



**LE ESPERIENZE DI EDUCAZIONE FINANZIARIA.
Indagine sulla realtà italiana nel contesto
internazionale. Edizione 2011**



**Indagine realizzata dalla Fondazione Rosselli
con il contributo del Consorzio PattiChiari**

A cura di Stefania Farsagli e Francesca Tracò



ISBN 978-88-97269-07-6

Copyright © 2011 Consorzio PattiChiari

II edizione: ottobre 2011

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume/fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art.68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n.633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da Fondazione Rosselli.

Si desidera ringraziare vivamente tutti coloro che, a vario titolo, hanno contribuito alla realizzazione del presente volume.

In particolare, si ringraziano:

- Emanuela Angori**, Responsabile Unit Business Sustainability Country Italia UniCredit Group
Riccardo Becagli, Responsabile Customer Satisfaction Divisione Retail e Private - Rete Territoriale, BNL BNP-Paribas
Daniela Ballarino Referente Progetto EduCare, Customer Satisfaction Divisione Retail e Private - Rete Territoriale, BNL BNP-Paribas
Aine Carroll, Assistant Director Public Awareness and Financial Education, National Consumer Agency, Ireland
Giacomo Carbonari, Segretario Generale della Fondazione Forum Permanente ANIA- Consumatori,
Enrico Castrovilli, Presidente Associazione Europea di Educazione Economica (AEEE-Italia)
Dusan Hradil, Head of Financial Market Analyses Unit, Ministry of Finance, Czech Republic
Umberto Filotto, Segretario Generale Assofin e Professore Ordinario di Economia delle Aziende di Credito, Università di Roma Tor Vergata
Caterina Galluccio, Ricercatore di Sociologia Generale Università G. d'Annunzio di Chieti
Gabriella Gemo, Responsabile Corporate Image Direzione Centrale Relazioni Esterne Intesa Sanpaolo
Paolo Legrenzi, Professore ordinario di Psicologia cognitiva Università IUAV di Venezia
Karen O'Leary, Director Public Awareness and Financial Education, National Consumer Agency, Ireland
Giovanna Neffat, Responsabile Programma di Educazione Bancaria e Finanziaria Unit Business Sustainability Country Italia UniCredit Group
Giorgio Righetti, Direttore generale Acri - Associazione di Fondazioni e di Casse di Risparmio Spa
Olaf Simonse, Project Leader CentiQ, Ministry of Finance, Netherlands
Maurizio Trifilidis, Titolare Unità Coordinamento d'Area e collegamento Filiali Banca d'Italia
Lukas Vacek, Head of Consumer Protection Unit, Ministry of Finance, Czech Republic
Fleur Hudig, Community Investment Manager, ING Group, Netherlands

Un ringraziamento speciale va a:

- Filippo Cavazzuti**, Presidente Consorzio PattiChiari
Massimo Roccia, Segretario Generale Consorzio PattiChiari
Giovanna Boggio Robutti, Responsabile Ufficio Progetti di educazione finanziaria Consorzio PattiChiari
Monica Rivelli, Ufficio Progetti di Educazione Finanziaria Consorzio PattiChiari

Indice

Capitolo I - Educazione economica e finanziaria nel mondo: nuove esperienze e conferme internazionali <i>di Annalisa Garis e marco Riva Governanda</i>	6
Capitolo II - L'Europa si educa alla finanza e all'economia: strategie ed esperienze a confronto <i>di Annalisa Garis e marco Riva Governanda</i>	17
2.1 La Repubblica Ceca: l'educazione finanziaria nei curricula scolastici	18
2.1.1 <i>La necessità di una strategia governativa di financial education</i>	18
2.1.2 <i>Una governance centrale per la costruzione di programmi condivisi</i>	20
2.1.3 <i>Money literacy, price literacy, budget literacy: tre temi per l'educazione finanziaria</i>	24
2.1.4 <i>La classificazione dei target e lo sviluppo di interventi tarati sulle esigenze contingenti</i>	28
2.1.4.1 <i>L'educazione finanziaria per i giovani</i>	29
2.1.4.2 <i>L'educazione finanziaria per gli adulti</i>	31
2.1.5 <i>Solide strategie di finanziamento e un debole sistema di valutazione dei risultati</i>	33
2.2 L'Irlanda: l'educazione finanziaria per i consumatori	36
2.2.1 <i>La crisi economica della "Tigre Celtica" e l'impegno nell'analisi delle competenze economiche dei cittadini</i>	36
2.2.2 <i>Una nuova governace per lo sviluppo della financial capability</i>	38
2.2.3 <i>Temi e contenuti: l'importanza dei learning outcomes</i>	43
2.2.4 <i>L'educazione finanziaria per consumatori economicamente e finanziariamente deboli</i>	46
2.2.4.1 <i>L'educazione finanziaria per i giovani</i>	49
2.2.4.2 <i>L'educazione finanziaria per gli adulti</i>	52
2.2.5 <i>Monitoraggio, finanziamenti e prospettive</i>	55
2.3 I Paesi Bassi: l'educazione finanziaria per tutta la vita	57
2.3.1 <i>Una piattaforma di lavoro comune per la responsabilizzazione economica dei cittadini</i>	57
2.3.2 <i>Cooperazione, organizzazione e impegno condiviso per lo sviluppo di una formazione flessibile ed ergonomica</i>	61



2.3.3 <i>Tre programmi per l'accrescimento delle capacità e della consapevolezza finanziaria dei consumatori</i>	64
2.3.4 <i>L'educazione finanziaria a supporto dei consumatori "a rischio"</i>	71
2.3.4.1 <i>L'educazione finanziaria per i giovani</i>	74
2.3.4.2 <i>L'educazione finanziaria per gli adulti</i>	79
2.3.5 <i>La valutazione dei programmi verso un unico sistema di monitoraggio</i>	81
2.4 Fattori frenanti e fattori di successo nelle scelte dell'Europa in materia di educazione finanziaria	83
Capitolo III - Educazione finanziaria in Italia: qualcosa "eppur si muove" di Stefania Farsagli	89
3.1 <i>Governance dell'educazione economica e finanziaria in Italia tra vecchi e nuovi attori</i>	89
3.2 <i>Modelli didattici, strumenti, target: scelte strategiche italiane</i>	103
3.3 <i>I sistemi di monitoraggio per lo sviluppo dei programmi di educazione economico-finanziaria italiani</i>	114
Capitolo IV - Strategie educative italiane nel contesto europeo: esperienze passate e nuove evoluzioni di Stefania Farsagli e Francesca Traclò	117
Appendice metodologica	122
1. <i>Obiettivi, Metodo e Tecniche dell'indagine qualitativa</i>	122
2. <i>Obiettivi, Metodo e Tecniche dell'indagine nazionale</i>	124
2.1 <i>Programmi di educazione finanziaria nazionale</i>	125
2.2 <i>Questionario per l'indagine nazionale</i>	128
Appendice statistica	137
Bibliografia	148
Sitografia	152
Note	157



Capitolo I - Educazione economica e finanziaria nel mondo: nuove esperienze e conferme internazionali

di Annalisa Garis e Marco Riva Governanda

La recente crisi finanziaria ha drammaticamente mostrato che i consumatori necessitano di maggiori conoscenze in materia di prodotti bancari, finanziari, assicurativi, previdenziali; la complessità dei mercati finanziari, delle scelte che i cittadini devono fronteggiare e del rischio ad esse connesso è aumentata rapidamente, molto più rapidamente di quanto siano aumentate le conoscenze e competenze dei cittadini stessi. Tali competenze sono oggi sempre più indispensabili, al fine di compiere scelte consapevoli, con un'appropriate conoscenza dei rischi insiti in ogni decisione.

Inoltre, è stato evidenziato come l'inappropriata gestione individuale del debito possa portare gravi conseguenze non solo per i singoli cittadini, ma anche per l'economia pubblica. Tali considerazioni, unite al sempre maggiore trasferimento di rischi e responsabilità a carico dei consumatori di prodotti finanziari ed alla complessità di un mercato finanziario con numerose offerte di prodotti e servizi, spingono verso l'attuale e generale interesse nell'educazione finanziaria.

Molti paesi stanno sviluppando strategie nazionali e programmi per incrementare il livello di conoscenza in materia dei propri cittadini e tutte le principali istituzioni sovranazionali si stanno occupando del tema, indicando linee guida e modelli di sviluppo.

La Commissione Europea ha rivisto recentemente le sue iniziative di intervento in questo ambito ed ha realizzato il documento *Review of the initiatives of the European Commission in the area of financial education*. La politica dell'Unione Europea nell'area dell'educazione finanziaria è stata stabilita con la *Communication on Financial Education* del dicembre 2007.¹ Questo documento spiega il ruolo dell'educazione finanziaria nella politica del Mercato Interno e i suoi benefici per gli individui, la società e l'economia nel complesso. Inoltre, elenca otto principi per una diffusione di successo dei programmi di educazione finanziaria e annuncia il lancio di quattro iniziative pratiche: una rete di professionisti, un database europeo dei programmi ed iniziative, lo sviluppo di strumenti online per i docenti all'interno del programma *Dolceta* e la sponsorizzazione di iniziative degli Stati Membri.

Sia il Consiglio dell'UE che il Parlamento hanno prestato attenzione all'educazione finanziaria spingendo gli Stati Membri ad aumentare gli sforzi nell'implementare quanto presente nella Comunicazione del 2007, in particolare nello stabilire:

- { una piattaforma nazionale per la cooperazione di tutti gli stakeholder;
- { l'inclusione delle tematiche nei curricula scolastici;
- { il bisogno di adeguare gli schemi di educazione finanziaria a target differenti.

Nonostante questo forte impulso, i progressi a partire dal 2007 ad oggi non sono stati così evidenti e molti Stati Membri non hanno ancora risposto in modo adeguato alla necessità dei consumatori di raggiungere un livello di educazione finanziaria sufficiente per comprendere i servizi e i prodotti finanziari e per fare scelte informate.



In particolare, solo un limitato numero di Stati² ha sviluppato al momento un strategia nazionale che definisca in modo chiaro i ruoli e le competenze, assicuri il coinvolgimento attivo di tutti gli attori, identifichi e assegni priorità ai bisogni dei diversi gruppi sociali e sfrutti in modo efficace le risorse disponibili. Inoltre, l'educazione finanziaria è stata resa parte integrante dei curricula in pochi Stati Membri.³

Il presente studio *Le esperienze di educazione finanziaria. Indagine sulla realtà italiana nel contesto internazionale*, curato dalla Fondazione Rosselli per il Consorzio PattiChiari, in continuità con il lavoro del 2010, intende, a completamento dell'indagine sulla costellazione di iniziative realizzate in questo campo nel nostro Paese, indicare alcune *best practice*, analizzando tre studi di caso relativi ad esperienze europee ritenute innovative in un settore di intervento in continua e multiforme evoluzione.

Come si vedrà nel seguito del lavoro, questa tipologia di studi, ovvero la realizzazione di un osservatorio sull'educazione finanziaria che permetta di conoscere ed indagare in maniera costante la costellazione di iniziative realizzate in questo campo nel nostro Paese e nel mondo, sono la base irrinunciabile e fondamentale a partire dalla quale i Paesi Membri più virtuosi hanno costruito le loro strategie nazionali.

Volendo tracciare un quadro europeo delle iniziative sovranazionali messe in campo, una delle più importanti in questi ultimi anni è stata la creazione, nel 2008, dell'*Expert Group on Financial Education* (EGFE). Si tratta di un gruppo costituito da un massimo di 25 membri e caratterizzato da una varietà di stakeholder provenienti da diversi settori. Il gruppo è stato istituito con l'obiettivo di creare uno scambio di informazioni in relazione alle tematiche trattate nella Comunicazione della Commissione Europea del 2007. L'EGFE ha reso possibile il trasferimento di informazioni e di *best practice* tra i membri e ha messo in comune le competenze di alfabetizzazione finanziaria sviluppate nei diversi contesti. Ha giocato un ruolo positivo nel promuovere lo sviluppo della conoscenza e delle competenze dei suoi membri, informandoli dei diversi approcci e metodi per fornire educazione finanziaria. Ha, inoltre, migliorato lo scambio di informazioni tra la Commissione e i membri su specifiche questioni nazionali. Dall'altro lato, i membri hanno beneficiato del regolare aggiornamento sulle politiche della Commissione e sulle iniziative di interesse per le loro attività a livello nazionale.

