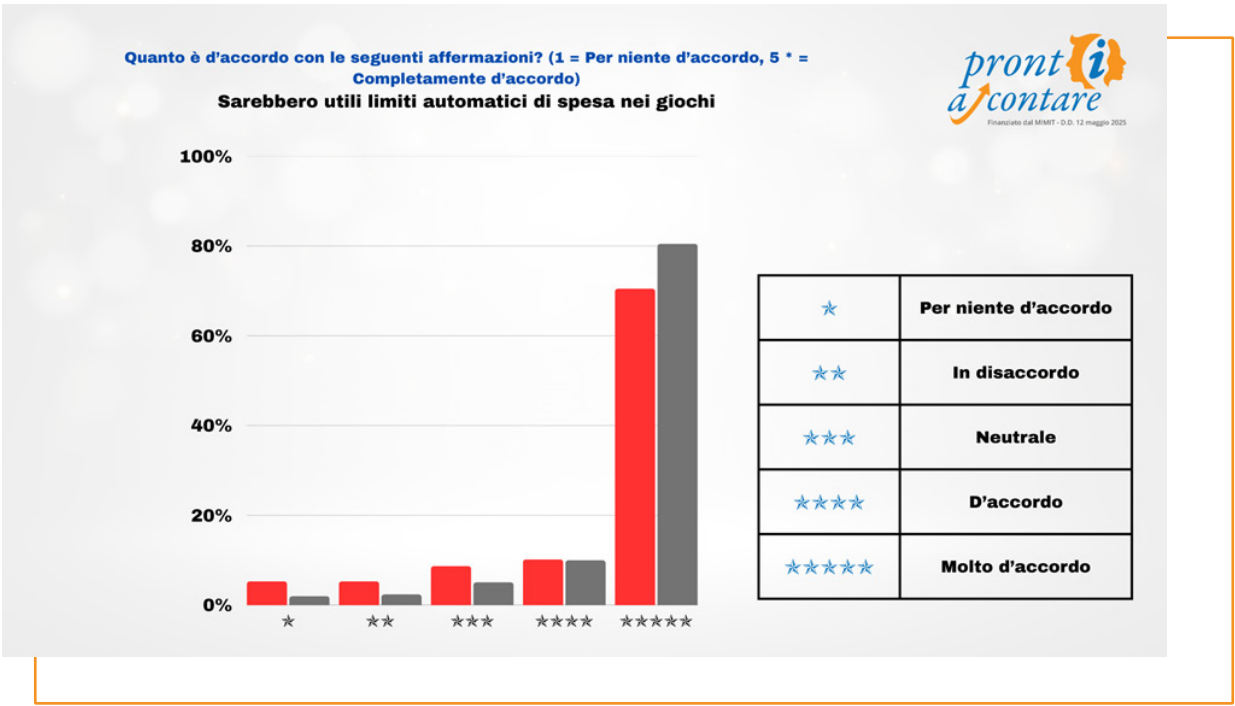


Fig.44 Percezione del rischio nelle microspese - Split per utilizzatori microtransazioni

Anche sul tema dei limiti automatici di spesa, pur registrandosi un consenso molto ampio, **gli utilizzatori di microtransazioni tendono a esprimere posizioni meno nette rispetto ai non utenti**. Questo dato **conferma che chi utilizza regolarmente questi sistemi sviluppa una maggiore tolleranza verso il rischio (fig. 44)**, rendendo ancora più importante l'introduzione di strumenti di tutela preventiva, soprattutto per proteggere i soggetti più vulnerabili e i minori.

“COMPRA ORA, PAGA DOPO” (BNPL - BUY NOW PAY LATER)

Questa parte del questionario ha voluto analizzare, più nel dettaglio, il rapporto dei consumatori con i servizi di *Buy Now Pay Later* (BNPL), una modalità di rimborso di finanziamenti sempre più diffusa, soprattutto negli acquisti online, cercando di comprendere non solo il livello di utilizzo, ma anche la consapevolezza dei rischi associati e la capacità di gestirli in modo responsabile.

Abbiamo quindi esplorato sia la dimensione cognitiva — livello di conoscenza, consapevolezza e informazione percepita rispetto ai rischi e alle condizioni di utilizzo — sia quella comportamentale relativa alle modalità di rimborso, puntualità e difficoltà nella gestione e ai rischi effettivi legati al BNPL. I risultati offrono un quadro utile per comprendere quanto i consumatori siano preparati ad affrontare strumenti di credito che, pur presentandosi come semplici e immediati, possono generare criticità se utilizzati senza un’adeguata informazione o senza un controllo attento delle proprie spese.

Come mostrano i dati, il *Buy Now Pay Later* - BNPL è una modalità di rimborso di finanziamenti utilizzata ancora da una piccola percentuale di consumatori che però si sta rapidamente espandendo. Il problema fondamentale è che il funzionamento di questa modalità o strumento è ancora poco chiaro e questo danneggia il consumatore incauto che sottoscrive il contratto senza rendersi conto del funzionamento e dei rischi. Il danno arriva anche per la società finanziaria/banca che, a seguito delle problematiche riscontrate, perde tutto il segmento dei consumatori più diffidenti.

Resta quindi valida la regola d’oro: più uno strumento di finanziamento è chiaro e comprensibile al consumatore, più sarà facile che sia utilizzato in maniera efficace. Chiarezza che sarà fatta con la direttiva per il credito ai consumatori che andrà a regolamentare il BNPL come operazione di credito al consumo e non come forma di pagamento.

Nonostante all’interno del campione il BNPL risulti ancora poco utilizzato, la quota di persone che vi ricorre (22,1%) (fig.45) non è irrilevante e si inserisce in un trend di crescita ormai evidente a livello europeo. L’espansione di questo strumento, infatti, procede con rapidità e sta progressivamente modificando le abitudini di pagamento, soprattutto tra i consumatori più giovani e tra coloro che incontrano maggiori difficoltà nell’accesso al credito tradizionale. La crescita del BNPL è alimentata non solo dalla sua velocità e semplicità d’uso, ma anche da un fenomeno meno evidenziato nel dibattito pubblico: la sostanziale scomparsa della categoria dei piccoli prestiti, un segmento in cui proprio i giovani e le fasce economicamente più fragili incontrano oggi maggiori barriere di accesso.

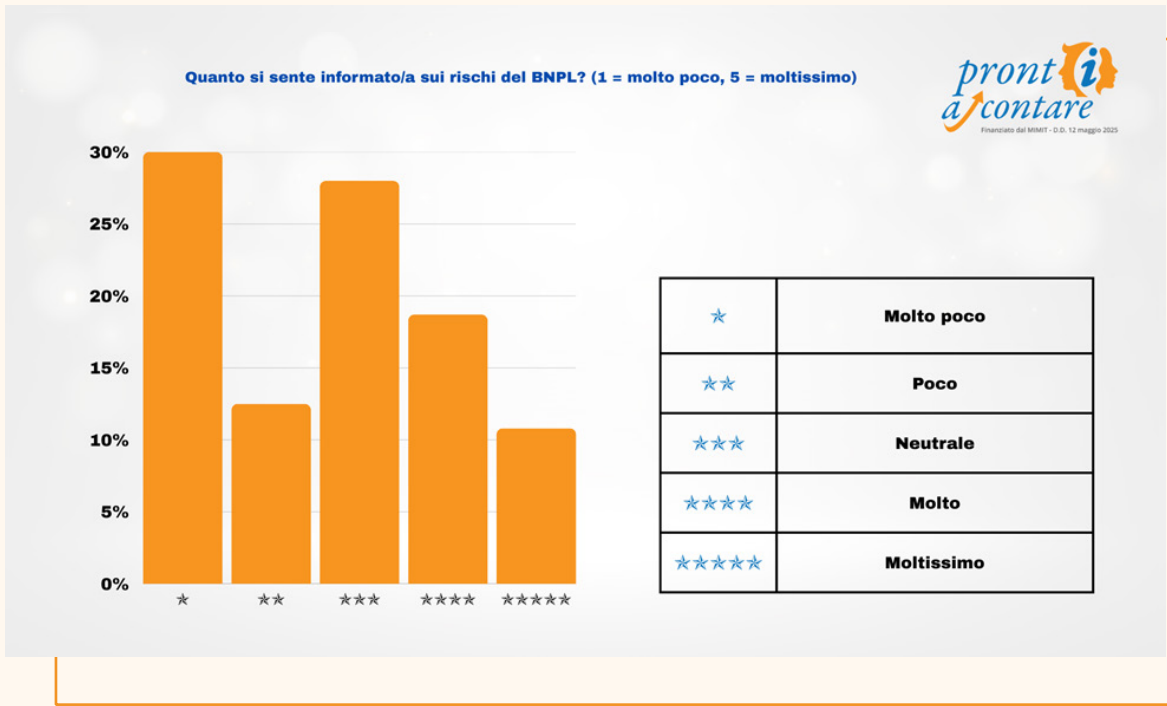


Fig.45 Ha mai utilizzato questo servizio? (“Compra ora, paga dopo”) (BNPL)

Questa dinamica merita particolare attenzione anche perché i segnali di maggiore interesse verso il tema del sovraindebitamento non sembrano derivare soltanto da una crescente consapevolezza, ma anche dal peggioramento del contesto socio-economico. L’aumento dei livelli di povertà, l’erosione del potere d’acquisto e la maggiore fragilità finanziaria di molte famiglie rendono più frequente il ricorso a forme di pagamento dilazionato e, al tempo stesso, accrescono il rischio di accumulare debiti difficili da gestire.

In questo scenario, il BNPL rappresenta un fenomeno da monitorare con attenzione: da un lato offre una soluzione percepita come semplice e immediata, dall’altro può contribuire a rendere meno visibile l’impatto complessivo delle spese, soprattutto per i consumatori più vulnerabili. Comprendere come e da chi venga utilizzato diventa quindi essenziale per valutare le potenziali implicazioni sul piano della sostenibilità finanziaria individuale.

Trattandosi di uno strumento di pagamento relativamente nuovo, non sorprende che una quota molto ampia degli intervistati dichiari di sentirsi poco informata sui rischi associati (30%). Colpisce inoltre che la percentuale di coloro che si ritengono molto informati sia la meno rappresentata, fermandosi a circa l’11%. Questo dato conferma come la conoscenza del funzionamento e delle implicazioni del BNPL sia ancora limitata e frammentaria.

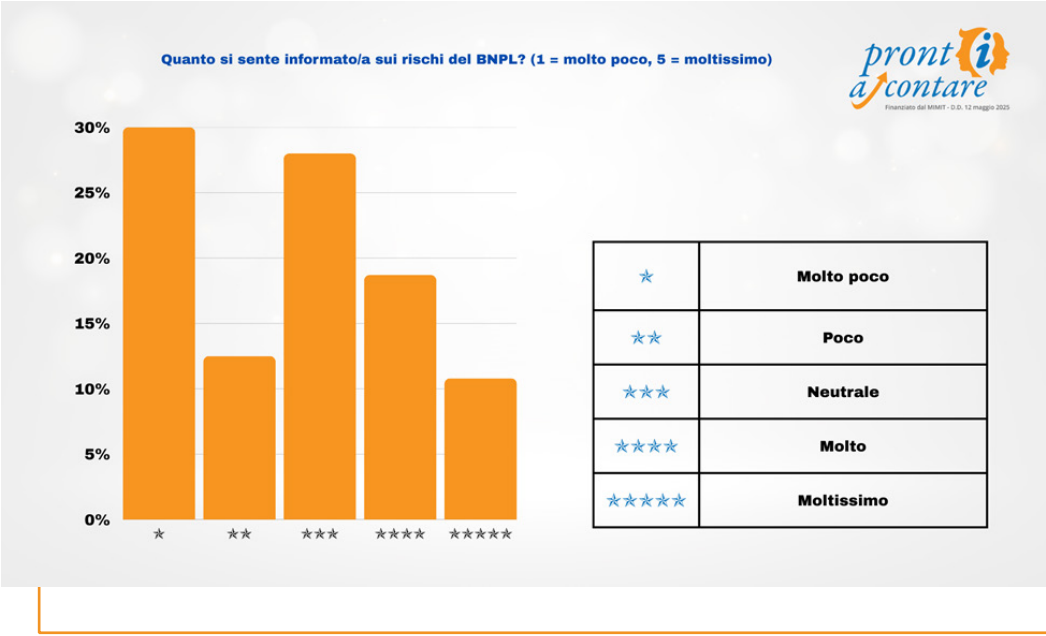


Fig.46 Quanto si sente informato/a sui rischi del BNPL?

Accanto a questa scarsa familiarità, emerge un **altro elemento rilevante: quasi la metà degli intervistati (47,5%)** riconosce che un sistema di pagamento presentato come semplice e **immediato può favorire acquisti impulsivi** come dimostra il basso importo delle singole operazioni, mediamente inferiori a 400,00 euro, ma con punte verso il basso anche inferiori ai 100,00 euro⁵. **La percezione di facilità, infatti, tende a ridurre la consapevolezza dell’impatto** complessivo delle spese, soprattutto quando le rate si accumulano nel tempo.

