

## Sintesi della Ricerca

### Indagine sul risparmio e le scelte finanziarie degli italiani 2022

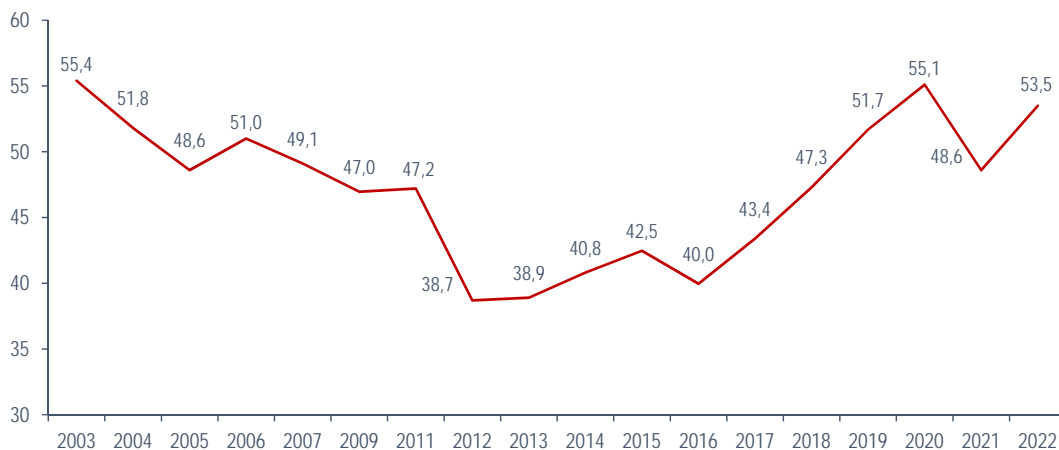
#### Il reddito e il risparmio

Crisi geopolitica, crisi energetica, inflazione, modifica delle catene di fornitura, isolamento internazionale della Russia, raffreddamento dei rapporti politici tra occidente e Cina: sono gli elementi dello scenario cui le famiglie si trovano di fronte quando effettuano le proprie scelte finanziarie. Le difficoltà non sembrano tuttavia legate al reddito: **ben il 93,3% degli intervistati 2022 rispondono infatti di essere finanziariamente indipendenti**, in leggero aumento rispetto al 92,1% del campionamento precedente.

Migliorano anche i giudizi circa la **sufficienza del reddito a consentire un tenore di vita accettabile**, sia al presente che al momento di accedere alla pensione: la valutazione passa nel primo caso dal 64,6% del 2021 al 68,1% del 2022, nel secondo dal 45,9% al 52,8%. Il 69% dei giovani rispondenti appare tranquillo sulla sufficienza del reddito tra dieci anni. La differenza di genere è però in questo caso piuttosto significativa (72% nel caso degli uomini, contro il 64% delle donne): un dato su cui probabilmente pesa la maggior precarietà del lavoro che le giovani donne subiscono rispetto ai coetanei maschi.

Gran parte degli intervistati vorrebbe risparmiare, ma non tutti ci riescono. L'Indagine 2022 registra comunque un buon risultato: **la percentuale dei risparmiatori si riporta verso i livelli pre-pandemia, attestandosi al 53,5%** (55,1% nel 2019), in netto aumento rispetto al dato 2021, che vedeva i risparmiatori ridotti al 48,6% del totale. La quota varia però sensibilmente tra i diversi gruppi del campione. Riesce ad accantonare risorse il 68% dei laureati, contro meno del 50% di chi ha un'istruzione media inferiore. Risparmia il 69% di chi ha un reddito netto mensile maggiore di 2.500 euro, ma solo il 36% di chi non arriva ai 1.600 euro. Differenze analoghe emergono tra chi ha una casa di proprietà (risparmia il 60%) o in affitto (34%) e tra le famiglie con più redditi (69%) e quelle monoreddito (47%).

