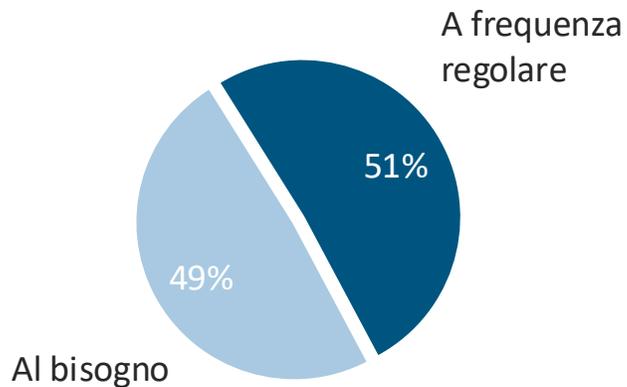


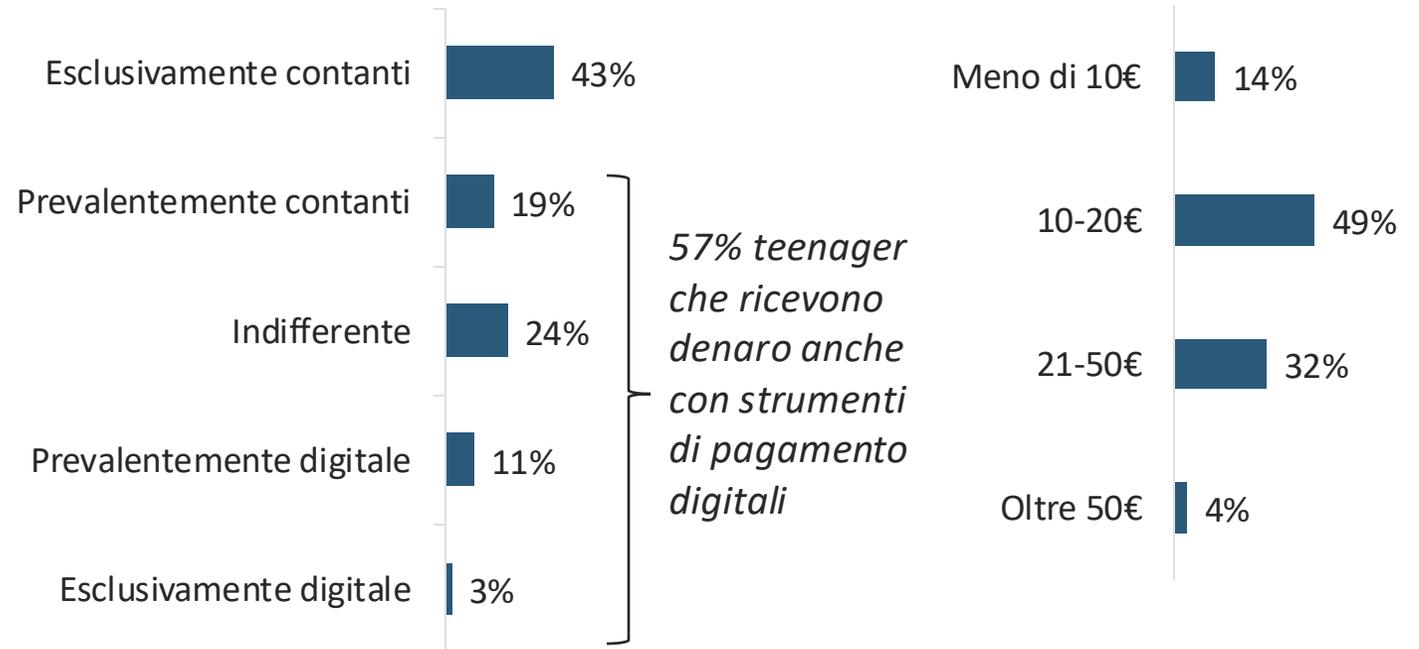
Già il 57% dei teenager è abituato a ricevere denaro dai famigliari anche attraverso strumenti digitali



