

Touch, Pay, Trust:
il denaro secondo la Gen Z
più giovane

Indagine Webboh Lab – Sylla
Salone dei Pagamenti ABI
Sessione plenaria Giovani



Touch, Pay, Trust:

il denaro secondo la Gen Z più giovane

Indagine Webboh Lab – Sylla
Salone dei Pagamenti ABI
Sessione plenaria Giovani

Report 5/11/2025

Touch, Pay, Trust: il denaro digitale secondo la Generazione Z italiana più giovane

Indagine Webboh LAB – Sylla per il Salone dei Pagamenti 2025

La Gen Z e il denaro che non si tocca

Come vivono i giovani italiani il denaro nell’era digitale? Si fidano dei pagamenti via app? Temono truffe? Sentono ancora “il valore” dei soldi che non passano dalle mani?

A queste domande risponde l’indagine “**Touch, Pay, Trust**” realizzata da **Webboh LAB e Sylla**, su un campione nazionale di circa 4000 **ragazzi e ragazze tra i 14 e i 19 anni (i cosiddetti ExpoTeens)**, rappresentativo per età, genere e area geografica, generato congiuntamente dalla community Webboh e dal panel Webboh-LAB.

“Touch, Pay, Trust non è uno slogan: è la grammatica emotiva con cui i giovani italiani imparano a fidarsi del denaro digitale.”

— *Furio Camillo*, Università di Bologna, Responsabile Scientifico Webboh LAB

Sei modi di vivere il denaro digitale

La **cluster analysis** condotta sulla batteria D20–D29 del questionario ha individuato **sei profili psicografici**, che rappresentano i diversi modi con cui la Gen Z più giovane interpreta fiducia, controllo e innovazione nei pagamenti.

| # | Nickname | Peso % | Profilo sintetico | Payoff (≤ 6 parole) |
|---|--|--------|---|----------------------------------|
| 1 | I Guardiani del Contante | 19.6% | Diffidenti e ansiosi: percepiscono il digitale come rischio, chiedono trasparenza e controllo, trovano sicurezza solo nel contante. | Paura, controllo, bassa fiducia |
| 2 | I Tradizionalisti Distaccati | 27.6% | Cauti ma non ostili: usano carte o contanti senza entusiasmo, considerano i pagamenti digitali utili ma freddi. | Prudenza senza entusiasmo |
| 3 | I Digitali Disinvolti | 7.5% | Pratici e leggeri: usano app e sistemi contactless senza preoccuparsi troppo di sicurezza o privacy. | Usano senza pensarci troppo |
| 4 | I Cercatori di Fiducia Digitale | 16.3% | Consapevoli e attenti: vogliono capire come vengono protetti i loro soldi, apprezzano la comodità ma pretendono trasparenza. | Consapevoli, esigenti, razionali |

| # | Nickname | Peso % | Profilo sintetico | Payoff (≤ 6 parole) |
|---|----------------------------------|--------|---|-------------------------------------|
| 5 | I Fiduciosi Istituzionali | 8.5% | Razionali e sereni: credono nella sicurezza del sistema bancario, vedono il digitale come metodo corretto e affidabile. | Credono nella sicurezza del sistema |
| 6 | I Cashless Convinti | 20.5% | Entusiasti e fluidi: pagano quasi solo in digitale, fiduciosi e veloci, per loro il contante è un residuo del passato. | Entusiasti, fluidi, senza contante |

La mappa logica dei sei cluster mostra un paesaggio generazionale in piena trasformazione. Quasi metà della Gen Z più giovane si muove tra prudenza e fiducia razionale: i **Tradizionalisti Distaccati** e i **Cercatori di Fiducia Digitale** incarnano il cuore moderato del sistema, più attento alla trasparenza che all’innovazione. Ai due estremi si oppongono i **Guardiani del Contante**, che vivono il digitale come minaccia alla sicurezza personale, e i **Cashless Convinti**, che hanno ormai interiorizzato la logica del “touch” come linguaggio naturale del denaro. In mezzo emergono due minoranze interessanti: i **Digitali Disinvolti**, spontanei ma superficiali, e i **Fiduciosi Istituzionali**, che incarnano la fiducia sistemica e l’equilibrio tra tecnologia e stabilità.