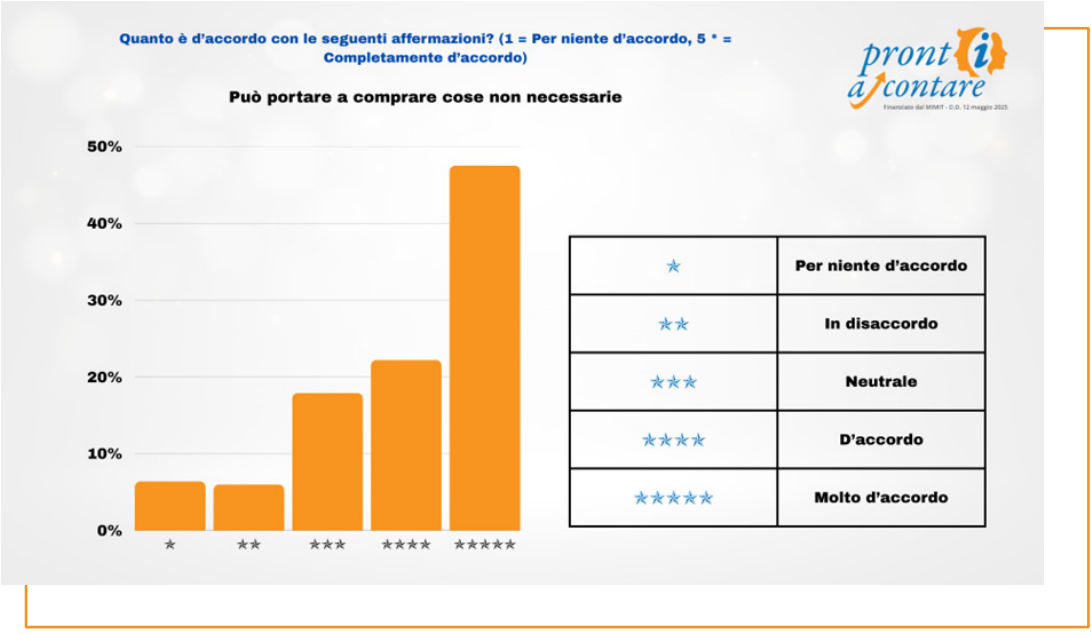


Fig.47 Può portare a comprare cose non necessarie

La chiarezza delle regole di rimborso rappresenta un ulteriore punto critico. Molti consumatori ritengono che le condizioni del BNPL **non siano sufficientemente trasparenti**, tanto da costituire **una barriera all’ingresso per chi sarebbe interessato a utilizzarlo**. Anche dal grafico (fig. 48) emerge come i **pagamenti rateali siano percepiti come potenzialmente rischiosi se non gestiti con attenzione**.

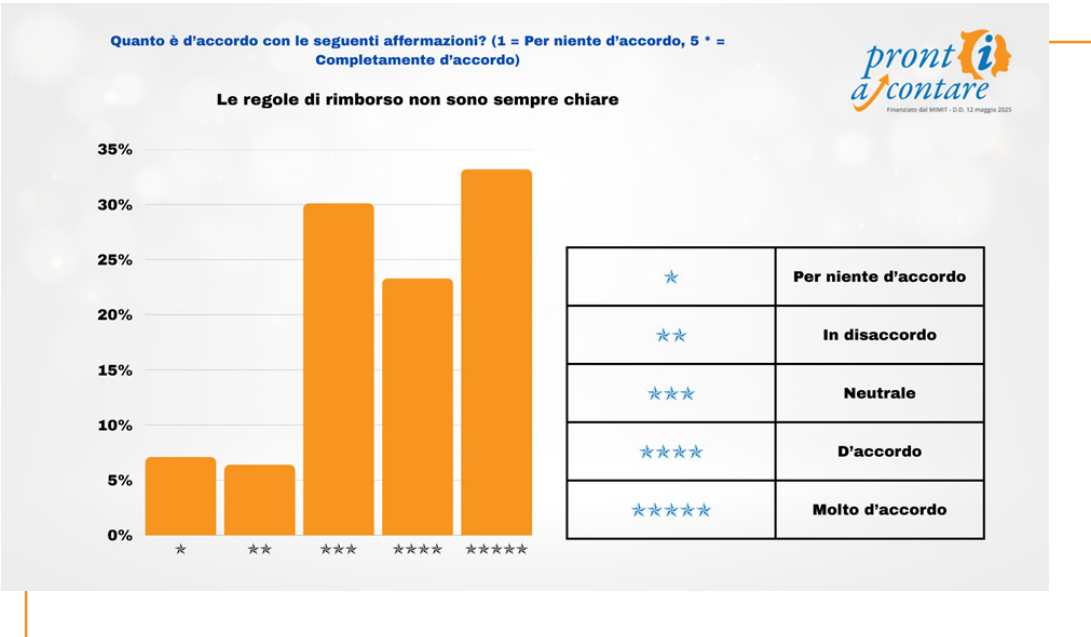


Fig.48 Le regole di rimborso non sono sempre chiare

5 Secondo il rapporto sul credito Experian (ottobre 2025) L’importo medio richiesto per il BNPL a livello nazionale è di 174,33 euro

Gli intervistati, infatti, mostrano consapevolezza del fatto che **una pianificazione inadeguata possa portare a difficoltà nei pagamenti**: il BNPL, se non monitorato, può infatti generare un **accumulo di rate e una progressiva perdita di controllo sulle spese**. Questo aspetto risulta particolarmente delicato in un contesto in cui la **pressione economica sulle famiglie** è in aumento.

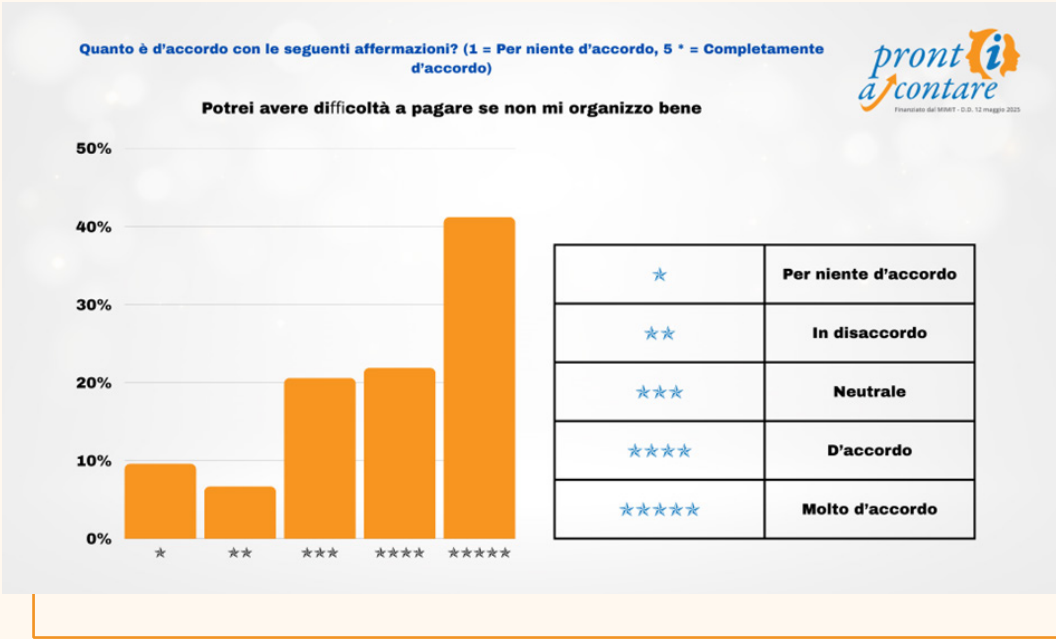


Fig.49 Potrei avere difficoltà a pagare se non mi organizzo bene

Da qui deriva una richiesta chiara: **oltre il 60%** degli intervistati ritiene molto **utile ricevere maggiori informazioni sui rischi connessi al BNPL**. La conoscenza delle conseguenze dei ritardi di pagamento, in particolare, non appare sempre adeguata. Penali e costi aggiuntivi, spesso poco trasparenti, possono aggravare rapidamente la situazione finanziaria del consumatore, rendendo impossibile accedere ad ulteriori operazioni, soprattutto se già in condizioni di fragilità.

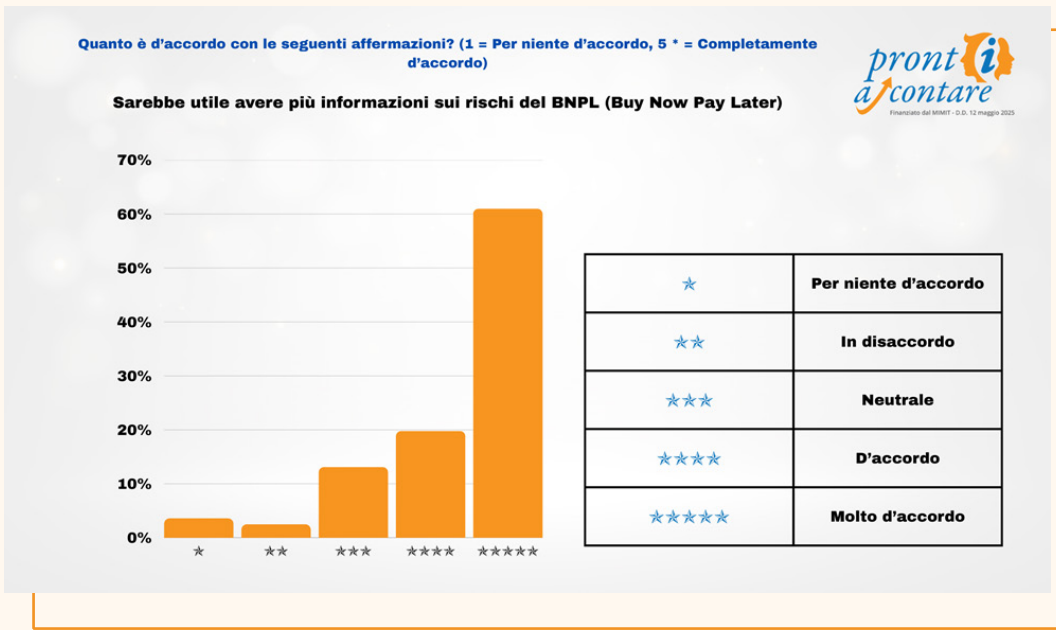


Fig.50 Sarebbe utile avere più informazioni sui rischi del BNPL (Buy Now Pay Later)

Anche la gestione dei pagamenti risulta eterogenea: se una parte degli utenti dichiara di rispettare sempre le scadenze, emergono comunque casi di ritardi o difficoltà, segnalando la necessità di strumenti di controllo e pianificazione più efficaci. Nel complesso, il quadro suggerisce che il BNPL, pur offrendo opportunità di flessibilità, richiede un livello di consapevolezza e informazione che oggi non è ancora pienamente diffuso, **avvalorando ancor di più l'importanza di iniziative di educazione finanziaria mirate su questo strumento specifico**.



Fig.51 So quanto costa pagare la rata in ritardo

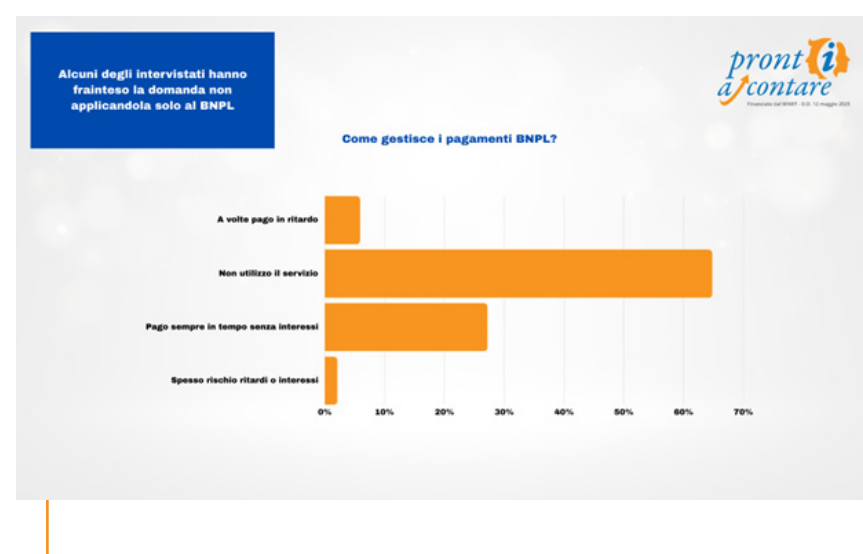


Fig.52 Come gestisce i pagamenti BNPL?

Un'analisi più approfondita dei dati conferma che il BNPL, pur nato come strumento pensato principalmente per i giovani e per diluire piccoli acquisti in poche rate, sta conoscendo una **crescita trasversale che coinvolge anche le fasce d'età più mature**. Le figure 53 e 54 mostrano chiaramente come l'utilizzo non sia più circoscritto ai consumatori più giovani: secondo l'analisi Experian 2025, gli over-80 registrano un incremento annuo delle richieste pari a +81,96%, seguiti dai Baby Boomer (+66,90%). **Il BNPL si configura quindi come una modalità di rimborso ormai intergenerazionale**, adottata da profili molto diversi per età, condizioni economiche e abitudini di consumo.