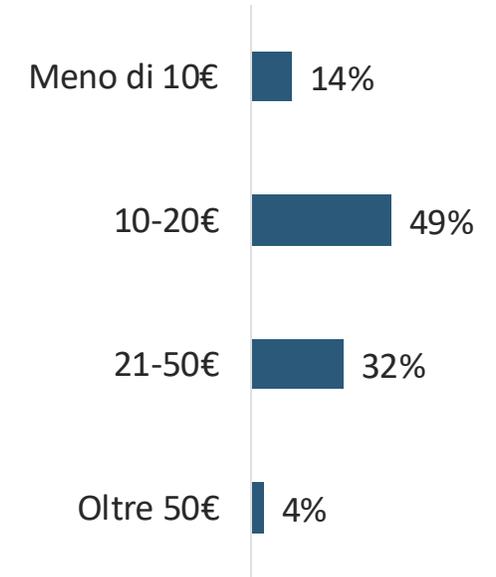
FREQUENZA DI RICEZIONE DEL DENARO DA PARTE DEI TEEN



MODALITÀ DI RICEZIONE DEL DENARO DA PARTE DEI TEEN



DISPONIBILITÀ DI SPESA SETTIMANALE



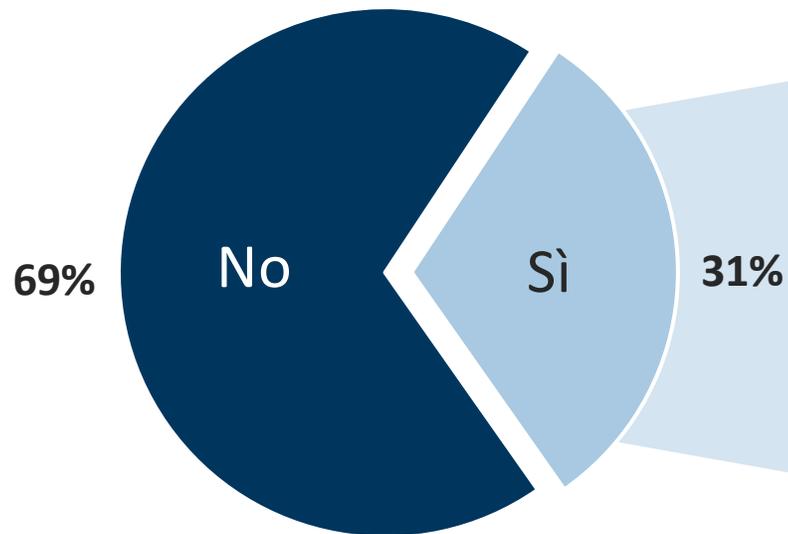
Note: 1) A causa di arrotondamenti effettuati nei calcoli, le somme delle percentuali riportate nelle tabelle o nei grafici potrebbero non corrispondere esattamente al 100%

Rispondenti: campione totale (360). Domande di riferimento: *Solitamente, tuo/a figlio/a riceve denaro da te/altri famigliari? In che modalità tuo/a figlio/a riceve denaro? In media quale importo ha a disposizione tuo/a figlio/a da spendere settimanalmente?*

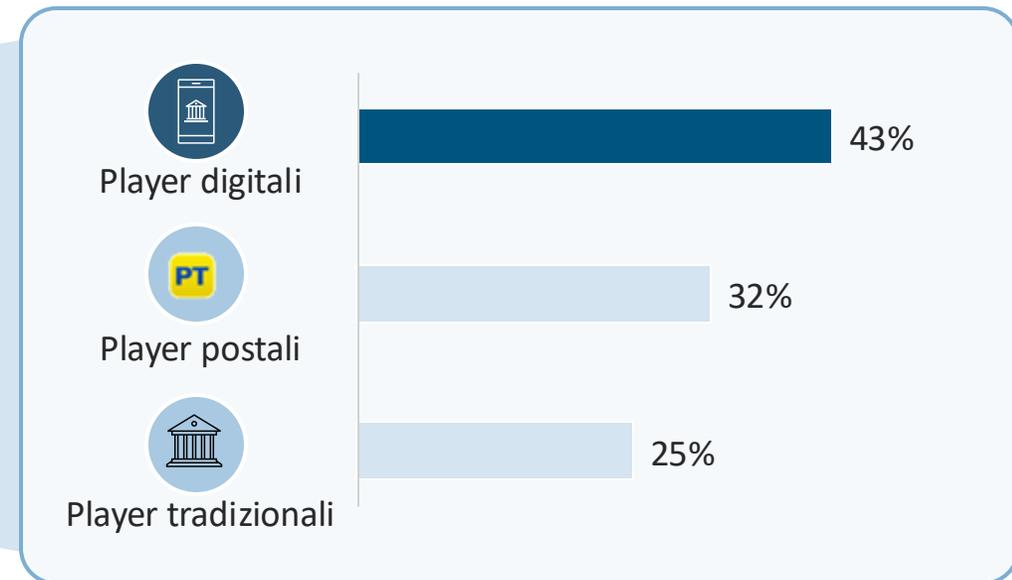
La scelta del prodotto per il figlio ha portato all'apertura di un nuovo prodotto per adulti nel 31% dei casi, di cui il 43% sono prodotti di player digitali