Fino ad oggi sono stati organizzati 5 incontri della durata di un giorno, in cui sono stati discussi diversi temi: l'impatto di un basso livello di alfabetizzazione finanziaria sulla crisi, l'inserimento dell'educazione finanziaria nei curricula scolastici, l'utilizzo di tecniche di social marketing per promuovere l'alfabetizzazione, strategie per i paesi a basso reddito, l'importanza della pianificazione della pensione. Durante gli incontri sono emerse proposte per le iniziative future da parte della Commissione per aumentare la consapevolezza del bisogno di alfabetizzazione finanziaria e per favorire una migliore educazione in questo ambito:

- { continuare ad invitare gli Stati Membri a sviluppare strategie nazionali basate su partnership pubblico-private, che includano l'educazione finanziaria nei curricula scolastici e che conducano indagini sull'alfabetizzazione finanziaria;
- { creare e pubblicare una tabella comparativa per monitorare i progressi dei vari paesi a riguardo;



- { rafforzare la cooperazione tra la Commissione e altre istituzioni nazionali per promuovere l'importanza dell'educazione finanziaria verso i governi, per sfruttare le potenziali sinergie e per evitare ripetizioni del lavoro;
- { lanciare indagini europee per monitorare il livello di educazione finanziaria e realizzare studi con l'obiettivo di mappare i programmi di educazione finanziaria attuati all'interno degli Stati Membri e i comportamenti finanziari di diversi gruppi target;
- { organizzare una *Giornata europea sull'educazione finanziaria* (e/o l'anno Europeo) con l'obiettivo di far emergere la consapevolezza del bisogno di educazione finanziaria;
- { promuovere una conferenza annuale sull'educazione finanziaria;
- { creare un sistema di riconoscimento pubblico (ad esempio, premi) per le *best practice* nell'educazione finanziaria;
- { introdurre una *Patente europea* per i servizi finanziari come certificato di competenze e alfabetizzazione finanziarie acquisite;
- { promuovere incontri periodici tra le amministrazioni pubbliche nazionali per affrontare i programmi presenti e le agende delle politiche ad un livello nazionale;
- { esplorare la possibilità di rendere i finanziamenti dell'UE disponibili per le iniziative di educazione finanziaria a livello nazionale.

La seconda azione prevista dalla Comunicazione è stata la creazione nel 2009 dello *European database for financial education* (EDFE), all'interno del quale sono state inserite le informazioni sui programmi di educazione finanziaria esistenti emersi da un'indagine dell'UE nel 2007. Questo database costituisce una sorta di libreria elettronica sui progetti di educazione finanziaria, categorizzati in base a criteri geografici, contenuti, target, metodo.

Ad oggi, però, è stato riscontrato un uso limitato del sito web. Questo può essere dovuto ad una mancanza di pubblicità appropriata e ad alcune limitazioni relative alla sua struttura. Per cui sono state prese misure quali: aumentare la consapevolezza tra i cittadini e gli stakeholder sull'esistenza del database e dei suoi contenuti; aggiungere una sessione sugli ultimi programmi aggiunti, con la possibilità di registrazione degli utenti; creare link con altri siti; ecc.

La terza azione è stata la sponsorizzazione di iniziative degli Stati Membri mirate a promuovere l'educazione finanziaria, con l'obiettivo di dare loro visibilità e credibilità, per stimolare il dibattito a livello nazionale sulla rilevanza dell'educazione finanziaria e per incoraggiare lo sviluppo dei programmi. Tra le attività sono state sponsorizzate ad esempio: la cerimonia di premiazione del 2008 dello *European Stock Market Training*, un'iniziativa coordinata dal *European Savings Banks Group*, che ha coinvolto squadre di ragazzi di 14-19 anni impegnati in una simulazione, durata 10 settimane, della gestione di un portfolio virtuale di investimenti con l'obiettivo di familiarizzare con la borsa; il lancio del programma *Polish insurance ombudsman* per lo sviluppo di un vademecum per gli utenti dei servizi assicurativi per rispondere alle domande frequenti sull'argomento usando un linguaggio semplice ed esempi pratici; il lancio del report prodotto dall'*Irish National Steering Group for Financial Education* sulla strategia nazionale del paese; la competizione nazionale *Sviluppa la tua idea*



imprenditoriale, organizzata dal Consorzio PattiChiari, in cui vengono premiati progetti di impresa creati dagli studenti delle scuole superiori di tutta Italia, dopo aver seguito lezioni di macroeconomia e finanza personale e imprenditorialità.

Le risorse finanziarie per le sponsorizzazioni però sono state limitate nei due anni passati e, inoltre, non è stato possibile per la Commissione partecipare a tutti gli eventi richiesti (il suo coinvolgimento prevedeva l'utilizzo del logo, la presenza di un messaggio di supporto e, dove possibile, di un rappresentante). L'assenza di sostegno finanziario alle iniziative sembra aver avuto un ruolo importante nell'indebolire l'attrattiva della sponsorizzazione della Commissione.

Infine, la Commissione ha contribuito alla diffusione di educazione finanziaria tramite il portale www.dolceta.eu, uno strumento online nato nel 2003 con l'obiettivo di promuovere conoscenza e comprensione dei diritti dei consumatori e di sviluppare strumenti interattivi utilizzabili da cittadini, formatori, docenti e studenti. Attualmente include otto moduli sul tema del "consumo consapevole", cinque con schede informative per i consumatori e tre con materiale utile per i docenti interessati anche alla divulgazione dell'educazione finanziaria.

Nella Comunicazione del 2007, infatti, la Comunità Europea si era posta tra le priorità quella di sviluppare una sessione dedicata alla formazione dei docenti, con l'obiettivo di incentivare l'inserimento su base volontaria delle tematiche di educazione finanziaria nelle materie già presenti. Nel 2010, quindi, è stata creata un'apposita sessione nel sito www.dolceta.eu, adattabile ai curricula nazionali e strutturata su quattro temi: spendere, risparmiare/investire, prendere in prestito e tutela/assicurazione. Contiene in media 6 piani di lezione per ciascun tema. Ogni piano include il target, le linee generali punto per punto, un glossario, le risorse e link utili. Ci sono numerosi strumenti per i docenti come presentazioni, brochure, opuscoli, schemi di giochi di ruolo, casi studio, quiz interattivi, video clip e audio clip. Il materiale è adattato alle diverse età e alle circostanze nazionali ed è inoltre tradotto in 20 lingue dell'UE.

A livello internazionale, l'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) è una delle maggiori organizzazioni ad occuparsi di educazione finanziaria. A partire dal 2003 ha realizzato un progetto con l'obiettivo di analizzare le esperienze di educazione finanziaria realizzate nei vari paesi. Questo lavoro è sfociato nel 2005 nella pubblicazione del libro *Improving financial literacy: analysis of issues and policies* ed è stato integrato da una commissione globale sull'educazione finanziaria, l'*International Gateway for Financial Education (IGFE)* e da un portale on line che raccoglie dati, risorse, ricerche e notizie sul tema e i programmi di tutto il mondo.

Un altro importante documento realizzato dall'OCSE lo stesso anno è *Recommendation on principles and good practices for financial education and awareness*, attraverso il quale l'OCSE ha suggerito un approccio d'azione complessivo, finalizzato ad individuare gli strumenti di intervento di formazione più idonea per la crescita dell'educazione finanziaria, in relazione alle specifiche situazioni di ciascun paese, alle diverse fasce di consumatori interessate e alle possibili forme di coinvolgimento degli operatori.

Riconoscendo la crescente importanza dell'educazione finanziaria a livello globale, nel 2008 l'OCSE ha creato l'*International Network on Financial Education (INFE)*, un gruppo di lavoro composto dai rappresentanti delle Autorità pubbliche dei Paesi Membri (al momento 138 istituzioni provenienti da



68 paesi si sono unite al network). I membri si incontrano due volte all'anno per discutere gli ultimi sviluppi nel loro paese e per creare studi analitici e comparativi, metodologie, *best practice* e linee guida in relazione alle aree chiave prioritarie. In questo contesto, sia i programmi di educazione finanziaria nelle scuole che la valutazione internazionale della capacità finanziaria sono state identificate dall'OCSE come questioni di prioritaria importanza.

Per questo motivo il *Programme for International Student Assessment* (PISA), del 2012 sarà focalizzato in parte sul tema della *financial literacy* (spesso indicata come *financial capability*⁴). Si tratta di una valutazione su scala mondiale della performance degli studenti di 15 anni, fino ad oggi, in tre ambiti: lettura, matematica e scienze. Essa è stata realizzata per la prima volta nel 2000 e viene ripetuta ogni tre anni. È coordinata dall'OCSE ed ha l'obiettivo di migliorare le politiche e i risultati educativi.

Il PISA 2012 rappresenterà un momento molto importante per lo sviluppo delle strategie e dei programmi di educazione finanziaria in Europa, in quanto sarà il primo momento di test reale e condiviso su larga scala delle competenze e conoscenze dei giovani cittadini.

Finora un tentativo di stimare il livello di abilità finanziaria dei cittadini è stato compiuto, ad esempio, attraverso una *survey* realizzata dall'*International Business School IMD* nell'ambito del *World Competitiveness Index*. La Tab.1 mette in evidenza le difficoltà italiane all'interno di questo ambito, sottolineando un basso livello di conoscenze finanziarie rispetto agli altri paesi.

Tab.1 - Livello delle *Financial Skills*

Rank	Paese	2011	Rank	Paese	2011
1	Denmark	8,31	31	Spain	6,70
2	USA	8,08	32	Argentina	6,67
3	Ireland	8,08	33	Thailand	6,47
4	Australia	8,00	34	Japan	6,38
4	Switzerland	8,00	35	Greece	6,29
6	Sweden	7,91	36	Qatar	6,27
7	Canada	7,86	37	Slovak Republic	6,25
8	Israel	7,83	38	Hungary	6,21
9	Finland	7,79	39	Czech Republic	6,16
10	Hong Kong	7,60	40	Poland	6,04
10	India	7,60	41	UAE	6,00
12	Netherlands	7,57	42	Indonesia	5,86
13	Norway	7,52	43	Mexico	5,82
14	Germany	7,50	44	Italy	5,81
15	Iceland	7,40	45	Portugal	5,76
16	Chile	7,33	46	Korea	5,65
17	Turkey	7,31	47	Slovenia	5,52
18	United Kingdom	7,29	48	Jordan	5,50
19	Belgium	7,24	49	Ukraine	5,49
20	Austria	7,18	50	China Mainland	5,48
21	Philippines	7,12	51	Peru	5,41
22	Taiwan	7,11	52	Venezuela	5,37
23	Malaysia	7,06	53	Brazil	5,35



24	New Zealand	7,04	54	South Africa	5,01
25	Singapore	6,94	55	Lithuania	4,83
26	Colombia	6,84	56	Croatia	4,49
27	Russia	6,75	57	Estonia	4,42
28	Luxembourg	6,72	58	Romania	4,30
29	Kazakhstan	6,72	59	Bulgaria	3,73
30	France	6,71			

Fonte: IMD World Competitiveness Yearbook 2011

L'OCSE ha, infatti, focalizzato la sua attenzione, in particolare negli ultimi anni, sulla necessità di sviluppare le competenze e abilità finanziarie e non solo le conoscenze, enfatizzandone l'importanza e sottolineando come le decisioni individuali, prese al netto di determinate conoscenze e capacità, abbiano contribuito alla crisi finanziaria di cui siamo testimoni. L'educazione economica diventa, dunque, un possibile strumento per contribuire non solo al benessere individuale, ma anche a quello sociale.

Per un adeguato sviluppo di queste competenze, è di fondamentale importanza che l'educazione finanziaria interessi in primo luogo i giovani. Le persone dovrebbero essere educate sulle questioni finanziarie il prima possibile nella loro vita. La scuola pertanto sembra essere, secondo le indicazioni OCSE, il canale più adatto ed efficace per educare finanziariamente i ragazzi. In quest'ottica l'OCSE ha inserito il tema della *Financial literacy* nella valutazione PISA 2012 e l'INFE ha realizzato nel 2011 un importante documento contenente le linee guida per lo sviluppo di progetti di educazione finanziaria all'interno delle scuole: *Guidelines on financial education at school and guidance on learning framework*. Questo documento offre assistenza nella progettazione, introduzione e sviluppo di programmi efficienti. Si tratta di linee guida che possono essere adattate in base ai livelli di istruzione, ai sistemi educativi e alle esigenze nazionali.

L'OCSE ha, inoltre, sottolineato recentemente l'importanza della valutazione dei programmi di educazione finanziaria quale elemento fondamentale per la loro realizzazione. Essa rende possibile la raccolta di informazioni relative alla loro efficacia, valore ed impatto, e il conseguente miglioramento dei programmi. L'INFE ha così realizzato una guida alla valutazione - *Guide to evaluating financial education programmes* - rivolta a gestori, educatori e stakeholder coinvolti nella progettazione di programmi di educazione finanziaria, che contiene gli step e i principi alla base di una buona valutazione. Il documento offre inoltre una panoramica dei metodi valutativi utilizzabili.