**Evoluzione del peso dei risparmiatori sul totale degli intervistati**  
(valori percentuali)

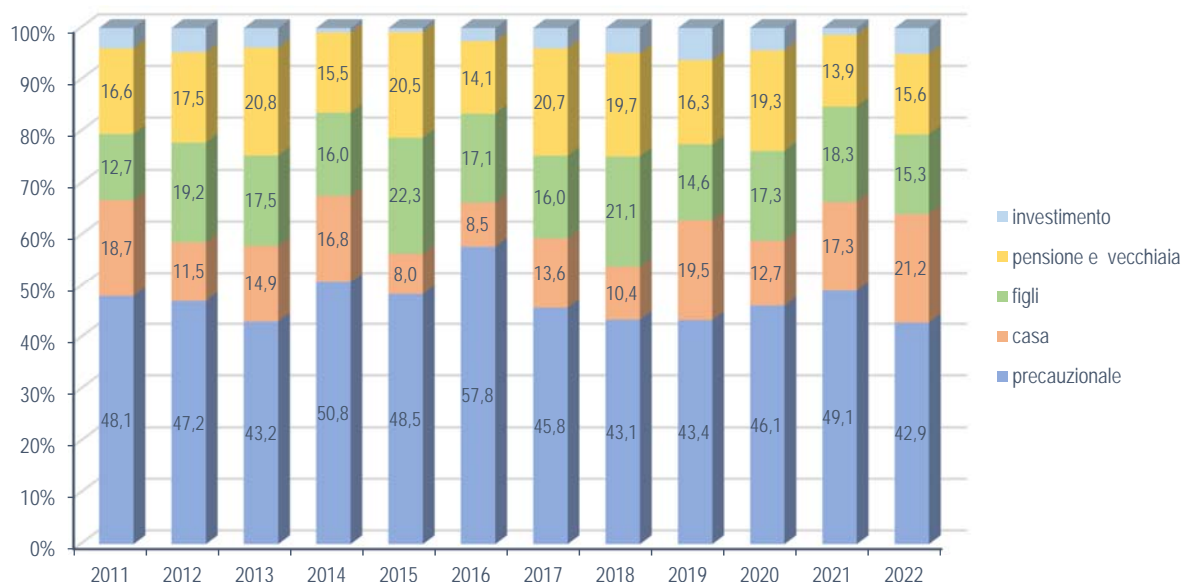


Altro dato positivo che emerge dal campionamento 2022 è **l'aumento dell'intensità di risparmio**, ossia della percentuale di reddito che gli intervistati riescono ad accantonare. In media, il dato si attesta nel 2022 all'11,5%, in crescita rispetto al 10,9% del 2021 e non lontano dai livelli pre-pandemia (12,6%). Solo una quota minoritaria degli intervistati (17% del campione) dichiara di accantonare risorse avendo in mente uno scopo preciso (sono i cosiddetti risparmiatori "intenzionali"); il 30% circa lo fa invece per **ragioni puramente precauzionali**.

**Evoluzione della quota di reddito risparmiata**  
(valori percentuali)



**Le motivazioni del risparmio, 2011-2022**  
(valori percentuali)

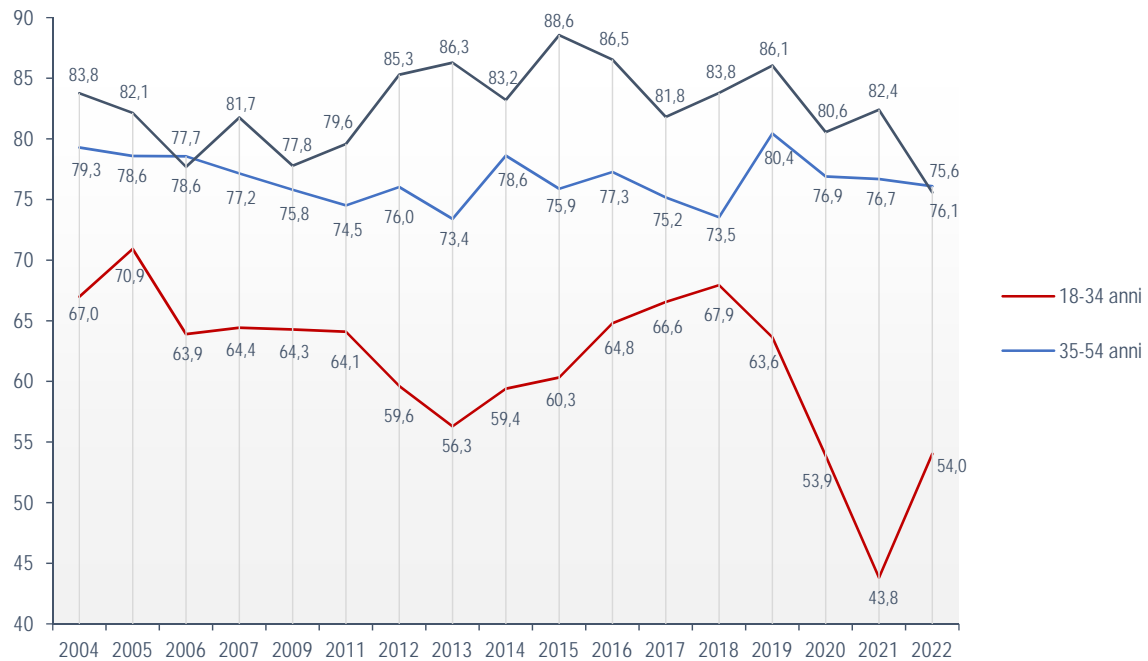


Alla domanda su come affronterebbe **una spesa imprevista nell'ordine dei 5.000 euro**, circa il 38% del campione risponde che ricorrerebbe appunto ai risparmi accumulati. Al contrario, circa il 62% delle famiglie dovrebbe attivarsi con una nuova iniziativa, che va dal prestito bancario (nel 26% dei casi) al ricorso alla famiglia o agli amici (25%).