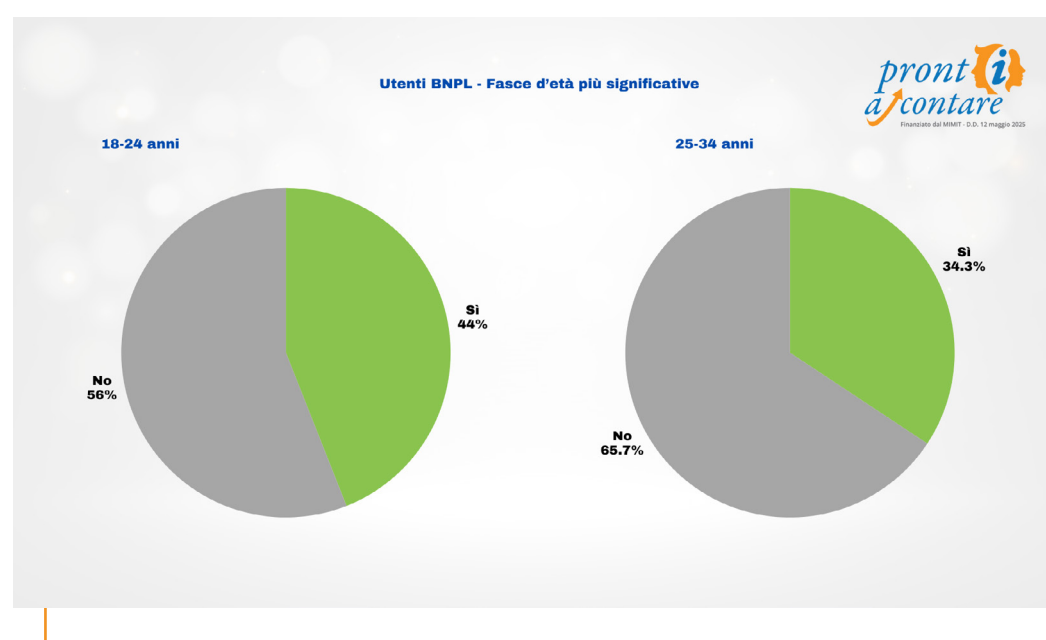


Fig.53 Utenti BNPL - Fasce d'età con maggior percentuale di utenti

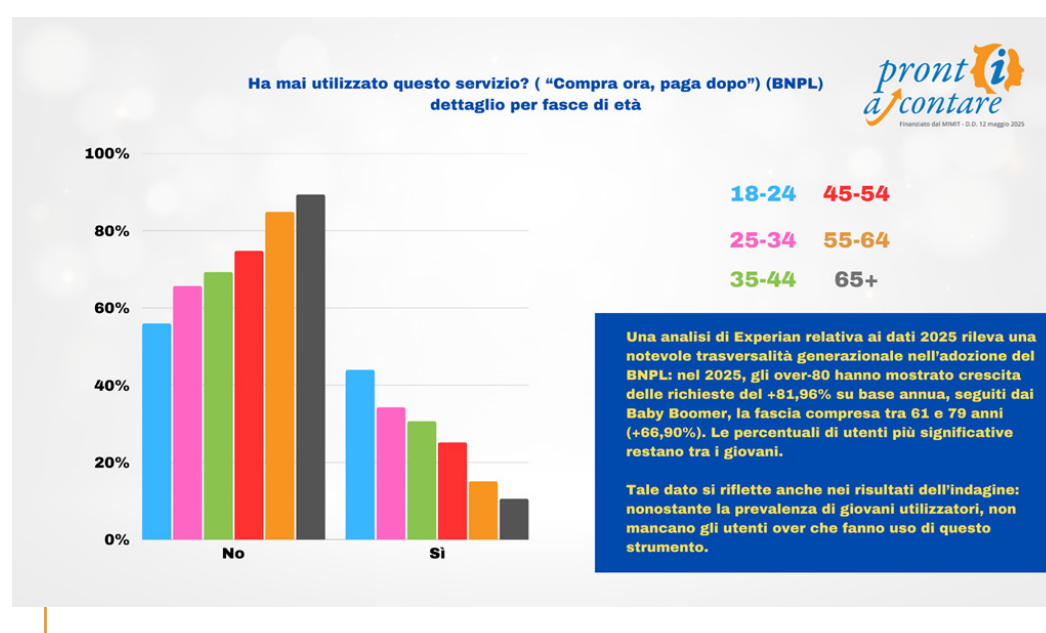


Fig.54 Utenti BNPL - Confronto tra fasce d'età

Nonostante gli utilizzatori dichiarino di sentirsi più informati rispetto ai non utenti, **permangono lacune significative**. La maggior parte degli utenti si colloca nella fascia degli "informati ma non troppo" (41%) (fig.55), segno di una consapevolezza ancora parziale dei rischi e delle implicazioni contrattuali.

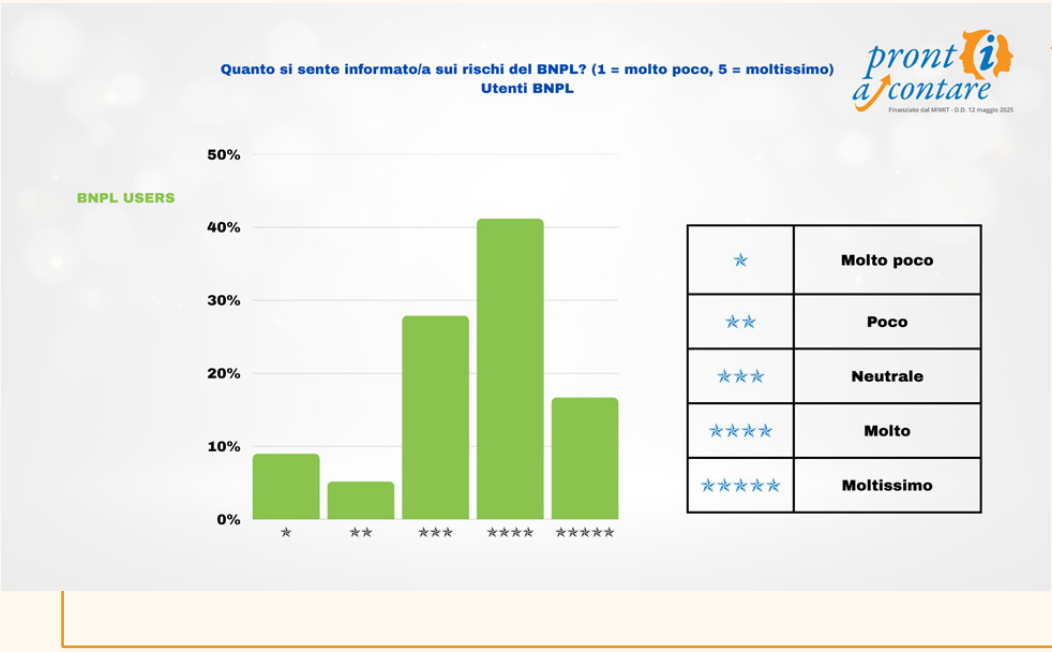


Fig.55 Utenti BNPL - Consapevolezza rispetto ai rischi del BNPL

Anche la gestione delle rate evidenzia elementi di fragilità: una quota rilevante riconosce di poter incorrere in difficoltà di pagamento in assenza di una buona organizzazione (fig.56), confermando la **necessità di strumenti di pianificazione più efficaci**.

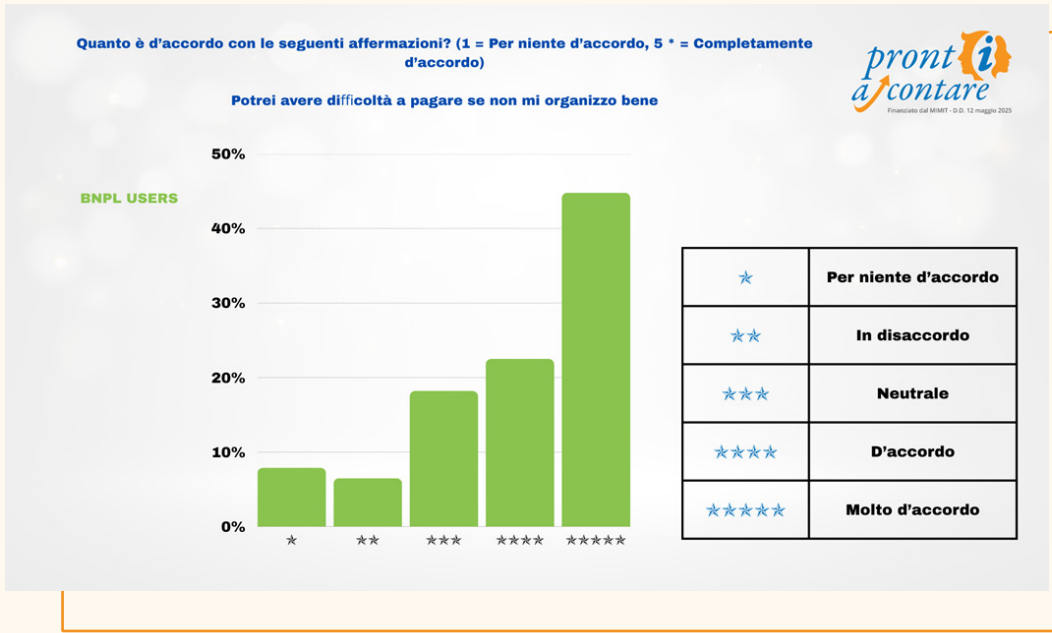


Fig.56 Utenti BNPL - Gestione dei pagamenti BNPL

La conoscenza delle conseguenze dei ritardi di pagamento risulta **più elevata tra gli utenti rispetto ai non utilizzatori** (fig.57 e fig.58), ma resta comunque incompleta. Penali, costi aggiuntivi e interessi di mora non sempre sono pienamente compresi, e questo può aggravare rapidamente la situazione finanziaria dei consumatori più vulnerabili.

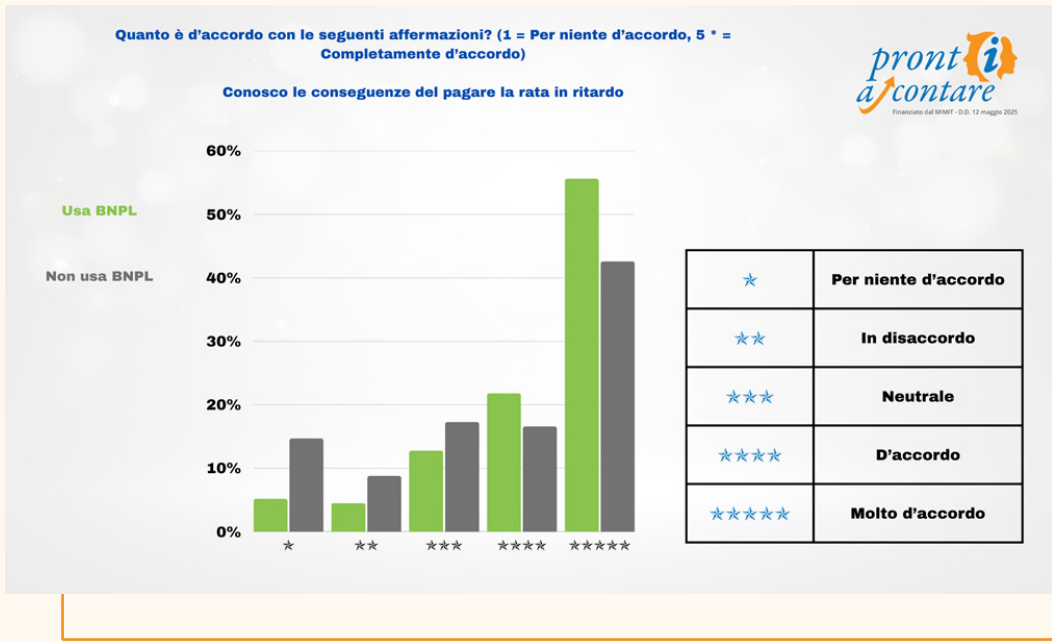


Fig.57 Utenti BNPL - Consapevolezza relativa alle conseguenze del pagare la rata in ritardo

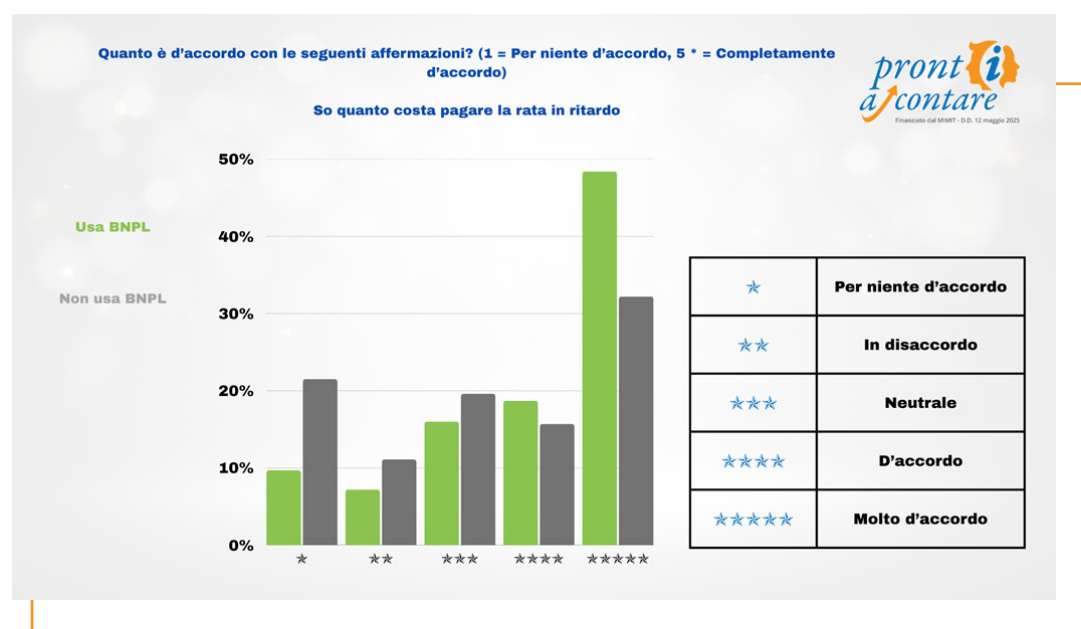


Fig.58 Utenti BNPL - Consapevolezza relativa al costo di una rata pagata in ritardo

Questi elementi evidenziano **l'importanza di promuovere un approccio al consumerismo più preventivo che reattivo**: un modello in cui il consumatore si rivolge alle associazioni per ricevere consulenza prima della sottoscrizione di un contratto, e **non solo dopo l'insorgere di un problema**. In questo senso, il BNPL rappresenta un ambito prioritario per interventi di educazione finanziaria mirati, capaci di accompagnare la crescita dello strumento con un adeguato livello di tutela e consapevolezza.



