

13 maggio 2015

**SPECIALE COMMUNITY**

**Gli italiani e il risparmio**

**Servizi Bancari ed Home Banking**



[www.euromediaresearch.it](http://www.euromediaresearch.it)



[Facebook.com/EuromediaResearch](https://www.facebook.com/EuromediaResearch)



[Twitter.com/EuromediaR](https://twitter.com/EuromediaR)

# SPECIALE COMMUNITY

## Gli italiani e il risparmio



*Dati Euromedia Research – Realizzato tra l'8 e l'11 maggio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 800 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne*

Copyright © 2015 Ghial Media S.r.l. Tutti i diritti riservati.

nr. 28 del 13 maggio 2015

**EUROWeek**  
NEWS

*Parlando di risparmio, secondo Lei...*

...è bene risparmiare, ma senza troppe rinunce

**61,1%**

...è bene risparmiare quanto più possibile

**36,5%**

...è bene consumare ciò che si ha, godendosi la vita

**1,6%**

Non dichiara: 0,8%

**Maggior propensione al risparmio per gli Over 65**

Il **44,4%** dichiara che  
**“è bene risparmiare quanto più possibile”**

Dati Euromedia Research – Realizzato tra l'8 e l'11 maggio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 800 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne

La gestione del Suo denaro è legata principalmente a...

...affrontare le spese quotidiane **51,8%**

...risparmiare denaro per obiettivi specifici  
(es. acquisto abbigliamento, moto/auto, elettronica, ecc.) **23,6%**

...accumulare denaro senza specifiche  
necessità **11,1%**

...investire per aumentare la mia disponibilità  
economica **10,9%**

Altro: 0,1%

Non dichiara: 2,5%

**Il 28,1%** degli adulti tra 24 e 44 anni  
risparmia denaro per obiettivi specifici

Tra i giovani nella fascia 18-24 anni,  
**il 16,1%** accumula denaro senza  
specifiche necessità

Dati Euromedia Research – Realizzato tra l'8 e l'11 maggio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 800 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne

# SPECIALE COMMUNITY

## Servizi Bancari e Home Banking



*Dati Euromedia Research – Realizzato tra l'8 e l'11 maggio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 800 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne*

Copyright © 2015 Ghial Media S.r.l. Tutti i diritti riservati.

nr. 28 del 13 maggio 2015

**EUROWeek**  
NEWS

*Se dovesse oggi scegliere una banca, quali aspetti Lei riterrebbe più importanti?*

**Gli aspetti inerenti l'offerta** **61,5%**  
*(c/c, carte prepagate, buoni, polizze, costi, interessi...)*

**Gli aspetti inerenti l'immagine e il  
posizionamento** **18,8%**  
*(fiducia, trasparenza, affidabilità, notorietà, familiarità,...)*

**Gli aspetti inerenti il servizio** **11,2%**  
*(orari di apertura, capillarità, tempi di attesa, accessibilità,...)*

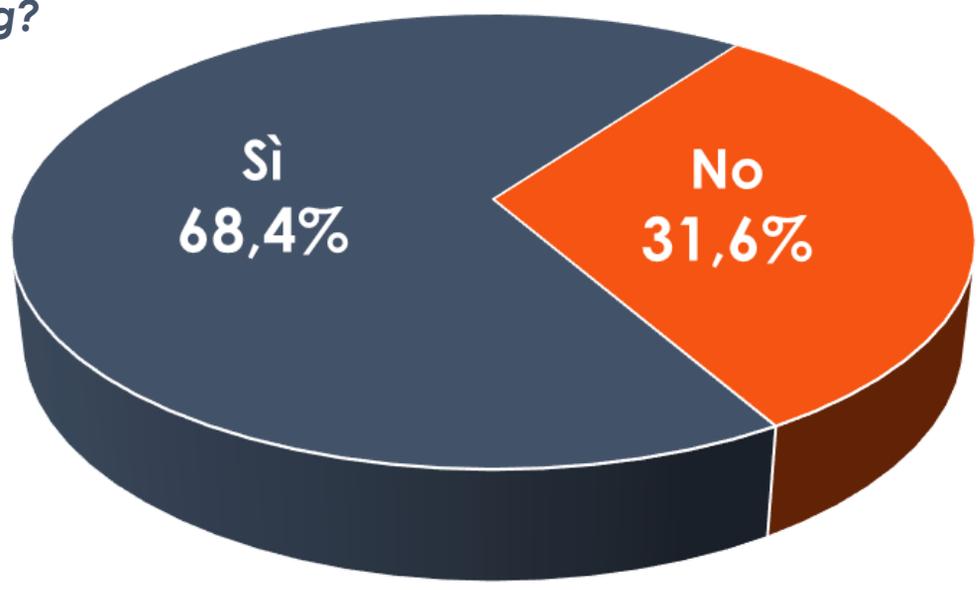
Altro: 1,7%

Non dichiara: 6,8%

**Il 29,6%** degli **Over 65** pone attenzione agli  
aspetti inerenti **l'immagine e il  
posizionamento**

Dati Euromedia Research – Realizzato tra l'8 e l'11 maggio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 800 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne

*Lei utilizza i servizi di home banking?*



*...per fasce d'età*

	18-24 anni	25-44 anni	45-64 anni	Over 65
<b>Sì</b>	67,9%	<b>74,6%</b>	69,6%	59,3%
<b>No</b>	32,1%	25,4%	30,4%	<b>40,7%</b>

*Dati Euromedia Research – Realizzato tra l'8 e l'11 maggio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 800 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne*

*Per quale motivo NON utilizza i servizi di home banking?\**

**Preferisco il contatto umano 39,9%**

**Non mi fido di internet 32,2%**

**Non ho un conto corrente bancario 21,4%**

**Non sono in grado di utilizzarlo 3,0%**

**La mia banca non offre questo servizio 2,0%**

Altro: 1,5%

**\*Base Rispondenti: Coloro che hanno dichiarato di NON utilizzare i servizi di home banking – pari al 31,6% del campione**

*Dati Euromedia Research – Realizzato tra l'8 e l'11 maggio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 800 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne*

**Per quale motivo NON utilizza i servizi di home banking?**

*...per fasce d'età*

	18-24 anni B.R.: 32,1%	25-44 anni B.R.: 25,4%	45-64 anni B.R.: 30,4%	Over 65 B.R.: 40,7%
Preferisco il contatto umano	27,8%	45,9%	42,0%	36,4%
Non mi fido di internet	11,1%	19,7%	34,8%	45,4%
Non ho un c/c bancario	50,0%	27,9%	11,6%	18,2%
Non sono in grado di utilizzarlo	11,1%	2,5%	4,3%	-
La mia banca non offre questo servizio	-	2,5%	4,3%	-
Altro	-	1,5%	3,0%	-

*Dati Euromedia Research – Realizzato tra l'8 e l'11 maggio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 800 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne*



**EUROMEDIA<sup>®</sup>  
RESEARCH**

[www.euromediaresearch.it](http://www.euromediaresearch.it)



[Facebook.com/EuromediaResearch](https://www.facebook.com/EuromediaResearch)

[Twitter.com/EuromediaR](https://twitter.com/EuromediaR)



[info@euromediaresearch.it](mailto:info@euromediaresearch.it)

Iscriviti alla nostra Community per  
partecipare ai nuovi sondaggi  
[www.euromediaresearch.it/registrati](http://www.euromediaresearch.it/registrati)