**La casa, la previdenza e le assicurazioni**

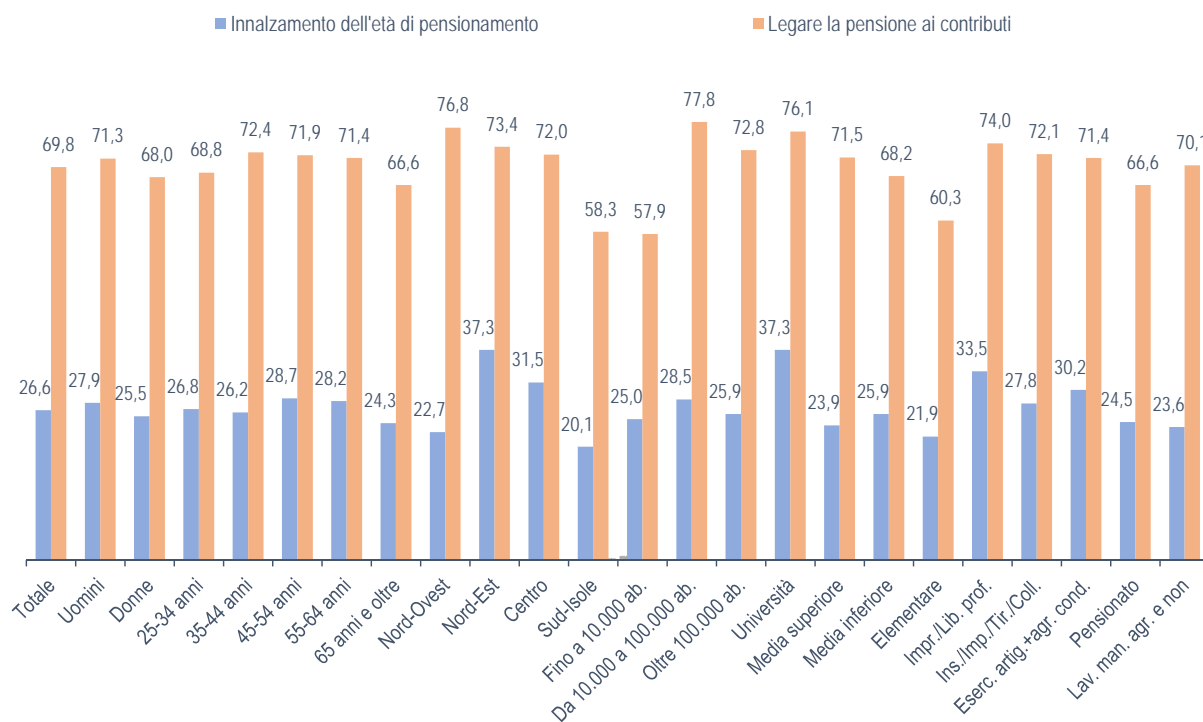
Sul fronte della **casa**, l'Indagine rileva una domanda dinamica trainata dal credito (+60% rispetto al 2007), con i prezzi che hanno recuperato il terreno perso (abitazioni nuove) o lo stanno recuperando (abitazioni esistenti) e le transazioni sui livelli pre-crisi immobiliare. Un aumento dei tassi potrà penalizzare il settore, ma questo avverrebbe in un quadro di domanda vivace e offerta ancora compressa.

**Intervistati la cui abitazione (casa o appartamento) è di proprietà, per fasce d'età (dati storici del Centro Einaudi; valori percentuali; anni 2008 e 2010 non disponibili)**



Per quanto concerne la **previdenza**, gli intervistati appaiono relativamente sereni sul proprio tenore di vita quando raggiungeranno l'età anziana; il merito di tale serenità è in gran parte ascrivibile al sistema previdenziale pubblico. Tuttavia, solo il 26,6% ritiene che si debba alzare l'età di pensionamento se aumenta la vita attesa: molti accetterebbero una pensione inferiore in cambio della libertà di uscita.

