

L'APPROCCIO DEGLI ITALIANI ALLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

Report di ricerca per

sopra  steria
next

Settembre 2024



Obiettivi e metodologia

L'obiettivo centrale dello studio è stato approfondire il punto di vista della popolazione italiana in merito a specifici ambiti del processo di digitalizzazione:

- Pubblica Amministrazione
- Settore finanziario
- E-commerce

... in termini di:

- Esperienze attuali
- Attese per il futuro
- Ruolo dell'Intelligenza Artificiale



CAMPIONE

1.200 interviste a popolazione italiana di età compresa tra i **18 e i 75 anni** di età *



METODOLOGIA

Interviste **online** (CAWI)



RILEVAZIONE

29 Aprile - 7 Maggio 2024

* Attualmente sono 43.290.043 gli italiani tra i 18 e i 75 anni di età
Fonte: Istat

Nota metodologica

Ciascun rispondente ha valutato due dei tre ambiti di indagine, selezionati in maniera randomica al fine di ridurre la durata dell'intervista pur garantendo una base di rispondenti robusta



**PUBBLICA
AMMINISTRAZIONE**

800 casi



**SETTORE
FINANZIARIO**

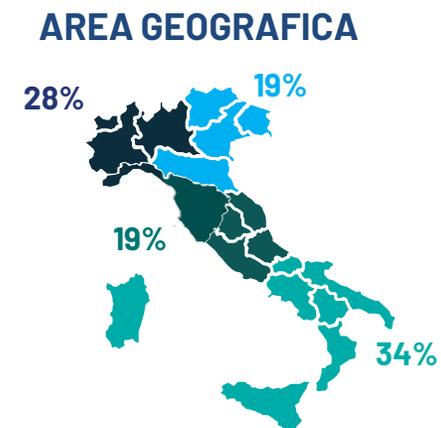
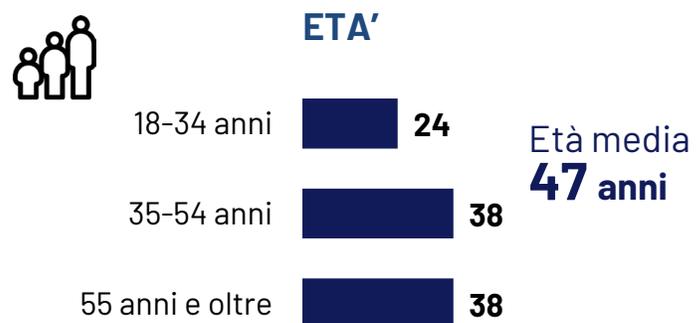
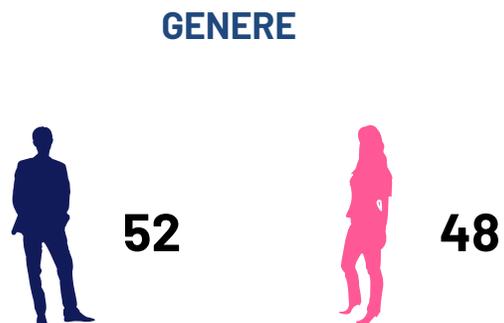
800 casi



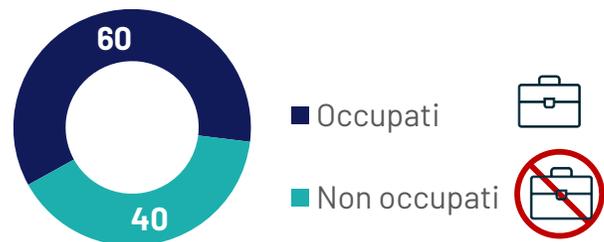
E-COMMERCE

800 casi

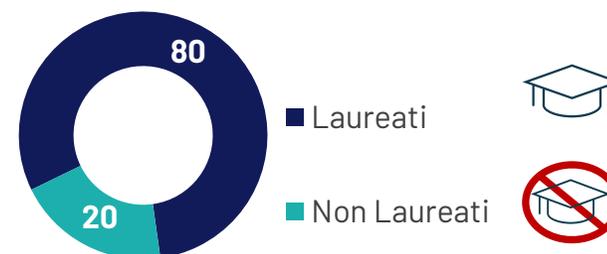
Le caratteristiche socio demografiche del campione



STATO OCCUPAZIONALE

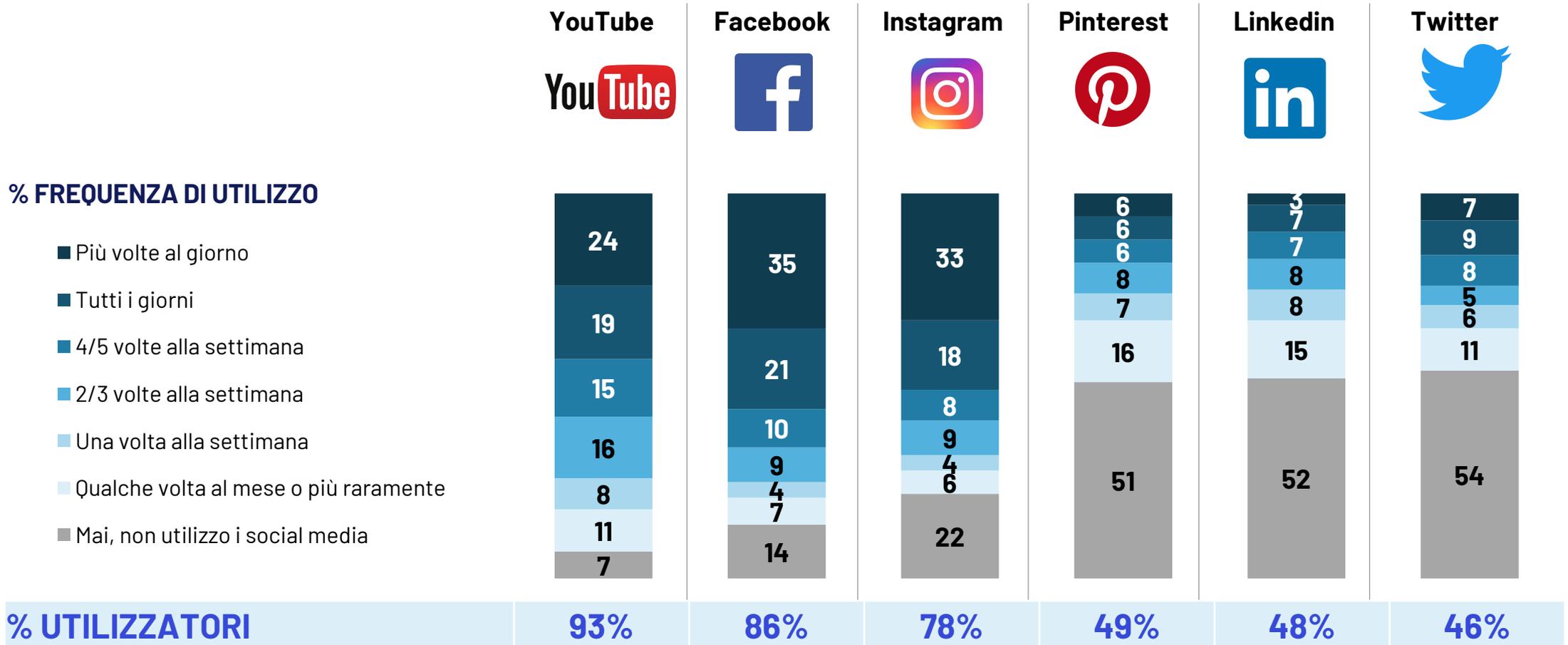


LIVELLO DI ISTRUZIONE



L'utilizzo dei social network

F7. Con che frequenza utilizza i social network...



INDICE DEI CONTENUTI

1

Identikit degli italiani:
atteggiamento vs
l'IA

2

Il ruolo dell'IA nel
processo di
trasformazione
digitale

3

La digitalizzazione
della PA: i servizi al
cittadino

4

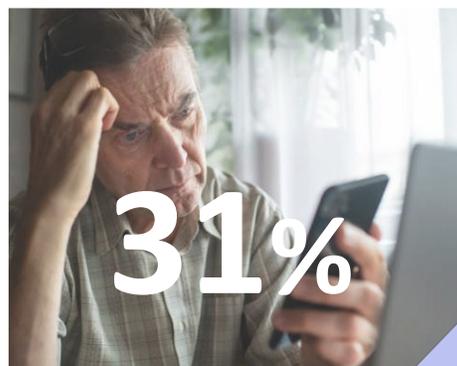
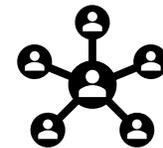
La digitalizzazione
dei servizi erogati
dal settore
finanziario

5

I servizi digitali per
gli acquisti online

IDENTIKIT DEGLI ITALIANI: ATTEGGIAMENTO VS L'IA

5 Gruppi di rispondenti



TRADIZIONALISTI SCETTICI

Persone di età avanzata (over 55) con un approccio tradizionale verso le tecnologie innovative, mostrano scetticismo verso l'IA e le sue implicazioni

SOCIAL DUBBIOSI

Di età intermedia (35-54), molto presenti e attivi sui canali social, sono titubanti nei confronti dell'IA e in attesa di comprenderne l'impatto sulla loro vita

NATIVI DIGITALI PRUDENTI

Prevalentemente giovani (più di uno su due 18-34), cresciuti nell'era digitale, cauti nei confronti delle nuove tecnologie, presentano preoccupazioni sull'uso dell'IA

TECH ATTIVI

Età allineata alla media degli italiani, utilizzano internet e i social in modo massivo, mostrano interesse e curiosità per l'IA e le sue applicazioni

PIONIERI DIGITALI

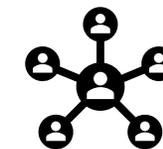
Prevalentemente giovani (meno dei nativi digitali), inclini a provare nuove tecnologie, mostrano ottimismo e fiducia nel progresso dell'IA e nella sperimentazione di servizi digitali innovativi

Il profilo socio-demografico dei cluster 1/2



		TOTALE	TRADIZIONALISTI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
CLASSI DI ETA'	18-34 anni	24	5	23	55	26	47
	35-54 anni	38	34	48	23	37	32
	55-75 anni	38	61	29	22	37	21
GENERE	Uomo	52	58	48	52	59	43
	Donna	48	42	52	48	41	57
MACRO AREA GEOGRAFICA	Nord Ovest	28	29	31	21	25	22
	Nord Est	19	20	22	14	13	13
	Centro	19	18	14	28	28	24
	Sud e Isole	34	33	33	37	34	41
DIMENSIONE DEL COMUNE DI RESIDENZA (per numero di abitanti)	meno di 10.000	33	32	33	37	31	33
	10.000-30.000	23	23	23	18	25	23
	30.000-100.000	20	20	19	20	21	23
	100.000-250.000	9	9	10	6	8	10
	oltre 250.000	15	16	15	19	15	11

Il profilo socio-demografico dei cluster 2/2



		TOTALE	TRADIZIONALISTI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
TITOLO DI STUDIO	Alto	20	19	21	19	18	20
	Basso	80	81	79	81	82	80
CONDIZIONE OCCUPAZIONALE	OCCUPATO	60	56	61	61	65	60
	Lavoratore a tempo pieno	39	36	42	41	44	37
	Lavoratore part-time	11	9	9	15	13	12
	Libero professionista/Lavoratore in proprio	10	11	10	5	8	11
	NON OCCUPATO	40	44	39	39	35	40
	<i>Pensionato</i>	13	23	10	3	10	7
	<i>Disoccupato</i>	10	7	12	3	10	11
	<i>Casalingo/a</i>	9	13	8	8	9	8
<i>Studente</i>	8	1	9	25	6	14	

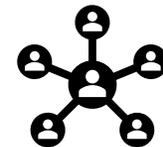
Le attività svolte online sono ben diversificate tra i 5 gruppi

F5 Quali delle seguenti azioni/attività le capita di svolgere più frequentemente via internet?

	TOTALE	TRADIZIONALISTI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
Utilizzare motori di ricerca	62	70	66	33	68	48
Utilizzare l'e-mail per motivi personali	61	70	68	31	65	39
Utilizzare social network	58	44	70	41	72	56
Comunicare con amici, parenti	56	57	60	35	69	44
Consultare i miei dati bancari	53	59	57	27	54	46
Visitare siti di informazione per leggere il giornale	44	49	43	23	59	36
Utilizzare l'e-mail per motivi di lavoro	39	36	44	27	48	31
Lavorare da casa	20	18	18	11	25	30
Accedere a servizi di telemedicina	14	11	11	26	21	21
Fare trading on-line	11	10	8	10	10	21
Numero medio di attività svolte online	4	4	4	3	5	4



L'apertura verso la tecnologia è trasversale. Si avverte il bisogno di tenere il passo perché abilita la semplificazione



F6 Quali delle seguenti affermazioni si adattano meglio per descrivere i suoi atteggiamenti e comportamenti?

	TOTALE	TRADIZIONALISTI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
Sono molto aperto/a verso le novità , innovazioni tecnologiche perchè semplificano la vita	46	45	48	33	49	48
Cerco di tenermi sempre aggiornato/a nel campo dell'innovazione tecnologica	43	43	46	31	45	39
Sono una persona curiosa , appena e possibile sperimento nuovi prodotti o servizi digitali	37	30	40	28	46	40
Voglio usare sempre più spesso servizi digitali innovativi	28	20	29	24	39	37
Credo nel progresso : quando sul mercato esce un nuovo prodotto/servizio, sento il bisogno di provarlo	25	18	25	33	26	37
Sono una persona che pensa più al futuro che alla vita attuale	21	15	22	26	20	27
Ho una grande fiducia nel futuro	20	20	17	15	26	23

IL RUOLO DELL'INTELLIGENZA ARITIFICIALE NEL PROCESSO DI TRASFORMAZIONE DIGITALE



Il 'valore' della trasformazione digitale è ampiamente riconosciuto, così come l'impegno del Paese in questa direzione

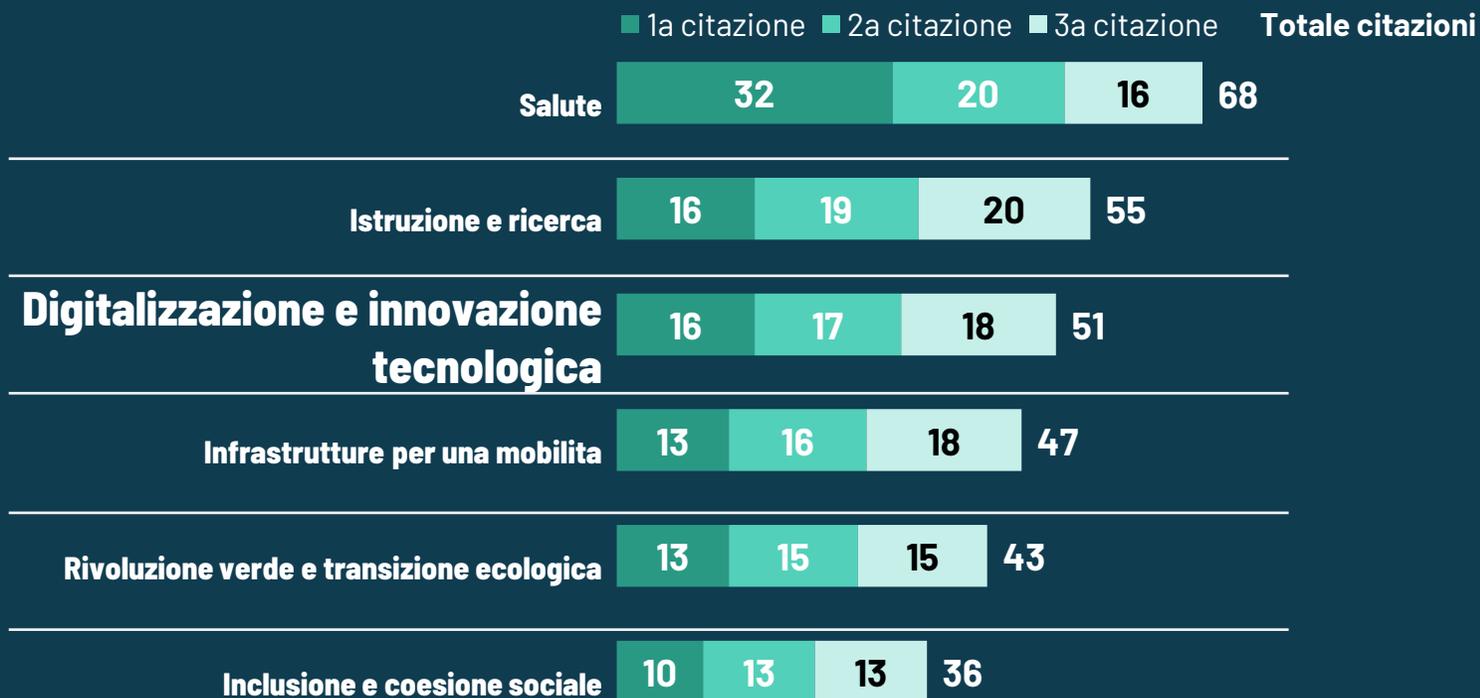
Q2. Secondo lei, quale delle seguenti affermazioni si adatta meglio nel descrivere il livello di impegno per la trasformazione e digitale in Italia?



		TRADIZIONA LISTI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
Ha assunto sempre maggiore importanza rispetto ad altri aspetti , sono destinate sempre più risorse finanziarie	43	35	38	53	54	57
È importante ma al pari di altri aspetti	47	50	52	41	37	37
È di secondaria importanza rispetto ad altri aspetti , le risorse finanziarie sono maggiormente investite in altri ambiti	10	15	10	6	9	6

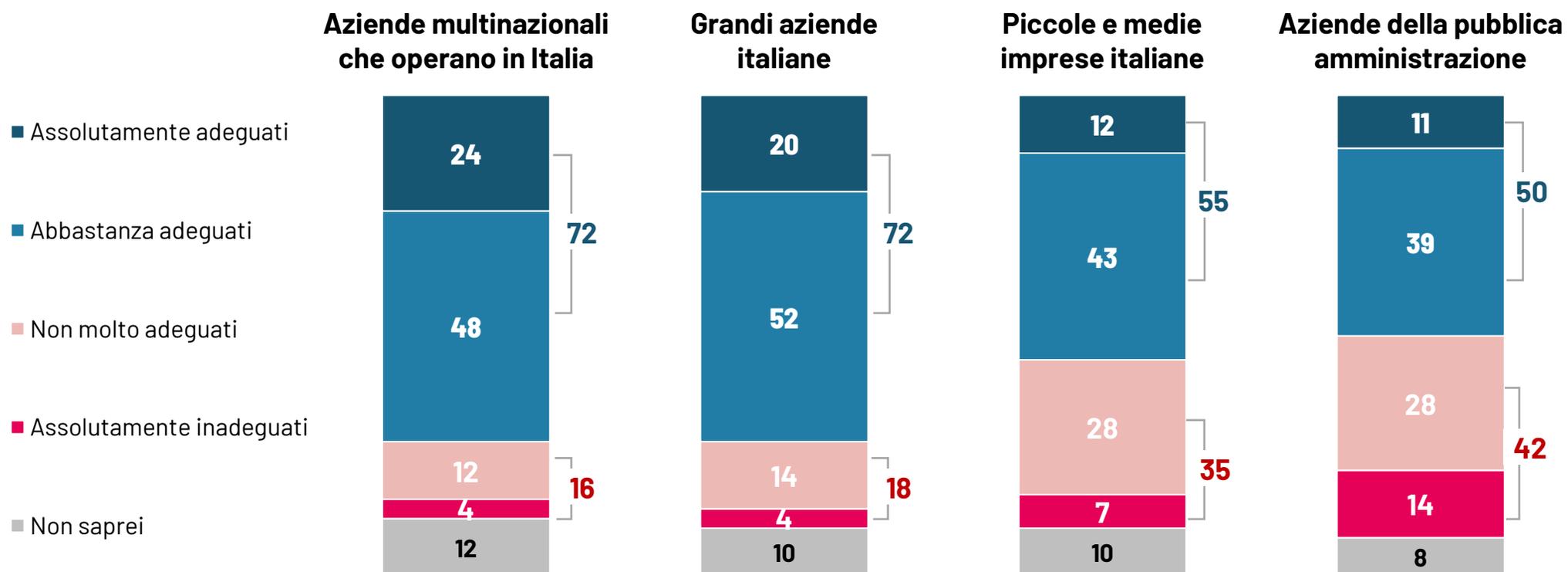
Per un italiano su due la digitalizzazione è terza per importanza tra le priorità del nostro Governo

Q4_1 Secondo lei, quali dei seguenti ambiti sono prioritari per l'attuale Governo? Indichi i primi 3 in ordine di importanza.



Risulta un evidente ranking delle aziende nel processo di trasformazione digitale: la PA risulta penalizzata da giudizi più critici

Q3. Come valuta le **strategie e l'operato** attuati nel processo di trasformazione digitale delle...



La digitalizzazione ha semplificato soprattutto la gestione dei pagamenti e l'accesso all'informazione

Q4 E pensando agli ultimi 3 anni, quali tra i seguenti ambiti della vita delle persone ritiene siano migliorati grazie all'introduzione dei nuovi strumenti e servizi digitali?