LA VISIONE DEL CONSUMATORE: TRA FALSE PERCEZIONI E RICHIESTE DI SUPPORTO

La sezione conclusiva del questionario è stata dedicata alla raccolta delle opinioni e dei suggerimenti dei consumatori in merito alla propria alfabetizzazione finanziaria e agli strumenti che potrebbero supportarla. Dopo aver analizzato comportamenti, percezioni e livelli di consapevolezza rispetto a diverse forme di credito e pratiche di spesa, questa parte del questionario ha voluto esplorare due dimensioni complementari:

- **la percezione della propria conoscenza finanziaria**, un indicatore importante per valutare il livello di sicurezza e autonomia con cui le persone affrontano decisioni economiche quotidiane
- **il grado di utilità attribuito a diverse iniziative e strumenti di supporto**, che spaziano dall’educazione finanziaria nelle scuole alle campagne informative per il pubblico adulto, dalla maggiore trasparenza degli operatori finanziari agli strumenti digitali per monitorare spese e microtransazioni, fino ai servizi di consulenza personalizzata.

Le risposte forniscono una **prospettiva dal basso, utile per orientare politiche educative, iniziative informative e strumenti di tutela più vicini ai bisogni reali delle persone.**

L’analisi delle risposte di questa sezione fa emergere una **percezione significativamente sovrastimata che i consumatori hanno delle proprie competenze finanziarie rispetto ai livelli effettivi rilevati** attraverso i test di valutazione. Questo scarto tra percezione e realtà rappresenta un **fattore di rischio sommerso**: finché la mancanza di conoscenze rimane latente, non produce effetti immediati, ma può trasformarsi rapidamente in un danno economico quando si devono prendere decisioni concrete su budget, risparmio, credito o investimenti.

I risultati si inseriscono in un quadro europeo già noto: solo una **minoranza dei cittadini possiede competenze finanziarie solide** e meno di un terzo riesce a rispondere correttamente alla maggior parte delle domande standardizzate (fonte: Eurobarometro 2023). La fragilità osservata nel campione italiano riflette dunque una tendenza più ampia e conferma la necessità di interventi sistemici, continui e strutturati di educazione finanziaria.

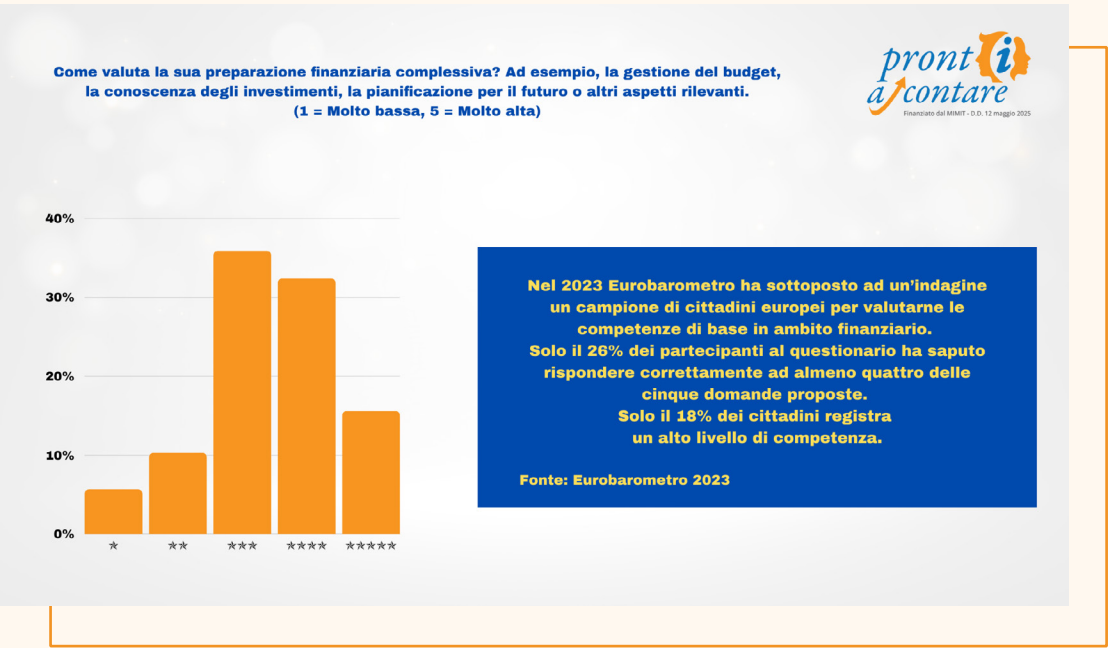


Fig.59 Come valuta la sua preparazione finanziaria complessiva? Ad esempio, la gestione del budget, la conoscenza degli investimenti, la pianificazione per il futuro o altri aspetti rilevanti

Di fronte a questa consapevolezza, gli intervistati hanno espresso **un insieme di richieste molto chiare rispetto agli strumenti che ritengono utili per migliorare la gestione del denaro**. Tra le iniziative indicate, **l’educazione finanziaria nelle scuole emerge come la priorità assoluta, seguita immediatamente dalla richiesta di maggiore trasparenza da parte di banche e società finanziarie**. La domanda di chiarezza e semplicità nelle informazioni fornite dagli operatori è un segnale forte, che evidenzia quanto la complessità percepita rappresenti ancora oggi una barriera all’accesso consapevole ai servizi finanziari.

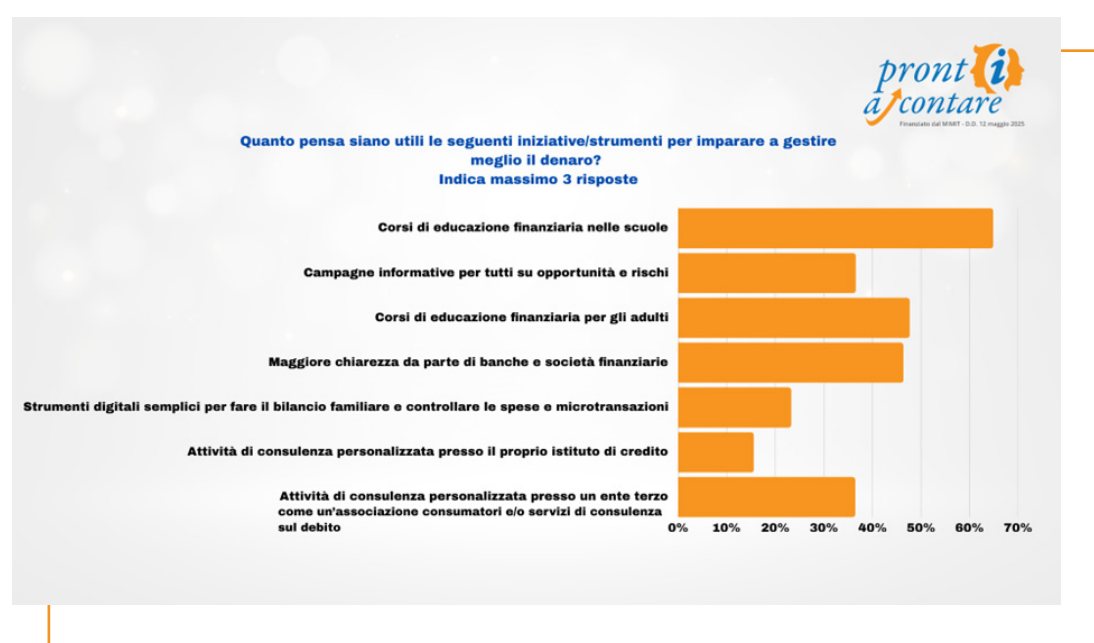


Fig.60 Quanto pensa siano utili le seguenti iniziative/strumenti per imparare a gestire meglio il denaro?

Un altro elemento rilevante riguarda il tema della consulenza personalizzata. Gli intervistati mostrano una preferenza netta per un supporto fornito da un soggetto terzo, indipendente e imparziale, piuttosto che dal proprio istituto di credito. Questa opzione raccoglie un numero di preferenze doppio rispetto alla consulenza offerta direttamente dalle banche.

Il messaggio è chiaro: i consumatori non chiedono di sostituire i servizi degli operatori finanziari, ma di affiancarli con un punto di vista esterno, neutrale e altrettanto competente, in grado di offrire un confronto e una maggiore tutela.

L'ideale, secondo questa prospettiva, sarebbe una sinergia tra attori diversi — scuole, istituzioni, associazioni dei consumatori, operatori finanziari — capace di mettere a disposizione del cittadino un ecosistema di supporto integrato. Un sistema che non intervenga solo quando il problema è già esploso, ma che accompagni le persone nella prevenzione, nella comprensione e nella gestione consapevole delle proprie scelte economiche.





Il parere di **A.P.S.P.**

Associazione Prestatori di Servizi di Pagamento

Maurizio Pimpinella, Presidente

La survey fotografa efficacemente lo scollamento tra realtà e percezione che caratterizza la maggior parte dei consumatori, i quali tendono da un lato a sovrastimare le proprie competenze e dall'altro a sottostimare i pericoli adottando un atteggiamento spesso "leggero" nella gestione del danaro e delle soluzioni innovative.

Le incomplete competenze finanziarie (e digitali) degli italiani rimangono quindi un tema significativo in rapporto a quello della sicurezza che rappresenta la costante di ogni settore.

La ricerca realizzata conferma un fenomeno in atto da tempo che riguarda il progressivo depauperamento delle competenze – anche di base – dei cittadini italiani: sempre più fruitori passivi dei servizi digitali invece che elemento attivo della trasformazione. Tale fenomeno è in parte confermato dal rapporto dichiarato dei consumatori con il **buy now pay later**, riguardo al quale oltre un quarto degli intervistati (pur facendovi ricorso con frequenza) dichiara di avere difficoltà di comprensione e di gestione dei rischi.

In conclusione, dalla ricerca si evince che i consumatori italiani sono curiosi e abbracciano le novità messe a loro disposizione dal mercato ma necessitano anche di essere accompagnati in questo percorso da progetti specifici. Inoltre, – coscienti o inconsapevoli – i consumatori, e in particolare i più giovani, nutrono ancora una ridotta fiducia nei confronti del futuro, presi da un costante **hic et nunc** che, unito alla scarsa consapevolezza dei pericoli che li circondano, li porta anche a non pensare al risparmio.



Il parere di FEduF

Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio

Monica Rivelli, *Responsabile Sviluppo e Progettazione*

La fotografia che emerge dal dossier del progetto *Pronti a Contare* conferma, con grande chiarezza, una delle priorità che FEduF porta avanti da anni: **non può esserci vera autonomia economica senza competenze finanziarie diffuse, accessibili e aggiornate.**

I risultati mostrano un divario significativo tra la percezione delle proprie capacità e le competenze effettivamente possedute, soprattutto nei confronti dei nuovi strumenti digitali, del credito al consumo e dei servizi BNPL. Questo scollamento aumenta la vulnerabilità delle famiglie e, in particolare, dei giovani e delle donne—proprio le categorie che FEduF mira a rafforzare attraverso percorsi educativi mirati e forme nuove di ingaggio.

Il fatto che **oltre il 60% degli intervistati identifichi la scuola come luogo prioritario per l'educazione finanziaria**, e che quasi la metà chieda formazione anche in età adulta, conferma quanto sia urgente costruire una strategia educativa strutturata, continua e inclusiva.

Per FEduF, il valore aggiunto di questa indagine è la conferma che il Paese ha bisogno di:

- **più alfabetizzazione economica**
- **maggiore chiarezza nei messaggi**
- **presidi di supporto indipendenti e accessibili**
- **tutela nei confronti dei rischi digitali**
- **nuove alleanze educative** tra Scuole, Terzo Settore, Istituzioni e Attori finanziari.

Come Fondazione, anche grazie al prezioso sodalizio ultradecennale con le Associazioni dei Consumatori, siamo pronti a continuare questo lavoro al fianco degli studenti, delle famiglie, dei docenti e delle comunità locali, promuovendo scelte consapevoli e sostenibili nel corso della vita.

L'obiettivo è chiaro: **rendere ogni cittadino "pronto a contare"**, nel senso più pieno e democratico del termine.

Focus e Approfondimenti

In questa sezione abbiamo voluto raccogliere **una serie di analisi tematiche** che permettono di andare **oltre la lettura generale dei risultati**, mettendo in luce **dinamiche specifiche** che incidono sulla relazione tra consumatori, strumenti di pagamento e gestione finanziaria. **Attraverso l'esame di variabili chiave come genere, età, reddito e area geografica, emergono differenze significative** nelle **competenze**, nelle **percezioni** e nei **comportamenti economici**, offrendo **una visione più sfumata** delle vulnerabilità e dei bisogni informativi della popolazione.

Questi approfondimenti **consentono di individuare i gruppi più esposti** a rischi di **sovraindebitamento**, **scarsa consapevolezza finanziaria** o **difficoltà nella gestione delle spese digitali**. Il **focus sul gender gap** evidenzia come stereotipi e dinamiche di violenza economica possano influenzare la percezione delle proprie competenze e la sicurezza nell'uso dei pagamenti digitali. **L'analisi dedicata ai giovani** mostra invece una generazione abituata agli strumenti digitali ma meno attenta al monitoraggio delle spese e più vulnerabile alle microtransazioni e alle condizioni contrattuali complesse. Il **confronto per fasce di reddito** mette in luce come la fragilità economica si intrecci con una minore informazione finanziaria, mentre **l'analisi territoriale** rivela differenze nella capacità di far fronte a spese impreviste e nella prudenza nell'uso del credito.