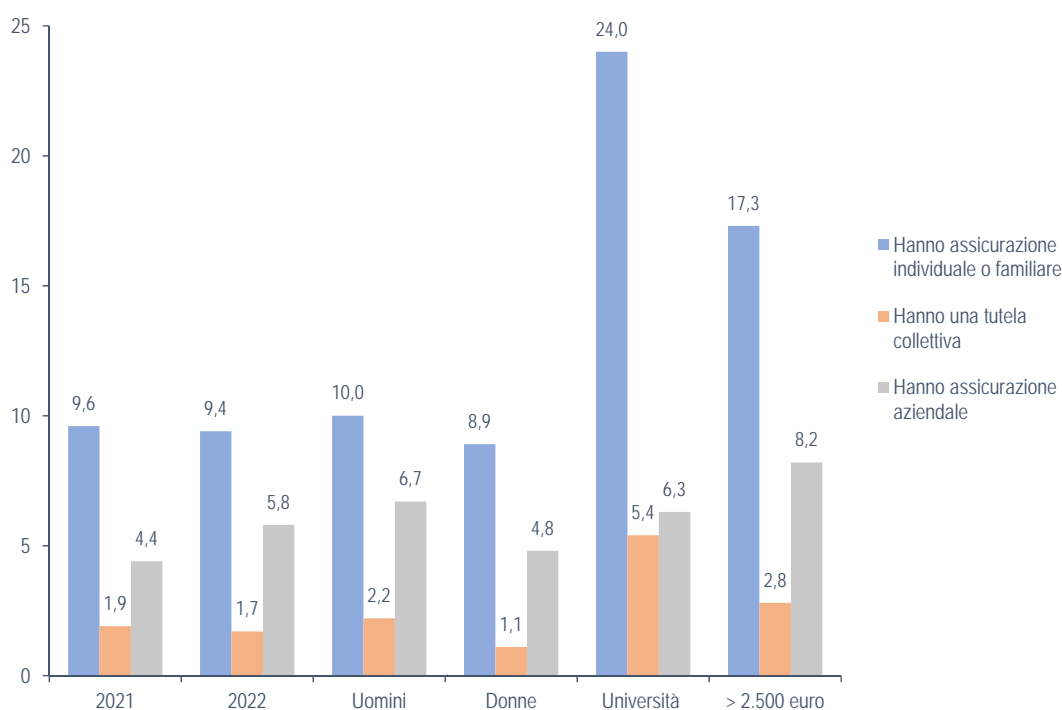
**Intervistati d'accordo a elevare l'età della pensione in relazione all'allungamento della vita media e a legare la pensione ai contributi**  
(valori percentuali)



Cresce nel campione la quota di chi ha sottoscritto una **forma pensionistica integrativa**, pur mantenendosi su valori piuttosto bassi (17,6%, da 12,6% nel 2021); percentuali maggiori di adesione caratterizzano le fasce centrali di età (22,4% tra i 35-44enni e 23,1% tra i 45-54enni).

Ancora limitata risulta la diffusione delle **polizze long-term care (LTC)**, soprattutto tra i più giovani (10,4%). Bassa anche la presenza di assicurazioni per altre tipologie di rischio: ha una polizza sanitaria solo il 16,9% del campione, mentre la Responsabilità Civile (RC) personale o della famiglia copre rispettivamente poco più di un soggetto su 12 e su 10.

### Forme di assicurazione per le spese mediche (valori percentuali)

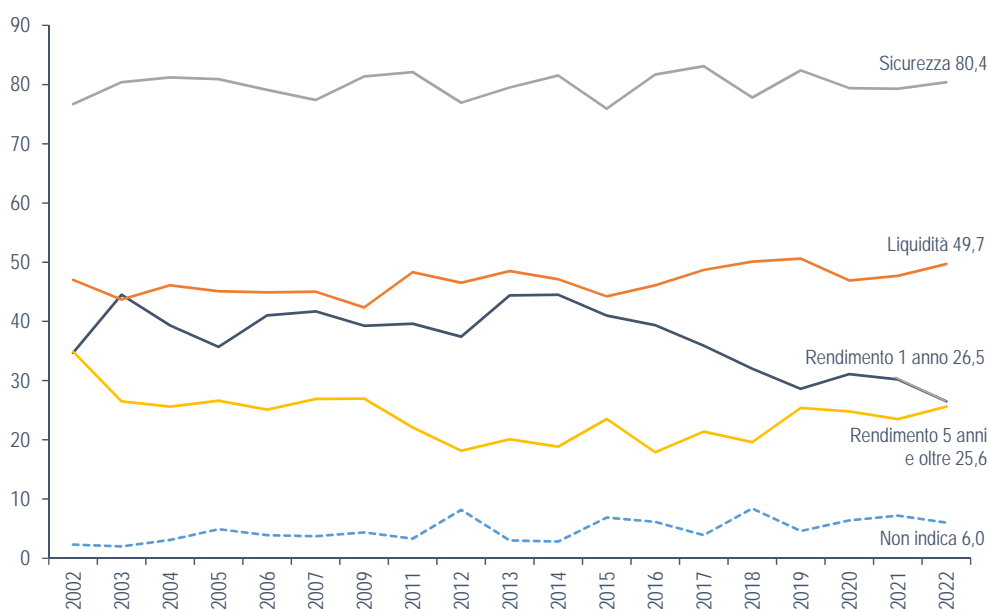


Se è senza dubbio utile pensare a soluzioni che riducano la difficoltà economica di accesso, forse è ancora più importante la **promozione di una cultura dell'assicurazione**, che passi attraverso una chiara comprensione dell'entità dei possibili rischi e delle soluzioni che il mercato può offrire.