Il processo di digitalizzazione è abbastanza pervasivo, avendo migliorato **mediamente 4 ambiti** della vita privata



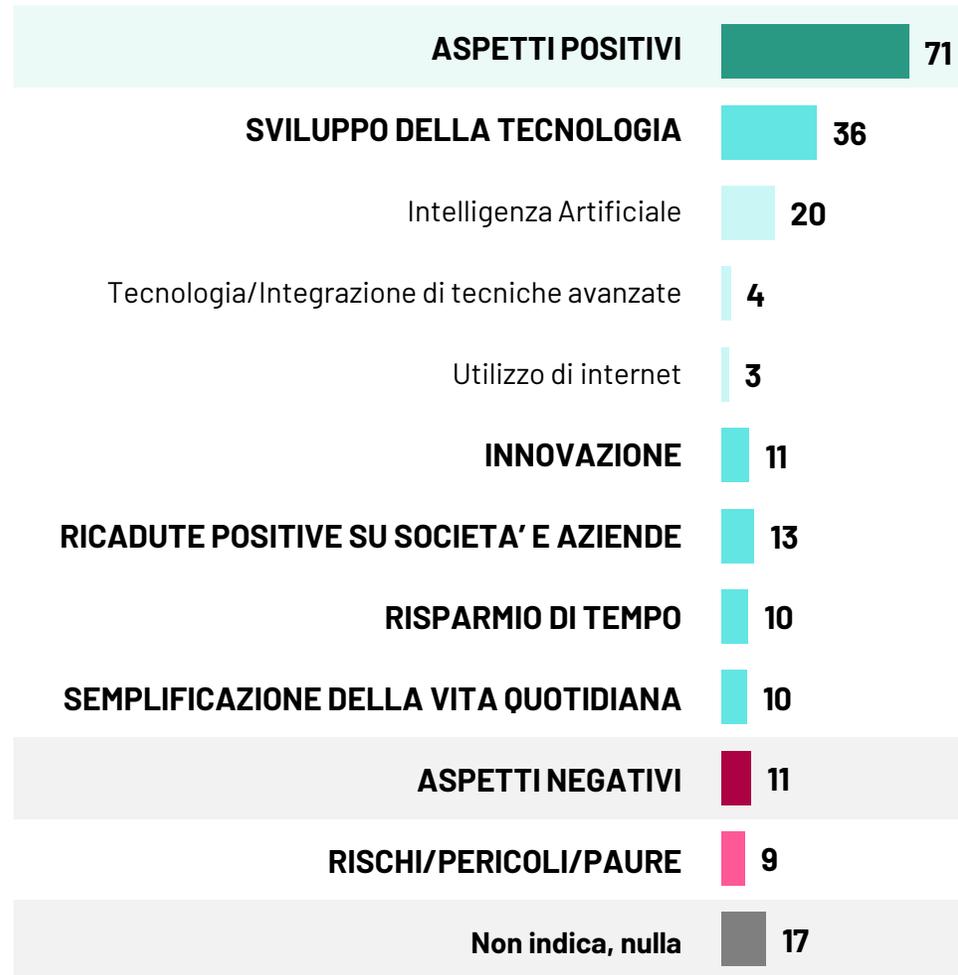
Comunicazione, sicurezza pubblica, work-life balance, salute sono gli ambiti di semplificazione trasversalmente riconosciuti seppur non prioritari

Q4 E pensando agli ultimi 3 anni, quali tra i seguenti ambiti della vita delle persone ritiene siano migliorati grazie all'introduzione dei nuovi strumenti e servizi digitali?

		TRADIZIONALISTI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
Gestione dei pagamenti	50	52	56	29	56	41
Accesso all' informazione	46	50	46	29	55	40
Shopping / esperienza di acquisto	38	39	38	28	54	33
Comunicazione con gli altri	36	37	37	25	35	37
Domotica , automazione in ambito domestico	29	28	31	23	35	23
Gestione delle proprie finanze	28	27	27	22	36	33
Divertimento/ Intrattenimento	26	22	29	21	29	30
Sicurezza pubblica	26	27	24	27	24	29
Equilibrio tra vita privata-lavorativa	25	28	23	25	26	24
Gestione della salute	24	27	22	23	28	23
Gestione dei propri spostamenti	24	23	23	18	30	25
Efficienza sul posto di lavoro	23	26	19	17	24	27
Formazione e sviluppo delle competenze	22	21	22	14	25	30
Sicurezza dei dati personali	20	20	18	17	27	26

La trasformazione digitale porta ad associazioni prevalentemente positive con un evidente richiamo dell'Intelligenza Artificiale

Q1 Pensando al processo di trasformazione digitale, qual è il primo aspetto che le viene in mente? (Domanda a risposta spontanea)*



*Inclusi item con valori >2%

TECNOLOGIA

L'introduzione dell'intelligenza artificiale nella nostra vita

INNOVAZIONE/ TECNOLOGIA

[...] la trasformazione digitale non riguarda solo l'adozione di nuove tecnologie, ma implica anche un cambiamento culturale e organizzativo.

RISCHI, PERICOLI PAURE

Sarà complicato per chi non ha determinate competenze in ambito digitale.

La mia paura riguarda l'intelligenza artificiale e il rischio di un appiattimento delle conoscenze. Come evitare che in una classe scolastica si dia un tema da svolgere e vengano fuori 25 temi tutti uguali fatti con chat GPT?

Ci sono rischi per la privacy e le cyber truffe

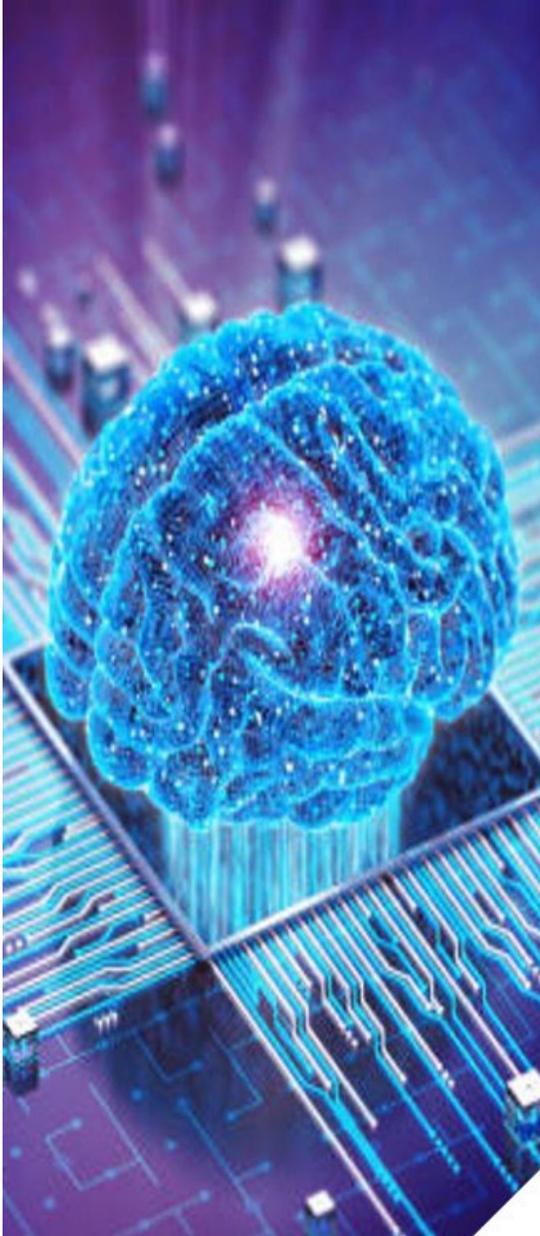
RICADUTE POSITIVE SU SOCIETA' E AZIENDE

La trasformazione digitale impatta sulle imprese e sull'organizzazione del lavoro. Le aziende devono rivedere i loro modelli di business, i processi operativi e la catena del valore per sfruttare al meglio le nuove tecnologie e soddisfare le aspettative dei clienti sempre più digitali

INTERNET

[...] Internet è ormai fondamentale per ogni principio di trasformazione





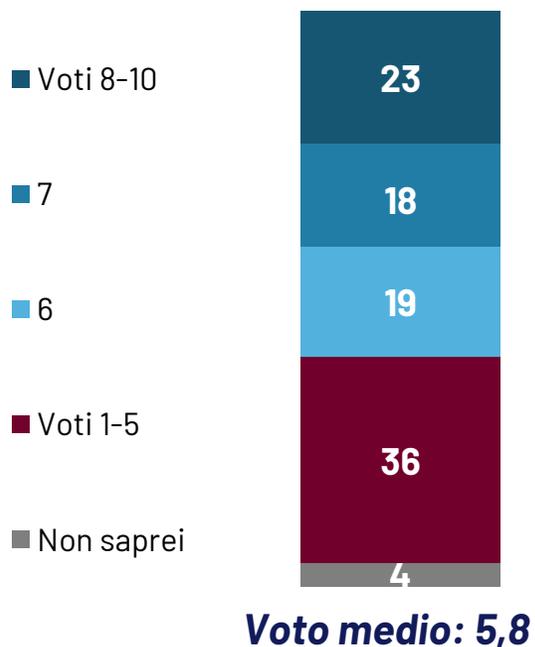
Anche tra i Tech attivi e i Pionieri digitali uno su due fa fatica a mettere a fuoco gli effetti dell'IA

Q5. Riguardo all'uso dell'Intelligenza Artificiale, Lei direbbe di...

		TRADIZIONALISTI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
ATTEGGIAMENTO POSITIVO	35	28	31	31	51	49
Essere attratto/a e curioso/a	27	23	24	25	37	35
Essere entusiasta	8	5	7	6	14	15
Essere neutrale, non avere ancora un'idea precisa	21	26	20	30	16	16
ATTEGGIAMENTO NEGATIVO/ ATTENDISTA	44	46	49	39	33	35
Essere in attesa degli sviluppi futuri e delle conseguenze sulla vita delle persone	28	24	32	29	24	26
Essere diffidente e preoccupato/a per le possibili implicazioni	16	22	17	10	9	9

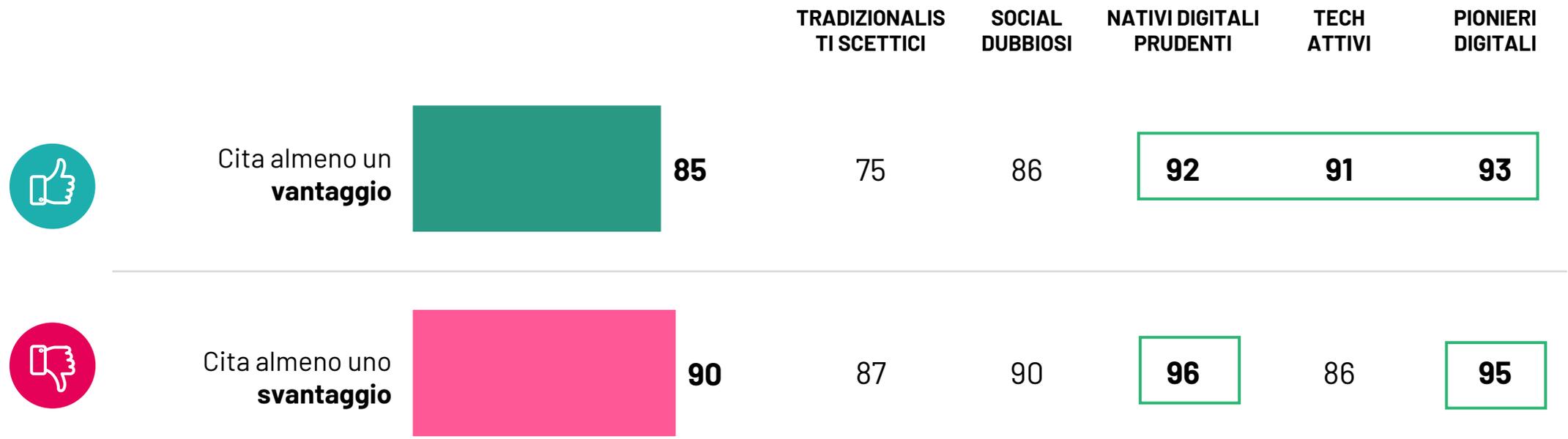
La fiducia nei confronti dell'IA si aggira intorno alla sufficienza, più elevata tra i Pionieri digitali

Q6. In generale, qual è il suo **livello di fiducia verso l'Intelligenza Artificiale?**



	TRADIZIONALISTI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
Voti 8-10	17	19	21	29	43
Voto 7	15	19	18	21	16
Voto 6	19	19	28	21	16
Voti 1-5	45	38	33	26	23
Non saprei	4	5	-	3	2
Voto medio	5,3	5,7	6,0	6,4	6,9

Vantaggi e svantaggi dell'IA: un bilancio ancora da definire

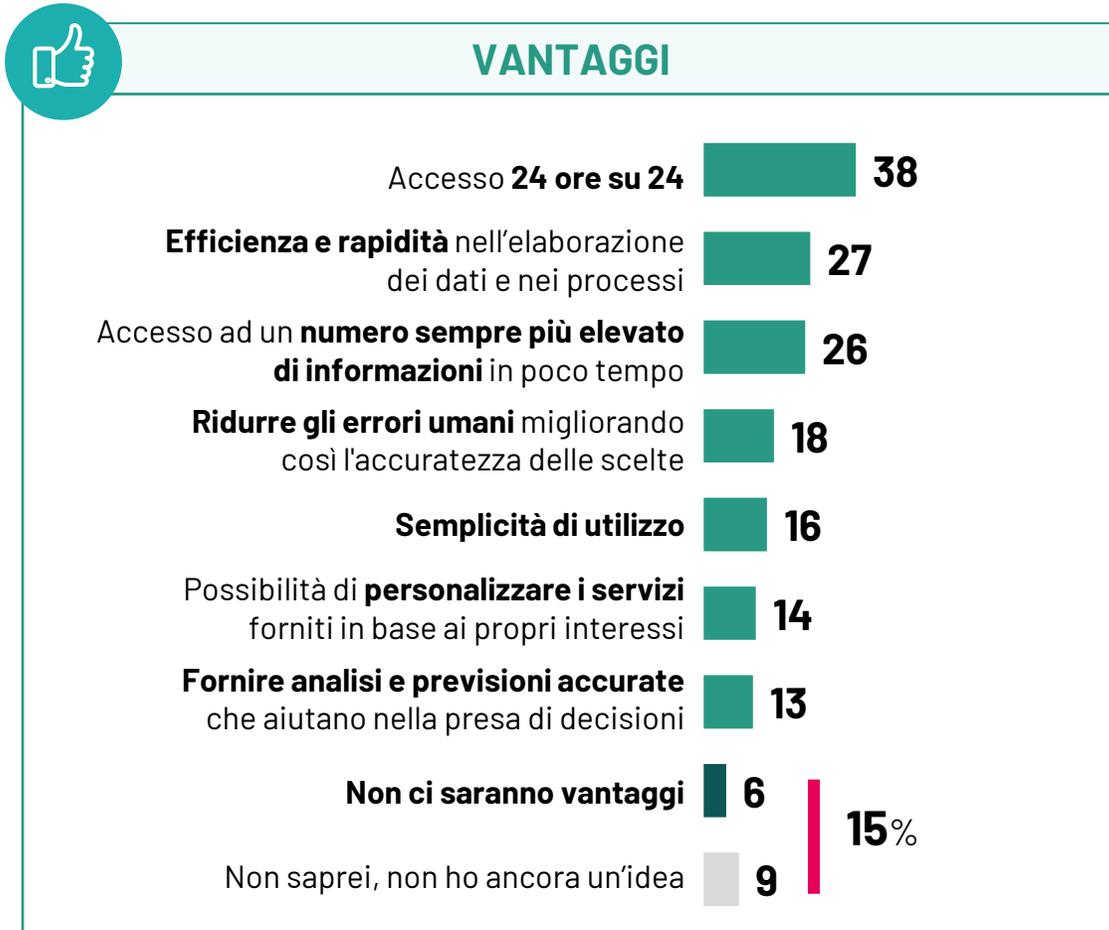


F2. A suo parere, quali sono i vantaggi derivanti dall'utilizzo dell'IA?

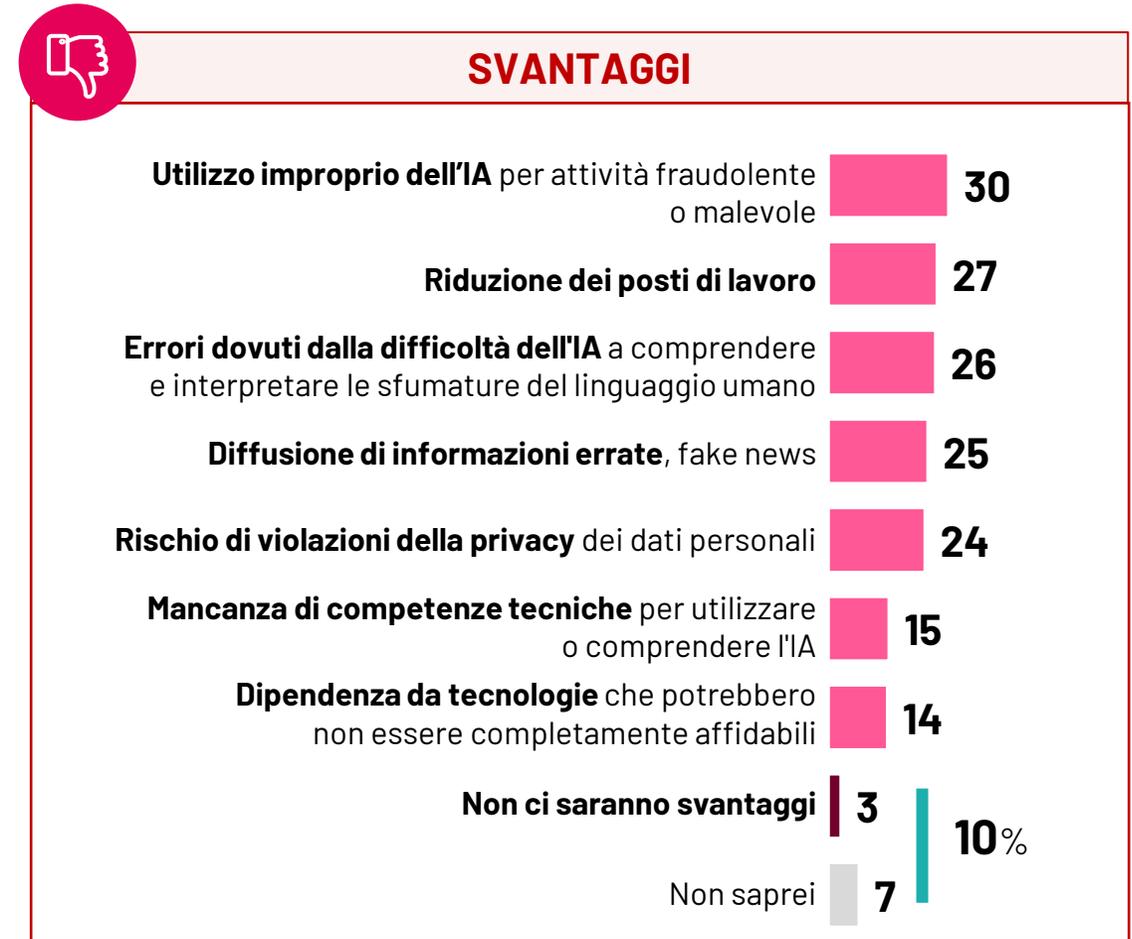
F3. E quali sono invece gli svantaggi nell'utilizzo dell'IA?

Vantaggi e svantaggi dell'IA: accessibilità vs utilizzo improprio

F2. A suo parere, quali sono i vantaggi derivanti dall'utilizzo dell'IA?

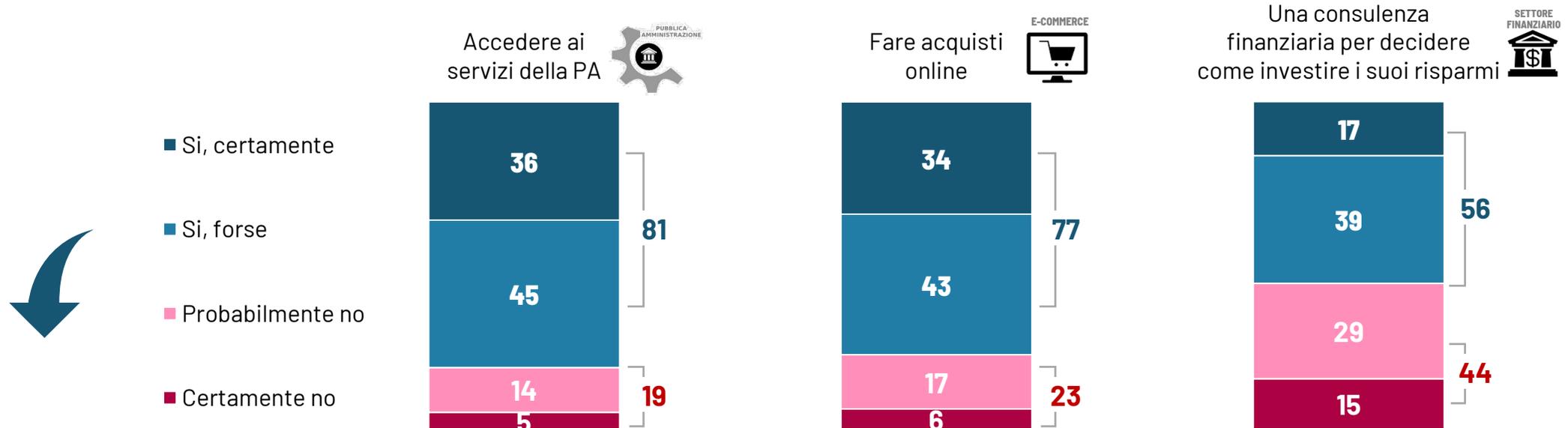


F3. E quali sono invece gli svantaggi nell'utilizzo dell'IA?



