Risparmio: il 70% dei Millennials decide in famiglia

Pubblicato il 24/3/2015

I giovani italiani prendono le proprie decisioni finanziarie parlandone in famiglia. È quanto emerge dall'indagine '***I risparmiatori di domani***' dell'istituto di ricerca **Demia** realizzata per **Assogestioni** sulla generazione dei *Millenials*, i nati dopo il 1980, e presentata oggi all'interno del **Salone del Risparmio**.

Dall'indagine quali-quantitativa su un campione rappresentativo di italiani di ambo i sessi tra i **16 e i 35 anni***, emerge che il **70%** di fronte ad una decisione per scegliere una forma di risparmio e investimento ne parlerebbe in primo luogo con la propria famiglia: il 38% si rivolgerebbe al padre, il 29% alla madre e il 27% al proprio partner.

Si tratta della prima generazione veramente iperconnessa, fotografa l'indagine: il **93%** naviga su Internet da mobile, reperisce informazioni in tempo reale e condivide ogni esperienza sui social network dei quali, il 97% possiede almeno un profilo. Eppure il **44%** dei giovanissimi si dichiara d'accordo nel definire i social network**, Facebook** in primis, uno strumento 'ludico' e non adatto a temi finanziari come risparmio o investimenti.

Istruzione stratificata, lavoro precario o non più indeterminato, concetto di famiglia più elastico, esigenze quotidiane diverse: dall'identikit dei Millenials emerge la fotografia di un percorso esistenziale sfaccettato e non più lineare come per le generazioni precedenti. Queste variabili, evidenzia l'indagine, influenzano la capacità dei giovani di approcciarsi al risparmio e agli investimenti: il **48%** dei soggetti intervistati, infatti, ritiene indispensabile l'aiuto economico dei genitori per mettere su famiglia, per il **45%** risparmiare rappresenta un grande sacrificio, mentre il **40**% dichiara che non riuscirà ad avere uno stipendio simile a quello dei propri genitori.

Avendo a disposizione del denaro per che cosa risparmierebbero i giovani di oggi? Il **48%** dei 16-17enni comprerebbe beni di consumo, il **64%** dei 18-24enni lo utilizzerebbe per emanciparsi dai genitori e uscire di casa. I 25-34enni, invece, cominciano a pensare alla previdenza: il **59%** del campione intervistato, infatti, risparmierebbe per proteggersi dagli imprevisti. Dati interessanti emergono dalla domanda sulla tipologia di contatto con un consulente per capire la forma di risparmio o investimento più adatta: il **l'approccio di persona** vince sul digitale (sito, email, app o social network), lo preferisce il **71%** degli intervistati.

L'84% degli intervistati, infine, si dichiara favorevole a un programma di avvicinamento o istruzione sulle tematiche del risparmio e degli investimenti, riconoscendo nello **Stato** (il 55%) e nella **Scuola** (il 50%) le istituzioni che dovrebbero farsi promotrici in tal senso.

Quali gli argomenti da trattare? Argomenti pratici e di immediata utilità: I prodotti di risparmio su

tutti, lo richiede il **68%**, seguiti da mutui e prestiti per il **67%** e conti correnti bancari per il 66%. La richiesta sui prodotti di risparmio gestito si attesta al 53%.

"*I Millennials rappresentano i risparmiatori e gli investitori del futuro* – ha dichiarato **Andrea Pennacchia**, presidente del Comitato di Comunicazione di Assogestioni– *È fondamentale capire le loro preferenze, come considerano il mondo del risparmio, degli investimenti, con chi interagiscono e quali canali informativi utilizzano. Conoscerli meglio ci aiuta a indirizzare in maniera più efficace gli strumenti di comunicazione e di educazione finalizzati ad accrescere la loro cultura finanziaria".*

*** Nota di metodo**

Come è stata svolta l'indagine

L'indagine "I risparmiatori di domani" è stata svolta tramite interviste personali e di gruppo, secondo un approccio quali-quantitativo presso l'universo di riferimento, ovvero i giovani italiani di età compresa tra i 16 ed i 35 anni, in letteratura definiti Millennials o Generazione Y. La prima fase è stata caratterizzata da 44 interviste suddivise in un forum online, due focus group di tipo tradizionale e videointerviste personali. Successivamente è stato intervistato online un campione di 2.000 giovani italiani, statisticamente rappresentativo secondo i parametri di sesso, fascia di età e macro zona di residenza, tramite la metodologia di rilevazione CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). Nella fase qualitativa le interviste sono state condotte tramite delle tracce di conduzione semi-strutturate, mentre la fase quantitativa ha previsto la somministrazione di un questionario strutturato della durata media di 10 minuti. Le rilevazioni hanno avuto luogo nel periodo dicembre 2014-febbraio 2015.

NOTA INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 2 DELLADELIBERA N. 153/02/CSP DELL'AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Titolo del sondaggio: I risparmiatori di domani

Tema del sondaggio: economia e società

Soggetto realizzatore: Demia

Committente e acquirente: Assogestioni

Data di esecuzione: 19 febbraio – 2 marzo 2015

Metodologia di rilevazione: sondaggio online CAWI su un campione di 2000 soggetti residenti in Italia (su 20.323 contatti complessivi), di età compresa tra i 16 e i 35 anni. Il campione intervistato online è estratto dal panel di ResearchNow. Tutti i parametri sono uniformati ai più recenti dati forniti dall'ISTAT. I dati sono stati ponderati al fine di garantire la rappresentatività rispetto ai parametri di sesso, fascia d'età e macro zona di residenza.

Margine d'errore massimo: ± 1,1%

Il documento completo è disponibile sul sito: www.agcom.it [2]

Stato e Scuola le istituzioni deputate all'alfabetizzazione finanziaria. Presentata oggi al Salone del Risparmio la ricerca Demia per Assogestioni su I Risparmiatori di domani