## Gli investimenti: obiettivi e strumenti

La **sicurezza si conferma al primo posto** per gli intervistati tra le caratteristiche degli investimenti: è l'aspetto da privilegiare per il 57% del campione. L'80,4% la colloca al primo o secondo posto tra gli elementi cui prestare attenzione nel decidere un investimento, seguita dalla liquidità (49,7%).

**Le preferenze sulle caratteristiche dell'investimento**  
(percentuali di intervistati per caratteristiche degli investimenti indicate al primo o al secondo posto quando si fanno le scelte)



A ridosso dell'anno 2000, le due **maggiori preoccupazioni nel processo di investimento** erano scegliere quando investire (il cd. timing, ora al secondo posto, indicato dal 42,5% del campione) e come suddividere il risparmio (l'asset allocation, oggi al terzo posto, 31% del campione). Nel 2022, timing e asset allocation lasciano il primo posto alla **valutazione del rischio delle soluzioni di investimento** (52,9%). In un periodo di forte volatilità, la paura di perdere il denaro può aver favorito questo passaggio; l'emergere della percezione che ogni investimento comporta l'assunzione di un rischio, da conoscere prima di investire, è comunque un segno di maturità da parte degli investitori.

Nell'anno dell'aumento dei tassi, l'Indagine segnala la **riduzione della quota investita in obbligazioni, dal 29% al 23% dei portafogli**. Dichiarò di aver operato in obbligazioni in 26% del campione, mentre il grado di soddisfazione per questi strumenti (misurato dal rapporto tra il numero di obbligazionisti soddisfatti vs. insoddisfatti) scende a 3,1 (era 3,8 nell'Indagine 2021), con punte però a 8,7 tra i residenti nel Nord-Est, a 4,3 per gli ultra-65enni e tra 5 e 6 per i risparmiatori con propensione al rischio media o medio/alta.

**E' il risparmio gestito a fare “la parte del leone” tra gli investimenti:** la quota dei possessori di fondi e sicav aumenta infatti al 17,3%, dal 12,4% del 2021. Almeno una forma di risparmio gestito entra nel 21% dei portafogli del campione, con una marcata differenziazione territoriale, che va dal 41% del Nord-Est al 4,9% del Sud-Isole. Si sottoscrive il risparmio gestito per fruire dell'esperienza dei gestori (50%) e per diversificare (31%); assai meno per speculare (22%). Il rapporto tra soddisfatti e insoddisfatti (9,3 a 1) è il migliore tra le diverse classi di investimento.

Risulta **contenuta la quota di chi ha operato in azioni** nei 12 mesi precedenti il campionamento, anche se sale un poco, dal 3,9% al 4,8%. L'indice di soddisfazione per le azioni si porta al massimo storico di 6,5 soddisfatti per un insoddisfatto; sale a 2,4 da 2,1 il rapporto tra scelte consigliate e autonome. Crescono dunque la domanda e anche il consumo effettivo di consulenza finanziaria: si investe sempre meno con il “fai da te”.

Con le classi di investimento tradizionali in difficoltà a mantenere i rendimenti in linea con quelli storici, **aumenta l'interesse degli intervistati per gli investimenti alternativi.** Li guarda con attenzione il 39% del campione, in netta salita rispetto al 2021 (27,7%). In prima posizione si conferma l'oro (24,8%), tradizionale bene rifugio, ma è da notare anche l'interesse raccolto dai fondi etici e dagli impieghi ESG (12,9% del campione, che sale oltre il 22% tra i laureati); al terzo posto si collocano le rischiose criptovalute (9,5%).

Nel 2021 è continuata **la «pioggia di liquidità» sul sistema economico:** rispetto a prima della pandemia, i depositi delle famiglie consumatrici sono cresciuti del 13%, pari a 135 miliardi. L'Indagine segnala il persistere della tendenza a detenere saldi liquidi in eccesso per motivi precauzionali: il rapporto tra il denaro mantenuto liquido per precauzione e quello destinato ai normali pagamenti è di 0,8 a 1 (prima della pandemia era di 0,4 a 1). L'inflazione dodici mesi fa però non c'era: pagare la “tassa da inflazione” per tutelare il valore del denaro dal rischio di investirlo con rendimenti negativi è diventato oggi estremamente oneroso. Il dubbio comincia probabilmente a farsi strada anche tra gli intervistati: si riduce infatti la ratio di soddisfazione relativo alla detenzione di liquidità (da 18 a 14,8).