La gestione del risparmio pone qualche dubbio in più sull'uso di servizi basati sull'IA

F1 Quanto sarebbe **propenso ad utilizzare servizi digitali** supportati dall'Intelligenza Artificiale per ...?



% di **Si certamente**

TRADIZIONALISTI SCETTICI	34	30	9
SOCIAL DUBBIOSI	34	32	15
NATIVI DIGITALI PRUDENTI	24	23	11
TECH ATTIVI	47	46	22
PIONIERI DIGITALI	43	47	36

1

Gli italiani sono **consapevoli dell'importanza della transizione digitale**, tanto da ritenere che sia **una delle priorità** per il Governo, che sta dimostrando un crescente impegno su questo fronte

2

La digitalizzazione ha certamente portato una ventata di semplificazione delle incombenze quotidiane toccando vari aspetti e ambiti, in particolare la **gestione dei pagamenti** e l'**accesso all'informazione**, ma anche **l'e-commerce** e la **comunicazione**

3

Nonostante l'immediata e ormai abbastanza **diffusa associazione tra trasformazione digitale e Intelligenza Artificiale**, anche tra i più «propensi» permane una certa difficoltà nel definirne, oggi, gli effetti concreti.

La **fiducia nell'IA è da costruire e consolidare**. Persistono preoccupazioni riguardanti la sicurezza, affidabilità e le ripercussioni sul mondo del lavoro

4

Gli italiani sembrano più inclini ad accettare l'uso dell'Intelligenza Artificiale per **accedere ai servizi pubblici** e per fare **shopping online**.

Al contrario, **l'uso dell'IA per la gestione del risparmio genera più dubbi**, indicando una tendenza alla prudenza quando si tratta di implementare tecnologie digitali nell'ambito delle finanze personali

LA DIGITALIZZAIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: I SERVIZI AL CITTADINO



Il possesso dei servizi digitali più basilari della PA è ormai diffuso

C1 Lei o qualcuno della sua famiglia possiede ...

spod
Sistema Pubblico di Identità Digitale

82%

**Cie
ID**

91%

Attualmente sono circa **39 milioni gli italiani in possesso della CIE** e circa **36 milioni hanno abilitato lo SPID**

Source: Osservatorio Digital Identity della School of Management del Politecnico di Milano

Lo SPID è il servizio più utilizzato, anche in termini di frequenza

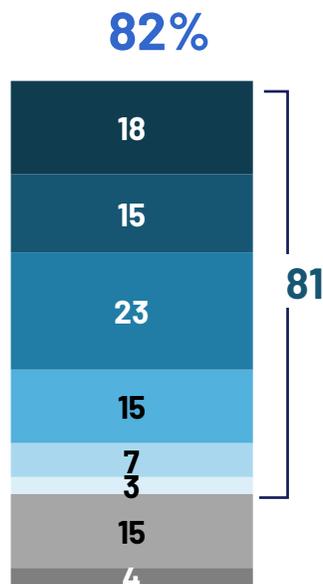
C2 E pensando agli ultimi 12 mesi, con quale **frequenza** le è capitato di utilizzare...



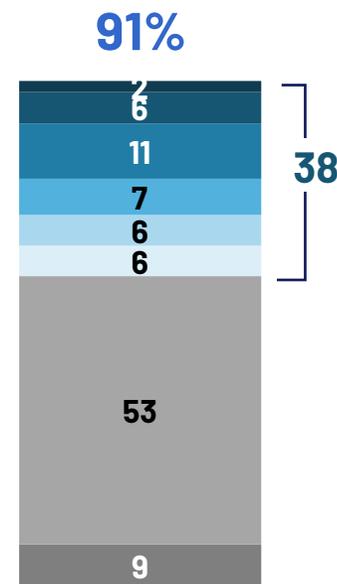
% POSSESSORI

- Almeno una volta la settimana
- Circa una volta ogni 2-3 settimane
- Circa una volta al mese
- Una volta ogni 2 o 3 mesi
- Una volta ogni 4 o 6 mesi
- Una volta in 12 mesi
- In passato sì, ma non nell'ultimo anno
- Mai

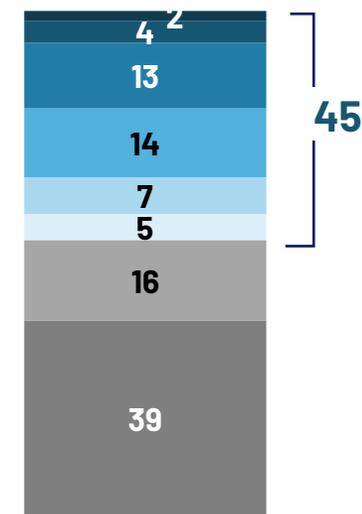
Utilizzo medio annuo (n.volte)



17



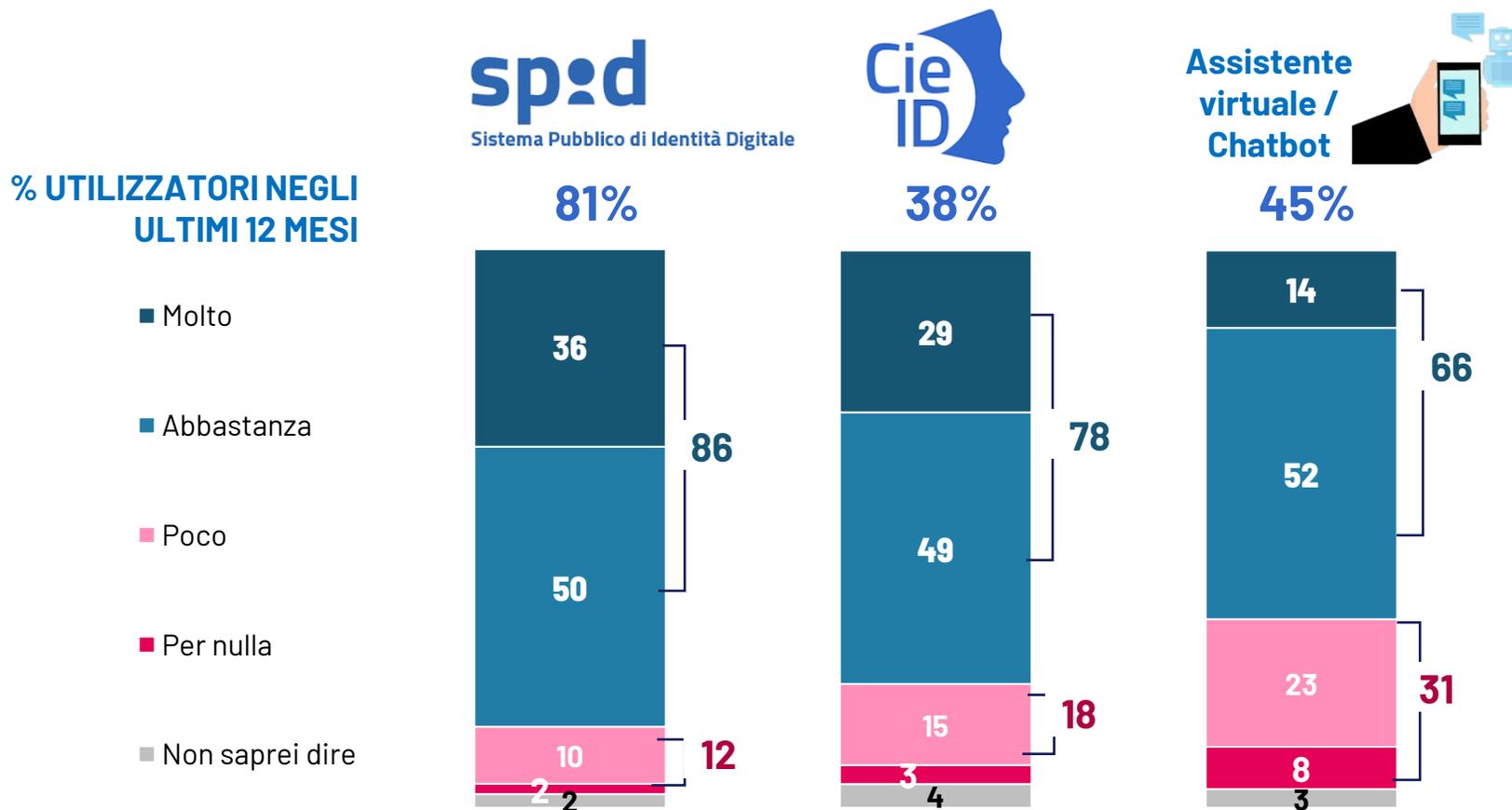
4



4

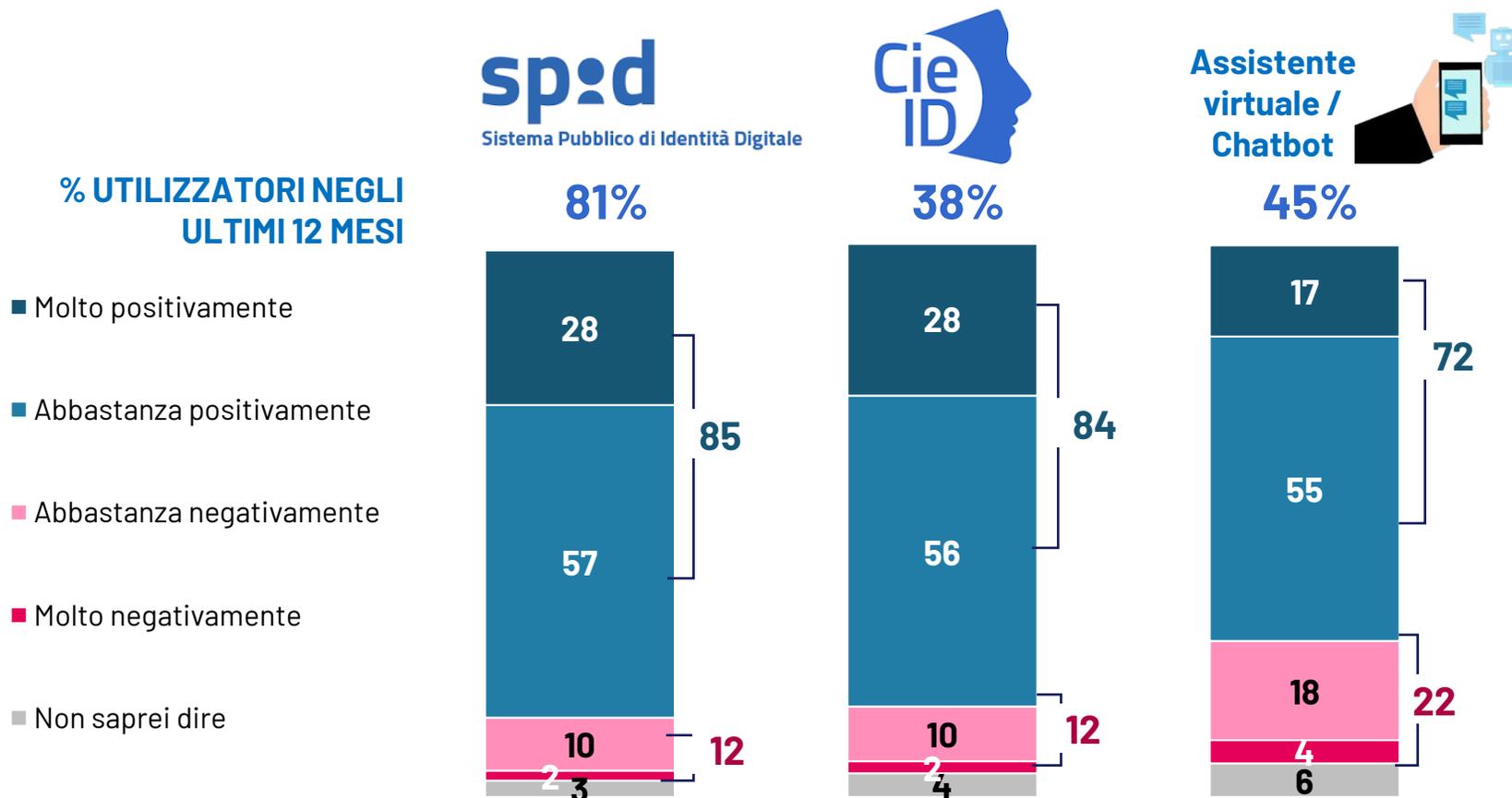
Poco più di un italiano su tre ritiene di avere competenze adeguate per utilizzare lo SPID in autonomia, meno per CIE e ancor meno Chatbot

C4 In che misura ritiene che le sue **competenze siano adeguate** a utilizzare in autonomia i seguenti servizi digitali offerti dalla Pubblica Amministrazione?



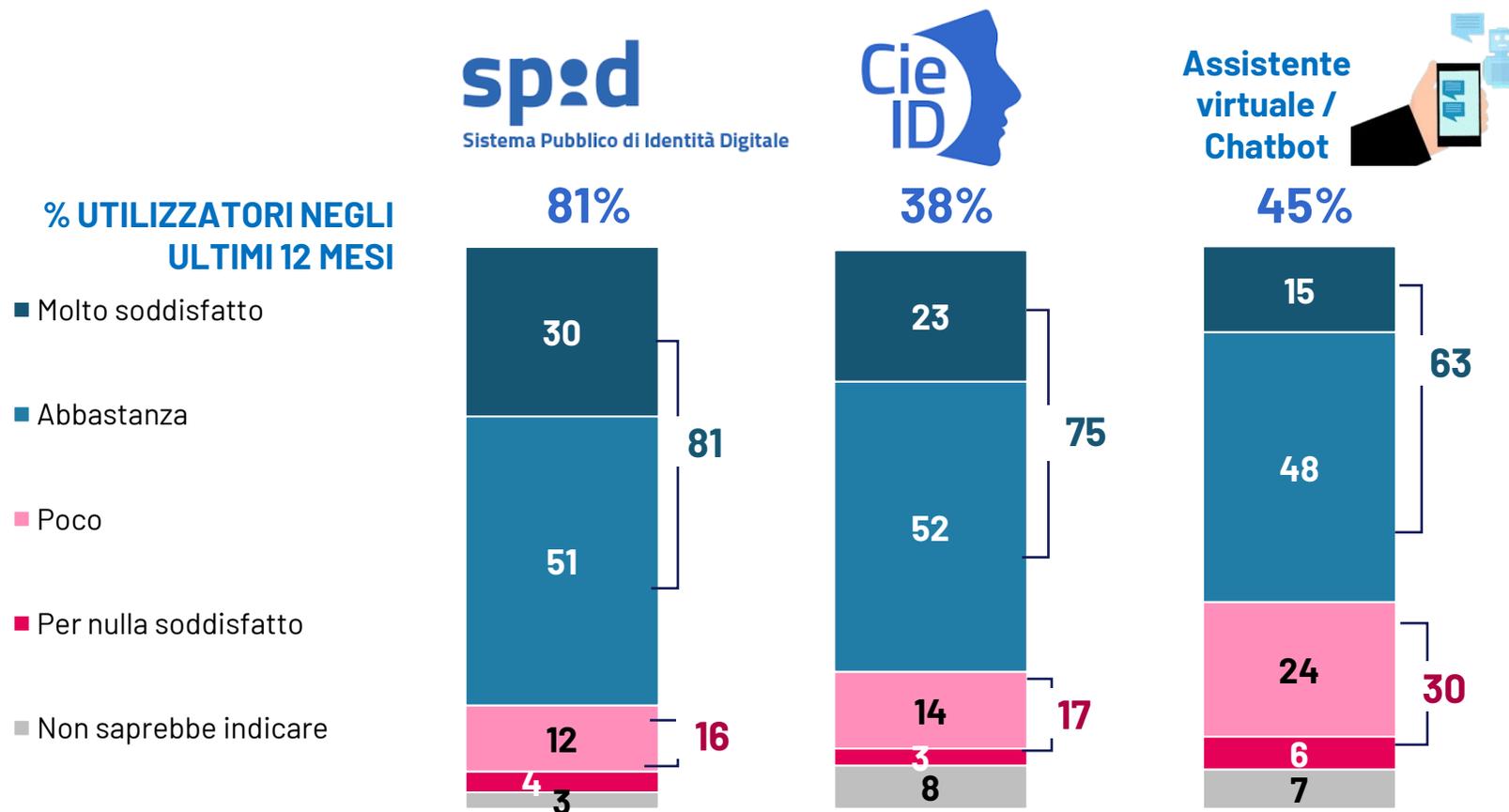
Anche la facilità di utilizzo risulta più elevata per i due strumenti digitali più utilizzati

C7 E, in generale, come valuterebbe la sua esperienza d'uso dei servizi digitali in termini di **facilità di utilizzo**?



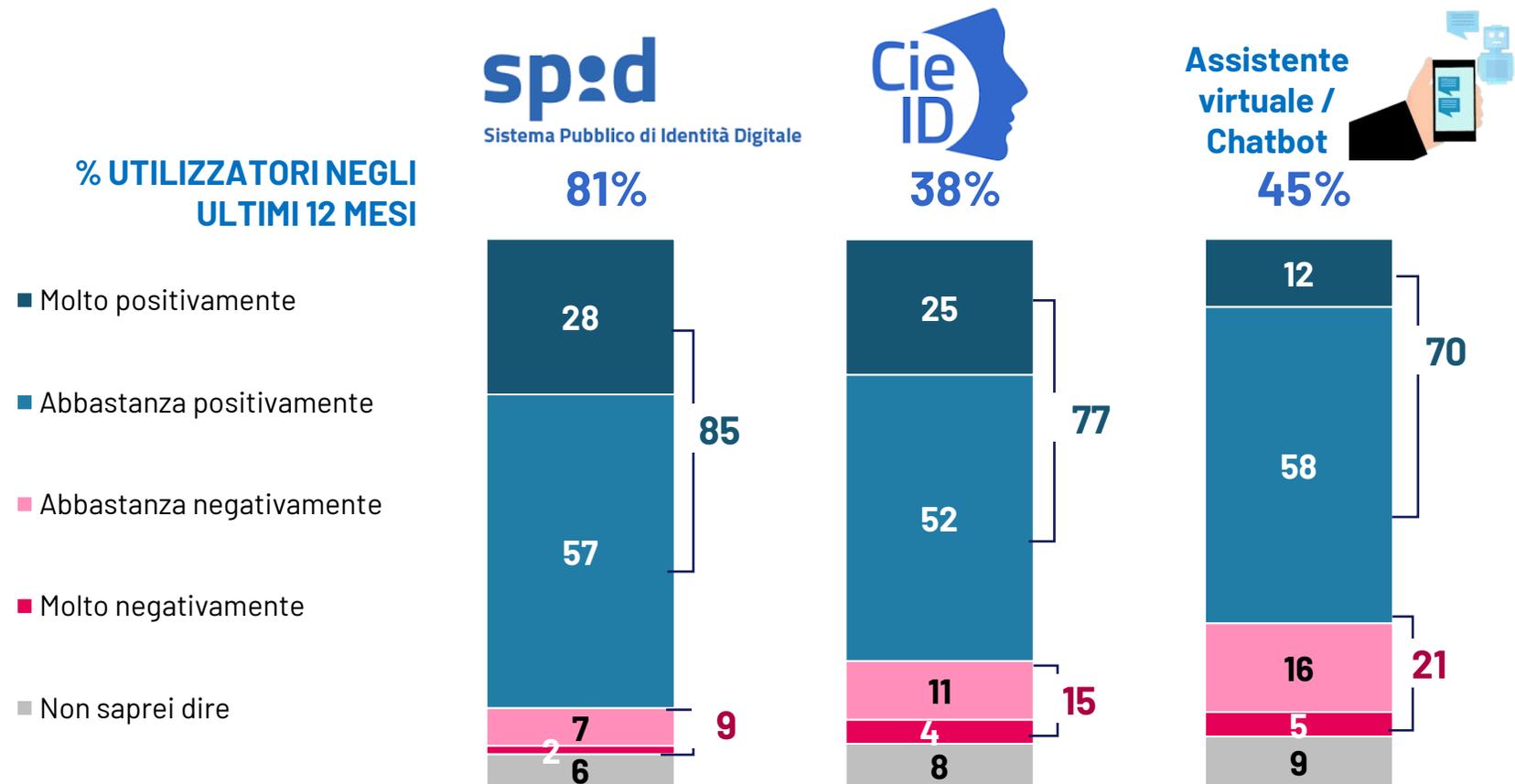
Conseguentemente, gli italiani appaiono mediamente più soddisfatti dello SPID, segue la Cie

C6. Pensando ai servizi digitali della pubblica amministrazione che le è capitato di utilizzare, potrebbe indicare il suo **livello di soddisfazione generale?**



Più di un italiano su quattro valuta positivamente la sicurezza dei dati condivisi durante l'utilizzo dello SPID e, in meno, per la CIE

C5 Come valuta il suo **livello di sicurezza** quando inserisce i dati personali durante l'utilizzo dei servizi digitali sui siti della Pubblica Amministrazione?