L'obiettivo è stato quello di **fornire un ulteriore spunto di riflessione per orientare politiche educative, iniziative informative e interventi mirati, capaci di rispondere in modo più efficace alle esigenze reali delle persone.**



GENDER GAP O MAGGIOR PRUDENZA?

Il fattore di genere rappresenta uno degli elementi più rilevanti emersi dall’analisi. La letteratura in ambito finanziario conferma da tempo l’esistenza di un divario nelle competenze finanziarie tra uomini e donne, un fenomeno complesso che affonda le sue radici in diversi fattori. Da un lato, **pesano stereotipi di genere ancora diffusi**, che influenzano l’interesse percepito verso i temi economici e **possono tradursi in una minore familiarità** con strumenti come prestiti, conti bancari o investimenti. Dall’altro, **non va sottovalutato il ruolo della violenza economica di genere⁶**, una forma di controllo che limita l’autonomia finanziaria delle donne e contribuisce a consolidare situazioni di vulnerabilità.

Accanto a questi elementi strutturali, **i dati suggeriscono anche un’interpretazione complementare: in alcune aree — come la sicurezza nei pagamenti digitali — la differenza tra uomini e donne potrebbe riflettere non tanto un deficit di competenze, quanto un atteggiamento più prudente da parte del genere femminile**. Una cautela che, in un contesto di crescente digitalizzazione dei servizi finanziari, può rappresentare **un comportamento protettivo piuttosto che un segnale di insicurezza**.

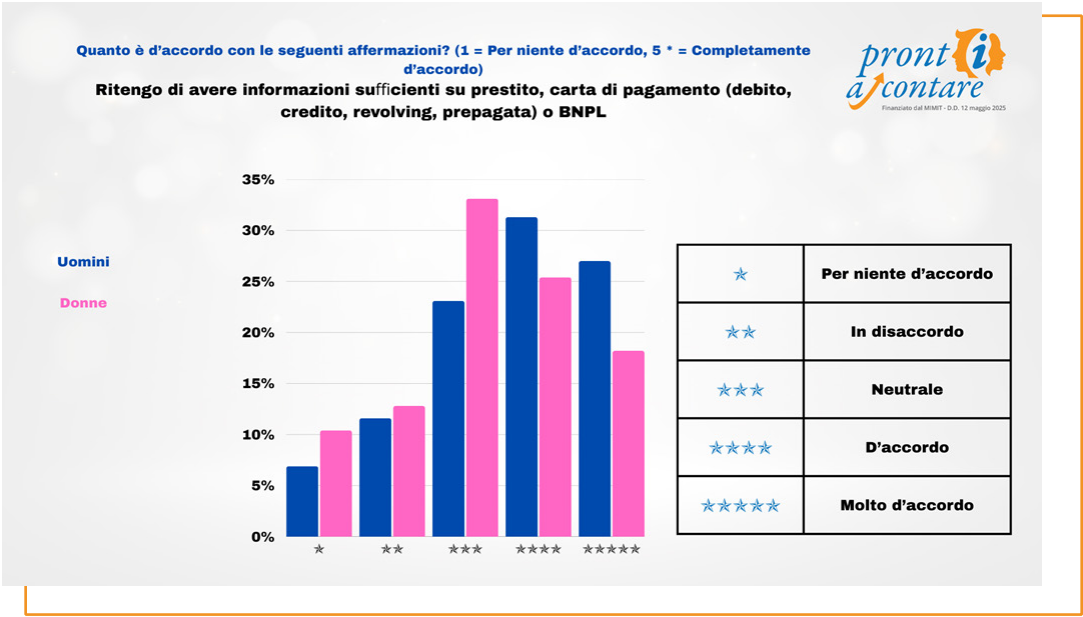


Fig.61 Dettaglio su preparazione sulle forme di credito al consumatore - Split in base al genere

Gli uomini tendono a dichiarare livelli più elevati di autopercezione informativa rispetto alle donne. Questo dato è **coerente con la letteratura**, che evidenzia come il gender gap sia spesso alimentato da **differenze nella percezione di sé più che da reali scostamenti nelle competenze**. L’autovalutazione, infatti, è influenzata da preconcetti culturali che oggi risultano sempre meno sostenibili se l’obiettivo è rendere consumatrici e consumatori più resilienti e capaci di accedere al credito in modo consapevole.

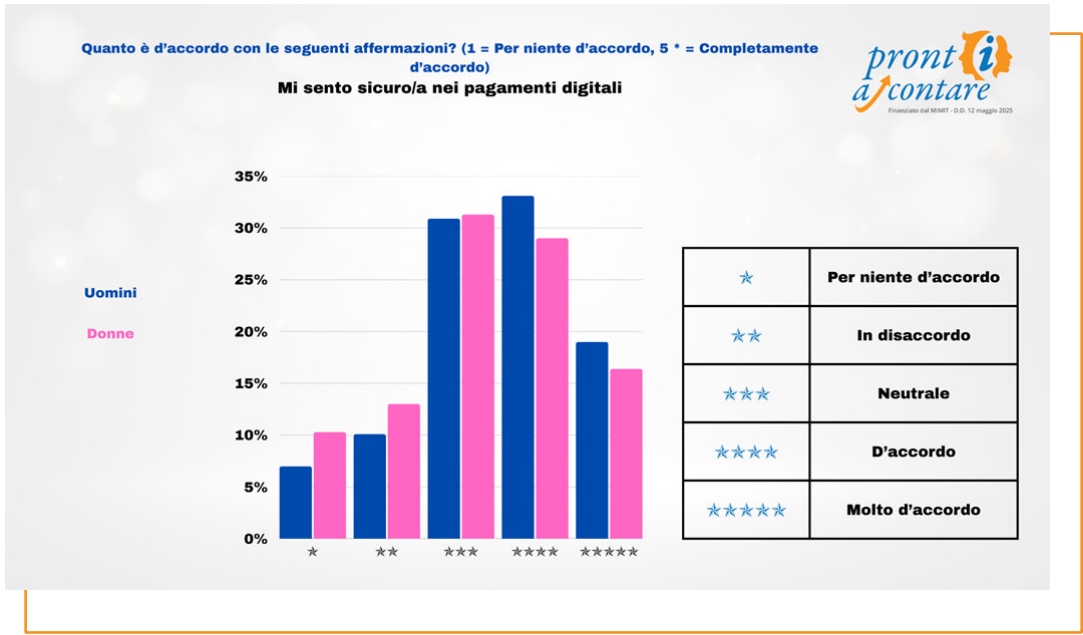


Fig.62 Sicurezza nei pagamenti digitali - Split in base al genere

Anche sul fronte dei **pagamenti digitali emerge una differenza significativa: gli uomini si dichiarano mediamente più sicuri, mentre le donne mostrano maggiore cautela**. Questa prudenza **può essere letta come una più elevata percezione del rischio, non necessariamente come un limite nelle competenze**.

6 La violenza economica è definita da EIGE (European Institute for Gender Equality) come “atti di controllo e monitoraggio del comportamento di una persona in termini di utilizzo e distribuzione di denaro, nonché la minaccia costante di negarle risorse economiche”

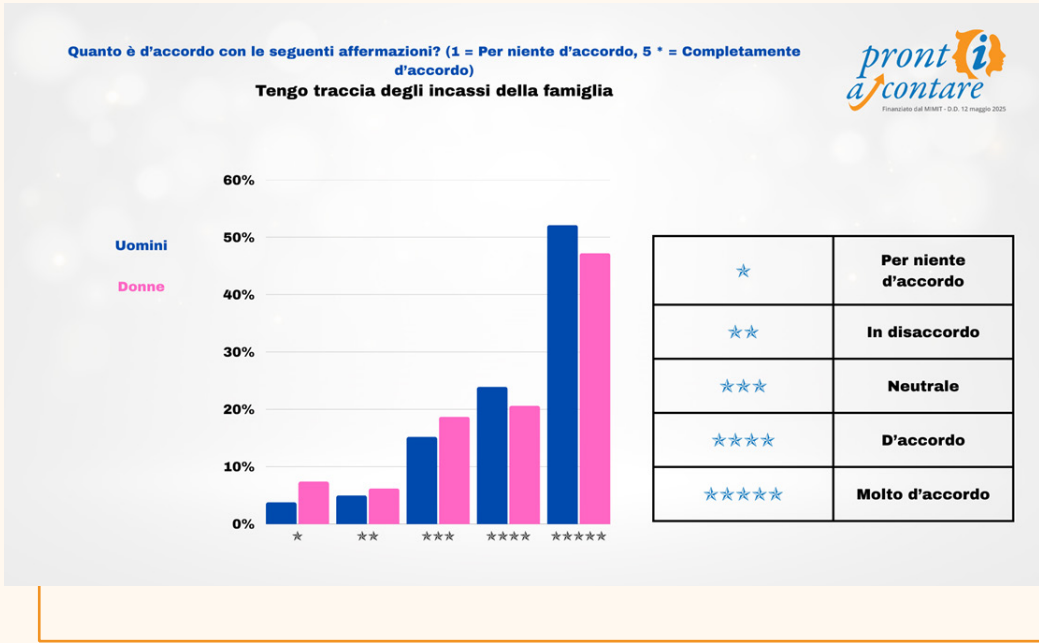


Fig.63 Controllo di entrate - Split in base al genere

Le donne dichiarano più frequentemente di tenere traccia delle entrate familiari rispetto agli uomini. Questo comportamento suggerisce una maggiore attenzione alla gestione quotidiana del bilancio, indicando che il divario osservato non riguarda tanto la capacità di gestire il denaro, quanto la percezione soggettiva delle proprie competenze.

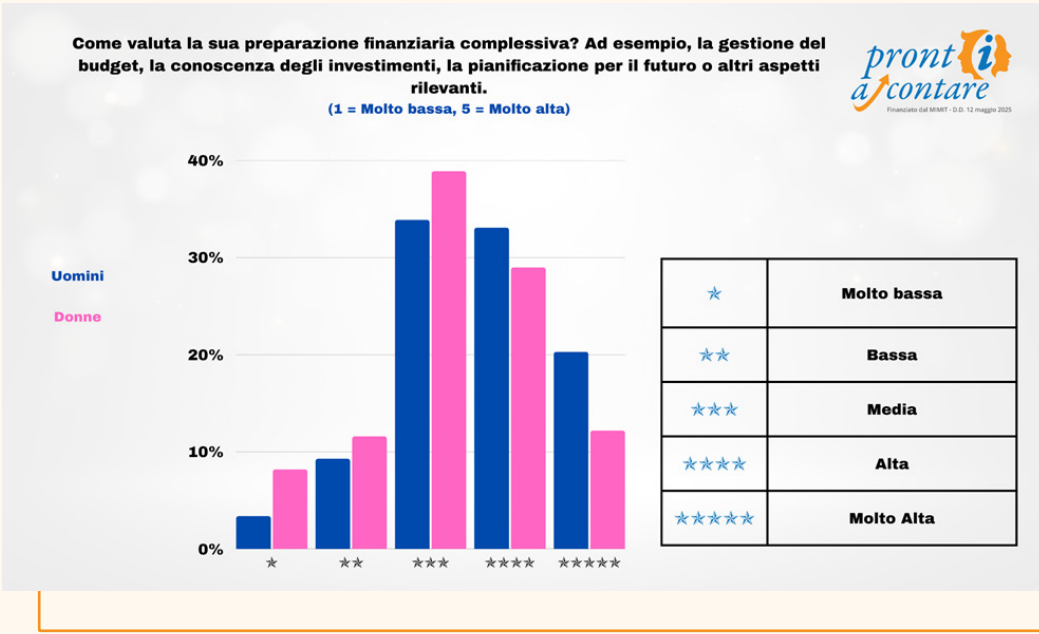


Fig.64 Percezione della preparazione finanziaria - Split in base al genere

Le donne tendono a collocarsi più spesso su livelli medio-bassi di preparazione finanziaria. Tuttavia, se questo dato viene letto insieme agli indicatori di comportamento prudente, emerge un quadro più articolato: il cosiddetto *gender gap* sembra essere in parte il risultato di una diversa auto-percezione, più che di comportamenti finanziari meno responsabili o meno efficaci.

Nel complesso, l'analisi di genere mostra come la vulnerabilità finanziaria non sia determinata unicamente dalle competenze tecniche, ma anche da fattori culturali, sociali e psicologici che influenzano il modo in cui uomini e donne si rapportano al denaro. Comprendere queste dinamiche è essenziale per progettare interventi educativi e strumenti di supporto realmente inclusivi e capaci di rispondere alle esigenze di entrambi i generi.

GIOVANI, PRONTI A CONTARE?

Come secondo approfondimento **abbiamo scelto di concentrarci sul target dei giovani**, che costituiscono un **osservatorio privilegiato per comprendere lo stato attuale del rapporto tra gli Italiani e la gestione delle finanze personali**. In un Paese che tende a definirsi tradizionalmente attento al risparmio e alla prudenza economica, **le nuove generazioni mostrano comportamenti meno strutturati e una minore propensione al monitoraggio** del proprio bilancio. Infatti, osservando il **confronto intergenerazionale, tra i 18 e i 24 anni solo un giovane su due** controlla con regolarità entrate e uscite mensili rispetto invece alle fasce più anziane che **mostrano una gestione più regolare e strutturata** del bilancio familiare, verosimilmente favorita da **redditi più stabili e da una maggiore esperienza** nella pianificazione economica.