## Il focus sugli imprenditori

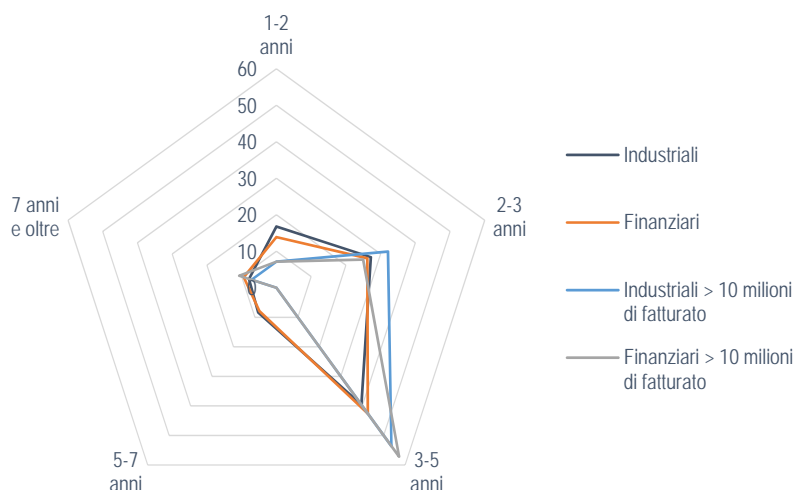
Il **campione degli imprenditori** si colloca per il 71,8% nella fascia di età 45-64 anni. Il 35,6% sono laureati, contro il 17% del campione generale; il 78,2% guida imprese con fatturato fino a 10 milioni di euro (di cui il 43% fino a 2 milioni).

La quota di risparmiatori appare solo leggermente superiore a quella del campione generale (55,4% contro 53,5%). Ciò che differenzia gli imprenditori sono però le **motivazioni del risparmio intenzionale:** appaiono infatti molto più preoccupati della situazione pandemica (28,6% contro 16,1%); risparmiano in misura maggiore per avviare una nuova attività (7,1% contro 1,7%); impiegano i risparmi per aiutare i figli a diventare indipendenti (7,1% contro 4,9%) molto più che per lasciar loro un'eredità (0% contro 3,7%).



«Qual è l'orizzonte temporale a cui Lei si riferisce per vedere realizzati gli obiettivi di investimento della Sua impresa?»

(valori percentuali)



La **casa** rimane un elemento di solidità anche per le famiglie di imprenditori: da questi ultimi potrebbe provenire circa l'1,5% delle transazioni immobiliari stimate dall'Indagine per i prossimi 12-24 mesi, pur costituendo solo lo 0,63% della popolazione.

Sul fronte degli **investimenti finanziari** gli imprenditori mantengono uno scarso appetito per il rischio. Un quinto di loro dedica più di un'ora alla settimana all'informazione finanziaria (contro il 5% della popolazione generale); anche l'interesse per questi temi è elevato (39% contro 15,5%).

Non sono però "professionisti della finanza". Nel processo di investimento incontrano difficoltà non dissimili rispetto alla popolazione generale, anche se hanno **una maggiore consapevolezza dei propri limiti**. Meno del 6% compie da solo le proprie scelte di allocazione del risparmio, contro il 27% della popolazione generale; il 63,4% ritiene importante il professionista di riferimento (commercialista, avvocato, ecc.), a fronte del 24,6% del campione complessivo.

La situazione pandemica ha **raffreddato le attività delle imprese: emergono tuttavia alcuni segnali positivi**. Negli ultimi 2-3 anni il 42,1% ha destinato risorse alla ristrutturazione dei propri locali e strutture; il 44,6% ha ridotto i costi ricorrenti; più del 35,7% ha innovato il prodotto e il 39,6% ha accelerato la digitalizzazione, nonché la promozione (34,7%) e la vendita online (23%).

Sul fronte delle azioni programmate, le imprese si rendono conto che occorre **agire su leve specifiche in un mondo che è cambiato**. Dunque, le azioni difensive si riducono di oltre 10 punti, mentre gli assi portanti del rilancio saranno: digitalizzazione (39,6%); innovazione di prodotto (35,7%); promozione online (34,7%); nuove relazioni di partenariato (33,2%); investimento in formazione (31,2%).

## Il focus sui giovani

Nel 2022 la percentuale di giovani che possono contare su un **reddito da più che sufficiente ad appena sufficiente** è oltre l'80% in ogni macroarea italiana; solo il 6% dichiara però di disporre di un reddito più che sufficiente.

Sono particolarmente preoccupanti per i giovani le **spese** legali improvvise; quelle legate alla salute e alla cura di altre persone; quelle connesse a danni economici derivanti da problemi lavorativi. Non preoccupano invece le spese legate ai figli.

