

Executive Summary

Overview

Il progetto PRONTI A CONTARE, finanziato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy (D.D. 12 maggio 2025), mira ad aiutare i cittadini a usare il credito ai consumatori in modo più consapevole, offrendo strumenti pratici per gestire le spese e prevenire il sovraindebitamento. È realizzato da diverse associazioni nazionali dei consumatori — tra cui Adiconsum (capofila), Codacons, Confconsumatori, CTCU, Movimento Consumatori e Movimento Difesa del Cittadino — tutte membri del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Metodologia d'indagine



Questionario a risposte chiuse somministrato online e rivolto alla popolazione italiana divulgato attraverso i canali di comunicazione delle AACC.



Oltre 2.000 intervistati tra gli associati alle **Associazioni dei Consumatori** promotrici del progetto



Coinvolgimento di tutte le regioni italiane

Demografia



Equa ripartizione rispetto al genere: 48% uomini, 47% donne e 5% preferisco non rispondere

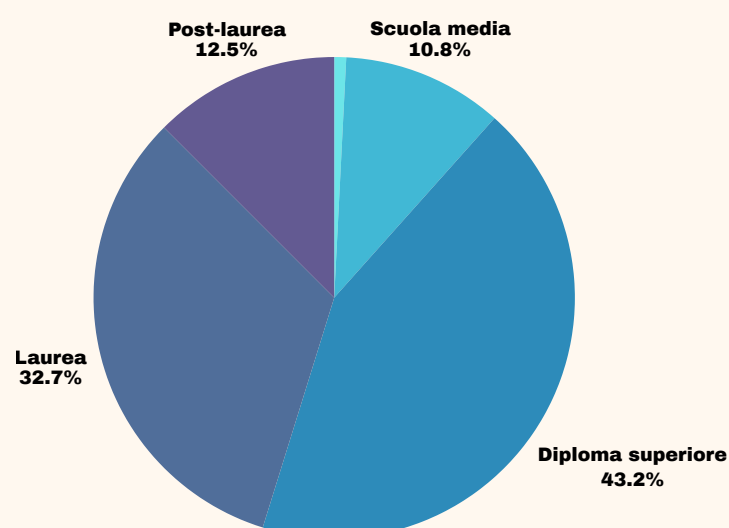


Nuclei familiari di varia grandezza: single (19%), due persone (35%), tre persone (23%) e più di 3 persone (23%)

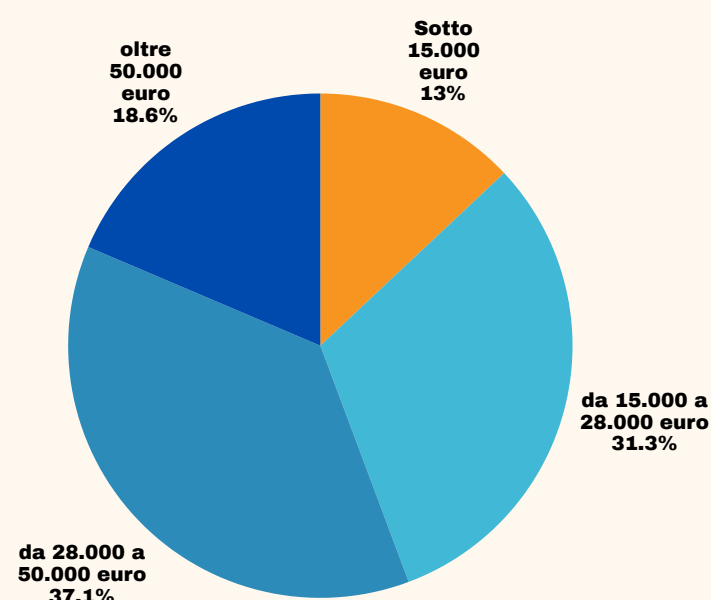


Tra i partecipanti spiccano **lavoratori dipendenti (41,6%)** e **pensionati (28,8%)**

Titolo di studio



Reddito familiare annuo (€)



Principali evidenze

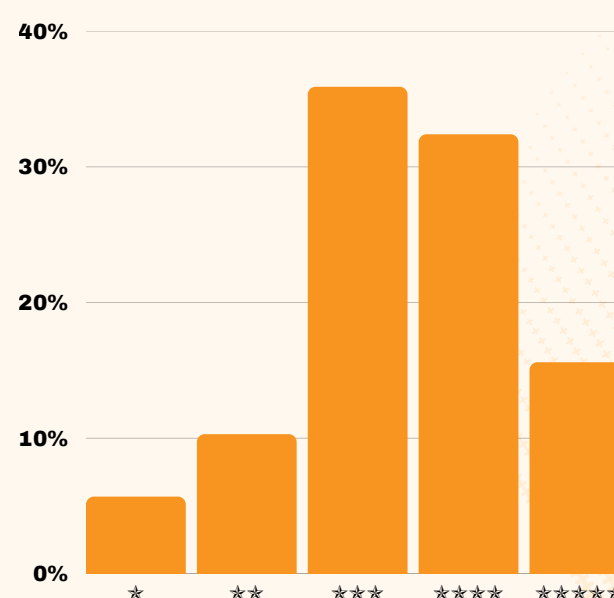
Elevata percezione di controllo finanziario non sempre supportata da competenze effettive

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

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.