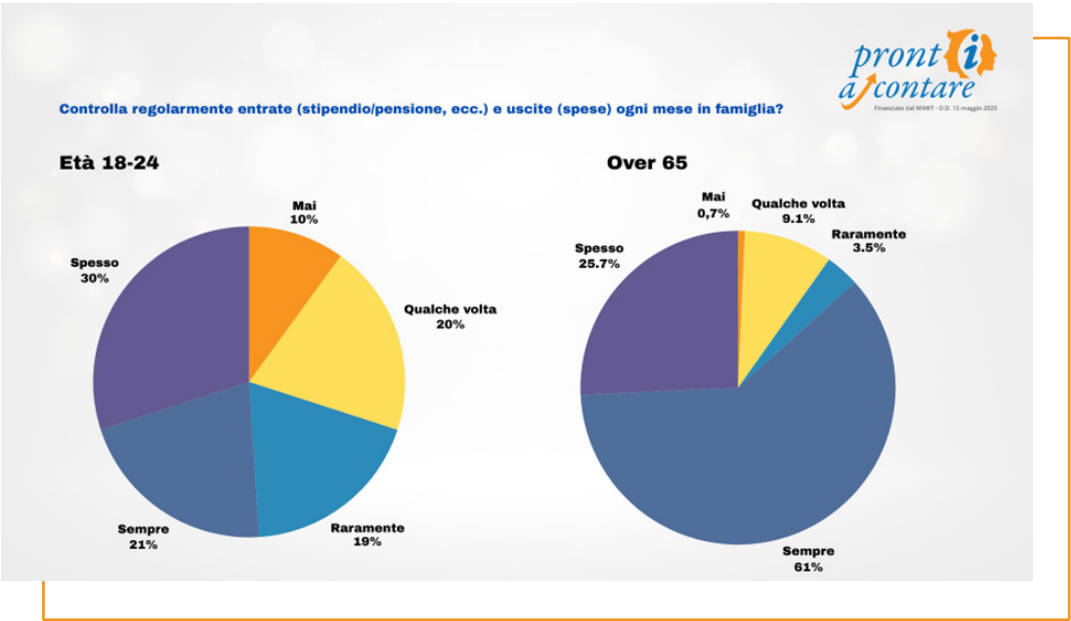


Fig.65 Controllo di entrate e uscite - Split giovani vs over

Si tratta di una generazione di **nativi digitali** che, tuttavia, incontra serie **difficoltà nell'accesso al credito strutturato**, spesso a causa di lavori saltuari o dell'assenza di una storia reddituale stabile. Per questo segmento, il credito al consumo **si concentra prevalentemente su strumenti di piccolo importo** come il BNPL, percepiti come immediati e privi di barriere. **Questa dinamica (fig. 66), però, si accompagna a una minore attenzione alle condizioni contrattuali (in particolare nella fascia 18-24 anni) e, nonostante sia tra i principali utilizzatori di strumenti digitali e di nuove forme di credito, a una significativa difficoltà nel comprenderne regole e implicazioni**, con un potenziale aumento dei rischi di sovraesposizione.

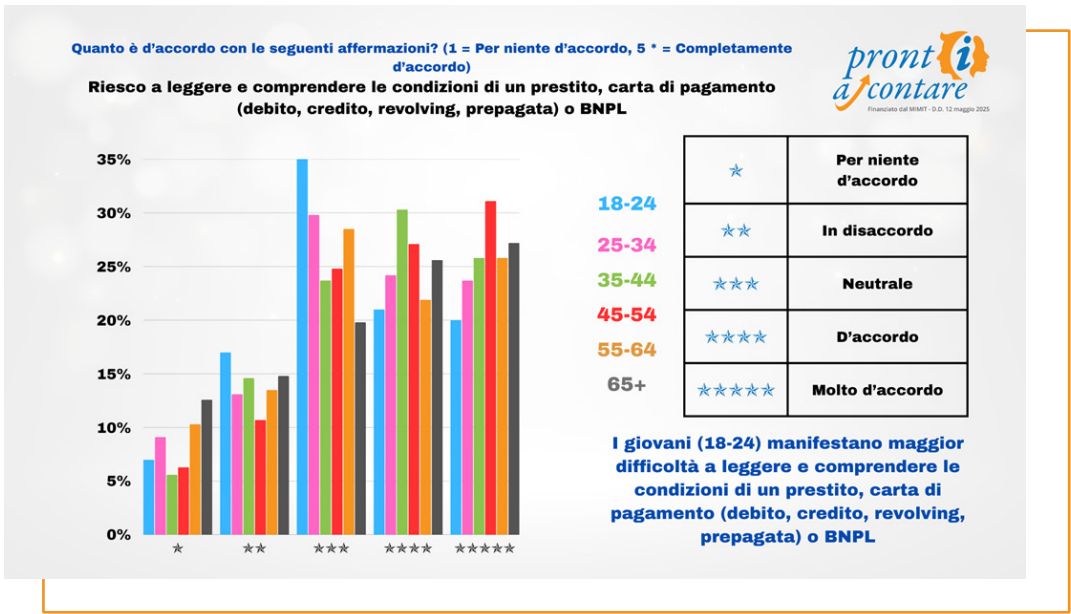


Fig.66 Lettura e comprensione delle condizioni legate agli strumenti di credito - Split per fasce di età

Anche sul fronte dei consumi digitali emergono **elementi di vulnerabilità**. Rispetto agli adulti, i giovani **tendono a minimizzare i rischi legati alle microspese nei videogiochi** (fig. 67), probabilmente perché sono la generazione più immersa nel **modello commerciale del gioco freemium**, che normalizza acquisti frequenti di piccolo importo e ne attenua la percezione di rischio (fig. 68).

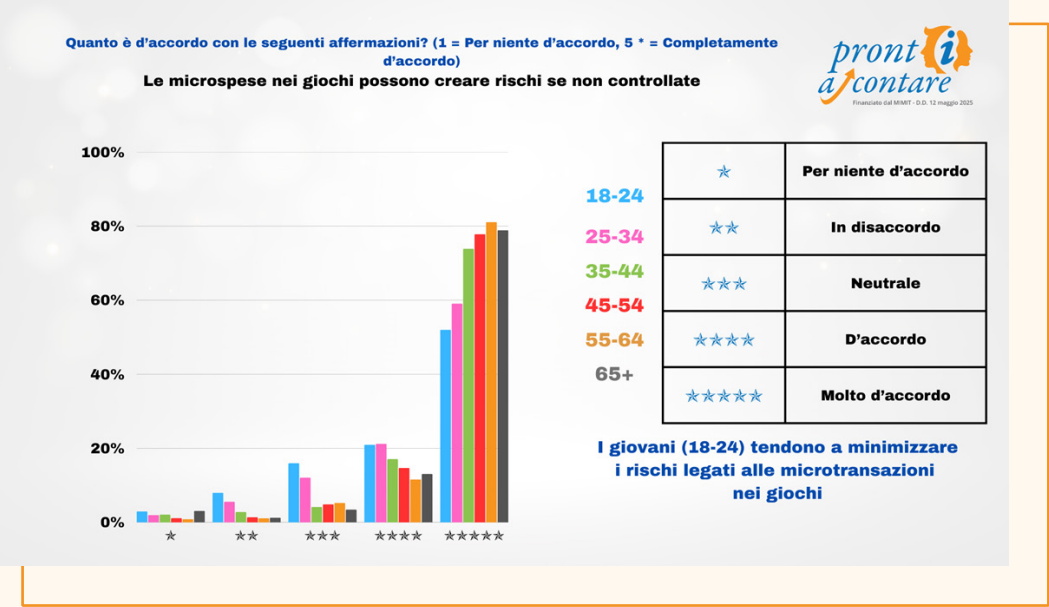


Fig.67 Percezione del rischio legato alle microspese nei giochi - Split per fasce d'età

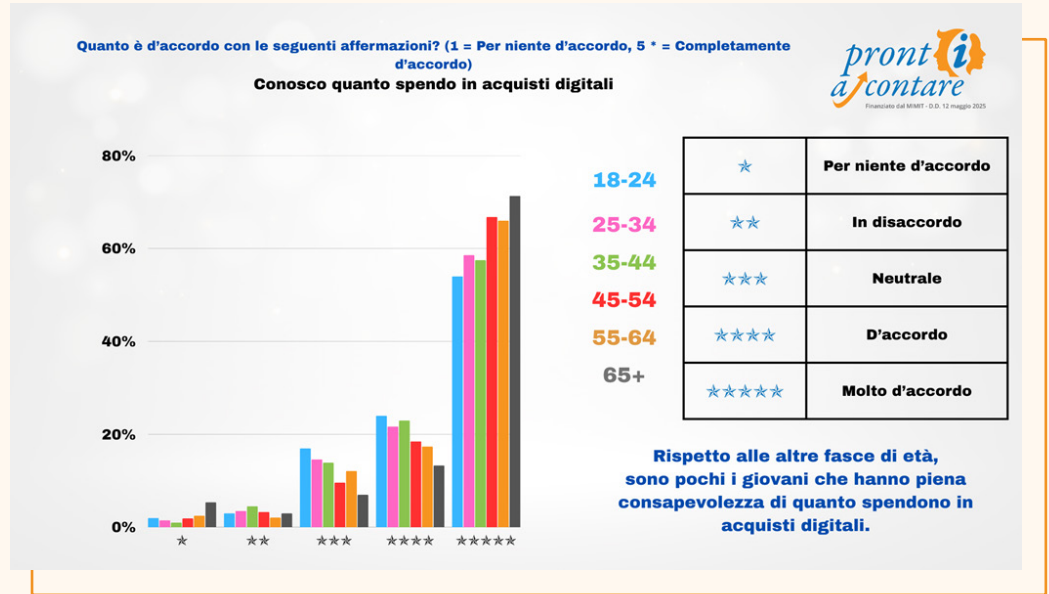


Fig.68 Consapevolezza della spesa digitale - Split per fasce d'età

I giovani risultano attribuire **meno importanza all'accantonamento di risparmi per emergenze** rispetto alle generazioni più adulte. Questa minore attenzione alla costruzione di un fondo di sicurezza **non è soltanto un'abitudine diversa**, ma rappresenta **una vera e propria vulnerabilità strutturale in caso di imprevisti economici o lavorativi**. La scarsa propensione al risparmio precauzionale si inserisce, infatti, in un contesto caratterizzato da **redditi discontinui, percorsi professionali frammentati e un ingresso nel mercato del lavoro spesso tardivo o instabile**. In assenza di un cuscinetto finanziario, anche eventi relativamente contenuti possono generare tensioni immediate sul bilancio personale.

A ciò si aggiunge il fatto che i giovani, più esposti a forme di credito rapide e digitali, **rischiano di compensare la mancanza di risparmi con un maggiore ricorso a strumenti di finanziamento di piccolo importo, aumentando la probabilità di accumulare impegni economici non pienamente ponderati**. La combinazione tra bassa capacità di risparmio, scarsa continuità reddituale e utilizzo frequente di strumenti di credito flessibili rende **questa fascia d'età particolarmente sensibile agli shock finanziari, evidenziando la necessità di interventi educativi e di protezione mirati**.