L'abitazione e l'alimentazione rappresentano le **principali voci di uscita**, seguite da quelle per connessione e tecnologia. Importanti anche le spese per il divertimento e il tempo libero, mentre quelle culturali e per la salute costituiscono voci marginali. In crescita, infine, le uscite per il benessere e la cura della persona, un settore in forte espansione.

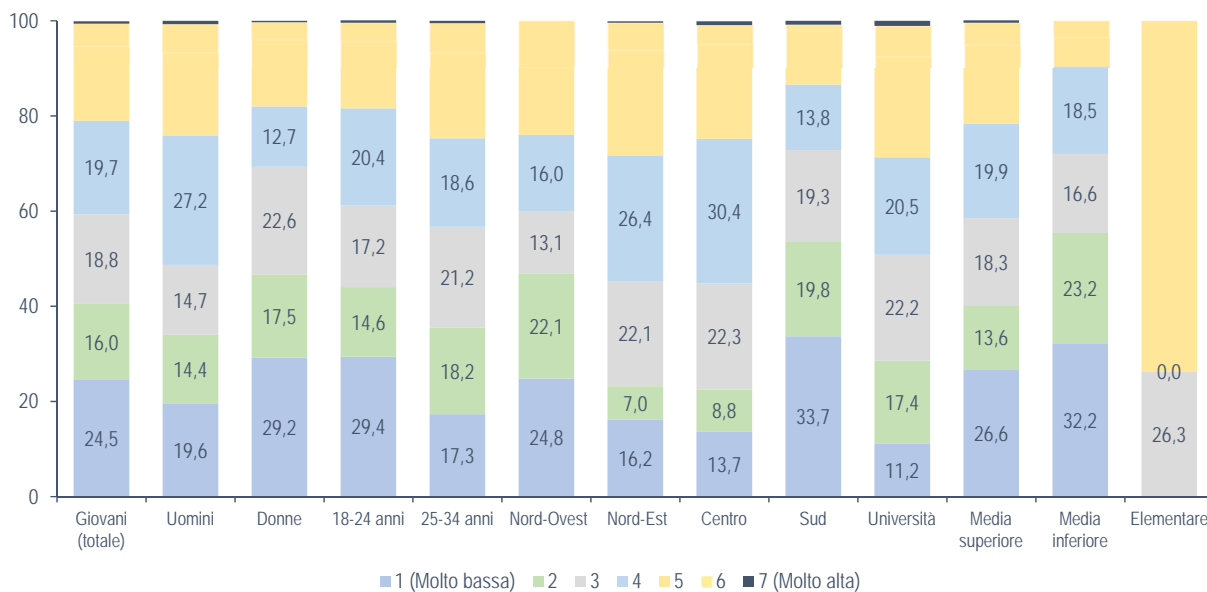
Più del 70% del campione-giovani ritiene **probabile un deterioramento della situazione economica e internazionale** nei prossimi 12-18 mesi, e circa la metà prevede un **aumento nella spesa dei consumi della famiglia e un peggioramento nella possibilità di risparmiare**.

Sui **temi pensionistici e previdenziali**, più della metà dei giovani pensa che percepirà in futuro una pensione netta tra i 600 e i 1.500 euro: troppo poco, considerando il crescente costo della vita. Tuttavia, circa nove su dieci non hanno sottoscritto un fondo pensione: le motivazioni principali sono la mancanza di risparmi da destinare alla pensione integrativa (57,4%) e l'essere troppo giovani per pensarci o avere altre priorità (37%).

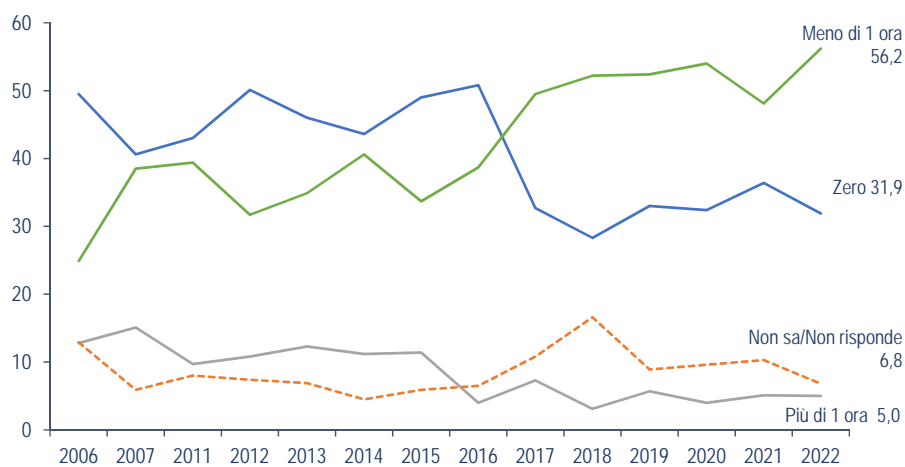
Con riferimento alla **casa** (che con il diritto allo studio costituisce una delle due priorità degli intervistati del focus), il 91,4% dei giovani che hanno in essere un mutuo lo ha contratto per la prima casa. Circa il 43% ha sottoscritto un mutuo per un importo approssimativamente tra il 60% e l'80% del valore dell'immobile. I giovani finora hanno preferito il mutuo a tasso fisso (45,5%) rispetto a quello a tasso variabile (36%).