Nel complesso, la GenZ più giovane non è divisa tra chi si fida e chi no, ma tra **modi diversi di dare senso alla fiducia**: dal bisogno di controllo alla leggerezza automatica del gesto digitale.

“Un giovane su cinque è già completamente aderente al concetto di *cashless*, ma oltre un quarto resta legato ai contanti come forma di controllo psicologico.

Tra questi due estremi vive la maggioranza prudente della Gen Z più giovane, gli ExpoTeens, che si muove nel digitale chiedendo sicurezza e trasparenza.”



I Guardiani del Contante

20%: paura, controllo, bassa fiducia

Touch, Pay, Trust:
il denaro secondo la Gen Z
più giovane

Indagine Webboh Lab – Sylla
Salone dei Pagamenti ABI
Sessione plenaria Giovani



TRADIZIONALISTA DISTACCATO



**28%: prudenza senza
entusiasmo**



**8%: usano senza pensarci
troppo**

Cercatori di Fiducia Digitale



**16%: consapevoli,
esigenti, razionali**

Fiduciosi Istituzionali

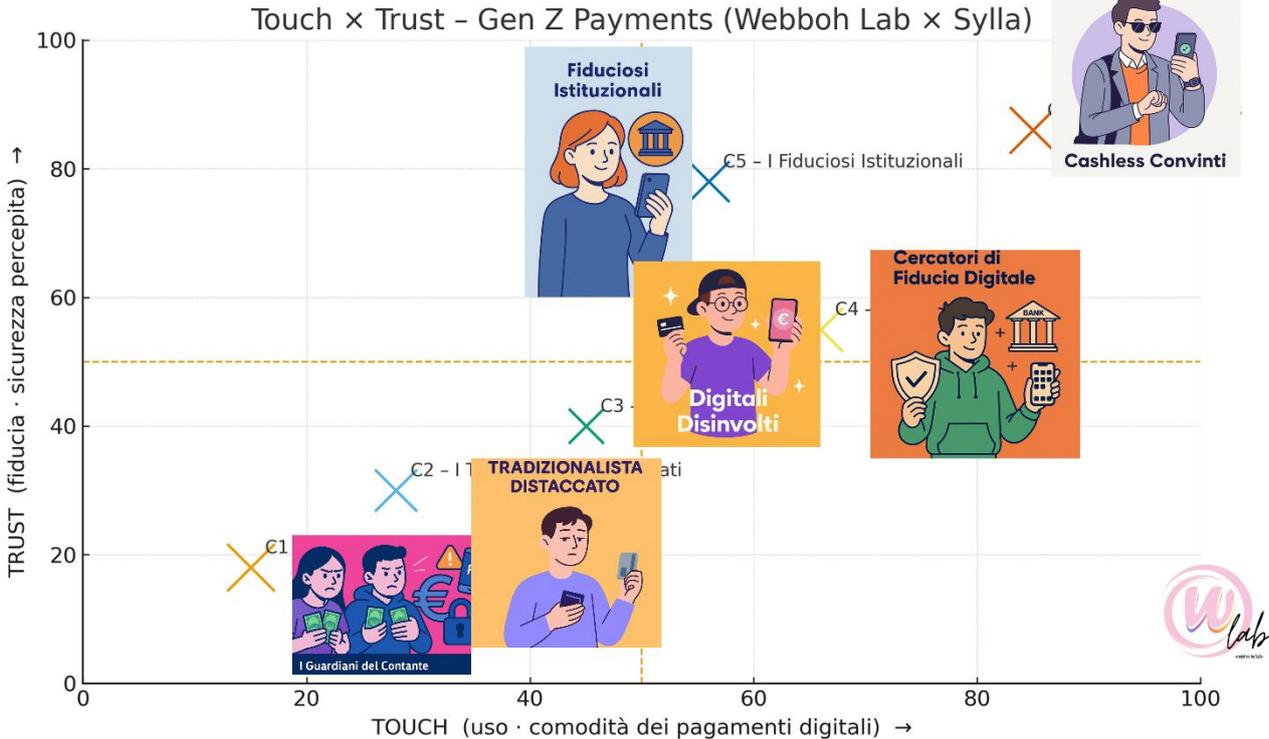


**9%: credono nella
sicurezza del sistema**



Cashless Convinti

**21%: entusiasti, fluidi,
 senza contante**



Focus sulla domanda D40 – “Parlando di soldi digitali, quale frase ti rappresenta di più?”