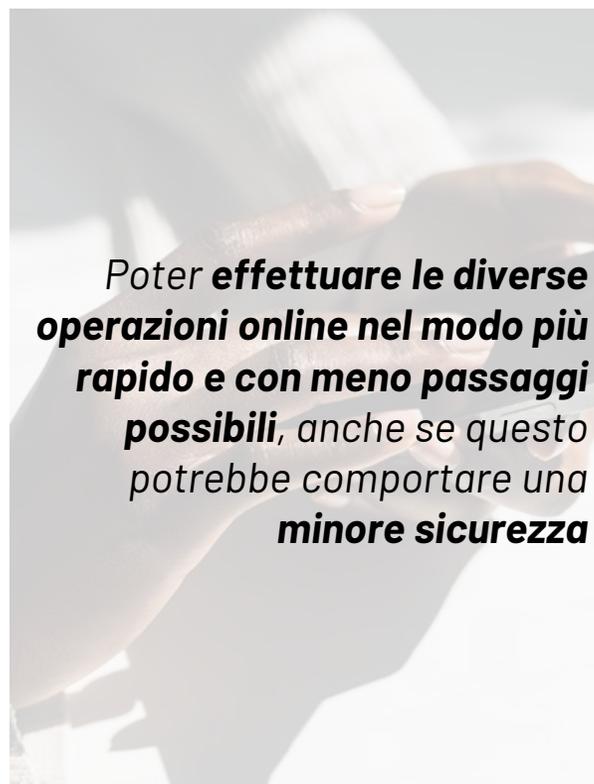


La valutazione dei servizi offerti dalla PA evidenzia sostanziali differenze per utilizzo e livello di confidenza

	% UTILIZZATORI NEGLI ULTIMI 12 MESI	spod Sistema Pubblico di Identità Digitale 81%	Cie ID 38%	Assistente virtuale / Chatbot 45%
ADEGUATEZZA DELLE COMPETENZE <i>MOLTO ADEGUATE</i>	36%	29%	14%	
FACILITÀ DI UTILIZZO <i>MOLTO POSITIVAMENTE</i>	28%	28%	17%	
SODDISFAZIONE GENERALE <i>MOLTO SODDISFATTO</i>	30%	23%	15%	
LIVELLO DI SICUREZZA DEI DATI PERSONALI <i>MOLTO POSITIVAMENTE</i>	28%	25%	12%	

Priorità alla sicurezza dei dati condivisi, a discapito della velocità e semplicità di esecuzione delle operazioni per un italiano su due

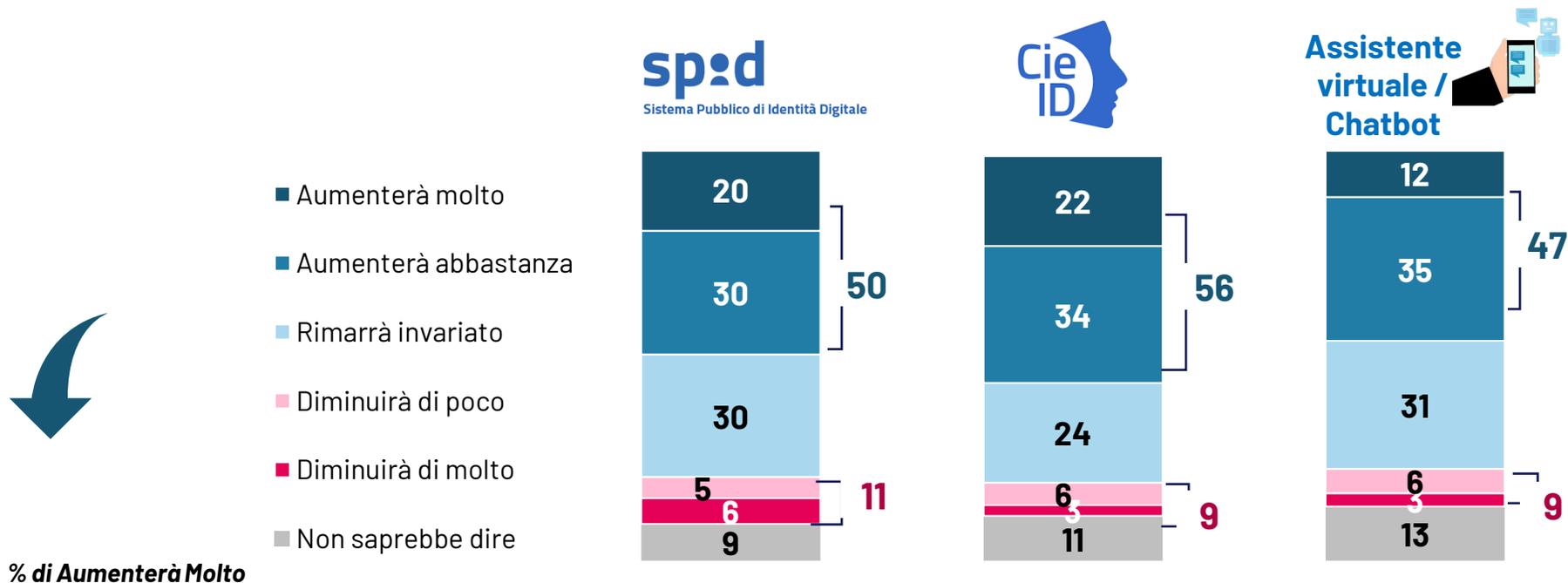
C8 Pensando ai servizi digitali offerti della Pubblica Amministrazione, a quale aspetto attribuisce più importanza?



Il 56% dei **"Tech Attivi"** chiede Maggiore sicurezza contro i rischi di frode

Circa il 50% ritiene che l'uso dei servizi digitali della PA sarà destinato ad aumentare

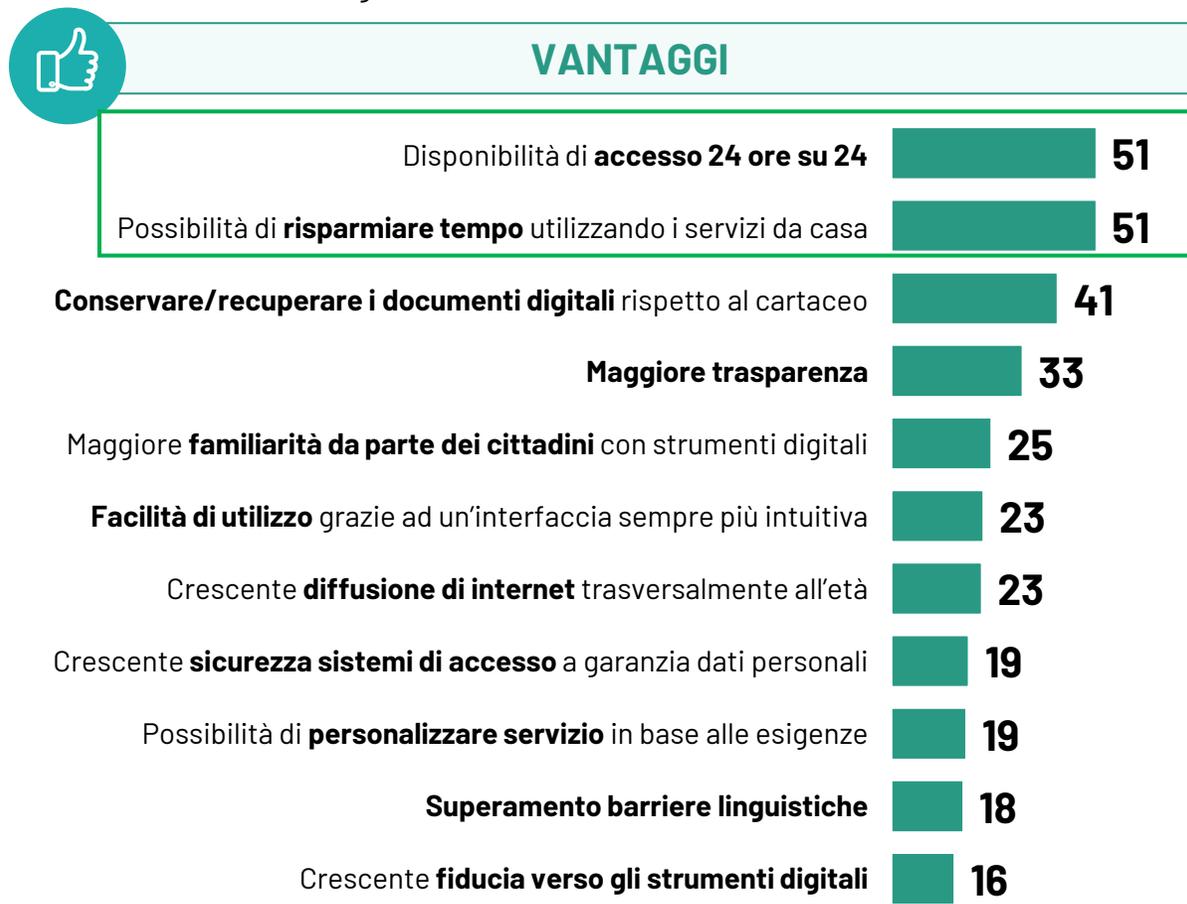
C9. Indipendentemente dal fatto che li abbia utilizzati o meno, lei ritiene che **in futuro in Italia l'utilizzo** di ...



TRADIZIONALISTI SCETTICI	13	21	9
SOCIAL DUBBIOSI	21	24	11
NATIVI DIGITALI PRUDENTI	16	17	8
TECH ATTIVI	22	21	15
PIONIERI DIGITALI	29	27	20

Emergono chiari due vantaggi principali mentre per gli svantaggi i pareri sono meno unanimi

C11 Quali sono, secondo lei, gli aspetti che potrebbero ostacolare maggiormente la diffusione dei servizi digitali della Pubblica Amministrazione in Italia?



C10 Quali sono, secondo lei, i principali vantaggi derivanti dalla diffusione dell'utilizzo dei servizi digitali della Pubblica Amministrazione in Italia?



I vantaggi alla diffusione dei servizi digitali nelle PA

C11 Quali sono, secondo lei, gli aspetti che potrebbero ostacolare maggiormente la diffusione dei servizi digitali della Pubblica Amministrazione in Italia?

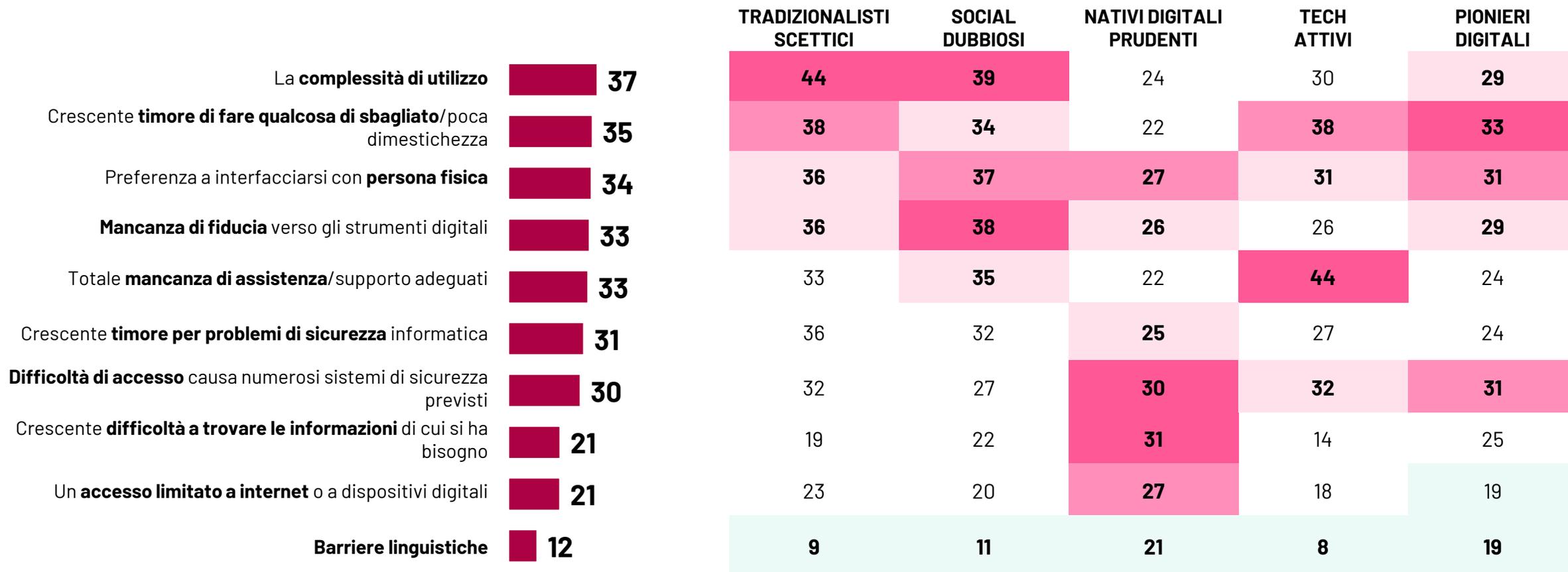
■ 1° citazione
■ 2° citazione
■ 3° citazione
■ Ultima citazione

		TRADIZIONALISTI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
Disponibilità di accesso 24 ore su 24	51	59	54	28	54	40
Possibilità di risparmiare tempo utilizzando i servizi da casa	51	54	57	41	54	35
Conservare/recuperare i documenti digitali rispetto documenti cartacei	41	45	44	28	44	32
Maggiore trasparenza	33	34	32	28	35	34
Maggiore familiarità da parte dei cittadini con strumenti digitali	25	26	22	25	24	31
Facilità di utilizzo grazie ad un'interfaccia sempre più intuitiva	23	23	23	29	24	17
Crescente diffusione di internet trasversalmente alle fasce di età	23	25	22	12	23	25
Crescente sicurezza sistemi di accesso a garanzia dei dati personali	19	19	16	21	25	22
Possibilità di personalizzare servizio in base alle esigenze	19	20	15	17	23	21
Superamento barriere linguistiche	18	15	19	14	20	21
Crescente fiducia verso gli strumenti digitali	16	14	16	14	14	23

Gli ostacoli alla diffusione dei servizi digitali delle PA

C11 Quali sono, secondo lei, gli aspetti che potrebbero ostacolare maggiormente la diffusione dei servizi digitali della Pubblica Amministrazione in Italia?

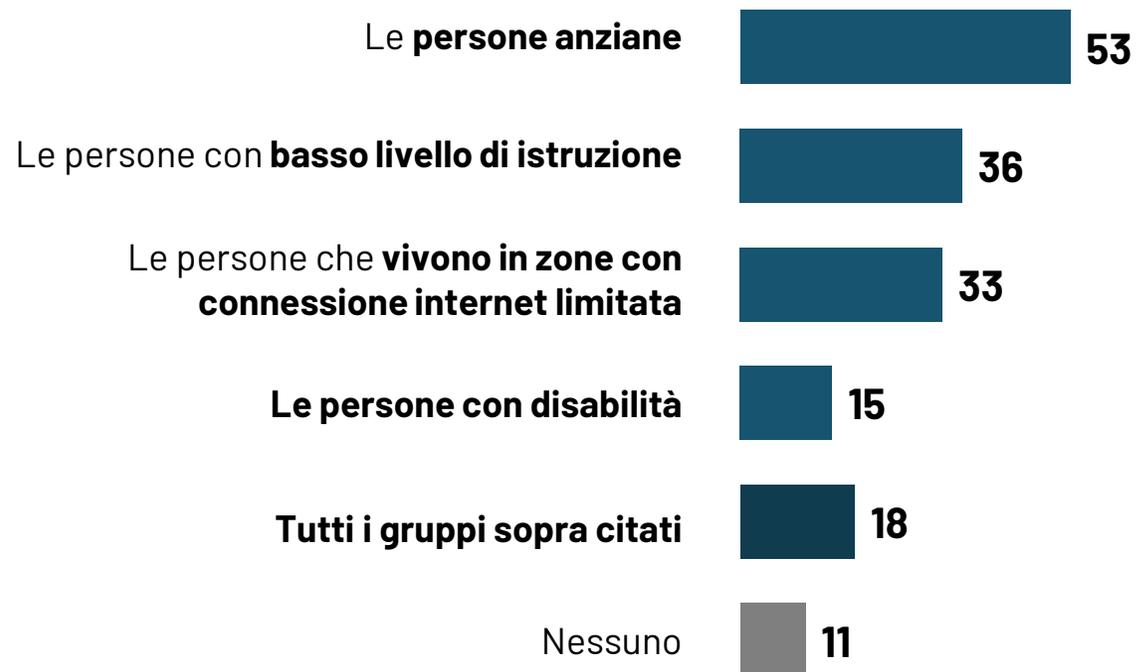
■ 1° citazione
■ 2° citazione
■ 3° citazione
■ Ultima citazione



Per più della metà degli italiani sono le persone anziane ad essere penalizzate nell'utilizzo dei servizi digitali



C12 Quali categorie di popolazione pensa possano essere escluse dall'utilizzo dei servizi digitali forniti dalla Pubblica Amministrazione?

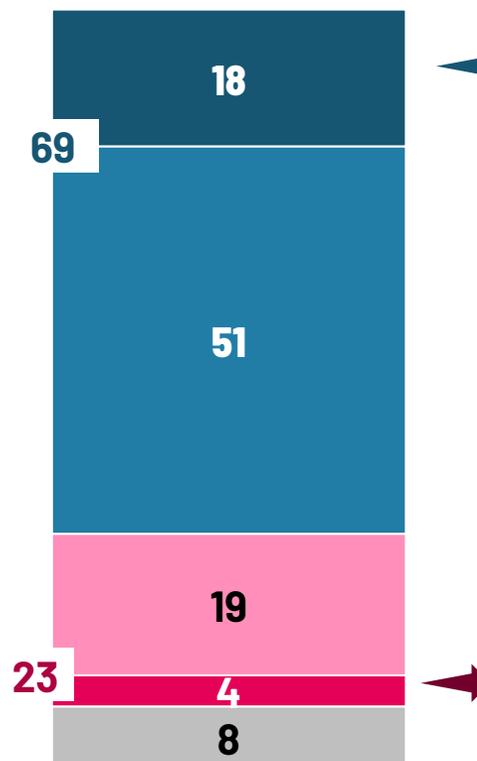


Un miglioramento dei servizi grazie all'integrazione con l'IA viene riconosciuto soprattutto dai «Tech Attivi» e «Pionieri Digitali»

C13 Indichi il suo livello di accordo con l'affermazione:

«L'uso dell'Intelligenza Artificiale nei servizi digitali potrà **velocizzare e ottimizzare** l'elaborazione delle richieste, **migliorando così il servizio offerto**»

- Completamente d'accordo
- Abbastanza d'accordo
- Poco d'accordo
- Per nulla d'accordo
- Non saprei dire



% **completamente d'accordo**

TRADIZION ALISTI SCETTICI	SOCIAL	NATIVI DIGITALI PRODENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
11	18	15	25	30

% **per nulla d'accordo**

TRADIZION ALISTI SCETTICI	SOCIAL	NATIVI DIGITALI PRODENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
9	2	5	1	1

1

SPID e CIE sono strumenti digitali ben diffusi in Italia in termini di possesso più che utilizzo.

In generale, **gli italiani risultano mediamente più soddisfatti dello SPID**, e si **sentono più competenti e sicuri** nell'usarlo rispetto a CIE e Chatbot, probabilmente anche in virtù di una maggiore consuetudine e all'esperienza d'uso associata a questi strumenti

2

Circa la metà degli italiani prevede un **aumento dell'uso dei servizi digitali**, con l'aspettativa di un accesso senza limiti spazio-temporali e un conseguente risparmio di tempo.

Tuttavia, **gli ostacoli alla loro diffusione sono ancora molti**: primo fra tutti la percepita complessità di utilizzo dovuta alla poca dimestichezza, alla mancanza di supporto e quindi al timore di errori

3

Tali preoccupazioni comportano **il rischio di accentuare il divario digitale**, soprattutto in termini generazionali.