Il fatto che la valutazione sia sempre più un tema centrale è confermato anche dal fatto che sarà il focus del workshop che si terrà in Sud Africa alla fine di ottobre 2011: *Workshop on impact evaluation methods for financial capability enhancement programs*. Questo seminario è organizzato dal *Russian Trust Fund for Financial literacy and Education* della Banca Mondiale in collaborazione con il *Financial Education Fund* (FEF) del *Department for International Development* (DFID).

Sebbene ci siano molte innovazioni e miglioramenti dei programmi di educazione finanziaria, ci sono limitate informazioni su cosa funziona e cosa no. Questo è in parte legato alle poche valutazioni rigorose condotte sui risultati. Il *Russian Trust Fund* e il FEF hanno finanziato circa due dozzine di studi sulla valutazione dell'impatto e la Banca Mondiale sta sviluppando un *toolkit* metodologico per guidare la progettazione delle valutazioni di un'ampia varietà di programmi per sviluppare abilità



finanziarie. In queste due giornate verrà offerta una revisione dei principi di base per il monitoraggio e la valutazione di questi programmi, si parlerà delle linee guida del *toolkit* metodologico e verranno presentati 15 casi studio tra le valutazioni finanziate dalla Banca Mondiale e dal FEF. Questi esempi illustreranno gli aspetti chiave nella progettazione, pianificazione, approccio metodologico e presentazione dei risultati.

Contestualmente avrà luogo la conferenza *Financial education for all*, organizzata dall'OCSE in collaborazione con il *Financial Services Board* (FBS) del Sud Africa. La conferenza riunirà esperti da tutto il mondo che condivideranno le loro efficaci esperienze di educazione. Il convegno verterà su diversi argomenti: strategie di supporto ai consumatori nel valutare i propri bisogni di risparmio per la pensione; collegamento tra l'educazione finanziaria e la tutela e le strategie di inclusione dei consumatori; comparazione a livello internazionale delle competenze finanziarie utilizzando la *Financial literacy measurement survey* condotta dall'OCSE e dall'INFE; i bisogni di educazione finanziaria per le donne e la loro variazione all'interno dei diversi paesi; la messa in pratica delle politiche e il raggiungimento efficace di giovani e adulti. La conferenza sarà preceduta dal *2011 OECD-IOPS Global forum on how to build adequate, long-term pension savings*, presentato dal FBS del Sud Africa. Il *Global Forum* avrà al centro tematiche quali: recenti sviluppi dell'industria dei fondi pensione in Sud Africa e nella regione dell'Africa; copertura e adeguatezza dei sistemi di pensione; come i risparmi per la pensione possano essere usati per gli investimenti a lungo termine e per lo sviluppo economico. L'evento riunirà autorità di regolazione e supervisione, esperti dell'industria del fondo pensioni e di istituti di ricerca degli Stati Membri sia dell'OCSE che dello IOPS.

Recentemente, inoltre, la Banca Mondiale ha pubblicato *Diagnostic reviews on consumer protection and financial literacy* in cui sono state coinvolte nove nazioni europee e l'Asia Centrale; in tale pubblicazione viene fornita un'analisi del quadro giuridico, normativo e istituzionale per la tutela dei consumatori nei servizi finanziari e nei programmi di educazione finanziaria; le valutazioni si basano sulle esperienze internazionali ben riuscite e vengono fornite le raccomandazioni prioritarie.

Nel 2010 la Banca Mondiale ha lanciato un programma globale per la protezione/alfabetizzazione del consumatore in materia finanziaria, il *Global program for consumer protection and financial literacy*. Il programma promuove la diffusione di informazioni semplici e immediatamente comprensibili, in modo da aiutare i paesi a raggiungere concreti e visibili miglioramenti nella tutela dei consumatori e nell'uso dei servizi finanziari. L'intero programma si focalizza su quattro punti:

- { rendere facilmente comprensibili e comparabili le informazioni per mettere il consumatore nella posizione di poter effettuare le proprie scelte nelle migliori condizioni;
- { migliorare le pratiche di business per garantire la proibizione di quelle abusive e predatorie e la regolazione degli intermediari;
- { offrire ai consumatori un modo per ottenere un risarcimento rapido e facile quando le istituzioni finanziarie commettono un errore;
- { aiutare i consumatori a utilizzare i servizi finanziari con fiducia.



Il programma globale unisce le agenzie del settore pubblico e privato, al fine di trovare la migliore risoluzione per ogni paese; i buoni principi stipulati nel programma hanno lo scopo finale di aumentare le capacità finanziarie della popolazione.

Nel 2011, inoltre, la Banca Mondiale ha sviluppato il documento *Good practices for financial consumer protection*, che vuole contribuire al dialogo internazionale sulla tutela dei consumatori. Le *Good practices* sono usate dalla Banca Mondiale nel valutare il regime di tutela del consumatore utilizzato dai paesi e possono essere utili ai paesi stessi per condurre un'autovalutazione.

Tutti i principali Paesi al mondo hanno negli ultimi anni attivato programmi ed interventi di educazione finanziaria. Ad oggi, infatti, pur non esistendo modelli perfetti ed efficienti, sembra utile osservare esperienze e sperimentazioni, attive nei paesi più sviluppati e in alcune economie emergenti (Australia, Canada, Francia, Irlanda, Paesi Bassi, Repubblica Ceca, Regno Unito, Nuova Zelanda), dei cui effetti ed impatti in molti casi non è ancora possibile avere un quadro esaustivo, ma che possono essere utili a tracciare un quadro conoscitivo che possa orientare le scelte di politiche pubbliche italiane su questo tema.

La Tab. 2 propone una ricognizione dei principali programmi di educazione finanziaria a livello mondiale e aggiorna l'analisi fatta nella precedente edizione del rapporto.

Tab.2 - Principali esperienze internazionali di educazione finanziaria

PAESE	PRINCIPALI ENTI	PRINCIPALI PROGRAMMI DI EDUCAZIONE FINANZIARIA
Regno Unito	<i>Financial Services Authority</i> <i>Bank of England</i> <i>BBC</i> <i>OFSTED</i> <i>SCFE (Scottish Centre for Financial Education)</i>	{ The Money Advice Service
		{ Health Check from the Money Advice Service
		{ Divorce and Separation
		{ The Redudancy Handbook
		{ National Strategy for Financial Capability
		{ Moneymadeclear
		{ Parent's Guide to Money
		{ Financial Capability Online Tools
		{ Partnership Development
		{ Making the Most of Your Money
		{ Pounds and Pence
		{ Learning Money Matters
		{ Money for life
		{ Money Doctors
Germania	<i>Autorità di vigilanza</i> <i>Deutsche Bundesbank</i>	{ SchülerBanking
		{ Personal Economics – fit für die wirtschaft
		{ SCHUFA macht Schule



		<ul style="list-style-type: none"> } School kit on price stability: "Price stability - why is it important for you?" } The European Stock Market Learning } SchulBank-Wirtschaft für den Unterricht/SchoolBank-Economics for teachers and students } (f)in-fit - Financial training for migrants
Paesi Bassi	<i>Autoriteit Financiële Markten</i> <i>National Institute for Budget Information</i>	<ul style="list-style-type: none"> } CentiQ
Francia	<i>Institut pour l'Education Financière du Public</i>	<ul style="list-style-type: none"> } La finance pour tous } ARCAF (EpargneRetraite.org) } 16-25 ans – Comment gérer son budget sans dérapier } Les Clés de la Banque/Keys to the bank
Spagna	<i>Bank of Spain</i> <i>Caixa Terrassa</i>	<ul style="list-style-type: none"> } Edufinet (Educación financiera en la red) } Employee trainings from ESCA } Learn to manage your money
Irlanda	<i>Irish Financial Regulator</i> <i>National Consumer Agency</i>	<ul style="list-style-type: none"> } It's Your Money } Money Skills For Life ... } Get Smart With Your Money
Repubblica Ceca	<i>Ministry of Finance</i> <i>Ministry of Education, Youth and Sport</i> <i>Ministry of Industry and Trade</i>	<ul style="list-style-type: none"> } Financial Education
Austria	<i>Austrian National Bank</i> <i>Austrian Financial Market Authority</i>	<ul style="list-style-type: none"> } Economic and <i>Financial literacy</i> Promotion } Consumer/Financial Education
Svizzera	<i>Swiss National Bank</i> <i>Swiss Design Institute for Finance and Banking</i>	<ul style="list-style-type: none"> } Iconomix } Swiss Design Institute for Finance and Banking
Ungheria	<i>Hungary Central Bank</i> <i>HFSA Consumer Protection Department</i>	<ul style="list-style-type: none"> } Financial Education Programme } Financial Education Project
Polonia	<i>Polish Financial Supervision Authority</i> <i>Poland National Bank</i> <i>Leopold Kroenenberg Foundation</i>	<ul style="list-style-type: none"> } Financial Education Programme } Technical Cooperation for Transition training initiative } Portal Edukacji Ekonomicznej NBPortal } Moje Finanse (My Finances)



Stati Uniti	<i>Department of the Treasury</i>	}	Financial literacy Education Commission	
	<i>Financial literacy and Education Commission</i>			
	<i>Us Treasury Office of Financial Education</i>			Federal Reserve Education
	<i>Federal Reserve</i>			Insure U – Get Smart About Insurance
	<i>Financial literacy Center</i>			Financial literacy Training
Canada	<i>The Financial Consumer Agency of Canada</i>	}	Consumer Education	
	<i>Industry Canada</i>		Program and the <i>Financial literacy</i> Initiative	
	<i>Canadian Center for Financial Literacy</i>		CanLearn	
			Canadian Consumer Information Gateway	
Australia	<i>Australia Financial literacy Foundation</i>	}	Understanding Money	
	<i>Australian Securities and Investments Commission</i>		Consumer Education Strategy	
			Life Skills Education for Indigenous people	
Nuova Zelanda	<i>New Zealand Retirement Commission</i>	}	National Strategy for Financial Education	
			Sorted	

Nella consapevolezza dell'importanza che ha lo studio delle strategie messe in campo a livello internazionale, il prossimo capitolo sarà dedicato all'analisi di tre casi europei – Repubblica Ceca, Irlanda e Paesi Bassi – che hanno adottato delle complesse e innovative strategie nazionali. I tre casi, che presentano tre diverse tipologie di strategie educative, sono stati scelti per l'innovatività di contenuti e strumenti dei loro programmi, per la capacità di creare valore con tali iniziative, ovvero per la capacità di realizzare un beneficio concreto e tangibile per i beneficiari finali dei servizi erogati, per la trasferibilità e replicabilità dell'esperienza messa in campo, per la *governance* attivata, che prevede il coordinamento ed il coinvolgimento di molti soggetti, pubblici e/o privati, nella realizzazione delle iniziative.

Per quanto riguarda, invece, le esperienze oltreoceano, un caso interessante è quello del Canada, dove è stato creato nel 2008 il *Canadian center for Financial literacy (CCFL)*, come parte della società di beneficenza nazionale *Social and Enterprise Development Innovations (SEDI)*. Il CCFL è l'unico centro canadese che offre formazione per la gestione del denaro a gruppi svantaggiati: ad oggi sono circa 4,7 milioni i canadesi con un reddito di basso livello. Il Centro è stato istituito per incrementare l'alfabetizzazione finanziaria tra coloro che non possono permettersi un consulente e che hanno difficoltà a gestire il reddito, a risparmiare e investire saggiamente. Il CCFL ritiene che l'alfabetizzazione finanziaria sia la chiave, per una nazione e per il suo popolo, per raggiungere la stabilità economica. Si tratta di una competenza basilare che aiuta gli individui a vivere nella società e a costruirsi una qualità della vita migliore.

Un quarto dei canadesi, infatti, non ha risparmi, molti non stanno pianificando il futuro e meno della metà delle carte di credito in circolazione vengono pagate mensilmente. L'obiettivo è, dunque, quello di educare i canadesi a prendere decisioni informate sul loro denaro e sulle risorse finanziarie disponibili e per raggiungerlo mira ad unire le forze con governi, imprese e organizzazioni di



comunità. Il Centro offre alle organizzazioni formazione, strumenti e risorse che possono essere incorporate nei loro servizi; condivide le informazioni sulle ultime innovazioni e ricerche sul campo; è il fulcro che collega e rende possibile la collaborazione e migliora gli strumenti che le organizzazioni offrono ai clienti; fornisce consulenza ai governi, agli enti no profit e alle società che sono interessate ad investire nelle iniziative di educazione finanziaria. L'obiettivo è di raggiungere entro il 2013 oltre 230.000 persone con basso reddito in tutto il Canada.

Negli Stati Uniti, invece, la *Financial literacy and Education Commission* (FLEC), istituita nel 2003, ha sviluppato un sito web di educazione finanziaria (*MyMoney.gov*) ed ha attuato un programma nazionale di educazione finanziaria (2006). La Commissione è presieduta dalla Segreteria del Tesoro, è costituita da altre venti agenzie federali ed è coordinata dal Dipartimento del Tesoro.