Touch, Pay, Trust:

il denaro secondo la Gen Z
più giovane

Indagine Webboh Lab – Sylla
Salone dei Pagamenti ABI
Sessione plenaria Giovani



| Motto | % |
|--|-------|
| Fidarsi è bene, ma sono più tranquillo se metto il PIN | 39,6% |
| Il denaro non è tutto, ma decido io come usarlo | 30,4% |
| Se non è safe non fa per me | 22,5% |
| Meglio rischiare che restare indietro | 7,5% |

Letture e interpretazione

Il dato più evidente è che quattro ragazzi su dieci scelgono la prudenza attiva:

“Fidarsi è bene, ma sono più tranquillo se metto il PIN”.

È l'essenza della fiducia controllata, che definisce la relazione della Gen Z più giovane con il digitale.

Non si tratta di diffidenza, ma di un *modo maturo di gestire la fiducia*: mi fido, ma prima verifico.

1. La generazione del “Trust controllato” (39,6%)

Quasi il 40% adotta un atteggiamento di fiducia vigilante:

il digitale è utile, ma va tenuto sotto controllo.

È la stessa logica che emerge nelle risposte sulle truffe e sulla protezione dei dati personali.

Questi giovani sembrano i più consapevoli: si informano, controllano, mettono password e verifiche a due fattori.

2. L'autonomia responsabile (30,4%)

Un altro 30% sceglie:

“Il denaro non è tutto, ma decido io come usarlo.”

Questa frase rappresenta la sovranità personale: il digitale non spaventa, ma deve rimanere sotto il proprio controllo.

Qui prevale l'idea di *autonomia etica*: il denaro non è un fine, ma un mezzo per gestire la propria libertà.

È l'anima più “matura” e progettuale della Generazione Z più giovane.

3. I prudenti assoluti (22,5%)

Quasi uno su quattro dichiara:

“Se non è safe, non fa per me.”

Sono i più cauti, quelli che associano la sicurezza informatica al valore stesso del denaro.

Per loro, la tecnologia è accettabile solo se certificata e garantita da fonti affidabili (banche, istituzioni, app note).

Rientrano spesso nei cluster più diffidenti o “Guardiani del Contante”.

4. I digitali impulsivi (7,5%)

Una minoranza ridotta ma significativa: “Meglio rischiare che restare indietro.”

È la fascia più giovane, più maschile e più attratta dall’innovazione, vivono in famiglie con titoli di studio più alti.

Probabilmente per loro il rischio è parte del gioco digitale, ma rappresentano solo una piccola élite sperimentale della Generazione Z più giovane (meno di 1 su 10).

In sintesi

- 69–70% dei ragazzi vive il denaro digitale all’insegna del controllo e della responsabilità (“PIN” + “decido io”).
- Solo 7,5% mostra un approccio realmente *early adopter* e *rischioso*.
- Il resto (22,5%) chiede sicurezza assoluta: il digitale è ok solo se *blindato*.

Conclusione:

“La Generazione Z più giovane non si fida a occhi chiusi, ma non ha paura del futuro: vive il digitale con consapevolezza, combinando autonomia e controllo.

Fidarsi sì, ma con il PIN sempre pronto.”

Pagare digitale? Per il 42% è “comodo”, non “fighissimo”

Quando si chiede di descrivere il pagamento digitale, secondo un articolato modello di stima, il **42%** lo definisce **comodo**, il **25%** **fighissimo**, il **18%** **sicuro**, e solo il **15%** **fuori moda**.

È il segno che il pagamento digitale non è più un simbolo di modernità, ma una **routine quotidiana**.

“Per la Gen Z più giovane il digitale non è uno status ma una funzione: non serve a sentirsi moderni, serve a vivere meglio.”

Differenze di genere, età e territorio

Le differenze interne alla generazione sono nette:

Touch, Pay, Trust:

il denaro secondo la Gen Z
più giovane

Indagine Webboh Lab – Sylla
Salone dei Pagamenti ABI
Sessione plenaria Giovani



- **Le ragazze** risultano più prudenti: il 29% sceglie “Se non è safe, non fa per me” contro il 21% dei maschi.
- **I maschi** sono più sperimentatori: il 24% “meglio rischiare che restare indietro”.
- **Nord e città grandi:** maggiore fiducia in banche (63%) e app (59%).
- **Sud e piccoli centri:** più legate con la famiglia e il contante (47% preferisce avere sempre soldi fisici).
- **Chi studia in licei scientifici e tecnologici** mostra un atteggiamento più fiducioso (il 71% ha usato app di pagamento nell’ultimo mese).