Un altro nodo fondamentale è la **sicurezza dei dati personali condivisi**. Si pone quindi un **trade-off tra frequenza d'uso e dimestichezza** nell'utilizzo **vs sicurezza** che necessariamente introduce complessità dei passaggi richiesti

4

Nonostante le possibili barriere ad un uso più massivo dei servizi digitali offerti dalla PA, è abbastanza diffusa l'idea che **ulteriori miglioramenti potrebbero essere raggiunti attraverso l'integrazione con l'IA**

LA DIGITALIZZAZIONE DEI SERVIZI EROGATI DAL SETTORE FINANZIARIO

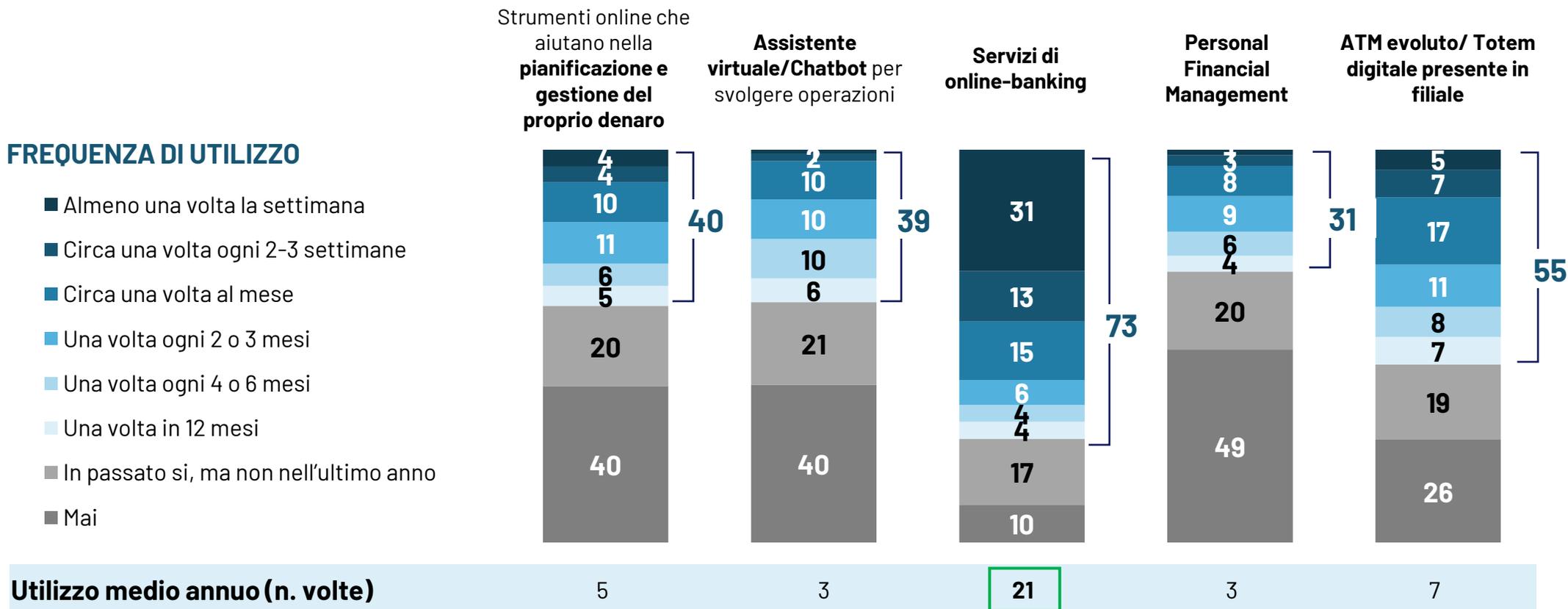
Il possesso dei prodotti finanziari

S1. Quali delle seguenti tipologie di prodotti finanziari possiede da solo o cointestato con altre persone?

		TRADIZIONA LISTI SCETTICI	SOCIAL	NATIVI DIGITALI PRODENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
Prodotti di deposito <i>(conto corrente bancario/postale, conto deposito, ...)</i>	74	83	78	38	77	61
Prodotti di investimento <i>(titoli di stato, azioni, obbligazioni, buoni postali, fondi comuni di investimento, polizze vita-finanziarie)</i>	33	36	33	28	28	33
Prodotti di risparmio <i>(piani di accumulo/PAC, libretto di risparmio, polizze vita tradizionali/accumulo capitale, ...)</i>	30	26	31	30	32	34
Prodotti di previdenza <i>(fondi pensione integrativi, piani individuali di previdenza, ...)</i>	25	21	23	26	36	32
Nessuno di questi	2	2	3	4	2	1

Primeggia l'on-line banking per frequenza di utilizzo, seguono ad ampia distanza ATM evoluto e strumenti per la gestione patrimoniale

S2. Pensando agli ultimi 12 mesi, con che **frequenza direbbe di aver utilizzato** i seguenti servizi digitali per la gestione dei suoi prodotti bancari e/o assicurativi?

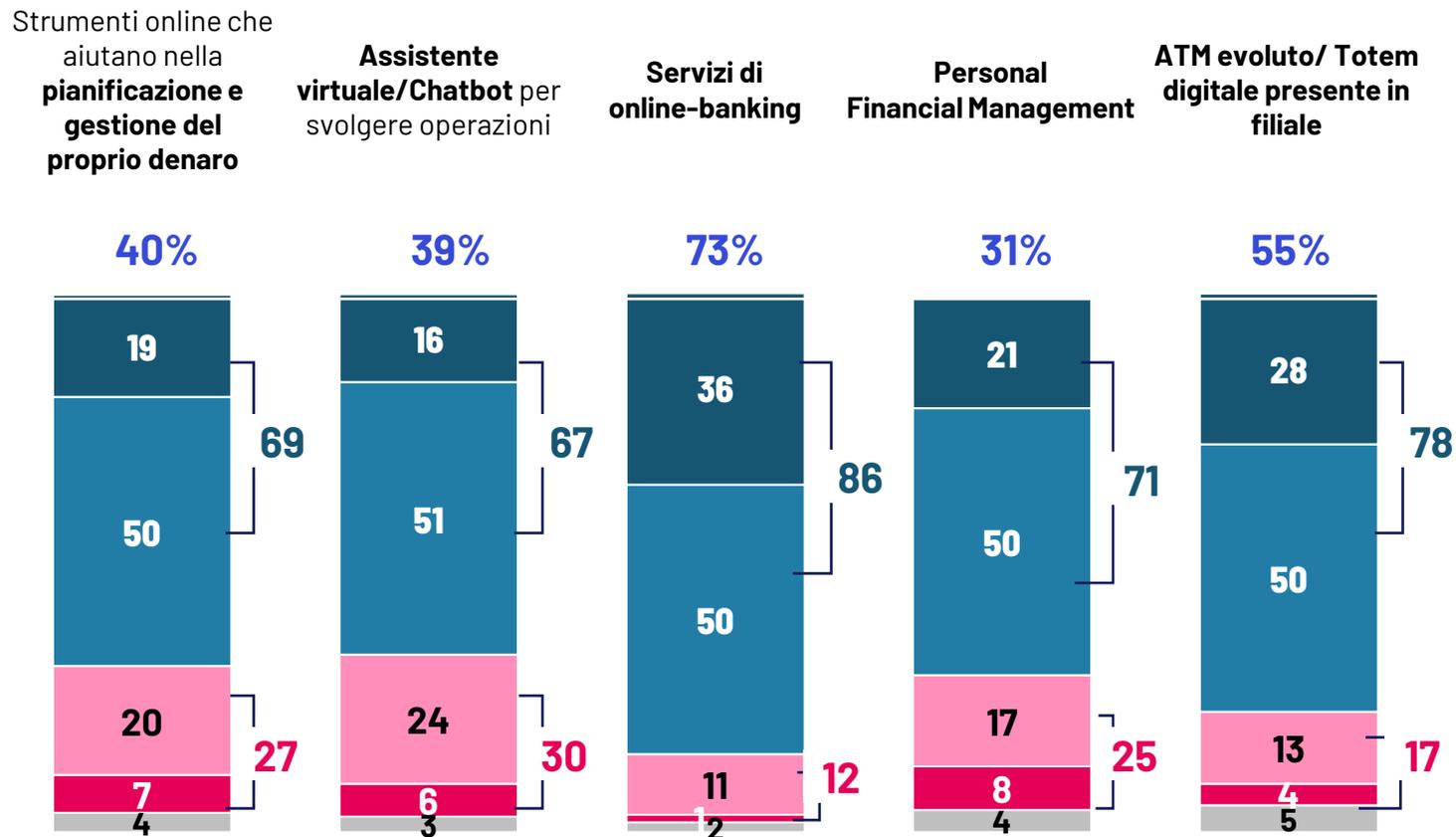


Più elevata la competenza percepita per i servizi più utilizzati quali l'online-banking, seguito dall'ATM evoluto

S3 In che misura ritiene che le sue **competenze siano adeguate** a utilizzare i seguenti servizi digitali nella gestione dei suoi prodotti bancari e/o assicurativi?

% UTILIZZATORI NEGLI ULTIMI 12 MESI

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla
- Non saprei dire

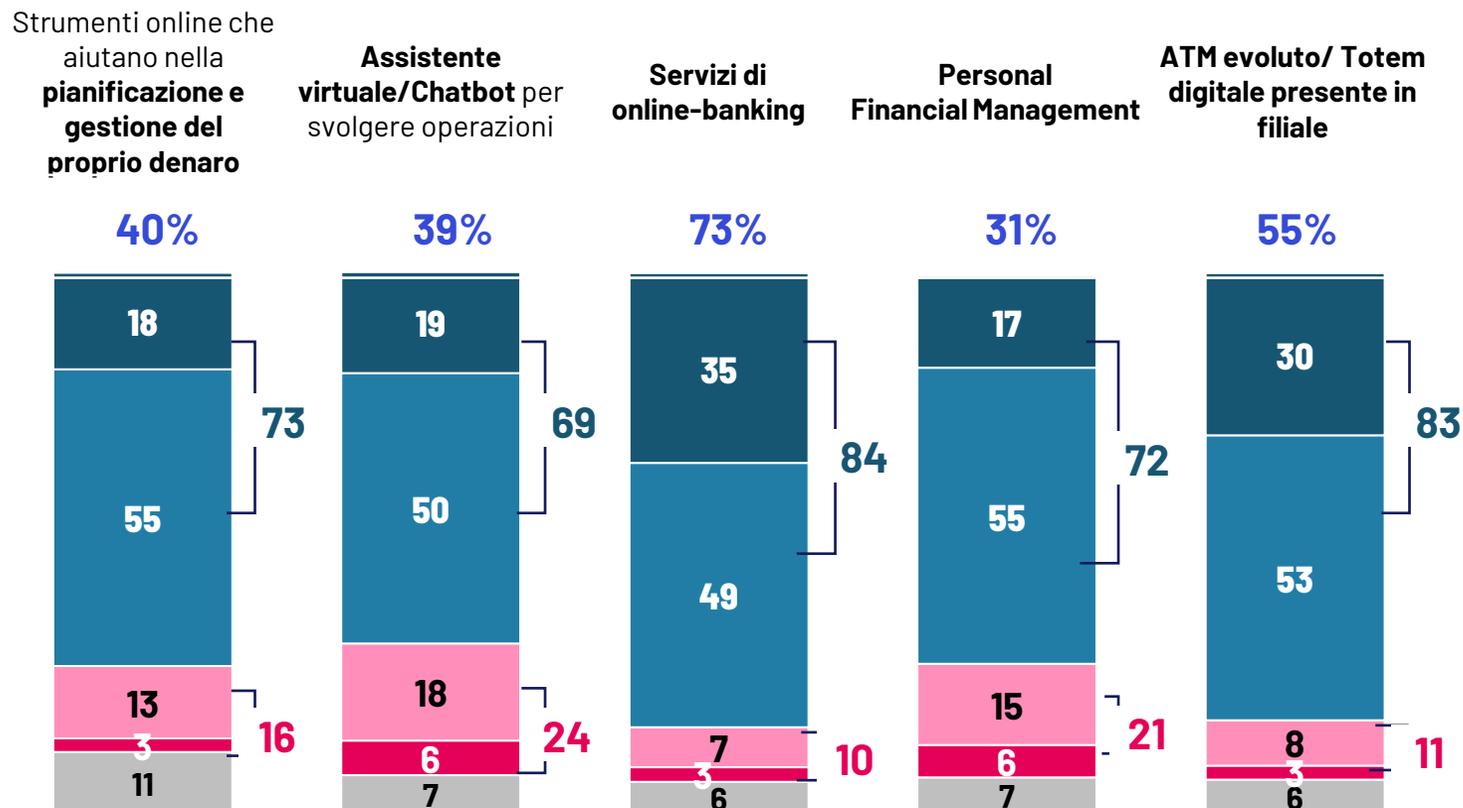


La semplicità di utilizzo è correlata con la frequenza di utilizzo, per cui il livello di self-confidence è più elevato per l'online banking

S6. E, in generale, come **valuterebbe la sua esperienza d'uso** di questi servizi digitali in termini di **semplicità di utilizzo**?

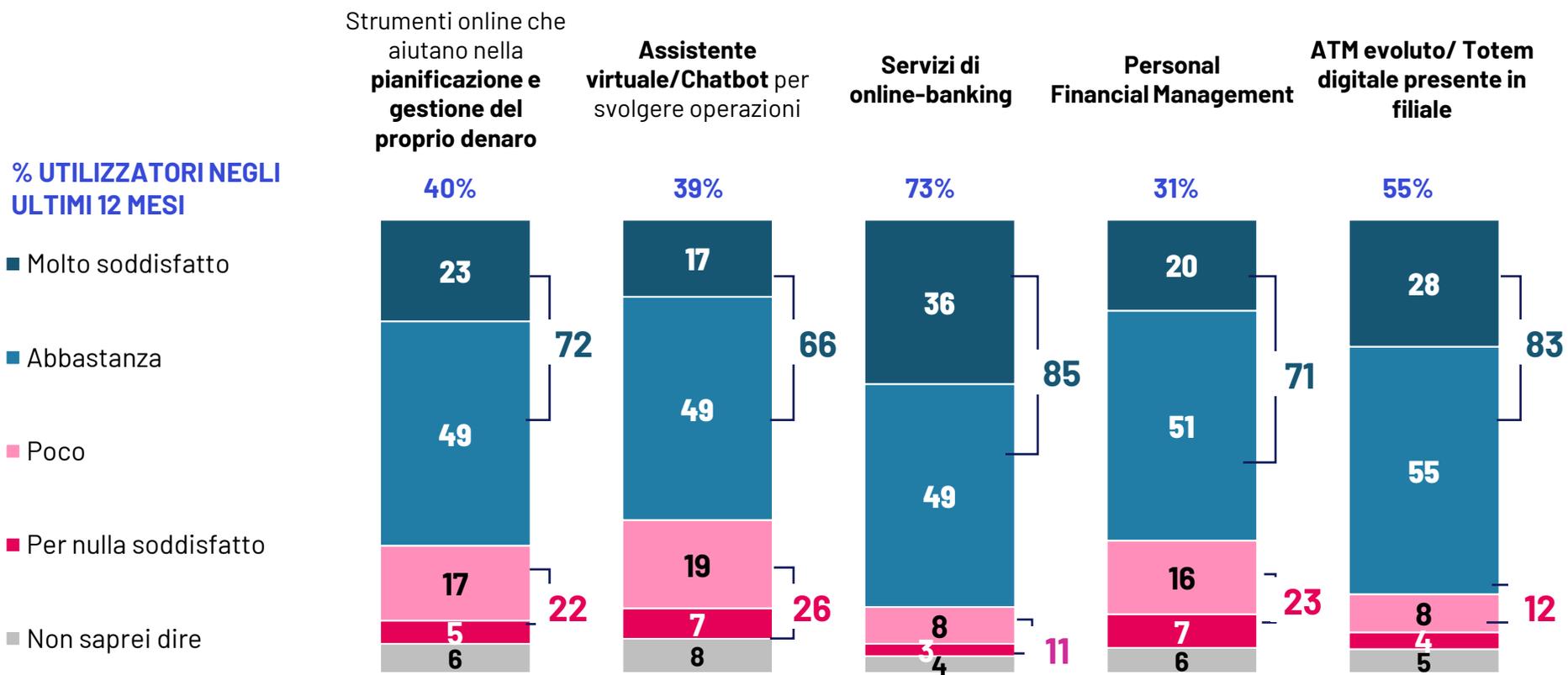
% UTILIZZATORI NEGLI ULTIMI 12 MESI

- Molto positivamente
- Abbastanza positivamente
- Abbastanza negativamente
- Molto negativamente
- Non saprei dire



Nel complesso c'è un buon livello di soddisfazione, sebbene i pienamente soddisfatti tra gli user siano una minoranza

S5. Pensando ai servizi digitali della sua banca/compagnia assicurativa, che le è capitato di utilizzare, potrebbe indicare il suo **livello di soddisfazione generale?**



I «Nativi Digitali Prudenti» risultano mediamente meno soddisfatti dei servizi digitali del settore finanziario*

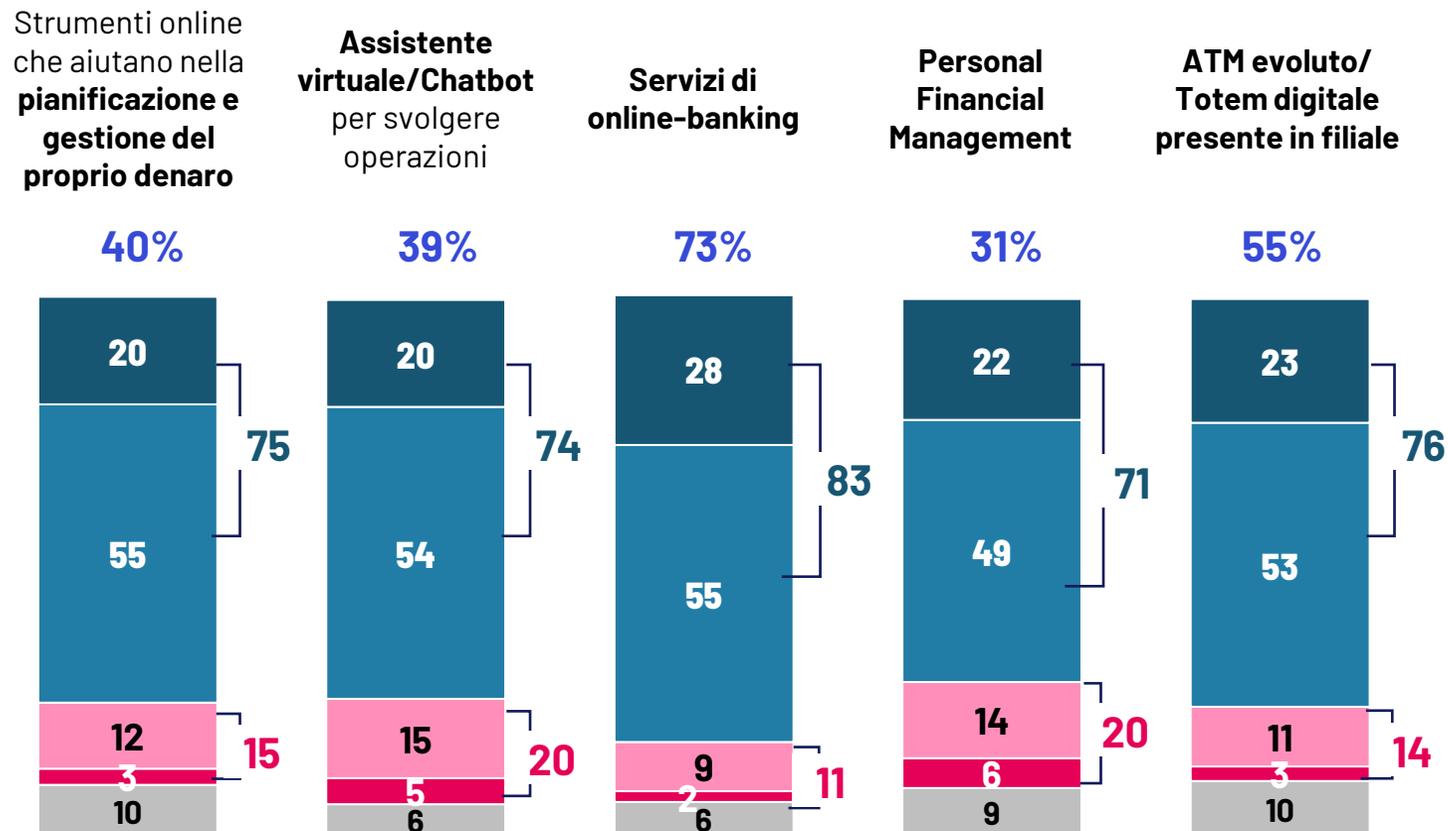
Attenzione; basi limitate, insight qualitativo

L'online-banking raggiunge dei livelli di sicurezza più elevati, tenuto conto però che la fiducia incondizionata è ancora tra pochi utenti

S4 Come valuta il **livello di sicurezza dei suoi dati personali** durante l'utilizzo dei servizi digitali per la gestione dei suoi prodotti bancari e/o assicurativi?