Nel 2006 la FLEC ha sviluppato la sua prima strategia *Taking ownership of the future: the national strategy for financial literacy*. La strategia prevede quattro aree: creare la consapevolezza nei consumatori delle risorse disponibili; sviluppare materiale per specifici target e diffondere le strategie; sfruttare partnership tra i privati o pubblico-private; fare ricerca e valutazione sui programmi di educazione finanziaria. Le tematiche trattate sono: risparmio, proprietà di una casa, pensione, credito, tutela del consumatore, diritti del contribuente, tutela degli investitori, persone senza un conto bancario, popolazione multilingue e multiculturale, educazione finanziaria scolastica, ricerca accademica e programmi di valutazione, coordinamento e prospettive internazionali.

È stato recentemente sviluppato un aggiornamento di questo programma: *Promoting financial success in the United States: national strategy for Financial literacy 2011*. La strategia prevede:

- ⌋ l'incremento della consapevolezza e dell'accesso ad una efficace educazione finanziaria;
- ⌋ la determinazione e l'incremento delle competenze finanziarie chiave;
- ⌋ il miglioramento delle infrastrutture di educazione finanziaria;
- ⌋ l'identificazione, il miglioramento e la condivisione di pratiche efficaci.

Lo scopo è di creare un quadro strategico globale in cui tutte le organizzazioni coinvolte nell'educazione finanziaria, nella ricerca e nei progetti possano trovare una guida che aiuti il loro lavoro nel corso degli anni successivi.

Nell'ottobre 2009, con il supporto della *Social Security Administration*, della *RAND Corporation*, del *College Dartmouth*, della *Warthon School*, dell'Università della Pennsylvania, gli Stati Uniti hanno creato il *Financial literacy Center* (FLC) L'obiettivo è sviluppare strumenti e programmi educativi per aiutare gli individui a raggiungere la stabilità finanziaria a lungo termine grazie al risparmio e alla pianificazione. La mission del FLC è di produrre e testare programmi innovativi per migliorare l'alfabetizzazione finanziaria e promuovere scelte informate. Il team di ricerca adatta il materiale alle diverse fasi della vita lavorativa dei consumatori e per coloro che, già in pensione, si trovano a gestire le risorse accumulate. Sviluppa, inoltre, prodotti per l'alfabetizzazione finanziaria per i giovani, per chi ha un basso reddito, per i lavoratori disabili e per tutti coloro che sono vulnerabili nei periodi di turbolenza finanziaria. Esempi di progetti sono: *Five steps to planning success* (sviluppa modi efficaci per comunicare i principi chiave della pianificazione finanziaria ai giovani lavoratori); *Evaluating workplace education for new hires* (uno studio che determina come diversi programmi forniti dai



datori di lavoro influiscono sulle decisioni dei lavoratori in relazione al risparmio e alla pianificazione della pensione); *What do people know about social security benefits* (si tratta della valutazione della comprensione delle persone nella pianificazione della pensione in generale e del ruolo dei benefit della previdenza sociale).



Capitolo II - L'Europa si educa alla finanza e all'economia: strategie ed esperienze a confronto

di Annalisa Garis e Marco Riva Governanda

2.1 La Repubblica Ceca: l'educazione finanziaria nei curricula scolastici

2.1.1 La necessità di una strategia governativa di financial education

La Repubblica Ceca rappresenta una delle economie più avanzate dell'Europa Orientale, nonostante figuri al 17° posto fra i Paesi dell'Unione Europea per quanto riguarda il PIL pro-capite in termini di potere di acquisto (PPS).

Nel 2009 la crisi internazionale ha causato anche nella Repubblica Ceca un periodo di recessione caratterizzato da una drastica contrazione della domanda esterna, fattore su cui poggia una discreta parte dell'economia ceca. Sul mercato finanziario domestico la crisi finanziaria globale ha avuto un impatto relativamente limitato grazie alla scarsa esposizione di quest'ultimo ai così detti "assets tossici" ed alla sua concentrazione prevalente nei confronti di attività in valuta locale. Anche per questo motivo, la Repubblica Ceca pare essere in grado di superare la crisi internazionale meglio di altri paesi: se nel 2009 infatti il PIL ha avuto una flessione in termini reali del 4,1%, già nel 2010 ha avuto invece una crescita del 2,1%.

Il tasso di disoccupazione nel 2010 è fermo al 7,3%, quindi inferiore rispetto a molti altri paesi europei tra cui anche l'Italia (8,44%).

Per ciò che riguarda il grado d'istruzione, il 18,73% della popolazione ceca ha un grado di istruzione elementare, il 35,75% un'istruzione media inferiore, il 33,76% un'istruzione media superiore, l'11,74% un'istruzione universitaria⁵. I dati che emergono dalle *survey* realizzate dall'International Business School IMD nell'ambito del *World Competitiveness Index* mettono in evidenza che la Repubblica Ceca possiede un sistema scolastico di discreta qualità, che si colloca per efficienza al 32° posto a livello mondiale (l'Italia si colloca solo al 36° posto).

Per quanto riguarda l'efficienza del sistema bancario e finanziario, la Tab. 3 mostra un confronto tra la Repubblica Ceca e l'Italia. I dati sono tratti dal *World Competitiveness Index 2011* dell'International Business School IMD e fanno riferimento all'anno 2010. Il *rank* mostra la posizione assegnata al paese nella classifica mondiale. I dati parlano di un sistema bancario e finanziario che, seppur di dimensioni più contenute rispetto all'Italia, dimostra un discreto livello di efficienza e trasparenza.

Tab.3 – Grado di efficienza del settore bancario e finanziario

Indicatori	Repubblica Ceca		Italia	
	Rank	Valore	Rank	Valore
Assets del settore bancario (% sul PIL)	39°	91,84	21°	160,94
Numero di carte di credito pro-capite	35°	1,21	21°	1,82
Efficienza dei servizi finanziari per le imprese	23°	6,67	47°	4,47
Trasparenza delle istituzioni finanziarie	19°	6,47	48°	4,36
Tasso di applicazione della regolamentazione	19°	7,14	42°	4,97



<i>nel settore bancario</i>				
<i>Grado di trasparenza nella comunicazione dei rischi sui prodotti finanziari</i>	12°	7,22	40°	5,03
<i>Finance Skills</i>	39°	6,16	44°	5,81

Fonte: IMD World Competitiveness Yearbook 2011

L'ultimo indicatore proposto, *finance skills*, è un dato di *survey* dell'IMD che tenta di stimare il grado di diffusione delle competenze finanziarie nella popolazione. La Repubblica Ceca si colloca in una posizione intermedia, comunque superiore all'Italia, tra la Danimarca (prima in classifica con un punteggio di 8,31) e la Bulgaria (ultima tra i 60 paesi analizzati con un punteggio di 3,73).

Pur non trovandosi nelle prime posizioni di questa classifica, possiamo affermare che la Repubblica Ceca rappresenti un interessante caso di studio per le politiche di educazione finanziaria. Se, infatti, consideriamo il tasso di istruzione ed il livello culturale medio della popolazione, la discreta posizione in questa classifica mondiale sul grado di educazione finanziaria assume dei connotati fortemente positivi. Rispetto agli altri paesi dell'Est, infatti, la Repubblica Ceca è seconda solo all'Ungheria, che si colloca a breve distanza al 38° posto con un punteggio pari a 6,21.

L'attenzione sulla necessità di dotare la Repubblica Ceca di una strategia di sviluppo sull'educazione finanziaria è stata posta a partire dal 2007, quando il Ministero della Finanza, insieme con la *Czech Banking Association*, ha realizzato un'indagine sull'opinione pubblica in relazione a tematiche di educazione finanziaria. In particolare, in quell'occasione sono state intervistate 811 persone, di età superiore ai diciotto anni, tramite un questionario face to face. Partendo dal giudizio soggettivo degli intervistati, l'obiettivo era quello di analizzare il livello di alfabetizzazione finanziaria e l'atteggiamento dei cittadini verso tematiche di educazione finanziaria e di individuare i bisogni su cui fondare una futura strategia educativa in questo campo.

Dai risultati emerse un insoddisfacente livello di competenza nel campo economico, abbinato però ad un forte interesse dei cittadini nei programmi di educazione finanziaria. In generale, i cittadini cechi hanno dichiarato di ritenere di avere un livello intermedio di alfabetizzazione finanziaria: quasi la metà ammettono di essere in grado di orientarsi tra le offerte di prodotti del mercato finanziario con qualche incertezza; uno su tre afferma che il livello di conoscenza li ostacola nell'utilizzo di prodotti finanziari, soprattutto in relazione agli investimenti ed ai prodotti di credito e di risparmio; solo uno su quattro organizza regolarmente il proprio budget familiare o personale. Allo stesso tempo la maggioranza ritiene importanti le conoscenze di termini finanziari e l'educazione in questo campo: essa dovrebbe però, secondo il parere espresso dagli intervistati in questa indagine, non comportare costi per il consumatore ed essere realizzata dal governo o da istituzioni finanziarie. Oltre l'80% non ha ricevuto nessuna istruzione scolastica in questo settore ma ritiene che dovrebbe essere inserita nella scuola secondaria. La maggior parte degli intervistati inoltre ha dichiarato che preferirebbe un'educazione di tipo passivo: *depliant*, *brochure*, articoli su internet, inserti sui giornali e programmi televisivi. Solo un terzo vorrebbero seguire seminari o corsi specializzati.

L'indagine del 2007 ha, quindi, portato in luce l'urgente bisogno dello sviluppo di una strategia per l'educazione finanziaria a livello nazionale e un generale interesse da parte dei cittadini in questo settore, in particolar modo, su tematiche quali la gestione del budget familiare, gli strumenti di investimento e di credito.



2.1.2 Una governance centrale per la costruzione di programmi condivisi

La strategia di educazione finanziaria della Repubblica Ceca è nata sotto la regia del Ministero della Finanza (MoF). Dopo aver indagato stato dell'arte, necessità e consapevolezza finanziaria dei cittadini con l'indagine di cui sopra, nell'agosto 2007 il Ministero ha redatto e pubblicato il documento *Framework Policy of the Ministry of Finance on Consumer Protection in the Financial Market*, nel quale si sottolinea la necessità di elaborare una strategia di educazione finanziaria per il paese.

Il tema centrale del *Framework* è la tutela dei consumatori. Le crescenti asimmetrie informative riscontrabili nel mercato finanziario pongono i cittadini di fronte a difficoltà sempre maggiori di accesso alle informazioni e di elaborazione e valutazione delle scelte finanziarie. I consumatori dimostrano infatti di avere una scarsa abilità a promuovere i propri interessi all'interno del mercato, con la conseguente difficoltà a prendere decisioni indipendenti e ragionate.

Secondo il MoF sono tre gli elementi fondamentali da considerare per poter migliorare la tutela dei consumatori in campo finanziario:

1. l'educazione finanziaria, volta ad aumentare il livello di alfabetizzazione finanziaria ed economica della popolazione;
2. la garanzia della consapevolezza del cittadino, ovvero la garanzia dell'accesso ad informazioni che siano adeguate, trasparenti, comprensibili e comparabili tra loro;
3. la tutela e l'efficace promozione dei diritti dei consumatori.

Il MoF decide dunque di basare la sua politica in questo campo su questi tre pilastri, con l'obiettivo di fondo di permettere al cittadino informato ed istruito di partecipare al mercato finanziario, assumendosi le responsabilità per le proprie decisioni.

L'educazione finanziaria è ritenuta fondamentale in quanto ha effetti non solo a livello individuale ma anche sociale e nazionale:

- { favorisce il ruolo attivo dei cittadini e l'assunzione e accettazione della responsabilità personale come consumatori, in un mercato che cresce con sempre maggiore rapidità;
- { permette di avere una maggiore consapevolezza delle conseguenze degli sviluppi socio-economici nella società, in particolare in relazione alla prevenzione all'indebitamento e ai provvedimenti per l'anzianità;
- { contribuisce allo sviluppo dell'economia del paese e della società.

Al fine di rendere questa strategia condivisa e partecipata, il Ministero della Finanza si è reso promotore del coordinamento di un gruppo di lavoro formato da tutti i principali stakeholder: il *Working Group for Financial Education*, una piattaforma a lungo termine ed indipendente di discussione, scambio di informazioni e di esperienze e di coordinamento delle nuove attività, con l'obiettivo di assicurare un'efficace cooperazione tra gli attori coinvolti.

Questo gruppo di lavoro è stato fondato partendo dall'idea che l'educazione finanziaria nel paese dovrebbe essere basata su un dialogo tra il settore pubblico, i consumatori e il mercato finanziario così che la soluzione proposta porti benefici il più possibile spalmati sull'intera società.