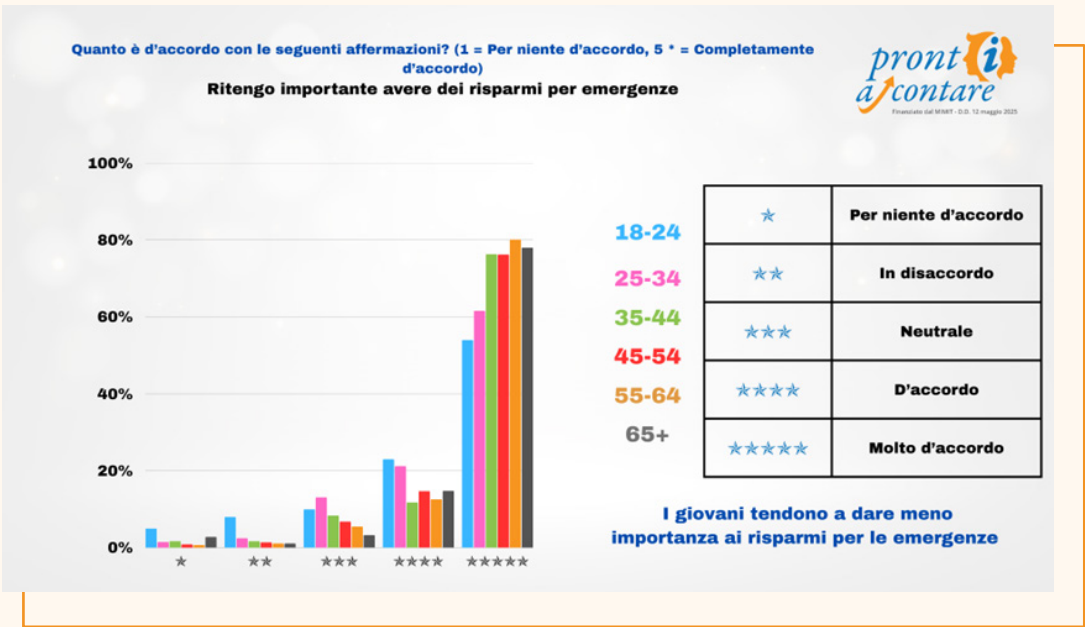
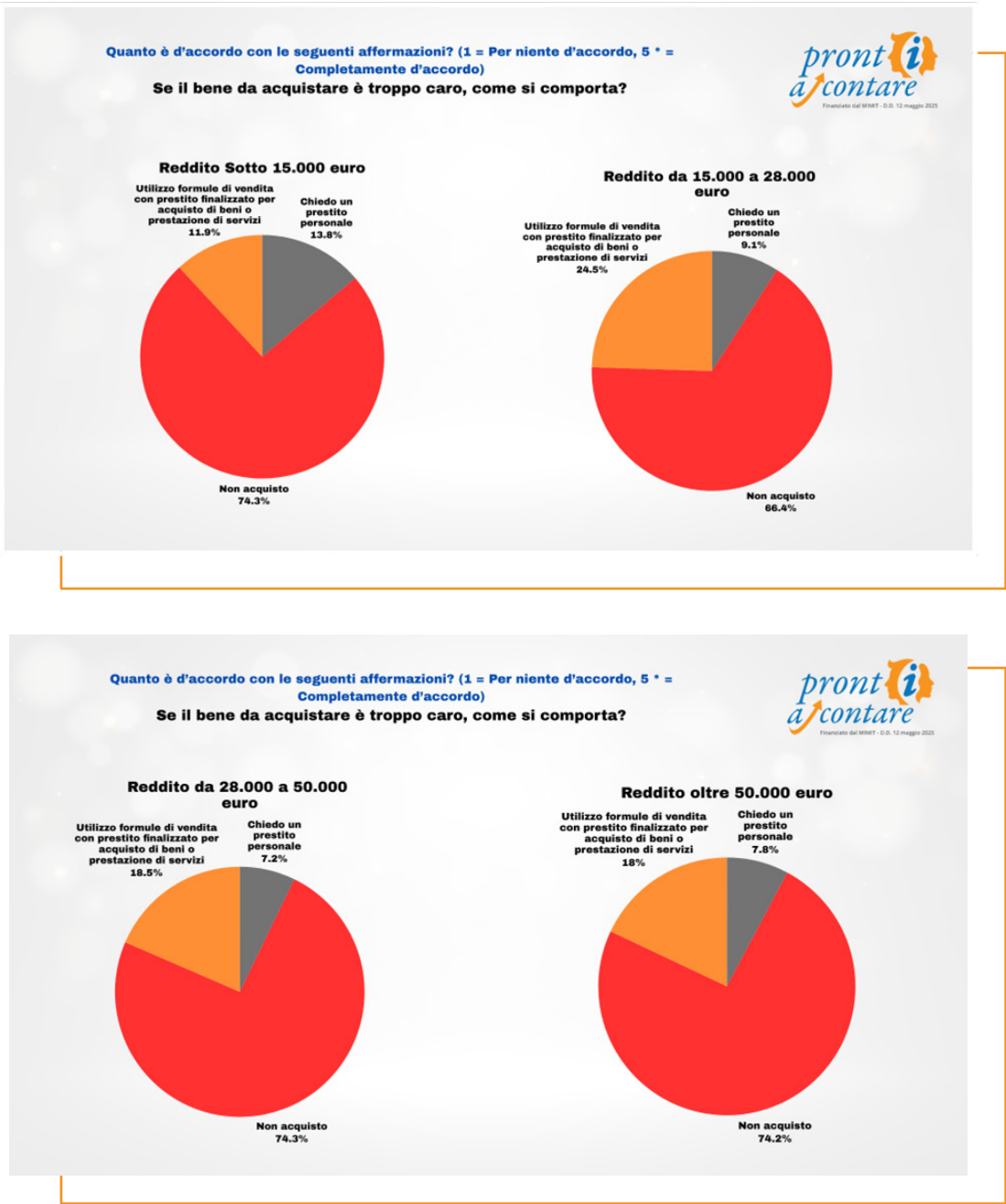


Fig.69 Posizionamento nei confronti del risparmio - Split per fasce d'età

QUANTO CONTA IL REDDITO?

L'elemento del reddito rappresenta sicuramente una caratteristica interessante: rappresenta una variabile centrale nei comportamenti d'acquisto, anche se va sottolineato che **la percezione di bene "troppo caro" è fortemente influenzata dalla disponibilità economica**. Vediamo che **sopra la soglia dei 28.000 euro** di reddito le scelte dichiarate tendono ad omologarsi, mentre sotto tale cifra otteniamo risultati più eterogenei. Le fasce di reddito più alte sono anche quelle che dichiarano di avere **una maggior preparazione su prestiti e altre forme di credito ai consumatori**. Un valore che accomuna tutti, invece, è quello di **tenere da parte alcuni risparmi per far fronte alle emergenze**.



Figg.70-71 Comportamenti di acquisto - Split per reddito

Indipendentemente dal reddito, **la scelta prevalente di fronte a un bene troppo caro è quella di non acquistare**. Tuttavia, **nelle fasce di reddito medio** si osserva un **maggiore ricorso a forme di credito finalizzato**, segno di una maggiore esposizione al debito per sostenere i consumi.

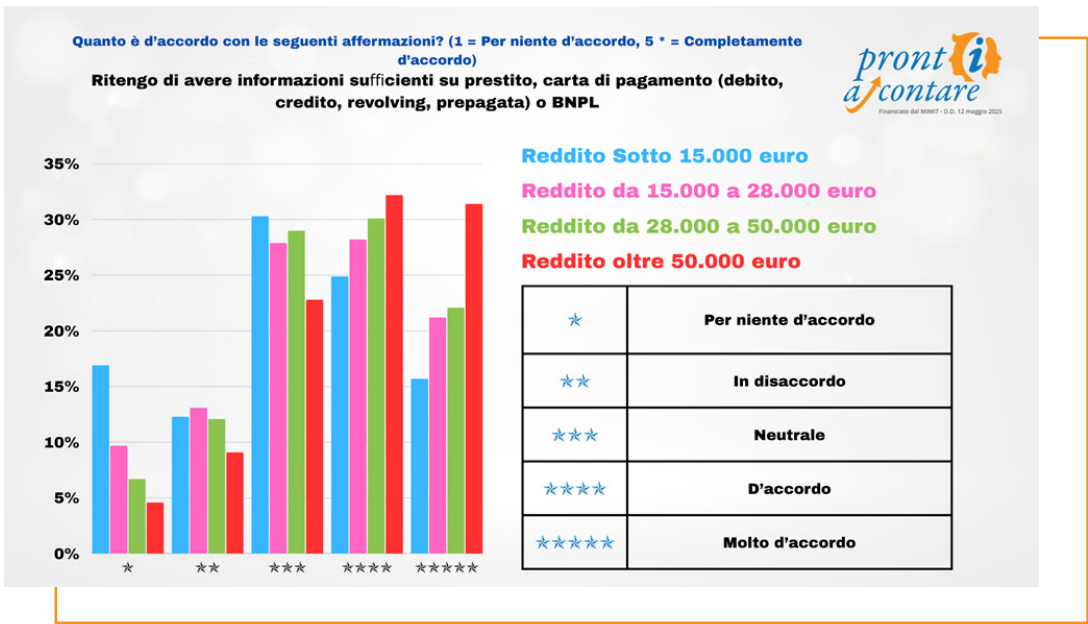


Fig.72 Ritengo di avere informazioni sufficienti su prestito, carta di pagamento (debito, credito, revolving, prepagata) o BNPL - Split per reddito

All’aumentare del reddito cresce anche la percezione di essere sufficientemente informati sugli strumenti di credito. Le fasce a reddito più basso mostrano invece maggiore incertezza, indicando un potenziale bisogno di supporto informativo mirato.

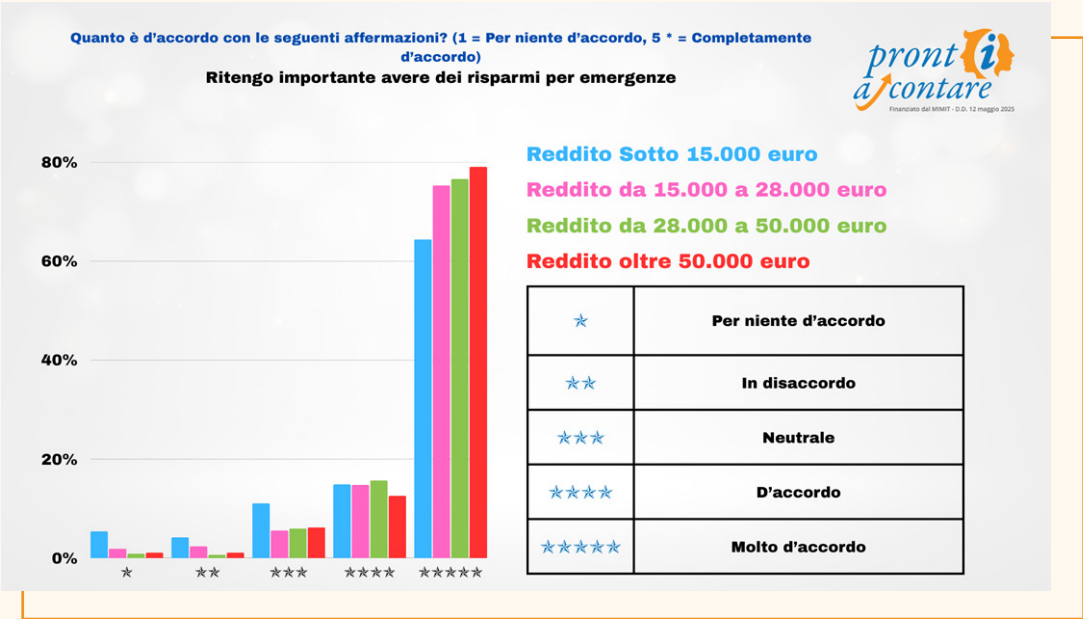


Fig.73 Ritengo importante avere dei risparmi per emergenze - Split per reddito

La capacità di riconoscere l’importanza dei risparmi per emergenze aumenta con il reddito. Le fasce più fragili risultano quindi più esposte agli imprevisti economici, con minori margini di protezione.