Il futuro? Invisibile ma trasparente

Guardando avanti (domande D39–D41), **quasi otto giovani su dieci (78%)** immaginano un futuro in cui i pagamenti saranno personalizzati e invisibili. Nel dettaglio:

- **38%** → *Automatici e invisibili*
- **40%** → *Personalizzati e intelligenti*
- **18%** → *Più controllati e meno liberi*
- **4%** → *Torneremo al contante per scelta*

“La Gen Z più giovane, gli ExpoTeens, sogna un denaro invisibile ma trasparente: non più una moneta da toccare, ma una fiducia da costruire.”

In sintesi

L’indagine Webboh LAB – Sylla racconta una generazione che:

- **Sembra usare** il digitale ancora con non tanta naturalezza (all’affermazione “Uso più spesso app di pagamento che carte fisiche” il voto medio sulla scala 1-10 è 4.6),
- **Inoltre il 40%** circa afferma di usare con una discreta frequenza carte o bancomat di un familiare
- **Tuttavia** riconoscono che “Pagare con telefono o app è più comodo che usare i Contanti”, visto il voto medio a tale affermazione che è 7.
- **È una generazione che chiede** sicurezza e chiarezza (il voto medio al voler sapere come le banche proteggono i soldi on line è 7.2),

Touch, Pay, Trust:

il denaro secondo la Gen Z
più giovane

Indagine Webboh Lab – Sylla
Salone dei Pagamenti ABI
Sessione plenaria Giovani



- **Mantiene** un senso di controllo (il voto all'affermazione per cui l'uso del contante li fa sentire "in controllo" è di 6.4, più che sufficiente),
- **Vede** nel digitale una libertà, non una minaccia, ma il senso del controllo nell'uso del contante rimane molto alto

È la **generazione del Trust controllato**: si fida, ma con consapevolezza.

E sta ridisegnando, con leggerezza e intelligenza, il rapporto tra **denaro, fiducia e tecnologia**.

Ancora una volta gli ExpoTeens non sembrano assolutamente un blocco generazionale monolitico ed è per questo che il miglior modo di rappresentarli è quello di sistematizzarne le differenze, classificandoli in gruppi omogenei.

Come la Gen Z più giovane rappresenta il denaro (scala 1–10)

| Item | Media | Interpretazione sintetica |
|--|------------|---|
| Il denaro è responsabilità | 8,6 | Il punteggio più alto: il denaro è prima di tutto qualcosa da gestire con attenzione, non da esibire. |
| Il denaro è un modo per realizzare i propri sogni | 8,2 | Viene vissuto come strumento per l'autorealizzazione personale. |
| Il denaro è facile da perdere il controllo | 7,7 | I ragazzi riconoscono il rischio di “non accorgersi” di quanto si spende, soprattutto nei pagamenti digitali. |
| Il denaro è sicurezza | 7,1 | Una forma di protezione psicologica: serve a non dipendere dagli altri. |
| Il denaro è una preoccupazione quotidiana | 7,1 | È un pensiero costante, anche per chi non ha un reddito stabile. |
| Il denaro è libertà | 7,0 | Permette indipendenza e decisione: è sinonimo di autonomia. |
| Il denaro è potere | 6,6 | Ha perso la dimensione gerarchica o di status: non è più misura del successo. |
| Il denaro è divertimento | 6,5 | Spenderlo dà piacere, ma non è il suo significato principale. |
| Il denaro oggi è più digitale che reale | 6,3 | La generazione riconosce la smaterializzazione, ma mantiene ancora un legame con la concretezza. |
| Il denaro serve a mostrare chi sei agli altri | 3,6 | Valore molto basso: l'ostentazione non appartiene alla Gen Z. |

Letture sintetica

- **Responsabilità e progettualità** sono le parole chiave: i due item più alti (8,6 e 8,2) confermano che la Gen Z associa il denaro a *dovere* e *realizzazione*, non a piacere o status.
- **Libertà e sicurezza** (7,0–7,1) mostrano una visione *autonoma ma ansiosa*: il denaro serve a garantire stabilità più che prestigio.
- **Digitalizzazione consapevole**: il 6,3 su “più digitale che reale” indica che i giovani percepiscono la transizione, ma non hanno ancora interiorizzato del tutto la “smaterializzazione” del denaro.