% UTILIZZATORI NEGLI ULTIMI 12 MESI

- Molto positivamente
- Abbastanza positivamente
- Abbastanza negativamente
- Molto negativamente
- Non saprei dire

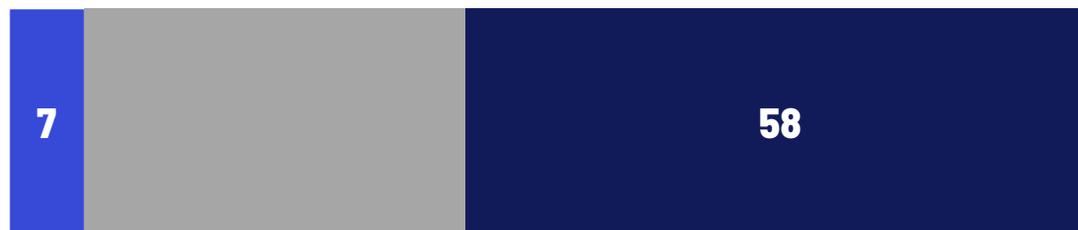
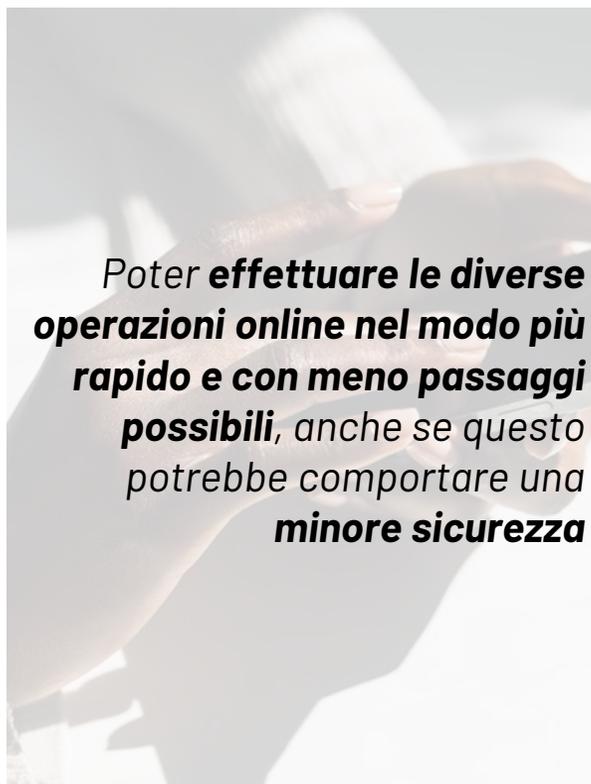


Quadro di sintesi: la valutazione dei servizi digitali del settore finanziario

		Strumenti online che aiutano nella pianificazione e gestione del proprio denaro	Assistente virtuale/Chatbot per svolgere operazioni	Servizi di online-banking	Personal Financial Management	ATM evoluto/ Totem digitale presente in filiale
% UTILIZZATORI NEGLI ULTIMI 12 MESI		40%	39%	73%	31%	55%
	ADEGUATEZZA DELLE COMPETENZE <i>MOLTO ADEGUATE</i>	19%	16%	36%	21%	28%
	ESPERIENZA D'USO <i>MOLTO POSITIVAMENTE</i>	18%	19%	35%	17%	30%
	SODDISFAZIONE GENERALE <i>MOLTO SODDISFATTO</i>	23%	17%	36%	20%	28%
	LIVELLO DI SICUREZZA DEI DATI PERSONALI <i>MOLTO POSITIVAMENTE</i>	20%	20%	28%	22%	23%

L'attenzione al tema della sicurezza è ben evidenziato quando si tratta del patrimonio personale

S7 Pensando ai servizi digitali offerti dalle banche/compagnie assicurative, a quale aspetto attribuisce più importanza?

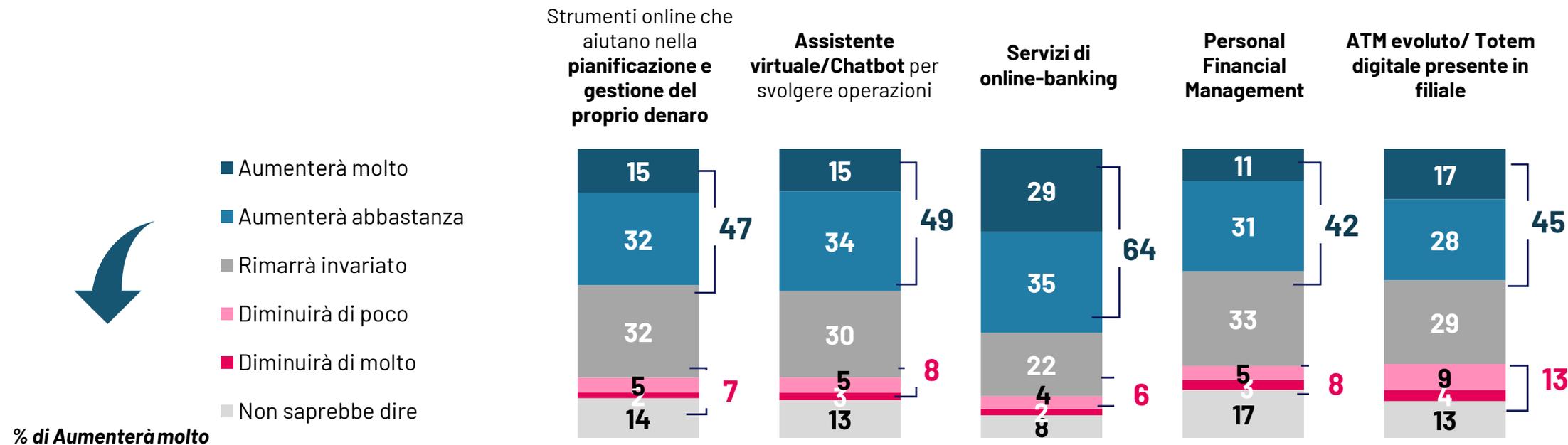


Il 70% dei **"Tech Attivi"** chiede Maggiore sicurezza contro i rischi di frode



Si prevede un ulteriore aumento nell'utilizzo dei servizi digitali, soprattutto per l'online banking

S8. Indipendentemente dal fatto che li abbia utilizzati o meno, lei ritiene che **in futuro in Italia l'utilizzo di ...**



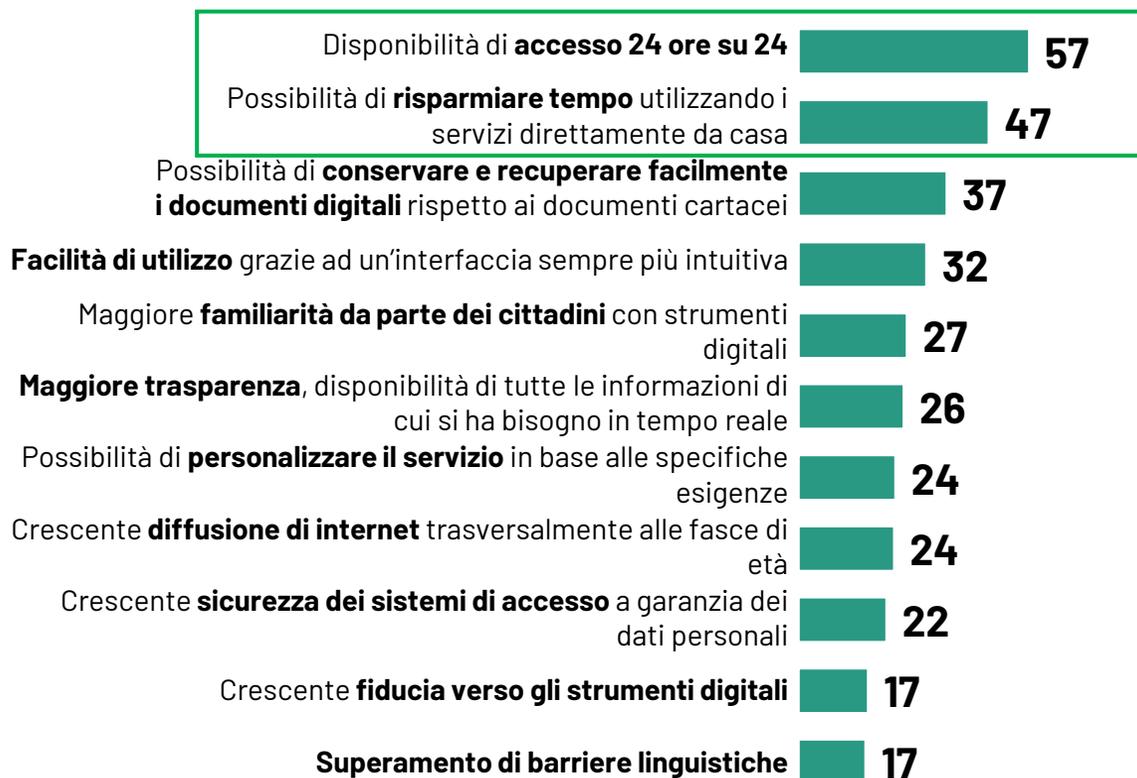
TRADIZIONALISTI SCETTICI	10	13	26	7	12
SOCIAL DUBBIOSI	17	15	32	10	18
NATIVI DIGITALI PRUDENTI	9	8	13	7	12
TECH ATTIVI	19	18	28	17	27
PIONIERI DIGITALI	22	18	36	21	22

Accesso continuato e risparmio di tempo tra i principali vantaggi, tra gli ostacoli sicurezza, competenza, mancanza di supporto

S10 Quali sono, secondo lei, i principali vantaggi derivanti dalla diffusione dell'utilizzo dei servizi digitali nel settore bancario-finanziario in Italia?



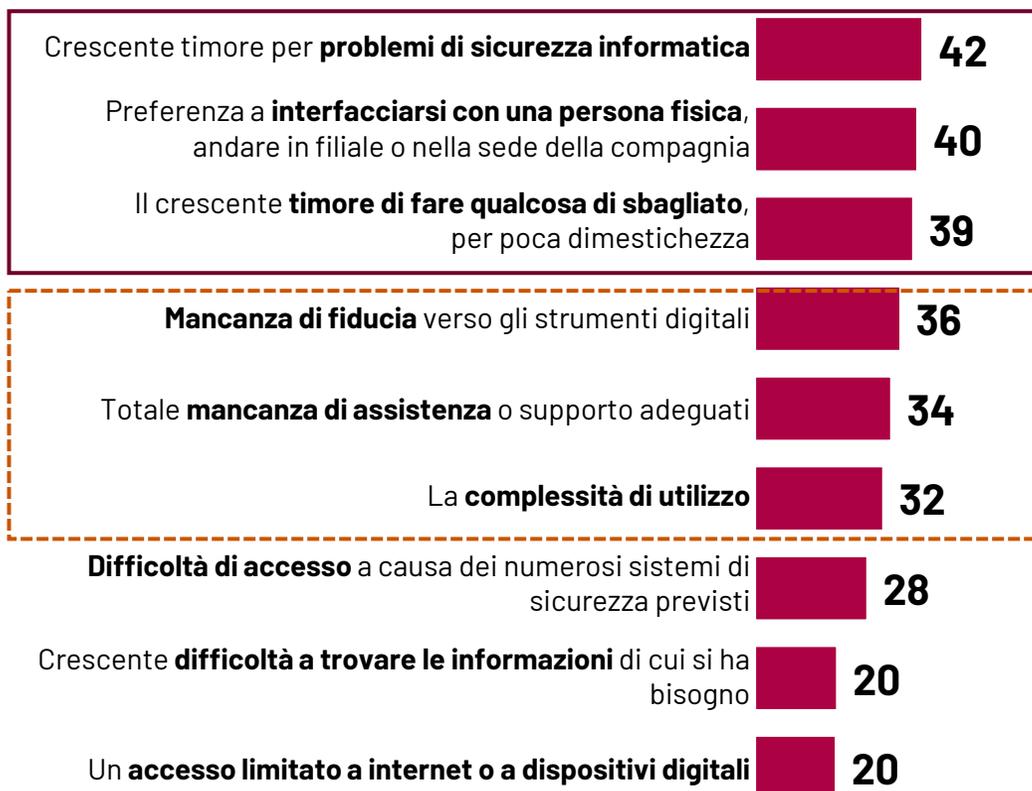
VANTAGGI



S9 Quali sono, secondo lei, gli aspetti che potrebbero ostacolare maggiormente la diffusione dei servizi digitali nel settore bancario-finanziario in Italia?



OSTACOLI



La facilità di utilizzo è un tema chiave per i «Nativi Digitali», mentre gli altri gruppi si concentrano sull'accesso h24

S10 Quali sono, secondo lei, i principali vantaggi derivanti dalla diffusione dell'utilizzo dei servizi digitali nel settore bancario-finanziario in Italia?

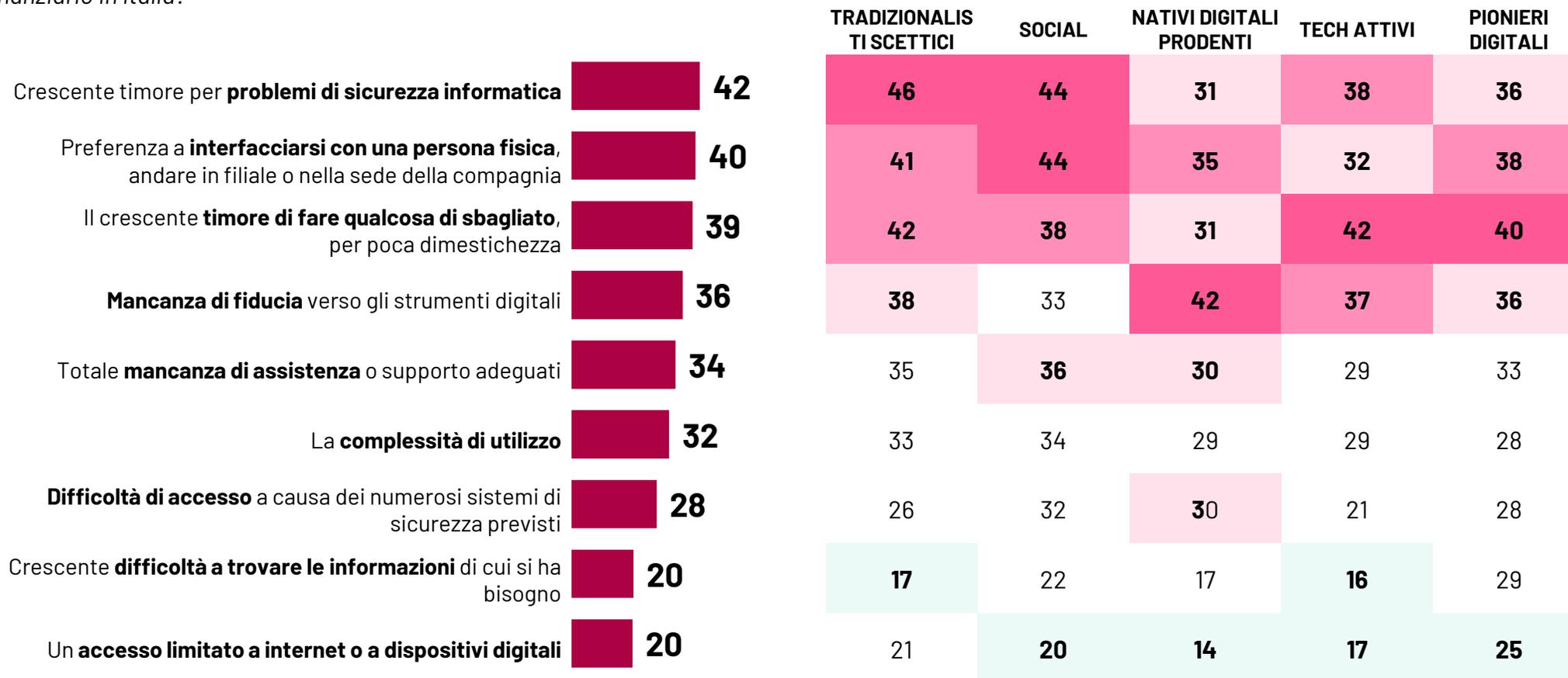


		TRADIZIONALI STI SCETTICI	SOCIAL	NATIVI DIGITALI PRODENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
Disponibilità di accesso 24 ore su 24	57	62	63	31	56	51
Possibilità di risparmiare tempo utilizzando i servizi direttamente da casa	47	56	50	19	49	39
Possibilità di conservare e recuperare facilmente i documenti digitali rispetto ai documenti cartacei	37	37	38	32	32	40
Facilità di utilizzo grazie ad un'interfaccia sempre più intuitiva	32	33	32	33	24	32
Maggiore familiarità da parte dei cittadini con strumenti digitali	27	30	24	24	30	26
Maggiore trasparenza , disponibilità di tutte le informazioni di cui si ha bisogno in tempo reale	26	21	30	21	30	28
Possibilità di personalizzare il servizio in base alle specifiche esigenze	24	21	24	30	28	24
Crescente diffusione di internet trasversalmente alle fasce di età	24	26	24	27	18	21
Crescente sicurezza dei sistemi di accesso a garanzia dei dati personali	22	26	20	4	23	26
Crescente fiducia verso gli strumenti digitali	17	20	11	19	17	26
Superamento di barriere linguistiche	17	15	15	12	18	24

Mancanza di fiducia per i «Nativi Digitali» mentre la mancanza di competenze adeguate è il tema per «Tech» e «Pionieri Digitali»

S9 Quali sono, secondo lei, gli aspetti che potrebbero ostacolare maggiormente la diffusione dei servizi digitali nel settore bancario-finanziario in Italia?

1° citazione
2° citazione
3° citazione
Ultima citazione



Il tema dell'esclusione dei più adulti è un rischio per il 52% degli italiani, per uno su tre sono a rischio anche i meno istruiti

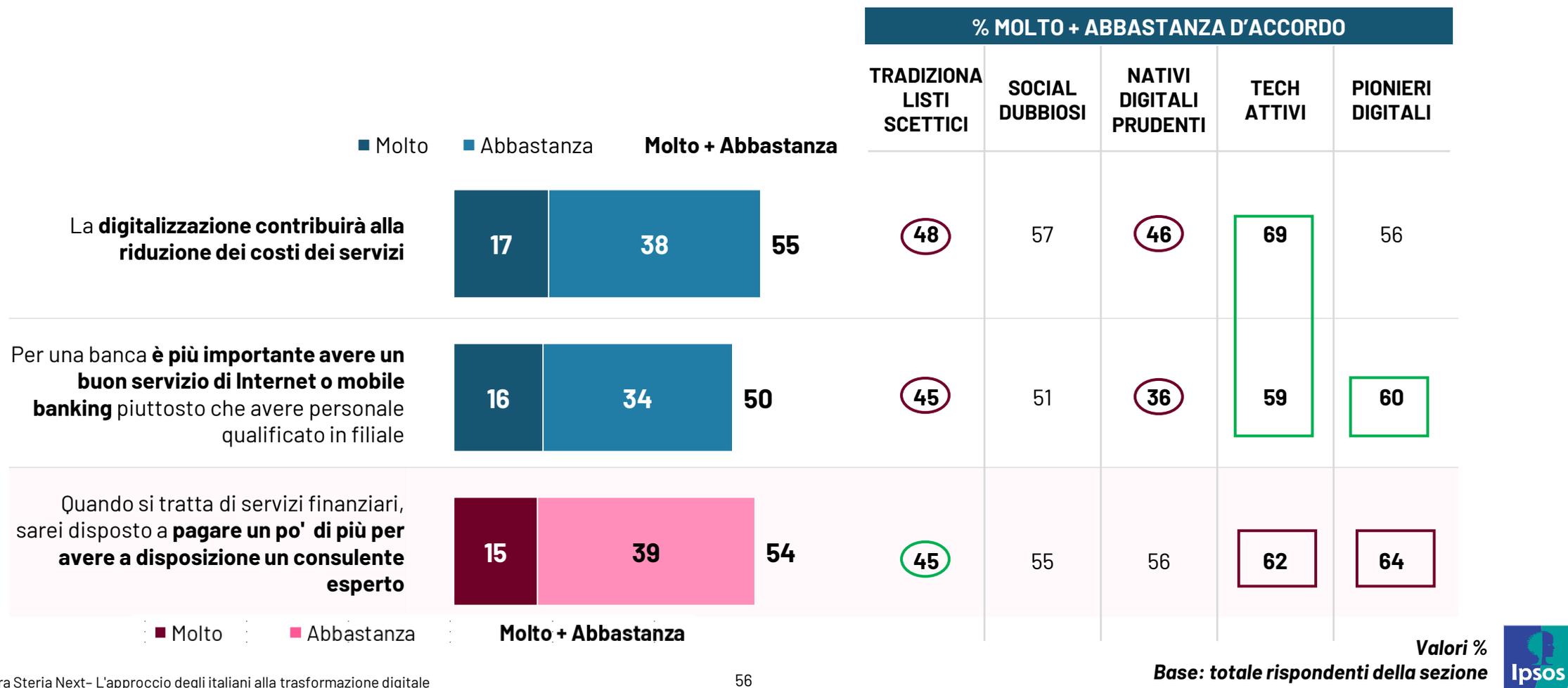


S11 Quali categorie di popolazione pensa possano essere escluse dall'utilizzo dei servizi digitali forniti dalle banche e/o dalle assicurazioni?



Emerge una chiara aspettativa sulle implicazioni dell'IA. Un efficiente servizio di home banking è un must have, ma al consulente non si rinuncia

S13. Leggerà ora una serie di frasi dette da altri intervistati prima di lei relative ai **servizi digitali** e all'**utilizzo dell'Intelligenza Artificiale** nei sistemi bancario e/o assicurativo. Per ciascuna dovrebbe indicare quanto è d'accordo.