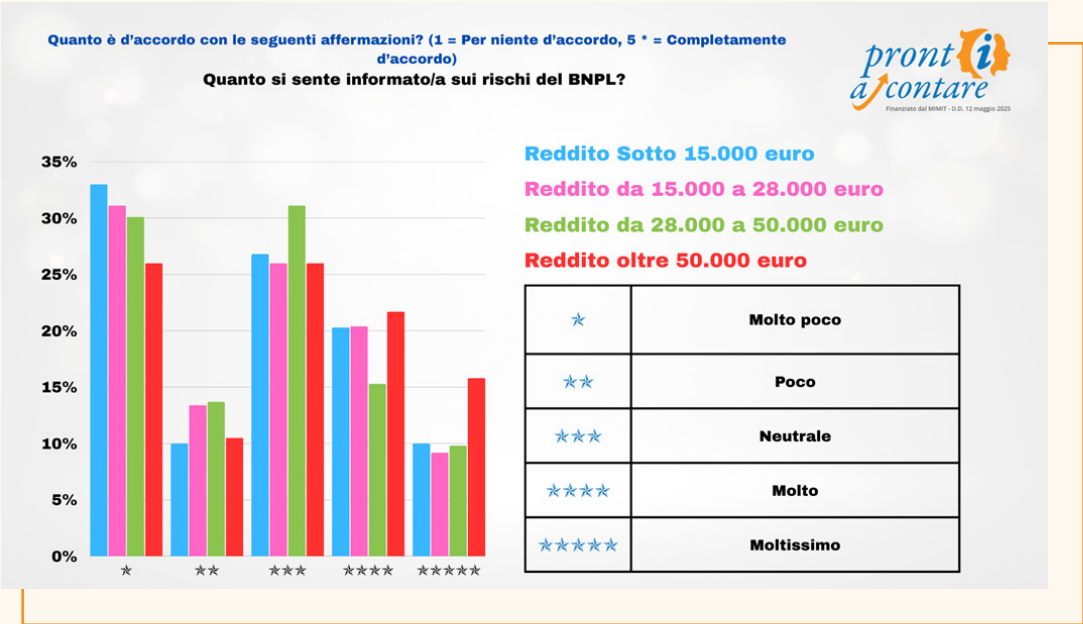


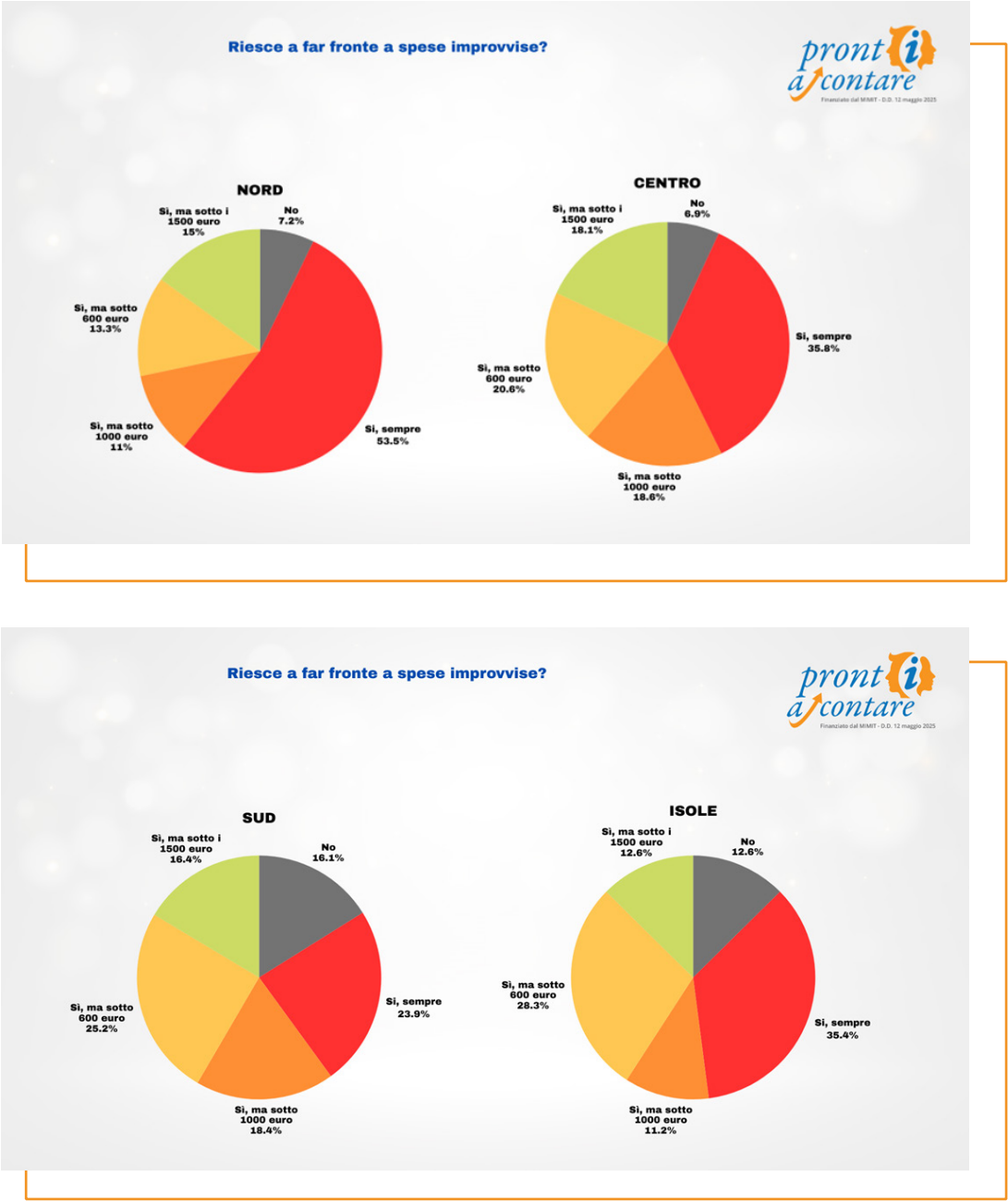
Fig.74 Come valuta la sua preparazione finanziaria complessiva? Ad esempio, la gestione del budget, la conoscenza degli investimenti, la pianificazione per il futuro o altri aspetti - Split per reddito

Le fasce di reddito più basso si dichiarano meno informate sui rischi del BNPL, suggerendo un possibile doppio svantaggio: maggiore vulnerabilità economica e minore accesso a informazioni chiare.

“DIMMI DA DOVE VIENI E TI DIRÒ... QUANTO SPENDI”

Indagando sulle macroaree, possiamo evidenziare come la capacità di far fronte a spese improvvise sia collegata a fattori territoriali: **Nel nord la percentuale di persone che riesce a far fronte a spese improvvise è praticamente doppia rispetto al sud**, con centro ed isole che si collocano in una via di mezzo tra i due estremi.

Al contrario, **rispetto alla capacità di riconoscere il sovraindebitamento e la prudenza nell’approcciarsi al credito ai consumatori, non emergono sostanziali differenze dal punto di vista territoriale** a parte un lieve penalizzazione nel sud.



Figg.75-76 Riesce a far fronte a spese improvvise? Split per macroarea geografica

Il Nord mostra una **maggiore capacità di affrontare spese impreviste** rispetto al Centro, Sud e Isole. **Nel Sud e nelle Isole** aumenta la quota di chi riesce a coprire solo spese di importo limitato o non riesce affatto, evidenziando una **maggiore fragilità economica**.

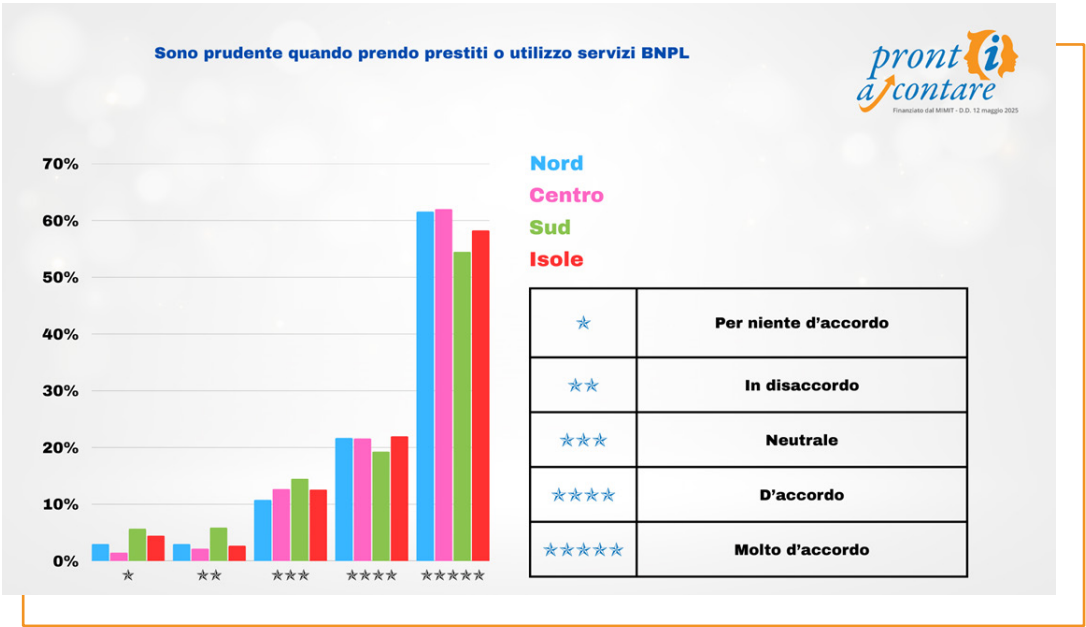


Fig.77-78 Sono prudente quando prendo prestiti o utilizzo servizi BNPL - Split per macroarea geografica

La capacità di riconoscere i segnali di sovraindebitamento è leggermente più elevata nel Nord e Centro rispetto al Sud e alle Isole. Questo dato può riflettere differenze di accesso all'informazione e di alfabetizzazione finanziaria.

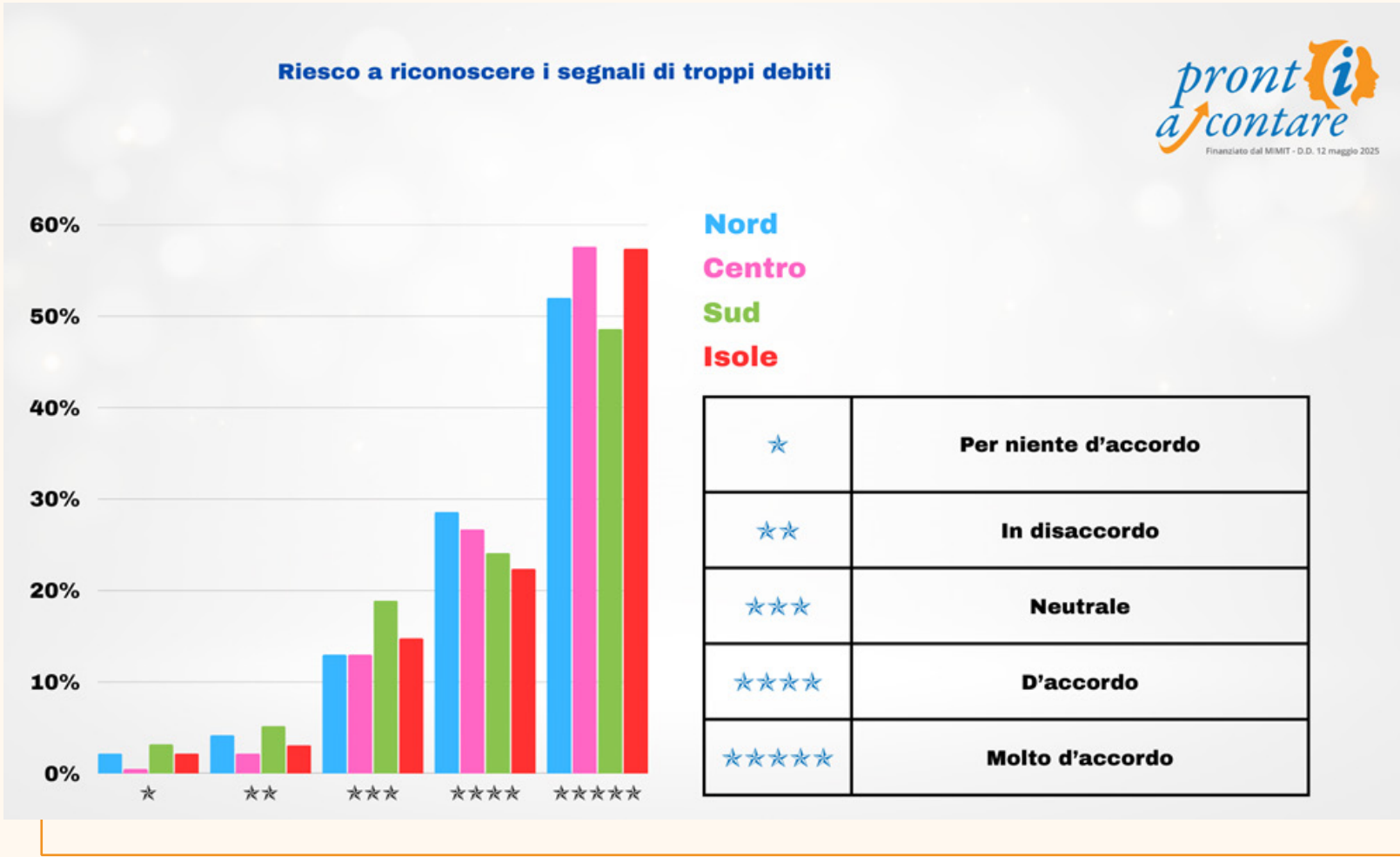


Fig.79 Riesco a riconoscere i segnali di troppi debiti - Split per macroarea geografica



Conclusioni e Proposte

L'indagine, arricchita **da dati provenienti da diverse fonti ufficiali**, offre uno sguardo approfondito e sfaccettato sul mondo del credito ai consumatori, **osservato direttamente attraverso l'esperienza e le percezioni dei consumatori stessi**. **Un universo complesso**, in cui strumenti utili e potenzialmente vantaggiosi possono trasformarsi in fonti di rischio quando vengono utilizzati con superficialità o senza un adeguato livello di consapevolezza.

Nelle pagine precedenti è emerso un quadro articolato: **un'Italia che si confronta con vecchie e nuove modalità di pagamento e di finanziamento, alcune ormai consolidate e associate agli acquisti più rilevanti della vita, altre ancora percepite come “nuove comparse” che appaiono tra i messaggi di checkout degli shop online**. Questo mosaico di pratiche e abitudini restituisce **un Paese in transizione, dove innovazione e fragilità convivono**.

I risultati confermano molte delle evidenze già rilevate da studi e analisi condotti da enti pubblici e privati, ma portano alla luce anche **segnali di allarme significativi**. Il più evidente riguarda una **diffusa sensazione di falsa sicurezza** rispetto alle proprie competenze finanziarie: un'autovalutazione spesso ottimistica che non trova riscontro nei dati oggettivi e che può trasformarsi in **vulnerabilità concreta quando si passa dalla teoria alla gestione quotidiana del denaro**.

Le criticità non riguardano solo gli adulti. Anche le nuove generazioni mostrano fragilità specifiche: i giovani tendono a sottovalutare i rischi legati agli strumenti che utilizzano più frequentemente — in particolare il BNPL — e manifestano una **minore attenzione al risparmio, una scarsa abitudine al monitoraggio delle spese digitali e una certa leggerezza nell'uso delle microtransazioni nei giochi online**. Un insieme di comportamenti che, se non accompagnati da adeguati strumenti educativi, può tradursi in difficoltà future.

Il contesto economico generale, ancora complesso nonostante alcuni segnali di miglioramento, **contribuisce a rendere più evidenti queste fragilità**. Non sorprende quindi che emerga con forza **una richiesta di maggiore informazione, trasparenza e cultura finanziaria**. Consumatori e consumatrici chiedono strumenti per comprendere meglio, decidere meglio e proteggersi meglio.

Le indicazioni fornite dagli intervistati delineano un percorso chiaro: **un mix di interventi strutturati che includa educazione finanziaria nelle scuole, corsi per adulti, campagne informative e servizi di consulenza accessibili e indipendenti**. Una direzione già tracciata anche a livello normativo: **la direttiva (UE) 2023/2225 sui contratti di credito ai consumatori** introduce infatti l'obbligo di istituire servizi gratuiti e imparziali di consulenza sul debito, riconoscendo la centralità del supporto preventivo.

In questo scenario, le Associazioni dei Consumatori rappresentano un attore privilegiato. Sono già percepite come un punto di riferimento affidabile, dispongono di competenze consolidate, operano con una presenza capillare sul territorio e hanno dimostrato di sapersi adattare alle sfide del digitale senza lasciare indietro le persone più fragili o meno avvezze alla tecnologia. La loro capacità di offrire un **supporto indipendente, personalizzato e orientato alla tutela** le rende un **pilastro naturale** di un sistema di protezione moderno ed efficace.

Chiudiamo con una riflessione che incrocia trasversalmente tutti i risultati: in un contesto economico-finanziario in continua evoluzione, dove la complessità cresce e l'informazione è un bene essenziale, il consumatore più protetto non è quello che pretende di sapere tutto, ma quello che — con **un approccio socratico** — **riconosce i propri limiti, si interroga, cerca informazioni e continua a mettere in discussione le proprie certezze**. È da questa consapevolezza che nasce l'attenzione e da quella, infine, la vera resilienza finanziaria.

pront*i* a contare

Finanziato dal MIMIT - D.D. 12 maggio 2025

promosso da