- **Fine dell'esibizione:** il 3,6 su “mostrare chi sei agli altri” sancisce il distacco dallo stereotipo consumista delle generazioni precedenti.

In sintesi:

Per la Generazione Z più giovane il denaro è **responsabilità e progetto**, non potere né status.

È **una risorsa da gestire con attenzione** per costruire il futuro, non per distinguersi.

E se oggi il denaro è più digitale che reale, resta comunque un indicatore di equilibrio e autonomia personale.

Come la Gen Z più giovane vive il risparmio e l'investimento

| Item | Media | Interpretazione sintetica |
|--|------------|--|
| Risparmiare serve a realizzare sogni e progetti personali | 8,3 | Il risparmio è vissuto come strumento per la propria autorealizzazione, non come sacrificio. |
| Preferisco risparmiare piuttosto che spendere subito | 7,2 | Prevale l'autocontrollo: otto ragazzi su dieci preferiscono tenere da parte qualcosa. |
| Mi piacerebbe che qualcuno mi spiegasse meglio come funziona investire | 7,5 | Forte bisogno di educazione finanziaria: i giovani vogliono capire, non rifiutare il tema. |
| Investire è un modo per far crescere i soldi | 7,1 | L'idea è chiara e condivisa, ma ancora teorica: manca la pratica e la fiducia negli strumenti. |
| Risparmiare significa rinunciare oggi per un futuro migliore | 6,8 | Il risparmio non è più rinuncia, ma investimento su se stessi: il valore resta alto ma meno “moralista”. |
| Investire può essere anche un modo per aiutare l'ambiente o cause sociali | 6,4 | Apertura all'impact investing e ai valori ESG, soprattutto tra le ragazze. |
| Meglio tenere i soldi sul conto o nel salvadanaio che investirli | 5,5 | Divisione a metà: metà del campione resta prudente e preferisce la liquidità. |
| Investire è troppo rischioso | 5,0 | Il rischio viene percepito, ma non terrorizza: è una barriera psicologica più che cognitiva. |
| Investire è una cosa da adulti, non da ragazzi | 4,4 | Netto rifiuto di questo stereotipo: la Gen Z più giovane si sente già soggetto economico attivo. |

Letture sintetica

- I punteggi più alti (8,3 e 7,5) indicano una **visione matura e proattiva**: risparmiare serve a *realizzare progetti* e a *capire meglio* il mondo economico.
- L'**investimento** è visto come *opportunità da comprendere*, non come tabù.
- Il **rischio** non è demonizzato (5,0), ma prevale ancora la cautela (5,5 per “meglio tenerli sul conto”).
- La **curiosità educativa** (7,5 su “mi piacerebbe capire meglio”) apre uno spazio concreto per percorsi di alfabetizzazione finanziaria.
- Il **legame valoriale** (6,4 su “aiutare ambiente o cause sociali”) conferma che la Gen Z collega il denaro al bene comune, non solo all’interesse individuale.

In sintesi

Per la Generazione Z più giovane **risparmiare è progettare**, non rinunciare.

È una generazione che vuole *capire prima di rischiare*, non chiudersi nella diffidenza.

Chiede formazione e trasparenza, non promesse.

E comincia forse a vedere nell’investimento anche un modo per *fare la differenza* — non solo per guadagnare.

Relazione tra fiducia digitale e caratteristiche personali

1. Variabili chiave analizzate

Abbiamo confrontato le risposte alle principali domande (fiducia, truffe, visione del futuro, motto sui soldi digitali, paghetta, ecc.) con variabili socio-demografiche:

- **Genere**
- **Età**
- **Area di residenza**
- **Percezione del contesto di vita**
- **Livello di istruzione e competenze digitali dei genitori**

I risultati significativi ai quali si accennerà sono basati su test χ^2 ($p < 0,05$).