La strategia si basa, dunque, sulla collaborazione di diversi attori, sia pubblici che privati, coordinati nel *Working Group*: oltre al MoF, sono presenti il *Ministry of Education, Youth, and Sport* (MEYS), il *Ministry of Industry and Trade* (MIT), il *Ministry of Labour and Social Affairs* (MLSA), il *Ministry of Interior*, la *Czech National Bank* (CNB), associazioni dei consumatori, associazioni professionali, sindacati, associazioni imprenditoriali, istituzioni educative e media.

Il primo compito del *Working Group* è stato quello di produrre un importante documento di *policy - Financial Education Strategy* - all'interno del quale è stata delineata la strategia da adottare per migliorare il livello di alfabetizzazione finanziaria dei suoi cittadini, aumentando la loro capacità di utilizzare le informazioni in modo da soddisfare i bisogni individuali e della propria famiglia.

Per poter permettere a questo gruppo di lavoro di elaborare una strategia nazionale è stato necessario inizialmente individuare una definizione condivisa di educazione finanziaria, fornendo un'importante base solida e unitaria su cui costruire, in un secondo momento, la struttura e i contenuti del programma. È stata, pertanto, formulata la seguente definizione di educazione finanziaria: *Financial education is the process of increasing financial literacy where financial literacy is a set of knowledge, skills and attitudes of a citizen necessary for ensuring his/her own financial well being and financial well being of his/her family within the present society, and for his/her active involvement in the market of financial products and services. A financially literate citizen is acquainted with the issues of money and prices, and is able to manage his/her personal and/or family budget, including the management of financial assets and liabilities in consideration of changing life situations.*⁶

Partendo da questa base teorica comune e dall'analisi dei risultati dell'indagine preliminare sulla popolazione, il *Working Group* ha individuato ed elaborato i contenuti necessari per rendere i cittadini economicamente alfabetizzati. In particolare il Ministero della Finanza ed il Ministero dell'Educazione hanno creato un documento chiamato *Financial literacy Standards* contenente le tematiche e gli argomenti sulla cui base realizzare i progetti di educazione finanziaria.

Tali standard si differenziano a seconda del target di riferimento: ragazzi della scuola primaria, ragazzi della scuola secondaria, adulti. La strategia nazionale è stata infatti strutturata in due ampi ambiti: l'educazione nella scuola e l'educazione per tutta la vita.

In riferimento all'educazione nella scuola sono stati elaborati dei programmi generali da implementare obbligatoriamente in tutte le scuole secondarie e volontariamente nelle scuole primarie. L'obiettivo è, infatti, quello di rendere l'educazione finanziaria parte integrante dei curricula scolastici dei ragazzi.

Per l'educazione lungo tutta la vita sono state elaborate delle linee guida di supporto alla realizzazione di progetti, elaborati da diversi attori operanti nel settore economico-finanziario.

In questo modo, è stato possibile definire i ruoli dei singoli attori coinvolti, sia pubblici che privati, come di seguito descritto.

- ⌋ Il Ministero della Finanza supporta il processo di implementazione dell'educazione finanziaria nei programmi scolastici generali a livello primario e secondario, che sono emessi dal MEYS, e nei programmi delle scuole emessi dai direttori e dalle istituzioni scolastiche, soprattutto in



termini di contenuti. Nell'area dell'educazione per tutta la vita, il compito del MoF è, da un lato, quello di occuparsi della piattaforma di discussione e coordinamento delle attività dei vari stakeholder e dall'altro di giocare un ruolo di consulente riguardo il contenuto dei progetti di educazione finanziaria per adulti.

- { Il MEYS, Ministero dell'Educazione, è responsabile del sistema educativo. Tra i suoi principali compiti vi è l'emissione di programmi educativi generali, che formano le basi per la creazione di programmi educativi scolastici. Il MEYS provvede all'implementazione degli standard di alfabetizzazione finanziaria nei programmi generali, tenendo conto dell'età degli studenti, con l'obiettivo di incrementare il livello di alfabetizzazione.
- { Il MIT, Ministero dell'Industria e del Commercio, lavora con le associazioni dei consumatori e supporta l'educazione dei consumatori, considerata un efficace strumento per la tutela. Offre supporto finanziario alle associazioni tramite sussidi ai progetti che si occupano anche di educazione finanziaria e alle attività di consulenza indirizzate soprattutto agli adulti.
- { Il MLSA, Ministero del Lavoro e degli Affari Sociali, coopera in relazione alla sicurezza sociale, all'impiego e all'occupabilità.
- { Il Ministero degli Interni si occupa dell'educazione finanziaria in particolare legandola alla prevenzione della criminalità.
- { La *Czech National Bank* supervisiona l'intero mercato finanziario.
- { Tra gli enti pubblici, sono inoltre coinvolte le principali giunte comunali e municipi.
- { Le associazioni professionali, come ad esempio le organizzazioni che rappresentano gli interessi delle banche, le compagnie assicurative o gli intermediari finanziari, giocano un ruolo importante nell'area del servizio informativo per i consumatori. Su una prospettiva di lungo termine, un consumatore finanziariamente istruito trae beneficio dal mercato finanziario: l'educazione finanziaria è quindi interesse delle istituzioni finanziarie, o delle loro organizzazioni.
- { I Partner sociali (sindacati e associazioni imprenditoriali) hanno un ruolo nella gestione delle relazioni lavorative dal punto di vista legislativo e possono influire sull'impiego pubblico tramite l'educazione finanziaria, contribuendo ad aumentare il livello di conoscenza e competenze.
- { Le associazioni dei consumatori hanno un ruolo fondamentale nella tutela del consumatore offrendo progetti di educazione finanziaria, favorendo la trasparenza dei prodotti e dei servizi del mercato, dando servizi di consulenza e proteggendo i diritti dei consumatori.
- { Le istituzioni educative forniscono progetti di educazione, le scuole con programmi per gli studenti, altre istituzioni per specifici target della popolazione adulta.
- { I media, pubblici e privati, distribuiscono articoli educativi e programmi e forniscono informazioni sulle questioni finanziarie.
- { Atri: istituzioni e organizzazioni, soprattutto nell'ambito dell'educazione per tutta la vita, come ad esempio gli enti che cercano un modo adeguato per supportare progetti di interesse pubblico e che vedono nel supporto di progetti di educazione finanziaria una forma di responsabilità sociale e di contributo allo sviluppo della società.



La Repubblica Ceca si distingue come best practice, in particolare, in relazione alla chiarezza, semplicità e completezza nel percorso adottato per giungere alla definizione di una strategia nazionale di educazione finanziaria: studio e indagine delle caratteristiche della popolazione, coinvolgimento degli stakeholder nel gruppo di lavoro, elaborazione di una definizione e di obiettivi comuni, individuazione dei target, elaborazione di una struttura generale della strategia, definizione degli standard comuni sui contenuti, assegnazione di un ruolo ai singoli soggetti partner coinvolti.

Al termine di questo lineare percorso, è stato stilato un *Action Plan*, in cui sono state elencate tutte le azioni future (vedi Tabella 4).

Tab.4 – Action Plan della Repubblica Ceca

	Educazione scolastica	Educazione per tutta la vita
1. Creazione di <i>Financial literacy Standards</i>	MEYS in collaborazione con il MIT e il MoF (2007)	MoF in cooperazione con il MIT e il MEYS (2007)
2. Verifica preliminare del livello di alfabetizzazione finanziaria della popolazione	MIT in collaborazione con il MoF (2008)	
3. Quadro iniziale sui progetti di educazione finanziaria	MIT in collaborazione con il MoF (2008)	
4. Implementazione degli standards nella struttura dei programmi di educazione	MEYS (2007-2013)	
5. Raccomandazioni metodologiche per le scuole, inclusione di temi pedagogici	MEYS (2007-2013)	
6. Selezione di progetti e valutazione del loro potenziale per ottenere sussidio		MIT in collaborazione con il MoF (2008-2010)
7. Monitoraggio del livello di alfabetizzazione finanziaria della popolazione		MIT in concomitanza con il MoF (prima e dopo il 2010)
8. Aggiornamento dei <i>Financial literacy Standards</i>	MEYS in collaborazione con il MoF (dal 2010, come regola, ogni quattro anni)	MIT in concomitanza con il MoF (prima e dopo il 2010)
9. Pianificazione di progetti finanziari, identificazione delle aree problematiche e dei target group non coperti		MIT in concomitanza con il MoF (prima e dopo il 2010)
10. Revisione del sistema di educazione finanziaria per le scuole (inclusa una revisione degli standards e degli strumenti di misura)	MEYS in cooperazione con il MIT (2013)	
11. Revisione dell'educazione finanziaria del consumatore (inclusi gli standards e gli strumenti di misura)		MoF in cooperazione con il MIT (2013)
12. Revisione della <i>Financial Education Strategy</i>	MoF in cooperazione con il MIT e il MEYS (2013)	MoF in cooperazione con il MIT e il MEYS



Le attività dell'*Action Plan* sono state realizzate in accordo con le possibilità dei budget ministeriali e dei progetti approvati dall'*European Social Fund*.

2.1.3 Money literacy, price literacy, budget literacy: tre temi per l'educazione finanziaria

Il *Working Group* di cui sopra, sulla base di un lavoro di analisi delle necessità di educazione finanziaria della popolazione ceca e di confronto internazionale con le migliori *best practice* e con le indicazioni di organismi internazionali come l'OCSE, ha anche proposto una base teorica sui temi e contenuti da sviluppare nei programmi educativi.

L'alfabetizzazione finanziaria è considerata parte di una più ampia alfabetizzazione economica che include diversi aspetti: la capacità di avere un'entrata, di considerare le conseguenze delle decisioni in base alle entrate presenti e future, di orientarsi nel mondo del lavoro, di prendere decisioni di spesa, ecc. Inoltre, è importante avere la consapevolezza del funzionamento del sistema delle tasse e del loro ruolo, poiché ciò contribuisce ad un comportamento responsabile dei cittadini nei confronti della famiglia e di conseguenza dello Stato, e avere una conoscenza di base della macroeconomia e degli indicatori macroeconomici di base (inflazione, tassi di interesse, ecc.).

Connesse all'alfabetizzazione finanziaria, sono inoltre state individuate altre tre competenze su cui si ritiene necessario puntare, in un'ottica di una strategia educativa complessa: la capacità di calcolo (saper risolvere problemi di natura matematica legati al campo finanziario), l'alfabetizzazione informativa (il saper cercare, usare e valutare le informazioni rilevanti nel contesto) e l'alfabetizzazione giuridica (orientarsi nel sistema legale, avere un quadro generale dei diritti e doveri e sapere dove poter chiedere aiuto). Lo sviluppo di queste competenze è un utile strumento per creare e rafforzare il pensiero economico, legale e politico dei cittadini.

Secondo quanto afferma il *Working Group*, l'alfabetizzazione finanziaria, vista in termini di gestione delle finanze personali/familiari, deve includere tre componenti fondamentali: il denaro, i prezzi, la pianificazione del bilancio. Da qui derivano i campi di interesse dell'educazione finanziaria (vedi *Tabella 5*):

- ⌋ alfabetizzazione al denaro, ossia la competenza necessaria per trattare con il denaro sia in contanti che non, per fare operazioni monetarie e per usare i diversi servizi bancari, gli strumenti di pagamento, ecc.;
- ⌋ alfabetizzazione ai prezzi, ossia la competenza necessaria per capire i meccanismi dei prezzi e dell'inflazione;
- ⌋ alfabetizzazione al budget, costituita dalla competenza necessaria per la gestione del budget personale/familiare (cioè stabilire gli obiettivi, decidere come allocare le risorse finanziarie, ecc.) e dalle abilità utili a gestire diverse situazioni di vita partendo da una prospettiva finanziaria.



A ciò si aggiungono altre due aree specifiche: la gestione dei beni finanziari (depositi, investimenti, assicurazioni) e la gestione degli impegni finanziari (credito o leasing), che presuppongono la capacità di orientarsi in un mercato di prodotti e servizi finanziari con diversi livelli di complessità, l'abilità di comprare prodotti e servizi e di scegliere quello più adatto alla propria situazione personale.