«Nativi Digitali» e «Pionieri» i più consapevoli della presenza dell'IA nei servizi offerti

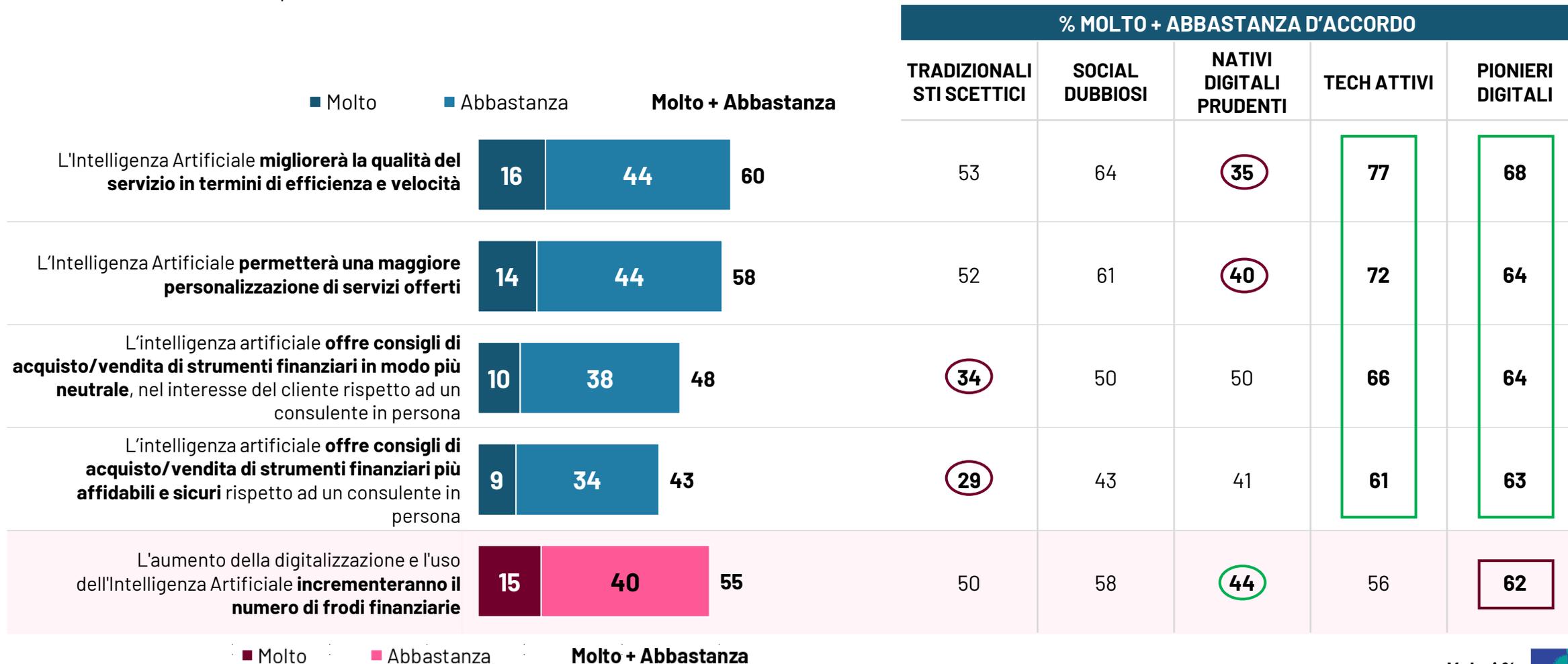
S12 Secondo lei, i servizi digitali forniti dalle banche e/o dalle assicurazioni sono effettivamente supportati da sistemi di Intelligenza Artificiale?

		TRADIZIONA LISTI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
Sono convinto che tutti i servizi digitali utilizzino l'IA	20	18	17	27	17	31
Penso che l' IA sia presente solo in una parte dei servizi	46	39	50	51	50	45
No, l' IA non è presente in nessun servizio	5	2	6	5	6	6
Non ci ho mai pensato	13	16	12	11	18	10
Non saprei	16	25	15	6	9	8



Miglioramento dell'efficienza e personalizzazione grazie all'IA. I Pionieri Digitali vedono un maggiore rischio di frodi

S13. Leggerà ora una serie di frasi dette da altri intervistati prima di lei relative ai servizi digitali e all'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale nei sistemi bancario e/o assicurativo. Per ciascuna dovrebbe indicare quanto è d'accordo.



1

Quando si parla dei servizi digitali offerti dal settore finanziario, l'attenzione degli italiani ricade principalmente sull'**home banking**, seguito a ben ampia distanza da ATM evoluto e strumenti per la pianificazione e gestione del denaro.

Per quanto riguarda chatbot e strumenti di PFM quasi due italiani su tre non ne hanno mai fatto uso o fatto un uso molto limitato

2

L'attenzione alla sicurezza è un tema prioritario: tra gli ostacoli alla digitalizzazione, oltre alla cybersecurity, si citano il timore di errori per poca dimestichezza, quindi la preferenza per un consulente esperto. Un italiano su tre avverte il rischio di scarsa assistenza a fronte della complessità percepita, determinando una generalizzata mancanza di fiducia

3

La mancanza di competenze e supporto adeguati mette a rischio i più anziani: il **digital divide generazionale** è un tema critico per il 52% degli italiani.

Nonostante ciò, un italiano su due guarda con **favore al futuro digitale del settore finanziario**, generando l'aspettativa di una riduzione dei costi. Sviluppo ulteriore dell'home banking vs competenza del personale in filiale polarizza il giudizio degli italiani

4

Due italiani su tre sono consapevoli che **l'IA sia già integrata nei servizi finanziari digitali** almeno in parte.

L'IA è vista soprattutto come un mezzo per **migliorare l'efficienza** e garantire una maggiore **personalizzazione** del servizio. Sta maturando anche l'idea della neutralità dell'IA e per certi versi della sua affidabilità come soggetto proponente

I SERVIZI DIGITALI PER GLI ACQUISTI ONLINE



Le grandi piattaforme di e-commerce online sono il canale privilegiato per le varie fasi degli acquisti

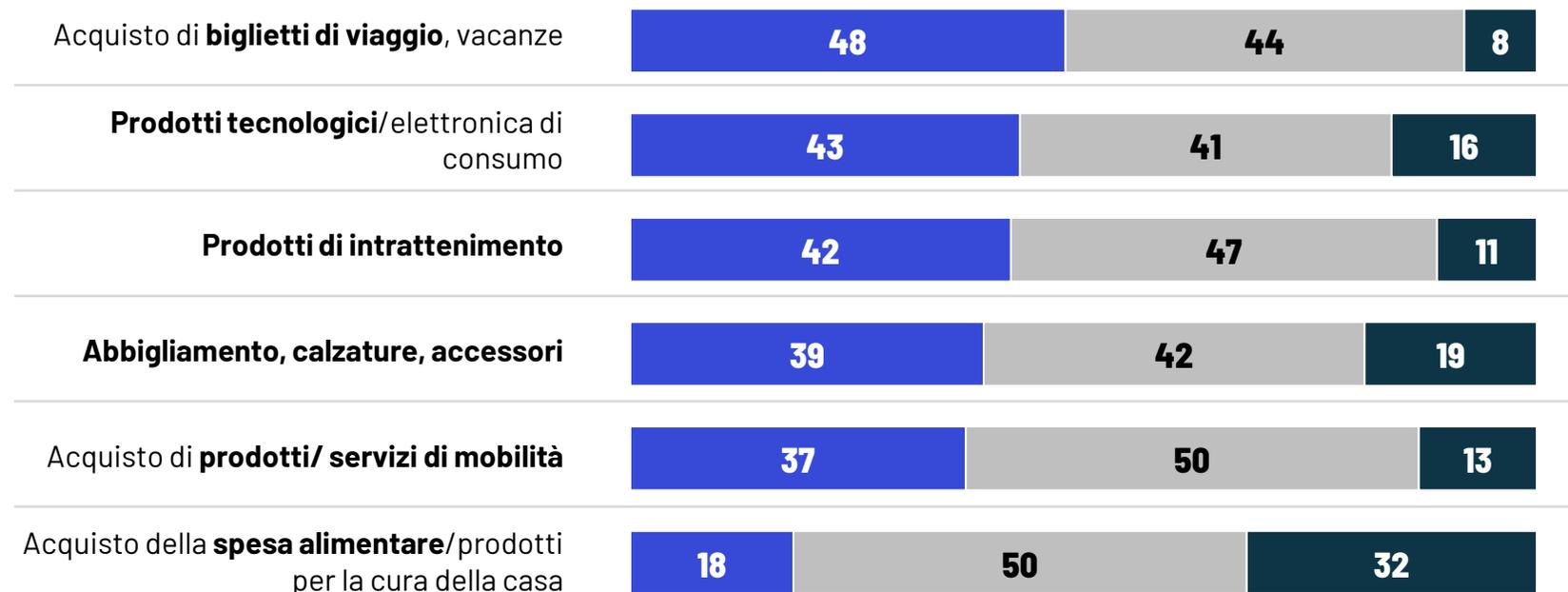
E4 Per ciascuno dei seguenti momenti precedenti all'acquisto in cui è necessario cercare informazioni su prodotti e servizi, potrebbe indicare quali delle seguenti fonti utilizza maggiormente?

	Ricerca esplorativa iniziale	Valutazione di un numero ridotto di alternative	Scelta del canale di acquisto	Valutazione finale prima dell'acquisto
Grandi piattaforme e-commerce	42	37	38	39
Sito web/pagine social del negozio	31	24	23	27
Pubblicità in TV	28	18	20	17
Pubblicità su internet /web	26	16	19	18
Siti web/pagine social di grandi brand	26	19	18	20
Passaparola di parenti amici	25	20	18	21
Pubblicità su volantini	19	12	13	12
Allestimenti in negozio e store fisici	18	14	18	19
Pubblicità radio	11	8	7	8
Riviste	10	9	7	7
Il parere di influencer	9	6	8	8

Negli ultimi anni, in crescita la propensione per gli acquisti online per un numero rilevante di italiani

E1. Pensando al periodo pre-Covid (gli ultimi 2-3 anni), indichi in che modo sono cambiate le sue abitudini di acquisto per ciascuna delle seguenti categorie di prodotto.

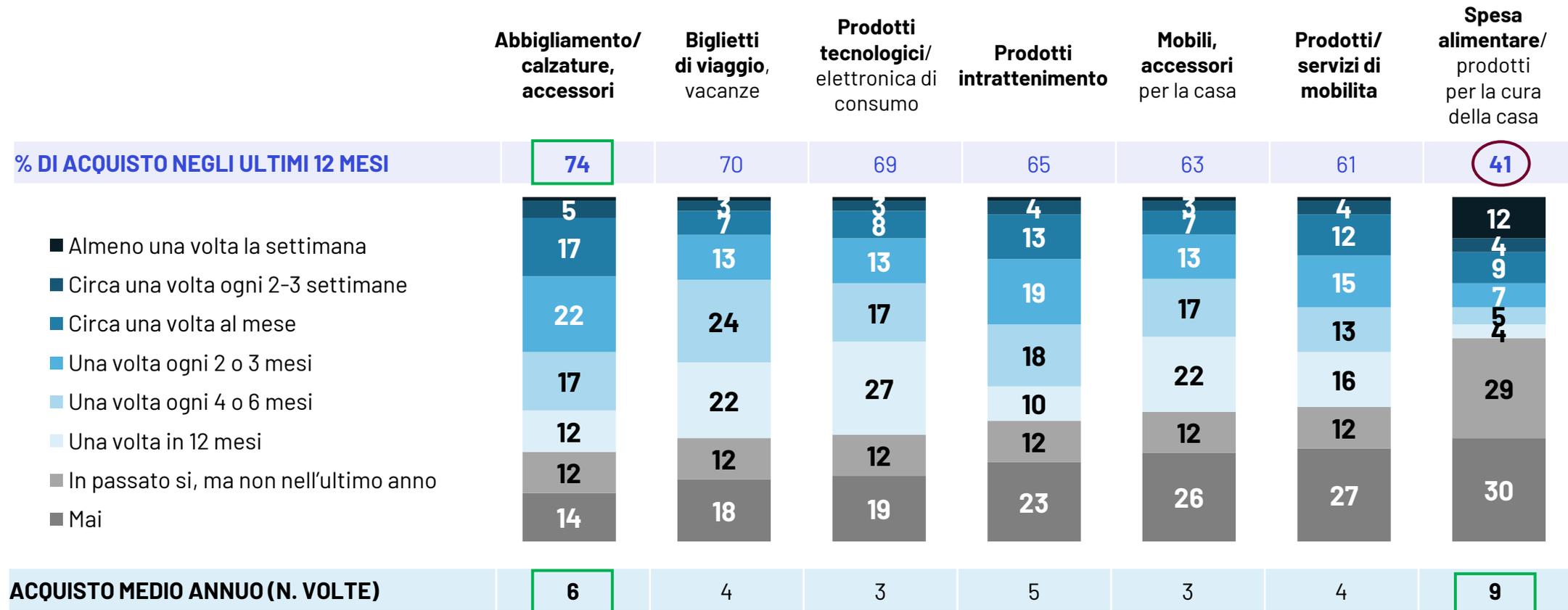
- Acquisto oggi più spesso nei negozi online
- Non ho modificato le mie abitudini di acquisto rispetto al periodo pre-covid
- Acquisto oggi più spesso nei negozi fisici





Si prediligono abbigliamento, viaggi e tecnologia. La spesa alimentare ha una certa consuetudine tra chi predilige questo canale

E2. Negli ultimi 12 mesi, con che frequenza le è capitato di acquistare online...



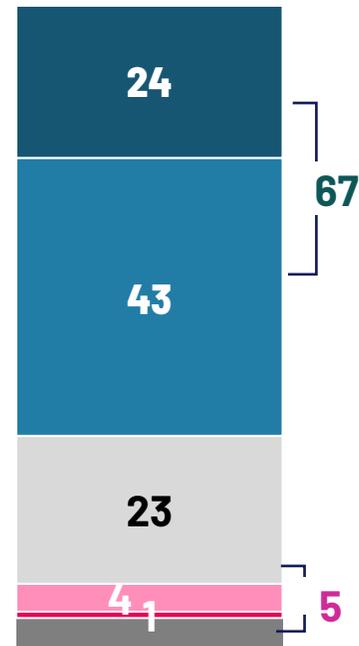


L'e-commerce è destinato ad aumentare molto per un italiano su quattro. Difficile ipotizzare un trend di segno opposto

E3. Indipendentemente dal fatto che lei acquisti online, ritiene che in futuro in Italia l'e-commerce ...



- Aumenterà molto
- Aumenterà abbastanza
- Rimarrà invariato
- Diminuirà di poco
- Diminuirà di molto
- Non saprebbe dire



% di Aumenterà molto

TRADIZION ALISTI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
22	21	13	37	33



Più della metà è incline all'uso di avatar e suggerimenti personalizzati, sebbene solo una minoranza dichiarerà apertura incondizionata

E7 Alcuni siti di e-commerce offrono strumenti digitali dedicati per agevolare il processo di acquisto. Come valuta la possibilità di utilizzare ciascuno dei seguenti servizi per effettuare i suoi acquisti online?



Avatar personalizzati

che permettono di visualizzare come un prodotto potrebbe apparire su di loro stessi prima di effettuare un acquisto

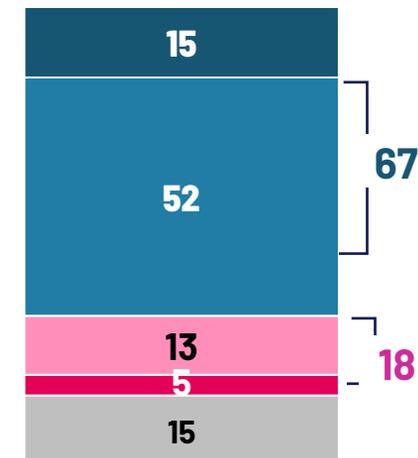
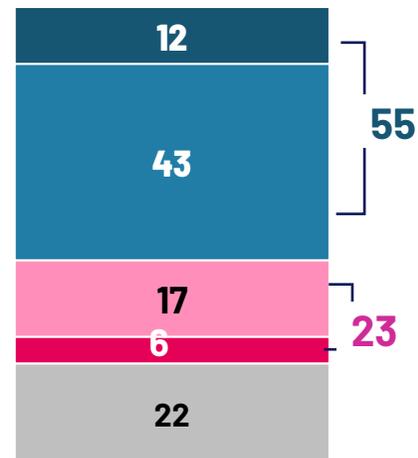


Suggerimenti personalizzati

basati sulle ricerche effettuate, sugli acquisti passati e su altri fattori come la popolarità del prodotto, le recensioni degli utenti e altri aspetti



- Molto positivamente
- Abbastanza positivamente
- Abbastanza negativamente
- Molto negativamente
- Non saprei dire



% di Molto positivamente

TRADIZIONALISTI SCETTICI	9	9
SOCIAL DUBBIOSI	9	14
NATIVI DIGITALI PRUDENTI	8	20
TECH ATTIVI	15	19
PIONIERI DIGITALI	30	26



La maggior parte teme di condividere i propri dati e uno su quattro ne sarebbe addirittura infastidito

E8 Sarebbe disposto a condividere i suoi dati per ricevere suggerimenti più mirati, o trova questa funzionalità troppo invasiva?

		TRADIZIONA LISTI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
Trovo i suggerimenti personalizzati molto utili e sono disposto a condividere i miei dati	15	10	13	14	19	27
I suggerimenti personalizzati possono essere utili, ma ho preoccupazioni sulla condivisione dei miei dati	43	35	44	54	48	47
I suggerimenti personalizzati mi infastidiscono, preferirei non condividere i miei dati	24	31	21	30	14	17
Non ho un'opinione forte su questo argomento	10	15	12	2	9	4
Non so / Non posso giudicare	8	9	10	-	10	5



Sono i «Nativi Digitali Prudenti» i più preoccupati sulla sicurezza dei dati forniti durante gli acquisti online

E9. E complessivamente, come valuta la sicurezza dei dati personali forniti durante i suoi acquisti online?

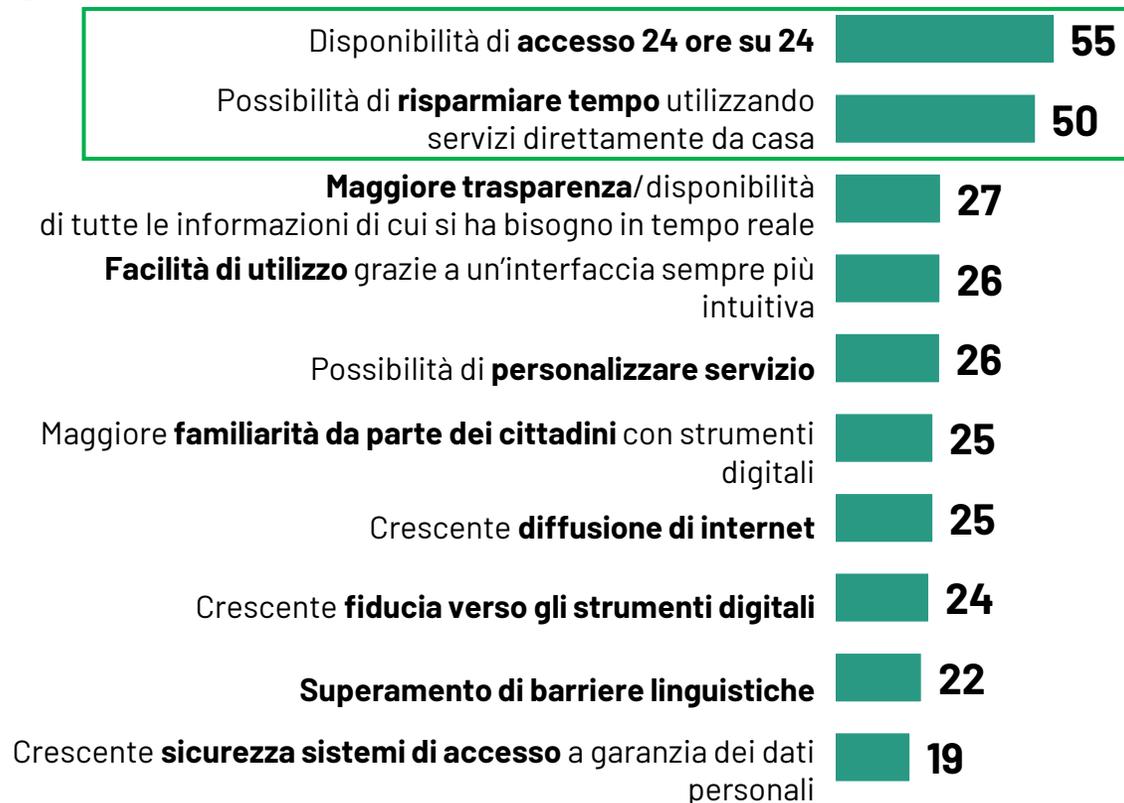




Si apprezza la disponibilità h24 del servizio e il risparmio di tempo, mentre si evidenzia il tema della sicurezza tra gli ostacoli

E11 E quali ritiene potrebbero essere i vantaggi della diffusione degli acquisti online in Italia?

VANTAGGI



E10 In particolare, quali sono gli aspetti che potrebbero ostacolare la diffusione degli acquisti online in Italia?

OSTACOLI





Oltre a disponibilità e risparmio di tempo, i «Tech attivi» aspirano alla personalizzazione mentre i «Tradizionalisti» a una maggiore familiarità con gli strumenti digitali



E11 E quali ritiene potrebbero essere i **vantaggi** della diffusione degli acquisti online in Italia?

		TRADIZIONALI STI SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
Disponibilità di accesso 24 ore su 24	55	58	59	34	73	38
Possibilità di risparmiare tempo utilizzando servizi direttamente da casa	50	53	54	37	45	48
Maggiore trasparenza /disponibilità di tutte le informazioni di cui si ha bisogno in tempo reale	27	25	27	25	24	31
Facilità di utilizzo grazie a un'interfaccia sempre più intuitiva	26	25	28	20	27	29
Possibilità di personalizzare servizio	26	24	27	17	32	29
Maggiore familiarità da parte dei cittadini con strumenti digitali	25	29	22	21	23	25
Crescente diffusione di internet	25	23	26	23	26	27
Crescente fiducia verso gli strumenti digitali	24	26	22	17	23	27
Superamento di barriere linguistiche	22	20	23	24	18	26
Crescente sicurezza sistemi di accesso a garanzia dei dati personali	19	23	17	14	13	23



Trasversale a tutti i gruppi il timore sulla sicurezza informatica. «Nativi Digitali Prudenti» sottolineano la complessità di accesso

E10 In particolare, quali sono gli aspetti che potrebbero **ostacolare la diffusione** degli acquisti online in Italia?