(1 = Molto bassa, 5 = Molto alta)



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 – come già rilevato dall'OCSE nell'indagine PISA.

- 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**

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%** di questa fascia di utenti si dichiara **sicuro o molto sicuro nei pagamenti digitali**
- Emergono atteggiamenti **più permissivi** rispetto alla necessità di limiti e controlli sulle microspese

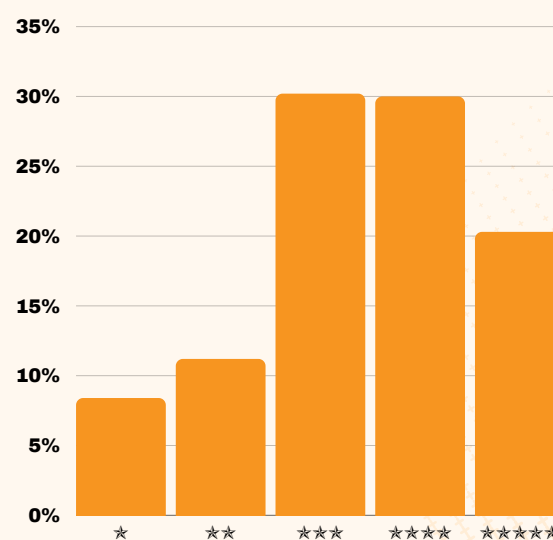
Executive Summary

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 molto sicuro nei pagamenti digitali, contro il 60% di chi fa microtransazioni digitali abitualmente come abbiamo visto sopra.
- 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

Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni? (1 = Per niente d'accordo, 5 * = Completamente d'accordo)
Mi sento sicuro/a nei pagamenti digitali



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** vi è un **10,6%** che lo utilizza.

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 dichiara di avere competenze finanziarie elevate (tra questi, uno su cinque – il **20,3%** – si sente “molto preparato” su prestiti e carte di pagamento,
- il **43,6%** delle donne dichiara di avere competenze finanziarie elevate (tra queste, solo il **12,2%** – ovvero meno di una su sei – si sente “molto preparata” su prestiti e carte di pagamento.

Il gap di genere risulta perciò ancora molto significativo.

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%

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.

Executive Summary

Considerazioni finali

Il rapporto tra famiglie e credito, osservato attraverso comportamenti, percezioni e pratiche concrete, emerge dall'indagine come un sistema complesso, pieno di contraddizioni, che restituisce la fotografia di un Paese in transizione, dove innovazione e fragilità convivono, e dove strumenti potenzialmente utili possono trasformarsi in fattori di rischio, se utilizzati senza adeguata consapevolezza.

I risultati confermano una diffusa sovrastima delle proprie competenze finanziarie, che non trova riscontro nei dati oggettivi e comporta vulnerabilità nella gestione del bilancio familiare e del debito. Le criticità riguardano anche i giovani, spesso inclini a una particolare sottovalutazione dei rischi legati a strumenti digitali in forte crescita come il BNPL, una scarsa attenzione al risparmio e al monitoraggio delle proprie spese.

In un contesto economico ancora difficile per tante, troppe famiglie, cresce il bisogno di informazione, trasparenza e cultura finanziaria. Gli intervistati indicano con chiarezza la necessità di interventi strutturati: educazione finanziaria nelle scuole, formazione per gli adulti, campagne informative e servizi di consulenza indipendenti, in linea con la direttiva UE 2023/2225.

In questo scenario, le Associazioni dei Consumatori emergono come punto di riferimento per l'educazione sociale e la tutela individuale, grazie alla loro affidabilità, competenza, terzietà e presenza sul territorio. La riflessione conclusiva è chiara: la vera resilienza finanziaria nasce da un approccio al debito prudente, attento e ben informato, assistito in modo competente e soprattutto disinteressato.

Proposte

Area	Azione
 Educazione Finanziaria	Realizzare iniziative strutturate di comunicazione ed educazione finanziaria rivolte alla popolazione, in particolare verso specifici target di consumatori come le nuove generazioni e le donne , creando strumenti ed azioni dedicate
 Supporto al consumatore	Promuovere ancor più l'istituzione di sportelli di consulenza finanziaria strutturati presso le associazioni dei consumatori come previsto dalla direttiva (UE) 2023/2225 relativa ai contratti di credito ai consumatori
 Sicurezza digitale	Promuovere iniziative congiunte con gli stakeholder volte a rendere il consumatore più resiliente , dare visibilità alle tutele collegate ai pagamenti digitali. Iniziare fin da subito a fornire informazioni utili e facilmente comprensibili sui nuovi strumenti di pagamento (es.: app e piattaforme digitali) anche in vista dell'entrata dell' euro digitale
 Coinvolgimento degli attori finanziari	Coinvolgere istituti di credito, società finanziarie e altri operatori finanziari (IMEL – Istituti di Moneta Elettronica, IP – Istituti di Pagamento) nella realizzazione di informative chiare, trasparenti ed esaustive. Collaborazioni ad hoc per fronteggiare le nuove necessità emergenti.
 Sinergia AACC-Istituzioni	Creare una maggiore sinergia tra le AACC e le istituzioni , attraverso non solo le "classiche" iniziative di consultazione ma attraverso un dialogo strutturato e costante, co-progettare una strategia comune al fine di implementare azioni concrete di educazione, divulgazione e informazione finanziaria verso i cittadini