Tab.5 – Alfabetizzazione finanziaria: I temi

<i>Money literacy</i>	<i>Price literacy</i>	<i>Budget literacy</i>
		Budget literacy
	Financial asset management	
Personal/family budget management		
	Financial commitments management	

A partire da questi temi sono poi state individuate le 3 aree prioritarie:

1. partecipazione attiva e responsabile dei cittadini al mercato finanziario: la strategia di educazione finanziaria vuole aiutare i cittadini a comprendere il loro ruolo di consumatori attivi nel mercato finanziario e questo implica la conoscenza sia dei propri diritti di consumatore sia dell'approccio che ciascuno usa nell'utilizzo dei prodotti e dei servizi. L'obiettivo per i consumatori è di decidere in modo efficace: questo richiede un'informazione accurata e trasparente e un adeguato livello di alfabetizzazione finanziaria per poter trovare le informazioni rilevanti e saperle utilizzare;
2. prevenzione all'indebitamento: l'indebitamento dei cittadini della Repubblica Ceca è sensibilmente aumentato negli ultimi anni. Secondo i dati della Banca centrale ceca, è aumentato di 87 miliardi di corone tra febbraio 2010 e marzo 2011, totalizzando un ammontare complessivo di 993,3 miliardi di corone. I depositi conti-corrente delle famiglie hanno segnato, invece, un aumento di 78 miliardi di corone su base annua; sono però in calo i depositi a termine, scesi di 878 milioni. Questi dati dimostrano quindi una dinamica allarmante, confermando la difficoltà delle famiglie che cercano di integrare il loro reddito, in calo per via della crisi, con dei prestiti. Una manifestazione dell'indebitamento è il maggior numero di cittadini che non sono in grado di ripagare i loro impegni finanziari. I prestiti vengono, in particolar modo, richiesti dalle famiglie con un basso reddito, per le quali il pagamento risulta avere un peso maggiore. I cittadini dovrebbero arrivare ad essere in grado di scegliere in modo responsabile le opportunità e di valutare i diversi strumenti che possono utilizzare, tenendo conto della ricchezza della propria famiglia;
3. educazione previdenziale: avere consapevolezza dell'importanza del dover provvedere alla propria pensione è divenuto un altro aspetto fondamentale, anche per via del rapido invecchiamento della popolazione negli ultimi anni. I futuri pensionati non potranno dipendere solo dai benefici assicurati dallo Stato, com'è avvenuto finora. Altre forme di pensione avranno un ruolo sempre maggiore ed è essenziale pertanto avere una conoscenza di base delle questioni finanziarie per selezionare un prodotto appropriato.



Definito questo quadro teorico sulle tematiche cui fare riferimento nei modelli educativi e sugli obiettivi futuri, sono stati sviluppati i *Financial literacy Standards* per la realizzazione dei progetti, che rappresentano i contenuti e le competenze ritenute fondamentali ai vari livelli di educazione finanziaria. Sono suddivisi in tre livelli di competenza: i primi due livelli sono destinati agli studenti della scuola primaria (vedi Tabella 6), il terzo mette insieme invece gli studenti della scuola secondaria e gli adulti (vedi Tabella 7).

Tab.6 - Financial literacy Standards per la scuola primaria

Tema 1: Denaro		
	<i>Primo stadio della scuola primaria</i>	<i>Secondo stadio della scuola primaria</i>
Contenuti	<ul style="list-style-type: none"> } denaro in contanti e non } metodi di pagamento } banche e amministratori del denaro 	<ul style="list-style-type: none"> } gestione del denaro } composizione del prezzo } inflazione
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> } usare esempi che mostrano l'uso appropriato di vari strumenti per pagamenti in contanti e non } usare un esempio che mostri la composizione di prezzo come la somma di costi, guadagno e IVA } utilizzo del denaro nel contesto quotidiano } stime e controlli dei prezzi negli acquisti e il concetto di "resto" 	<ul style="list-style-type: none"> } spiegare l'effetto della domanda e dell'offerta sulla composizione dei prezzi e i cambiamenti dei prezzi } descrivere gli effetti dell'inflazione sul valore del denaro
Tema 2: Gestione del budget familiare		
	<i>Primo stadio della scuola primaria</i>	<i>Secondo stadio della scuola primaria</i>
Contenuti	<ul style="list-style-type: none"> } budget, entrate e spese familiari } diritto di richiedere un rimborso 	<ul style="list-style-type: none"> } budget familiare e altri tipi di budget, in cosa si differenziano } diritti di base del consumatore
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> } usare esempi che mostrano perché non è possibile fare tutti gli acquisti che si desiderano 	<ul style="list-style-type: none"> } fare un semplice budget familiare, indicare le principali uscite ed entrate, differenziare tra spese ed entrate regolari ed eccezionali, considerare la necessità di ogni spesa } spiegare il principio di un budget equilibrato, del deficit nel budget, del deficit di bilancio, dell'avanzo di bilancio } spiegare come difendere una persona se i suoi diritti di consumatore sono stati violati
Tema 3: Prodotti finanziari		
	<i>Primo stadio della scuola primaria</i>	<i>Secondo stadio della scuola primaria</i>
Contenuti	<ul style="list-style-type: none"> } risparmi 	<ul style="list-style-type: none"> } servizi bancari, operazioni in attivo e in



	} prestiti	passivo } prodotti del mercato finanziario per investire e acquistare fondi } assicurazione } interesse
Risultati	} spiegare perché si deve risparmiare, quando ottenere un prestito, come ripagare il debito	} fornire esempi di utilizzo di carte di debito e credito, spiegare le loro limitazioni } esporre e comparare i metodi più comuni di manipolare fondi disponibili (consumo, risparmi, investimento) } esporre e comparare i metodi più comuni di coprire i deficit (prestiti, acquisto con pagamento rateale, leasing) } spiegare il significato di pagare e ricevere interessi } esporre le tipologie più comuni di assicurazione e proporre quando usarle

I contenuti sono stati stabiliti dal MoF in collaborazione con il MEYS, partendo dall'analisi degli standards elaborati in altri paesi e dall'osservazione dei curricula delle proprie scuole e dei bisogni dei propri cittadini.

Nelle tabelle sono elencati i temi con i relativi contenuti e i risultati che si intende ottenere (ad esempio: tema – gestione del budget familiare, contenuto – budget, entrate, spese e diritto a chiedere un rimborso, risultati attesi – usare esempi che mostrino perché non è possibile fare tutti gli acquisti che si vogliono).

I temi principali sono:

- } denaro;
- } gestione del budget familiare;
- } prodotti finanziari;
- } diritti dei consumatori (solo per la scuola secondaria e per gli adulti).

Tab.7 – Financial literacy Standards per la scuola secondaria e per gli adulti

Tema 1: Denaro	
Contenuti	Risultati
Pagamenti	} abilità nell'uso degli strumenti di pagamento di base (contanti, carte, trasferimenti bancari) } abilità nel cambio della moneta straniera usando una lista del tasso di cambio
Composizione del prezzo	} determinare il prezzo totale dei beni usando l'IVA } spiegare perché il prezzo differisce a seconda del cliente, del luogo, del periodo



Inflazione	<ul style="list-style-type: none"> } spiegare come l'inflazione influenza le proprie entrate, i risparmi, gli impegni finanziari e la pianificazione a lungo termine } sapere come proteggere sé stessi dalle conseguenze dell'inflazione
-------------------	---

Tema 2: Gestione del budget familiare

Contenuti	Risultati
Budget familiare	<ul style="list-style-type: none"> } differenziare tra entrate regolari e irregolari e le spese nella creazione di un budget familiare } suggerire cosa fare con un deficit o un avanzo di bilancio

Tema 3: Prodotti finanziari

Contenuti	Risultati
Risparmi e investimenti	<ul style="list-style-type: none"> } proporre come usare risorse quali conti per il risparmio, titoli, proprietà } scegliere il miglior prodotto per investire i fondi disponibili e spiegare perché
Crediti	<ul style="list-style-type: none"> } scegliere un adeguato prodotto di credito in relazione ai propri bisogni e spiegare il perché della scelta } spiegare come sono stabilite le rate di interessi e il tasso di interesse percentuale annuo
Assicurazione	<ul style="list-style-type: none"> } essere in grado di scegliere un'assicurazione adeguata in una specifica situazione (assicurazione di viaggio, sul reddito, sulla vita, assicurazione di indennità)

Tema 4: Diritti dei consumatori

Contenuti	Risultati
Norme per la tutela del consumatore	<ul style="list-style-type: none"> } usare un esempio per spiegare come far valere i diritti dei consumatori (quando si comprano beni e servizi, inclusi prodotti del mercato finanziario)
Contratti / accordi	<ul style="list-style-type: none"> } descrivere cosa può avvenire nel caso in cui non si leggano il contratto e le condizioni contrattuali (casi studio)

2.1.4 La classificazione dei target e lo sviluppo di interventi tarati sulle esigenze contingenti

Per sviluppare progetti di educazione finanziaria efficaci e per il loro adeguato coordinamento il *Working Group for Financial Education* della Repubblica Ceca ha ritenuto importante suddividere la popolazione in target groups a seconda degli specifici bisogni, classificandoli in base alla fase del ciclo di vita in cui si trovano le persone e alla loro situazione socio-economica (vedi Tabella 8).

Questa classificazione permette lo sviluppo di progetti che elaborano contenuti e programmi adeguati al target di riferimento.



Tab.8 – Target group della Repubblica Ceca

I. Target group basati sulla fase del ciclo di vita	
Alunni (fase senza risorse o obblighi)	Di solito fino ai 18 – 19 anni, finanziariamente dipendenti dai genitori.
Studenti e ragazzi (fase con pochi risparmi)	Possono essere (ma solitamente non è così) completamente indipendenti dai genitori. Sono ragazzi senza un reddito stabile e una propria famiglia, che stanno diventando indipendenti, che stanno iniziando a lavorare e a gestire il denaro, a gestire una casa, possono essere disoccupati.
Famiglie con bambini (fase di indebitamento)	Giovani famiglie e famiglie con bimbi piccoli che hanno spesso a che fare con questioni riguardanti la casa.
Famiglie indipendenti (fase di investimento)	Famiglie indipendenti i cui componenti sono economicamente attivi o famiglie con figli cresciuti.
Persone in età da pensione (fase di prelievo dei fondi)	Persone economicamente attive di età superiore ai 50 – 55 anni che dovrebbero essere preparati per la pensione, e persone pensionate.
II. Target group in base alla specifica situazione di vita	
Famiglie sovra-indebitate	Famiglie incapaci di affrontare i loro impegni a lungo termine.
Gruppi con bisogni specifici	Per esempio immigrati, minoranze nazionali, famiglie con basso reddito, persone con problemi di salute, persone senza un conto bancario, persone senz'atletto, ecc.
Gruppi in specifiche situazioni	Persone che si trovano in una particolare situazione di vita quale ad esempio il divorzio, un nuovo matrimonio, la perdita del lavoro, una malattia, la morte di un caro, l'eredità, ecc.

Sulla base di questi target group e dei contenuti descritti nel paragrafo precedente, l'obiettivo a livello nazionale è quello di sviluppare progetti di educazione finanziaria basati su tre principi:

1. sviluppare e aumentare il livello di alfabetizzazione, cioè fornire un orientamento di base e una visione d'insieme dei servizi e prodotti finanziari (principio di *generality*);
2. assicurare un livello adeguato di competenza degli educatori (principio di professionalità);
3. rendere l'informazione accessibile al target group usando canali di informazione adeguati (principio di consapevolezza dell'informazione).

Sulla base di questi principi generali, la strategia di educazione finanziaria elaborata dalla Repubblica Ceca si suddivide su due pilastri fondamentali, che sono le due grandi aree di sviluppo dei progetti: la scuola e l'educazione per tutta la vita.

2.1.4.1 Educazione finanziaria per i giovani

Il primo ambito generale di diffusione dell'educazione finanziaria nella Repubblica Ceca è la scuola: è importante educare i cittadini su tematiche economico/finanziarie sin da piccoli, anche perché la scuola permette di raggiungere in modo diffuso la maggior parte dei bambini e dei giovani.

In seguito alla decisione del Governo (Delibera no. 1594, 7 dicembre 2005), il MoF, il MEYS e il MIT hanno preparato il documento *Financial Education System for Primary and Secondary Schools*, pubblicato nel 2007, all'interno del quale è descritto il processo attraverso cui si vuole incrementare l'educazione finanziaria nella scuola primaria e secondaria. Grazie alla realizzazione di questo



documento è stato possibile creare le linee guida e i contenuti per rendere l'educazione finanziaria obbligatoria nei curricula delle scuole primarie e secondarie.

Le misure fondamentali che sono state prese a livello centrale sono:

- { creazione di standard per gli studenti della scuola primaria e della scuola secondaria;
- { implementazione degli standard nei programmi di insegnamento generali;
- { definizione di consigli metodologici per le scuole e creazione di programmi di istruzione per la scuola;
- { formazione e supporto per gli insegnanti;
- { monitoraggio regolare del livello di alfabetizzazione finanziaria degli studenti, con la conseguente revisione dell'educazione finanziaria nelle scuole.