2. Differenze di genere

- **Le ragazze** risultano più **caute e orientate alla sicurezza**: si fidano di più dei genitori, usano più spesso la carta familiare, mostrano timore verso truffe e preferiscono “mettere il PIN” come garanzia.
- **I ragazzi** invece sono più **autonomi e sperimentatori**: mostrano maggiore fiducia verso banche e app, più propensione a rischiare e più entusiasmo per le tecnologie smart.
- Nel motto D40, le femmine scelgono “il denaro non è tutto ma decido io come usarlo”, i maschi “fidarsi è bene, ma sono più tranquillo se metto il PIN”.
- La **paghetta** è più diffusa tra i maschi (circa 36% vs 32% femmine).

In sintesi: prudenza e mediazione familiare femminile contro fiducia autonoma maschile.

3. Differenze per età

- La **fiducia nei genitori** cala con l’età, mentre cresce la fiducia in sé e nelle app bancarie.
- L’**uso della carta familiare** diminuisce con l’età (più indipendenza economica).
- I più giovani (≤ 15 anni) si affidano ai genitori o “alla nonna”, i più grandi (17–19 anni) gestiscono più autonomamente i pagamenti.
- Le **esperienze di truffe** aumentano con l’età e con l’uso delle piattaforme.

- Nei **pagamenti futuri**, i più giovani immaginano sistemi “smart e personalizzati”, i più grandi “invisibili e automatici”.
- La **paghetta** non varia molto con l’età (presente per circa 1 su 3).

In sintesi: l’autonomia cresce con l’età, così come la responsabilità.

4. Differenze per area di residenza

- Al **Nord e nelle città medie/grandi**, prevale la fiducia in banche e app, e una maggiore competenza digitale.
- Al **Sud e nei piccoli centri**, la fiducia è familiare e relazionale: si impara “in casa” o “smanettando”.
- Le **truffe online** sono più frequenti in città medie/grandi (maggiore esposizione).
- **Visione del futuro:** nei centri medi emergono i “pagamenti smart”, nei piccoli paesi cresce la richiesta di “controllo e sicurezza”.

In sintesi: Nord e città = fiducia e innovazione; Sud e piccoli centri = cautela e apprendimento familiare.

5. Contesto familiare e percezione del luogo

- Dove il contesto di vita è percepito come **positivo** (quartieri vivibili, famiglie istruite e occupate), aumenta la **fiducia** in genitori e banche, l’uso del digitale e la diffusione della **paghetta**.
- Dove si vive in **contesti problematici**, prevalgono **diffidenza e autoprotezione**: i ragazzi si affidano meno ai genitori, usano di più il contante e imparano da soli (“smanettando”).
- Anche il **padre** e la **madre** giocano ruoli distinti:
 - Padri più istruiti → più fiducia nei sistemi digitali, visione “smart”.
 - Madri più digitali → insegnano direttamente ai figli e trasmettono sicurezza.
 - Padri e madri meno digitali → figli più autonomi ma anche più esposti ai rischi.
 - Le **madri lavoratrici o istruite** danno più spesso la paghetta.

In sintesi: l’educazione economica e digitale dei genitori è il vero “motore della fiducia”.

6. Sintesi dei tre gradienti territoriali (p.31)

| Dimensione | Polarità | Effetto principale |
|----------------------|---|--|
| Nord-Sud | Nord/Centro → fiducia in banche e app; Sud/Isole → fiducia familiare | Gradiente culturale e infrastrutturale |
| Città vs paesi | Città → più competenze digitali; Paesi → apprendimento domestico | Digital divide urbano |
| Percezione del luogo | Contesti “positivi” → fiducia e innovazione; Contesti “negativi” → diffidenza | Fiducia sociale legata al benessere |

Conclusion: il capitale sociale locale (fiducia e benessere percepito) incide più del reddito reale.

7. Tendenze trasversali

- **La sicurezza digitale** è un valore comune: in tutti i segmenti prevale la prudenza, il controllo e la preferenza per sistemi protetti (PIN, verifica doppia).
- **La famiglia** resta la principale leva educativa: è la prima fonte di apprendimento e fiducia economica.
- **L'autonomia digitale** cresce con età e istruzione (ma anche l'istruzione dei genitori ovviamente): la gestione individuale dei soldi online è vista come segno di maturità.

Sintesi finale:

“La Generazione Z più giovane è prudente, sicuramente non ingenua.

Cresce connessa, ma con il dito sul PIN: si fida, ma verifica.

L'educazione economica familiare resta decisiva, mentre l'autonomia digitale diventa il nuovo orizzonte della fiducia.”