TASSO DI CROSS-SELLING VS IL GENITORE POST SOTTOSCRIZIONE DI UN PRODOTTO PER TEENAGER



TIPOLOGIA DI FORNITORE SELEZIONATO PER IL FIGLIO CHE HA PORTATO ALL'APERTURA DI UN PRODOTTO ANCHE PER IL GENITORE

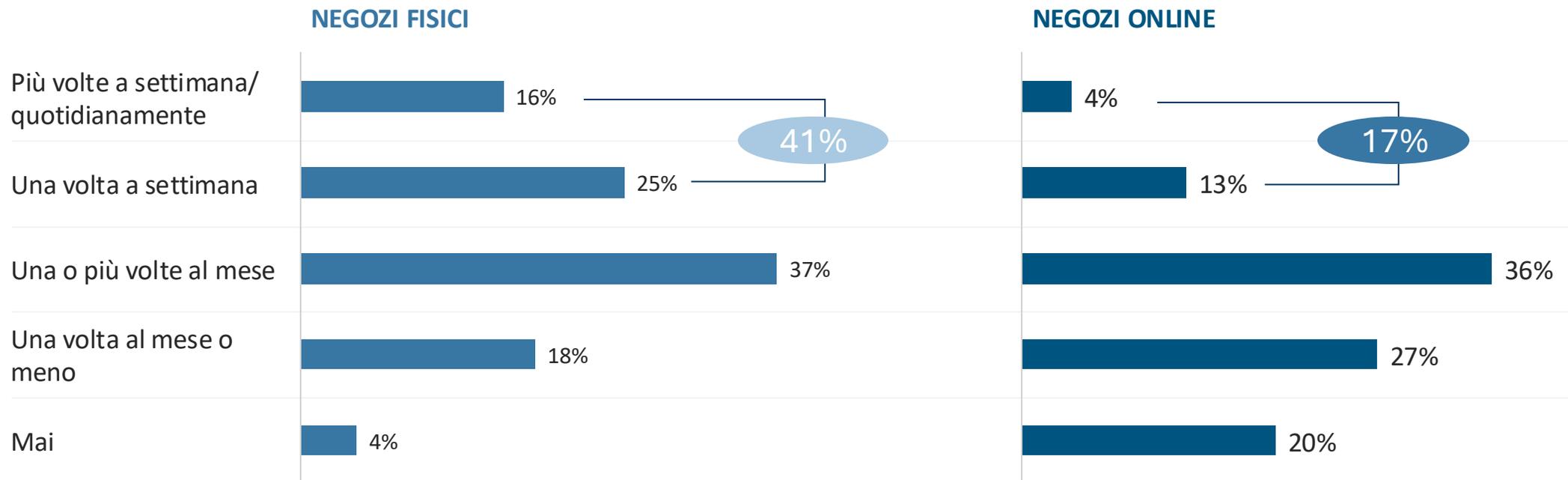


Il tasso di cross-selling generato dall'offerta per teenager è risultato più elevato tra i clienti che hanno scelto soluzioni di player digitali per i teenager, questo sottolinea l'importanza per le banche tradizionali di offrire soluzioni innovative per i teen, al fine di proteggere e fidelizzare la propria clientela. Alcuni player hanno scelto strategicamente di obbligare l'apertura di un prodotto per il genitore per poter gestire il prodotto del teenager (es. Revolut)

Il 41% dei teenager utilizza gli strumenti su base quotidiana/settimanale in negozi fisici, mentre gli acquisti online hanno una frequenza minore



FREQUENZA DI UTILIZZO PER I PAGAMENTI IN AUTONOMIA NEI NEGOZI FISICI E ONLINE



Gli strumenti di pagamento digitali vengono utilizzati dai giovani in autonomia con frequenza prettamente mensile. La frequenza settimanale e quotidiana è più diffusa per gli utilizzi nei punti fisici (41%) rispetto all'online (17%), a conferma che gli strumenti digitali sono utilizzati come valida alternativa al contante nelle uscite di tutti i giorni. Diversamente online gli utilizzi in autonomia sembrano essere meno frequenti