■ 1° citazione
■ 2° citazione
■ 3° citazione
■ Ultima citazione

		TRADIZIONALIST I SCETTICI	SOCIAL DUBBIOSI	NATIVI DIGITALI PRUDENTI	TECH ATTIVI	PIONIERI DIGITALI
Crescente timore per problemi di sicurezza informatica	40	41	42	37	33	38
Preferenza a interfacciarsi con persona fisica/andare in negozio	36	39	39	26	32	31
Mancanza di fiducia verso strumenti digitali	33	39	33	22	33	28
Crescente timore di fare qualcosa di sbagliato/poca dimestichezza	32	31	35	19	34	35
Totale mancanza di assistenza o supporto adeguati	28	30	23	25	30	34
Crescente difficoltà a trovare informazioni di cui si ha bisogno	26	25	25	34	13	34
Difficoltà di accesso a causa dei numerosi sistemi sicurezza previsti	25	23	24	40	19	30
La complessità di utilizzo	23	20	26	25	19	21
Un accesso limitato a internet o a dispositivi digitali	19	18	17	19	16	30



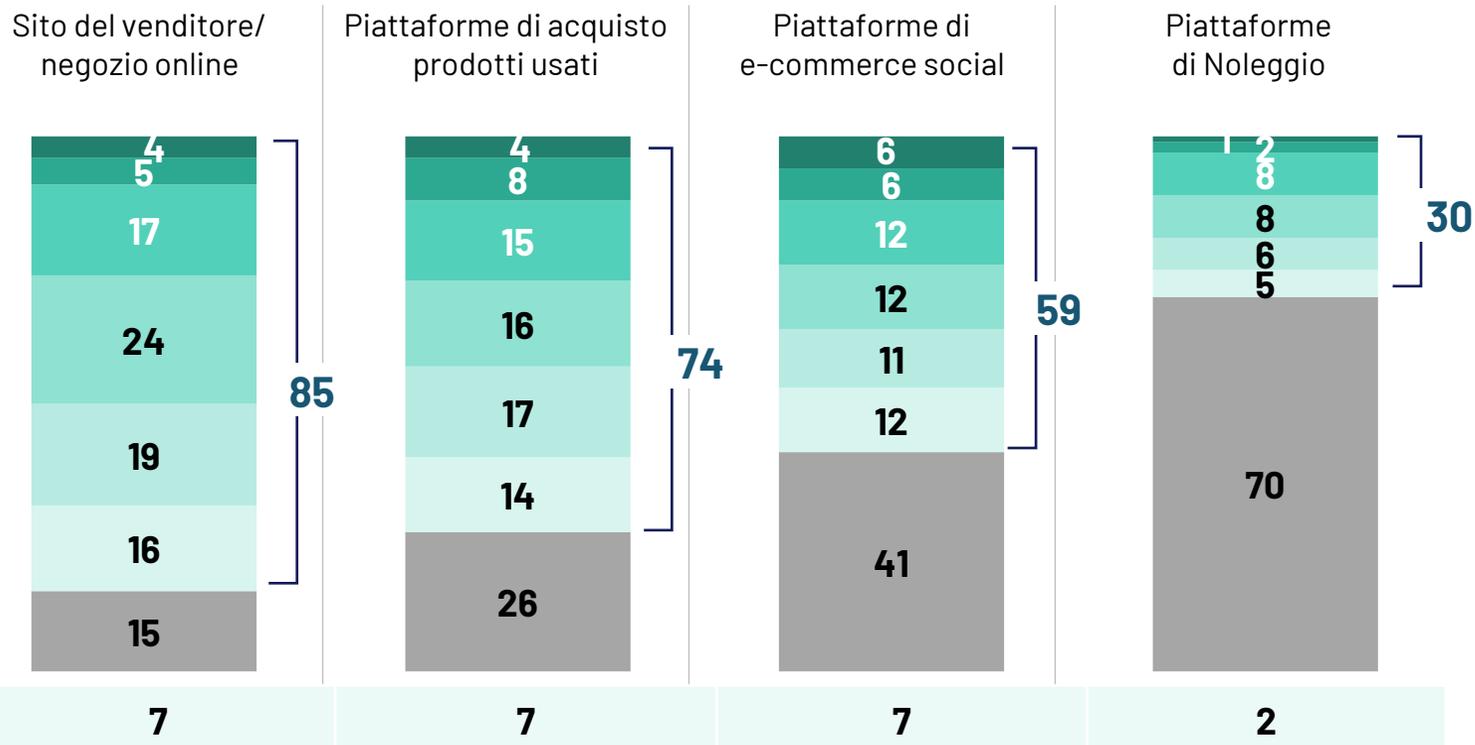
Sito del venditore e piattaforme di usato sono i due canali più utilizzati per l'acquisto di abbigliamento

FOCUS ABBIGLIAMENTO


E5. Quando acquisti prodotti di abbigliamento, calzature e accessori online, con quale frequenza le capita di utilizzare ...

FREQUENZA DI UTILIZZO

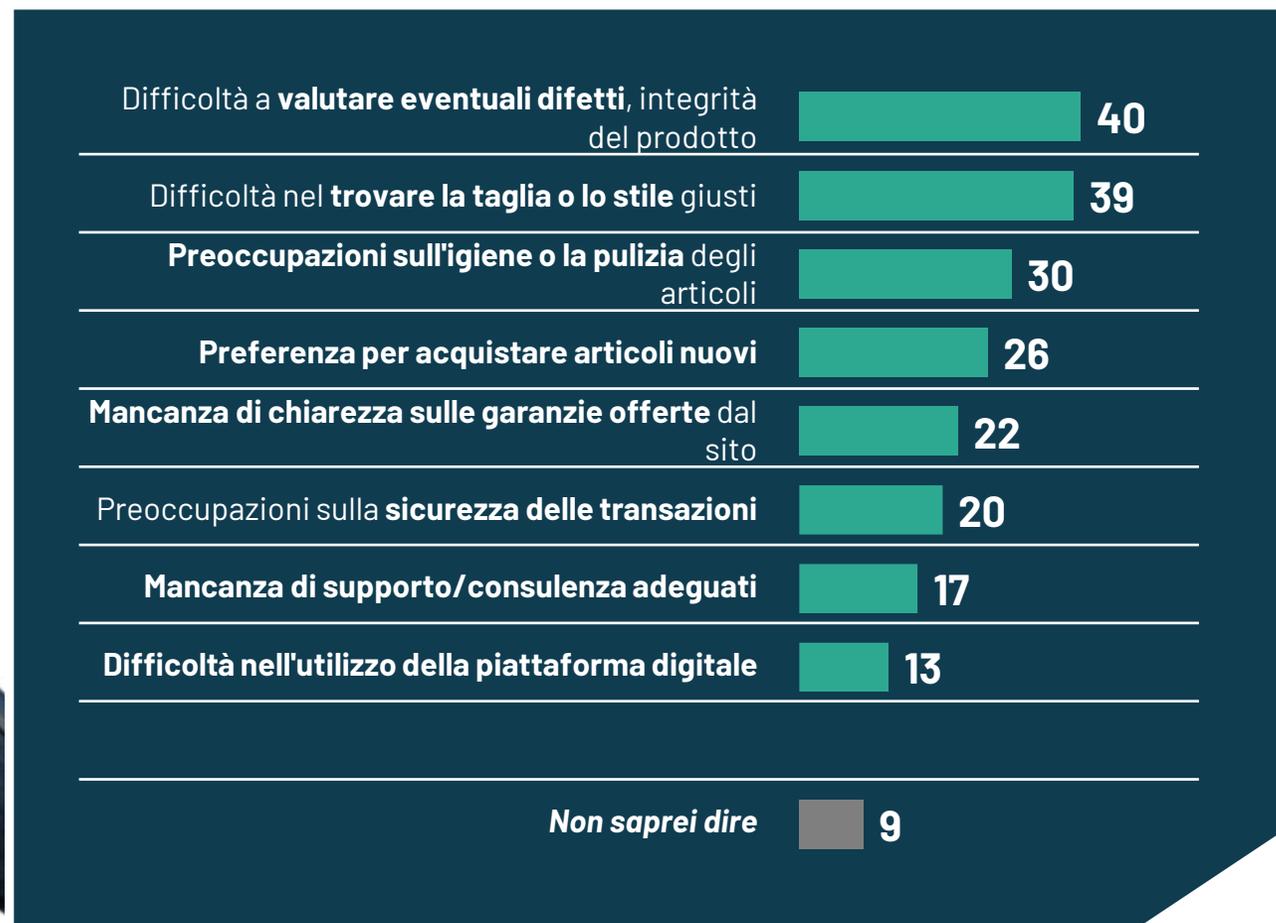
- Almeno una volta la settimana
- Circa una volta ogni 2-3 settimane
- Circa una volta al mese
- Una volta ogni 2 o 3 mesi
- Una volta ogni 4 o 6 mesi
- Una volta in 12 mesi
- Mai





Per l'usato online, si temono soprattutto le difficoltà nella valutazione dei difetti e nel trovare la taglia corretta

E6. Quali potrebbero essere gli ostacoli all'acquisto o al noleggio online di prodotti di abbigliamento, calzature e accessori online usati attraverso piattaforme dedicate?



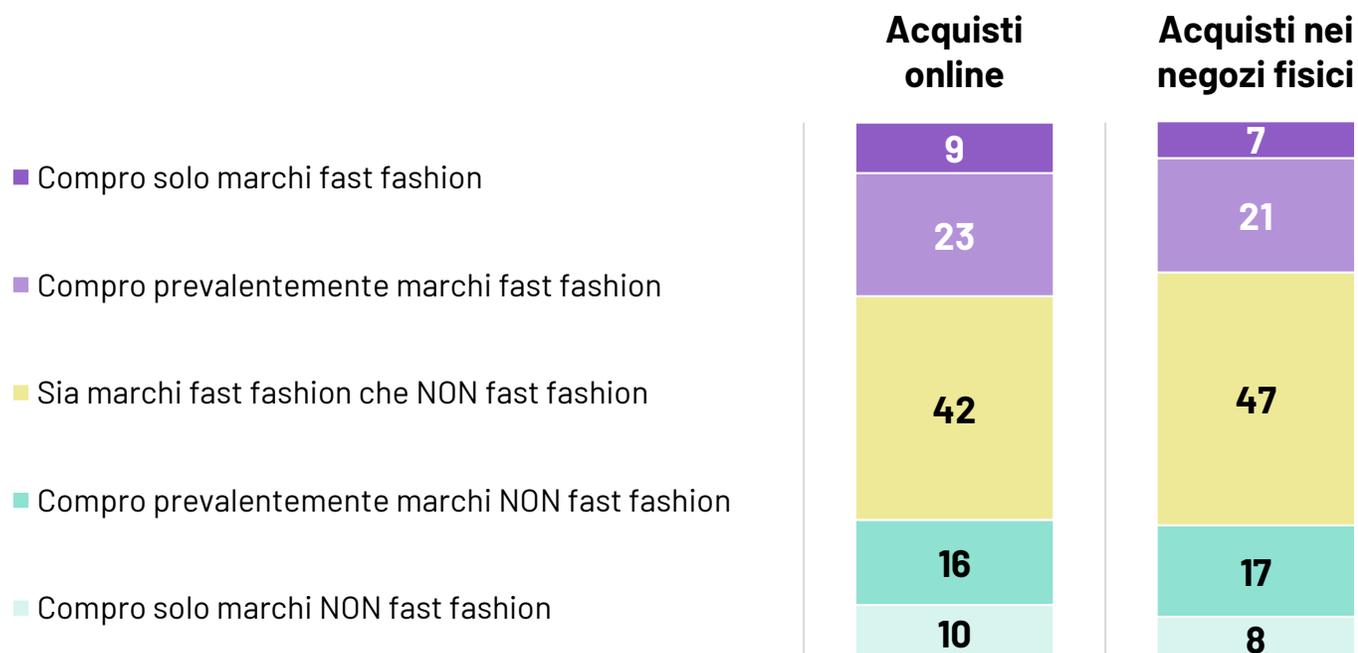


Circa uno su quattro preferisce evitare la moda fast fashion ma la maggior parte acquista entrambe

FOCUS ABBIGLIAMENTO

I marchi della moda **«fast fashion»** (come H&M, Primark, Shein, Zara, ecc..) si concentrano sulla rapida produzione di abiti basati sulle ultime tendenze, destinati a durare solo per una stagione o due, a un prezzo molto accessibile. D'altra parte, i marchi della moda **«non fast fashion»** (come Patagonia, Eileen Fisher e Stella McCartney, ecc...) promuovono la produzione di abiti alta qualità che sono fatti per durare, l'uso di materiali sostenibili oppure il riciclo di vecchi capi di abbigliamento.

E11_1 Ultimamente si parla molto di moda "fast fashion" e "non fast fashion" (o moda sostenibile) per descrivere due approcci diversi all'industria della moda. Pensando alle sue abitudini di consumo direbbe che ...



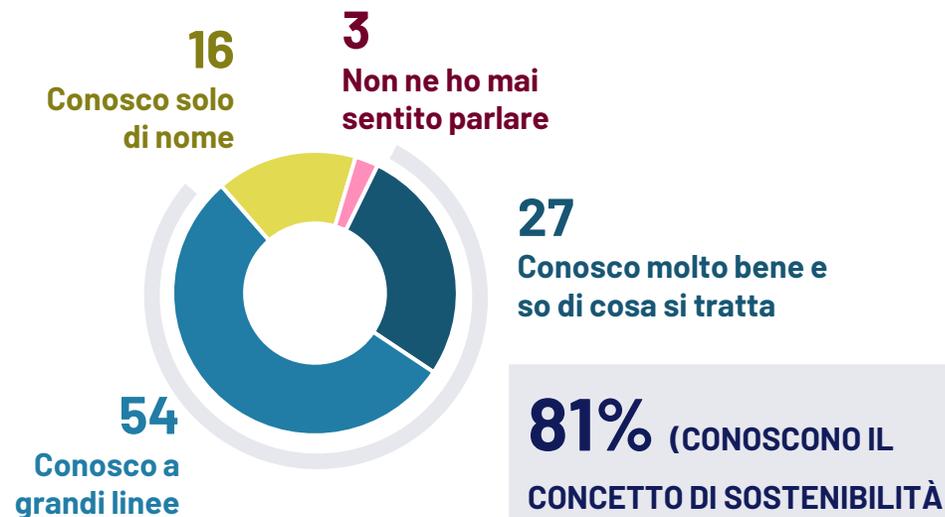


Il 71%, tra chi ha familiarità con il concetto di sostenibilità, sarebbe disponibile a pagare di più per un prodotto sostenibile

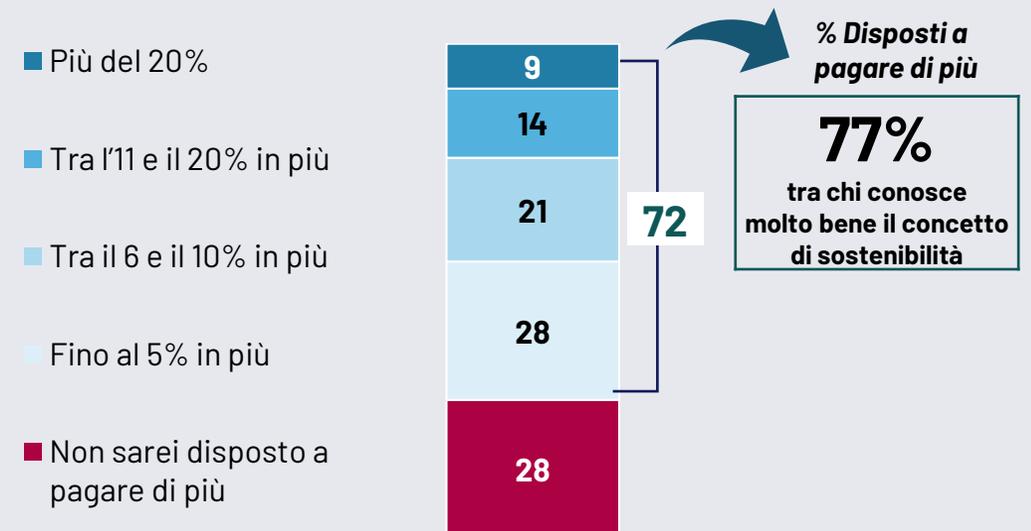
FOCUS SOSTENIBILITA'

Negli ultimi anni è sempre più presente nel dibattito pubblico il concetto di sostenibilità. Il termine indica un **insieme di comportamenti e scelte**, sia individuali che collettive, orientate a principi etici e a logiche di lungo periodo, che hanno **l'obiettivo di coniugare la salvaguardia di risorse limitate e il benessere delle generazioni presenti e future, generando un circolo virtuoso** (economico, sociale ed ambientale).

E12 Quanto ritiene di **conoscere il concetto di "sostenibilità"**?



E13 Quanto sarebbe disposto a **pagare di più per un prodotto sostenibile** (incluso la sostenibilità dei materiali utilizzati, la filiera di produzione, le pratiche smaltimento, ecc..)?



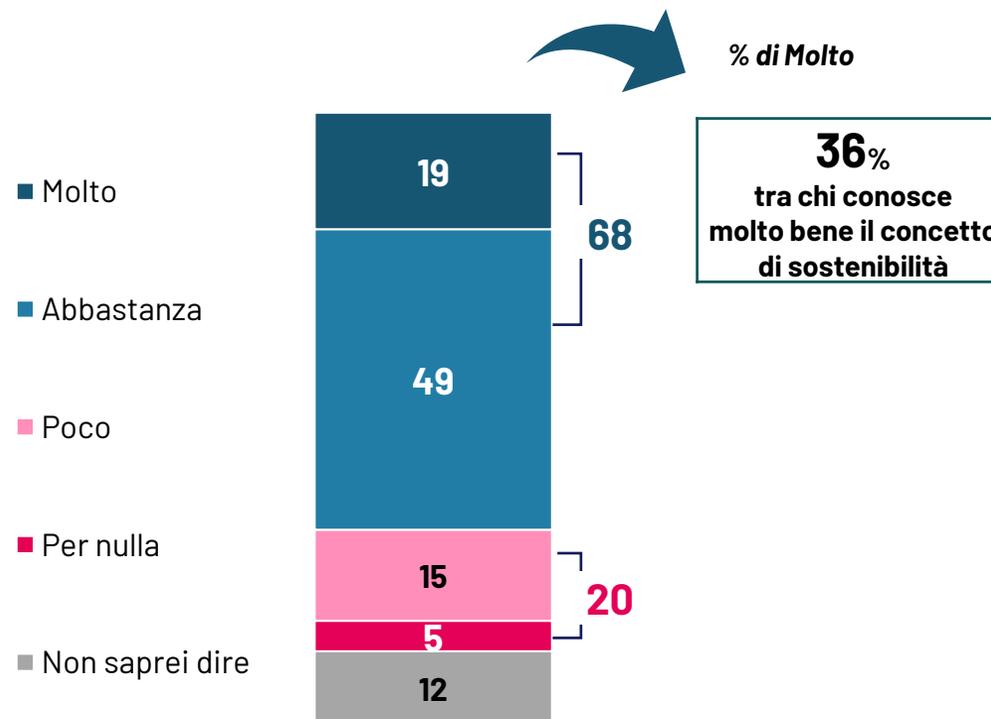
Valori %
Base: conoscitori del concetto di «sostenibilità»

Più di due italiani su tre riconoscono l'importanza del DPP per la valutazione dell'impatto dei prodotti acquistati

FOCUS SOSTENIBILITA'

Il **Digital Product Passport** è un documento informativo digitale che contiene informazioni su progettazione, produzione e consumo di un prodotto e permette di valutare il suo impatto ambientale e sociale

E14 In che misura ritiene che l'adozione di questo strumento sia **importante** per consentire ai consumatori di fare scelte di acquisto responsabili?



1

Trasversalmente alle differenti categorie di prodotto, **l'e-commerce sta prendendo sempre più piede in Italia** ed è impensabile un percorso inverso.

Attualmente, gli acquisti online si concentrano soprattutto su **abbigliamento, i viaggi e prodotti tecnologici.**

Le grandi piattaforme di e-commerce la fanno da padrone nelle varie fasi del processo di acquisto, sebbene l'adv e il passaparola diano il loro contributo

2

L'**accesso h24** e il **risparmio di tempo** sono i driver principali per l'e-commerce, nonostante permanga il timore **per la sicurezza dei propri dati.**

Nonostante i timori, **oltre la metà dei consumatori accoglierebbe con favore avatar e suggerimenti personalizzati** durante il processo di acquisto

3

I canali più utilizzati per l'acquisto online di abbigliamento sono il **sito del venditore e piattaforme di second-hand**, che tuttavia presentano alcune criticità legate all'ottimale selezione del capo usato.

Per quanto riguarda l'acquisto di capi di abbigliamento le scelte si dividono tra fast fashion e non. Solo un'esigua minoranza propende in modo esclusivo per l'una o l'altra

4

Tra chi ha familiarità con il concetto di sostenibilità, si rileva una buona propensione (72%) a **pagare di più** per prodotti sostenibili.

Il **19%** ritiene fondamentale l'utilizzo di **strumenti digitali che permettano una valutazione dell'impatto** dei prodotti acquistati

GRAZIE