Il MYES, in collaborazione con il MoF, ha elaborato così il programma generale specificando i contenuti da trasmettere ai ragazzi e i risultati da conseguire a seconda dell'età e del livello di istruzione (vedi Tabelle 6 e 7). Dato il quadro comune generale e centralizzato, il resto del processo educativo è demandato perifericamente. È compito di ogni scuola quello di implementare al proprio interno tale programma: i presidi possono decidere le materie in cui inserire questi temi, in che anno e con quale metodo. Ad esempio, se nel programma generale i ragazzi devono sapere come fare le percentuali, è la scuola a decidere in che materia inserirle (molti hanno optato per matematica) e in che anno. Le modalità di insegnamento possono variare da scuola a scuola, ma il contenuto deve essere sempre lo stesso.

Ciò che è stabilito nel programma generale è obbligatorio per tutte le scuole, dopodiché le scuole hanno due anni di tempo per implementare il programma nel loro curriculum, con la libertà di scegliere tempo e modo (ad esempio possono decidere di chiedere ad un esperto della banca di tenere le lezioni). Il risultato finale deve essere però uguale per tutti.

Grazie a questo programma l'educazione finanziaria è obbligatoria nelle scuole secondarie a partire dal 2009. Fino ad oggi alcune scuole primarie hanno partecipato volontariamente a questo progetto ed entro il 2013 anche loro dovranno inserire obbligatoriamente l'educazione finanziaria nel loro curriculum.

Le singole scuole possono scegliere quali metodologie utilizzare per la trasmissione dei contenuti definiti negli standard. Possono decidere inoltre se usare un proprio metodo personale o usufruire delle linee guida fornite da MEYS, il quale ha realizzato, in collaborazione con il MoF, due libri guida per gli insegnanti, uno sui contenuti e uno sugli esercizi. Per la stesura della guida sono state prese come riferimento le *best practice* delle scuole che già hanno all'interno dei loro curricula questi temi. Questi volumi sono anche disponibili in formato digitale.

Come supporto agli insegnanti e alle scuole, oltre alla guida, diversi soggetti hanno fornito servizi di formazione per i docenti: il National Institute for *Further Education of Teacher*, la *Czech National Bank*, le NGOs, ecc. Le modalità adottate per la formazione dei docenti sono state diverse: training faccia a faccia, pubblicazioni di *text book* con l'invio di una copia ad ogni scuola, formazione on line, ecc.



Ad esempio, la *Czech National Bank*, nel 2008, ha inviato oltre 4000 manuali per gli insegnanti ed esercizi per gli studenti delle scuole primarie e secondarie (“Alfabetizzazione finanziaria ed economica – Eserciziario 1 e 2”). Ha inoltre organizzato seminari per i docenti in diverse parti della Repubblica Ceca, in collaborazione con altre istituzioni riconosciute dal Ministero, in particolare con il *National Institute for Further Education*, con la *Masaryk University in Brno* e con altri centri per la formazione dei docenti. La Banca organizzerà altri seminari in futuro anche sulla base della domanda proveniente dalle scuole. Si tratta di incontri condotti dallo staff del CNB e, se necessario, da altri relatori qualificati. Di solito sono organizzati per i gruppi di docenti delegati dalle varie scuole, ma possono anche essere organizzati all’interno di scuole specifiche per l’intero staff, e sono indirizzati principalmente ai docenti delle scuole primarie e delle scuole secondarie a indirizzo non economico e per staff di docenti di altre istituzioni educative. Questi incontri si focalizzano su concetti e tematiche di alfabetizzazione finanziaria ed economica quali: patrimoni/debiti, risparmio, assicurazione, rate annuali, rischio, capitale, parcelle, liquidità, inflazione, rate percentuali reali e nominali, tasso di interesse, credito, mutui, carte di credito, conti correnti, il ruolo del denaro nell’economia, circolazione di beni e servizi nell’economia, ecc.

Oltre alla CNA diverse NGO hanno realizzato progetti di formazione per i docenti. Ad esempio, la *Generation Europe Foundation* ha realizzato un manuale per docenti, un giornale elettronico dove poter trovare e scambiare informazioni e materiali riguardanti l’educazione finanziaria, un gioco on line che simula eventi politici ed economici in Europa e guide per gli insegnanti.

In generale, vengono organizzati corsi della durata di alcuni giorni (ad esempio *We Understand Money*) dopo i quali viene fornito ai docenti del materiale multimediale di supporto.

2.1.4.2 Educazione finanziaria per gli adulti

Il secondo pilastro della strategia nazionale per la diffusione dell’educazione finanziaria nella Repubblica Ceca, l’educazione per tutta la vita, ha come target la popolazione adulta, i consumatori reali e potenziali dei prodotti e dei servizi finanziari. L’indicazione del *Working Group* è che questo tipo di formazione, a differenza di quella indirizzata a giovani studenti, dovrebbe essere realizzata dal settore privato, specialmente dalle associazioni professionali, dagli istituti finanziari e dalle associazioni dei consumatori.

Le misure fondamentali a livello centrale che sono state prese in relazione a questo secondo ramo dell’educazione finanziaria sono:

- { un’efficace collaborazione tra gli attori coinvolti (enti pubblici, associazioni professionali, istituzioni finanziarie e associazioni dei consumatori) all’interno del *Working Group for Financial Education*;
- { la creazione dei *Financial literacy standards* per gli adulti (vedi Tabella 7);
- { l’analisi preliminare del livello di alfabetizzazione finanziaria dei cittadini e la ricognizione dei progetti già esistenti;
- { la selezione dei progetti e l’esame delle possibilità di sussidio;
- { la creazione di nuovi progetti con continuo aggiornamento e diffusione delle informazioni;



⌋ il monitoraggio regolare del livello di alfabetizzazione finanziaria dei consumatori con la conseguente revisione dei progetti e degli standards.

Il ruolo del MoF all'interno di questo settore è principalmente di coordinamento e supporto delle attività. Il Ministero organizza seminari e coordina la partecipazione di esperti in programmi televisivi.

Il MoF non partecipa direttamente alla realizzazione di progetti per adulti, poiché non è previsto un budget extra per queste attività. Per gli adulti, clienti o potenziali clienti degli istituti di credito o assicurativi, sono i soggetti privati, banche, assicurazioni, o associazioni dei consumatori, ad offrire dei programmi educativi, decidendo in autonomia come realizzarli. I documenti pubblicati dal MoF e dal *Working Group* fungono da linee guida di supporto per la loro realizzazione.

Diverse sono state anche le campagne informative organizzate da vari enti della Repubblica Ceca. Un esempio è la campagna contro il debito – *Il destino dei consumatori* – organizzata da *People in Need*, un'organizzazione ceca no profit che lavora nell'ambito dei diritti umani. Questa campagna è stata realizzata con lo scopo di evidenziare le cause, spesso inconsce, e le conseguenze del sovra-indebitamento e provocare una discussione pubblica sulle possibilità di prevenzione e sui modi per affrontare questo problema sociale. *People in Need* vede, infatti, nell'indebitamento una delle principali cause di esclusione sociale e un ostacolo per l'integrazione delle persone socialmente svantaggiate nella società. La campagna, finanziata dal Fondo Sociale Europeo e da budget statale della Repubblica Ceca, si è svolta nei mesi di marzo e aprile 2008 a livello regionale, su un totale di dieci città. Sono stati utilizzati mezzi pubblicitari tra cui pannelli per le affissioni, depliant negli uffici postali e nelle biblioteche. La campagna si è chiusa in tutte le città con dibattiti pubblici, seminari e concerti.

L'associazione civile *Multicultural Centre Prague*, ha pubblicato, nell'ambito del progetto intitolato *L'educazione finanziaria per gli stranieri*, il volume *Servizi finanziari nella Repubblica Ceca: guida per gli stranieri*. Il libro, disponibile in 6 lingue diverse e on-line, ha l'obiettivo di aiutare gli stranieri ad affrontare i numerosi problemi in cui possono incorrere nel momento in cui arrivano nella Repubblica Ceca: trovare alloggio, trovare un lavoro, le cure mediche, l'istruzione, ecc. Lo scopo è quello di prevenire l'esclusione sociale degli stranieri e favorire la loro integrazione, dando loro informazioni sul sistema bancario ceco e sul settore finanziario. Il progetto è stato sviluppato tra il 2005 e il 2006, ed è stato finanziato dalla *Citigroup Foundation*.

La *Czech Consumer Association* ha realizzato invece una campagna dal titolo "*Puoi firmare, Devi leggere!*", rivolta al consumatore che vuole sottoscrivere contratti finanziari. La campagna ha utilizzato strumenti di comunicazione diversi: poster sui treni e nelle sale d'attesa delle strutture sanitarie in tutto il paese, cartelloni sui trasporti pubblici di Praga, pubblicità su tutti i giornali pubblicati da *Moldava Labe Press*, pubblicità on-line su alcuni portali NGO.

Un'altra campagna è stata realizzata e finanziata dall'UE in collaborazione con la *Consumers Defence Association CR*, sul tema dei diritti dei consumatori: "*Insisti sui tuoi diritti!*". Sono stati utilizzati depliant relativi ai servizi bancari, al credito al consumo, al leasing, alle assicurazioni, ecc. in versione sia elettronica che cartacea.



Molti enti hanno invece realizzato dizionari e documenti informativi on-line su diverse tematiche economico-finanziarie:

- { la *Czech Building Societies Association* ha realizzato un glossario di termini relativi alle società in costruzione ed un documento sui principi del credito e del risparmio;
- { la *Czech Funds and Asset Management Association* ha pubblicato *Investment skills*, un documento sugli investimenti individuali e collettivi, sui rischi e sulla tutela degli investitori, con il relativo dizionario dei termini;
- { la *Czech Insurance Association* ha creato l'area web *Consumers advice*, con una spiegazione dei termini di base dell'Assicurazione;
- { la *Czech Banking Association* ha realizzato un dizionario ed un glossario sulla terminologia bancaria e pagine web con la spiegazione dei prodotti finanziari e informazioni basilari per la pianificazione finanziaria, osservando le situazioni di vita da un punto di vista economico.

2.1.5 Solide strategie di finanziamento e un debole sistema di valutazione dei risultati

Per la costituzione della strategia nazionale di educazione finanziaria e per finanziarne le attività, il governo della Repubblica Ceca, attraverso i Ministeri citati, ha messo a disposizione delle risorse destinate. Il Ministero dell'Istruzione e quello del Lavoro hanno poi incentivato e coordinato la partecipazione con programmi di educazione finanziaria al Fondo Sociale Europeo nell'area delle risorse umane per il periodo dal 2007 al 2013.

I costi dell'educazione finanziaria a favore dei giovani e degli studenti, essendo gestiti direttamente dal personale delle scuole, sono di competenza pubblica. In generale, invece, i progetti di educazione rivolti ai consumatori sono finanziati dall'industria finanziaria, ad esempio dalle banche, o dalle associazioni bancarie, intermediari o associazioni finanziarie. Molti soggetti, in particolare coloro che sviluppano progetti per adulti, si autofinanziano, ma spesso ricevono anche contributi da parte dei vari Ministeri. Il *Ministry of Industry and Trade* supporta ad esempio progetti sulla tutela dei consumatori.

Per quanto riguarda il monitoraggio delle attività, non è ancora stato elaborato un metodo generale e condiviso, né per le scuole né per gli adulti.

Nelle scuole, a fine anno gli studenti vengono sottoposti a esami sulle principali materie di studio che in alcuni casi vengono fatti anche in parte su tematiche economico-finanziarie, ma non è uno strumento diffuso in tutte le scuole.

Nel 2012 la Repubblica Ceca parteciperà al test PISA sui temi finanziari. Sarà questa una buona opportunità per verificare il livello dei ragazzi. Dal momento che verranno valutati i giovani di 14 – 15 anni, non si potrà avere un riscontro diretto dell'introduzione dell'educazione finanziaria nell'ambito dell'istruzione obbligatoria (oggi è realizzata solo nelle scuole secondarie), si otterranno però utili riguardo ciò che già si fa nel livello della scuola primaria.



Il principale strumento di monitoraggio della Strategia di Educazione Finanziaria nazionale dovrebbe essere il regolare controllo del livello di alfabetizzazione della popolazione. Il primo sondaggio, realizzato nel 2007, è stato utile per verificare le conoscenze iniziali dei consumatori in relazione a questi temi.

Il MoF, in collaborazione con la CNB, ha avviato il progetto *Misurare l'Alfabetizzazione Finanziaria degli Adulti nella Repubblica Ceca*. Nel 2010 sono state intervistate mille persone tramite questionario faccia a faccia. La ricerca è stata realizzata per delineare l'alfabetizzazione finanziaria della popolazione adulta sulla base della conoscenza oggettiva nel campo finanziario, per valutare come le persone possono utilizzare queste conoscenze nella pratica quotidiana, e per tracciare gli atteggiamenti e i comportamenti della popolazione ceca in relazione alle finanze familiari, al risparmio e alla sicurezza. Nell'indagine sono stati trattati temi come: finanza domestica, risparmio, prodotti finanziari, comportamenti e pratiche nel mondo finanziario, conoscenza del mondo finanziario, contratti e reclami.