Appare debole il livello di **alfabetizzazione finanziaria e assicurativa**. Solo il 2,3% degli intervistati si è detto molto interessato agli argomenti di informazione ed analisi finanziaria, mentre circa il 38% non è per niente interessato. I Millennial sono più attratti da questi temi rispetto alla Generazione Z, mentre geograficamente il disinteresse è massimo al Sud e l'interesse è massimo al Centro. Di media, però, i giovani dedicano solo 17 minuti a settimana ad informarsi su temi finanziari.

**FOCUS GIOVANI / «Come valterebbe la Sua competenza generale in materia finanziaria, su una scala da 1 a 7?»**  
(1 = molto bassa, 7 = molto alta; valori percentuali)



**Il tempo settimanale dedicato a informarsi sugli investimenti**  
(valori percentuali)



**Gli intervistati mostrano bassa propensione all'investimento e scarso interesse verso l'online trading**, principalmente a motivo dell'esiguità dei risparmi. Tra gli **investimenti "tradizionali"** preferiti emergono il mattone, i titoli di Stato e le obbligazioni, l'oro. Tra gli **investimenti alternativi** (in pochi sono interessati), le criptovalute, le start-up tecnologiche e gli investimenti tramite Intelligenza Artificiale sono più graditi agli uomini, mentre le donne sembrano preferire fondi etici e metalli preziosi.

I giovani si servono di **una sola banca** (67,4%) e in parte delle **Poste** (24,4%); solo una quota residuale ha rapporti con più banche (8,2%). Più del 65% si serve di **servizi digitali** quali l'internet banking e il mobile banking, con una percentuale di soddisfazione (corrispondente a chi si dichiara abbastanza o molto soddisfatto) oltre il 95%. Tuttavia, solo il 5,5% ha una banca esclusivamente online. Per **spese di piccolo importo**, nei negozi i giovani si servono principalmente del bancomat o del contante; risulta invece un utilizzo quasi nullo dei servizi di mobile o online payment. Fa riflettere che **la banca del futuro** sembri avere nei giovani molte delle caratteristiche della banca del passato, con parole d'ordine: fiducia e rapporto umano.

\*\*\*

### Intesa Sanpaolo

Intesa Sanpaolo è la principale Banca in Italia e una delle più solide e profittevoli banche europee. Offre servizi bancari commerciali, di corporate investment banking, gestione del risparmio, asset management e assicurativi. Il Gruppo Intesa Sanpaolo conta circa 13,5 milioni di clienti in Italia, serviti attraverso i suoi canali digitali e tradizionali, e 7,2 milioni di clienti all'estero, dove è presente con banche controllate operanti nel commercial banking in 12 Paesi in Europa centro-orientale, Medio Oriente e Nord Africa e con una rete internazionale specializzata nel supporto alla clientela corporate in 25 Paesi. Intesa Sanpaolo è riconosciuta come una delle banche più sostenibili al mondo. Per il Gruppo creare valore significa essere motore di crescita per la società e l'economia. In campo ambientale, ha creato un fondo di 6 miliardi di euro destinato all'economia circolare. Promuove progetti rilevanti di inclusione economica e riduzione della povertà, tra cui un fondo di impatto per 1,5 miliardi di euro di finanziamenti a categorie di soggetti con difficoltà di accesso al credito. Intesa Sanpaolo è fortemente impegnata in attività culturali proprie e in collaborazione con altri soggetti in Italia e all'estero, incluse esposizioni permanenti e temporanee del suo vasto patrimonio artistico presso le Gallerie d'Italia, i musei del Gruppo a Milano, Napoli, Vicenza e prossimamente Torino.

Sito internet: [group.intesasanpaolo.com](http://group.intesasanpaolo.com) | News: <https://group.intesasanpaolo.com/it/sala-stampa/news> | Twitter: [@intesasanpaolo](https://twitter.com/intesasanpaolo) | Facebook: [@intesasanpaolo](https://facebook.com/intesasanpaolo) | LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/intesa-sanpaolo> | Instagram: [@intesasanpaolo](https://instagram.com/intesasanpaolo)

### Informazioni per la stampa

#### Intesa Sanpaolo

Media Relations, Corporate & Investment Banking and Governance Areas

[stampa@intesasanpaolo.com](mailto:stampa@intesasanpaolo.com)

<https://group.intesasanpaolo.com/it/sala-stampa/news>