Da questo sondaggio è emerso un basso livello di alfabetizzazione e la necessità di migliorare la conoscenza del mercato finanziario dei cittadini. In particolare, i cittadini cechi tendono a procrastinare e a non risparmiare, e quanto non sapere quanto riuscirebbero a coprire con i loro risparmi se dovessero rimanere senza reddito. Questo indica una mancanza di preparazione per eventi spiacevoli ed indesiderati. Uno su quattro non sa cosa sia la carta di credito e hanno risposto correttamente solo la metà di quelli che ne possiedono una. Solo uno su tre, inoltre, redige un bilancio familiare in modo regolare e meno della metà lo fa occasionalmente. Quasi i due terzi della popolazione non legge i contratti che firma e con i quali si impegnano in pagamenti a lungo termine, essendo così inconsapevoli dei potenziali effetti su sé stessi e sulle loro famiglie.

Ad oggi, tali risultati sono oggetto di valutazione da parte del *Working Group*, al fine di proporre specifiche misure per incrementare il livello di alfabetizzazione focalizzandosi sui maggiori punti deboli.

In conclusione, è possibile affermare che il punto di forza generale della strategia della Repubblica Ceca è la presenza regolare di una piattaforma di coordinamento delle attività e per lo scambio delle informazioni, che permette di monitorare le attività svolte e di evitare ripetizioni e sovrapposizioni. Partendo dai progetti già esistenti ed individuando le lacune dei cittadini, è possibile capire in maniera mirata dove sia necessario agire per aumentare il livello di educazione finanziaria e quali progetti sviluppare.

Risulta molto ben strutturata la parte della strategia relativa all'educazione scolastica. Sarebbe molto difficile e complicato cambiare i curricula di tutte le scuole. Il fatto di stabilire i contenuti e risultati obbligatori da conseguire e di lasciare libertà di scelta sulle modalità, è certamente un metodo più efficace, almeno sul breve termine, per diffondere l'educazione finanziaria tra i giovani. Inoltre la strategia della Repubblica Ceca sarà ancora più completa quando a breve verrà resa obbligatoria l'educazione finanziaria anche nelle scuole primarie.

Lacuna della strategia risulta però essere la mancanza di un sistema di valutazione, particolarmente importante soprattutto in un sistema dove viene lasciata ampia libertà sulle modalità con cui i singoli enti possono realizzare le attività formative. Senza un adeguato sistema di monitoraggio, è infatti



possibile che, con questo modello, si creino disparità molto pronunciate tra le varie offerte formative.

Obiettivo della Repubblica Ceca è comunque quello di monitorare ad intervalli regolari il livello di alfabetizzazione della popolazione, come è avvenuto con l'*opinion poll* del 2010 che è stato in grado di individuare alcune aree critiche su cui è necessario intervenire con dei progetti.



2.1. L'Irlanda: l'educazione finanziaria per i consumatori

2.2.1 La crisi economica della "Tigre Celtica" e l'impegno nell'analisi delle competenze economiche dei cittadini

La Repubblica d'Irlanda è una piccola, moderna nazione ben inserita nel commercio internazionale. L'economia irlandese ha avuto una crescita straordinaria nel periodo dal 1993 al 2007, tanto che gli analisti ribattezzarono il paese con l'appellativo di "Tigre Celtica". L'economia irlandese si è completamente trasformata negli ultimi 15 anni, passando da agricola a moderna e concentrandosi in particolare su servizi ed industrie ad alta tecnologia.

Tuttavia l'Irlanda ha risentito duramente della crisi economica internazionale, la quale ha colpito con particolare intensità il settore finanziario che costituisce una grossa fetta dell'economia irlandese. L'Irlanda, infatti, è stato il primo paese in Europa ad entrare ufficialmente in recessione, come dichiarato nel 2008 dall'Ufficio Centrale di Statistica. La situazione si è ulteriormente aggravata dopo una nuova crisi bancaria venuta alla luce nel novembre 2010, nonostante gli aiuti varati dalla Banca Centrale Europea nel 2008, che hanno previsto un ingente prestito del Fondo di stabilizzazione europeo e del Fondo Monetario Internazionale.

L'autorevole *think tank Economic and Social Research Institute* (ESRI) e la Banca Centrale hanno formulato delle previsioni improntate ad un cauto ottimismo, anche al fine di incoraggiare gli operatori economico-finanziari e i consumatori. Tuttavia le prospettive per la ripresa sono però tuttora caratterizzate da grande incertezza.

La difficile situazione economica e finanziaria irlandese è da imputare soprattutto alla crescita della bolla del mercato immobiliare, favorita dai prestiti a livello *subprime* o comunque non assistiti da adeguate garanzie collaterali concesse per finanziarla, alla quale si aggiungono una perdita di competitività a livello internazionale, la debolezza delle finanze pubbliche ed un alto tasso di disoccupazione.

Il livello di disoccupazione nel Paese è infatti cresciuto notevolmente. Secondo i dati del CSO, al termine del 2010 i disoccupati erano pari al 13,2% della forza lavoro.

L'istruzione e la formazione sono una componente vitale dell'economia irlandese, basata sulla competenza e le nuove tecnologie, e sono un investimento prioritario nel Piano di Sviluppo Nazionale del governo. L'Irlanda dispone di uno dei migliori sistemi scolastici del mondo ed è il paese europeo col più alto tasso di laureati nella popolazione tra i 25 e i 34 anni (pari al 47,56%); più bassa è invece la percentuale di laureati tra la popolazione adulta (55-64 anni), pari al 20,22%, che colloca l'Irlanda solo al decimo posto in questa classifica tra i paesi europei.⁷ Secondo i dati delle *survey* realizzate dall'*International Business School IMD* nell'ambito del *World Competitiveness Index*, l'Irlanda si colloca al 9° posto a livello mondiale per efficienza e qualità del sistema scolastico (nella stessa classifica la Repubblica Ceca si collocava al 32° posto e l'Italia al 36°).

Per quanto riguarda l'efficienza del sistema bancario e finanziario, la Tab. 9 mostra un confronto tra Irlanda e Italia. I dati sono tratti dal *World Competitiveness Index 2011* dell'*International Business*



School IMD e fanno riferimento all'anno 2010. Il *rank* mostra la posizione assegnata al paese nella classifica mondiale.

Tab.9 – Grado di efficienza del settore bancario e finanziario

Indicatori	Irlanda		Italia	
	Rank	Valore	Rank	Valore
<i>Assets del settore bancario (% sul PIL)</i>	3°	291,77	21°	160,94
<i>Numero di carte di credito pro-capite</i>	25°	1,80	21°	1,82
<i>Efficienza dei servizi finanziari per le imprese</i>	59°	3,18	47°	4,47
<i>Trasparenza delle istituzioni finanziarie</i>	53°	4,00	48°	4,36
<i>Tasso di applicazione della regolamentazione nel settore bancario</i>	55°	3,72	42°	4,97
<i>Grado di trasparenza nella comunicazione dei rischi sui prodotti finanziari</i>	59°	3,14	40°	5,03
<i>Finance Skills</i>	3°	8,08	44°	5,81

Fonte: IMD World Competitiveness Yearbook 2011

Questi dati parlano di un paese in cui la finanza ed il settore finanziario hanno un peso determinante, basti pensare che l'Irlanda si colloca al terzo posto a livello mondiale per % sul Pil degli assets del settore bancario. Data la gravissima crisi che ha colpito il settore nel paese, dove le banche sono state salvate solo grazie ad un piano internazionale di aiuti, tutti gli indicatori di efficienza del sistema penalizzano pesantemente il paese, collocandolo addirittura all'ultimo posto al mondo per efficienza dei servizi finanziari alle imprese e per grado di trasparenza nella comunicazione dei rischi sui prodotti finanziari.

In un paese in cui il settore finanziario è da un lato così importante e dell'altro così pesantemente in crisi, risulta ancora più evidente quanto sia importante il tema dell'educazione finanziaria, nonostante si tratti di un paese con un grado di istruzione della popolazione piuttosto elevato ed in particolare con un grado di diffusione delle competenze finanziarie molto alto (nell'indicatore *finance skills* proposto dall'IMD l'Irlanda si colloca al 3° posto a livello mondiale, seconda solo a Danimarca e Stati Uniti). Per questi motivi l'analisi della strategia di educazione finanziaria irlandese risulta essere di particolare interesse.

Tra la fine del 2007 e l'inizio del 2008 il *Financial Regulator*, ente creato dalla *Central Bank of Ireland*, ha realizzato uno studio – *Financial Capability Study* – con l'obiettivo di individuare le abilità finanziarie dei cittadini irlandesi. L'indagine si è concentrata in particolare su quattro aree di analisi:

- { gestione del denaro;
- { pianificazione e provvedimenti per il futuro (inclusa la pensione);
- { valutazione dei prodotti e scelta tra offerte finanziarie simili tra loro;
- { ricevere aiuto e tenersi informati sui prodotti e servizi finanziari.

L'indagine è stata modellata su uno studio simile fatto nel Regno Unito e pubblicato nel 2006 ed è stata realizzata su 1.500 soggetti di età compresa tra i 18 e i 75 anni, a ciascuno dei quali è stato dato un contributo di 10 euro. Questo studio ha consentito quindi di poter tracciare il profilo degli irlandesi in relazione alla loro abilità finanziaria, ottenendo dei risultati tutto sommato confortanti: molti hanno una buona gestione del denaro, il 70% afferma di pianificare le proprie spese mentre gli



altri non ne hanno bisogno perché troppo giovani o perché le spese di questo tipo sono regolari o perché ritengono che avranno sempre fondi a sufficienza. Leggermente più preoccupante il fatto che il 37% abbia difficoltà a far fronte alle spese, percentuale che cresce intorno al 60% tra i divorziati e i separati. Il tema della pianificazione del futuro mostra invece risultati più preoccupanti: eventi finanziari negativi inaspettati toccano una porzione piuttosto grande della popolazione; il 61% non riuscirebbe a far fronte ad una caduta nel reddito di una durata di tre mesi o più, mentre il 40% dovrebbe chiedere un prestito per una spesa inattesa equivalente allo stipendio di un mese; inoltre molti non godono di un'adeguata copertura previdenziale. Nella valutazione dei prodotti e nella scelta di offerte finanziarie gli irlandesi raggiungono punteggi bassi: spesso sono presi dall'inerzia, non cercano consigli in modo indipendente, evitano l'azione a causa dell'incertezza o di altri fattori, basano le loro priorità su consigli della famiglia o di amici, anziché di esperti competenti. In relazione all'informazione, in generale gli Irlandesi sono ben disposti nel tenersi informati, la maggior parte utilizza come strumento principale i quotidiani, seguiti da radio e tv.

In termini di performance generale, un dato rassicurante è che, tra le quattro aree indagate da questo studio, poco più della metà della popolazione non presenta particolari criticità in nessuna di queste. Per quanto riguarda l'altra metà della popolazione, circa uno su cinque ha difficoltà in almeno due aree, il 16% in tre aree, mentre poco più di uno su 10 ha una bassa performance in tutte le aree. Sulla base di questo profilo della popolazione irlandese, sono state tracciate quattro principali sfide. Al fine di migliorare il grado di educazione finanziaria si ritiene prioritario che i consumatori:

- ⌋ siano finanziariamente competenti, abili nella gestione del denaro e nella creazione di budget appropriati e in grado di vivere con i propri mezzi;
- ⌋ siano in grado di pianificare il futuro e di provvedere alle spese inattese;
- ⌋ abbiano le conoscenze, le competenze e l'interesse a valutare i prodotti e compiere scelte tra prodotti finanziari simili tra loro;
- ⌋ si tengano informati e che sappiano dove poter cercare le informazioni utili.

L'impegno assunto dal *Financial Regulator* è di ripetere regolarmente la ricerca, ad esempio ogni 5 anni, per permettere un'analisi dei cambiamenti nel tempo e per assicurare una politica adeguata di tutela del consumatore.

2.2.2 Una nuova governace per lo sviluppo della financial capability

Nel maggio del 2003 venne istituito in Irlanda da parte della Banca Centrale il *Financial Regulator*, ufficialmente *Irish Financial Services Regulatory Authority*. Fino all'ottobre 2010 tale ente è stato l'unico soggetto regolatore delle istituzioni finanziarie in Irlanda, fino a che l'incarico non è stato trasferito alla *National Consumer Agency*. La funzione del *Financial Regulator* è stata quella di incrementare la consapevolezza dei consumatori in relazione ai costi, ai rischi ed ai benefici dei prodotti e dei servizi finanziari. Venne così creato un servizio di informazione (help line, opuscoli informativi, sito web e confronto dei costi dei prodotti finanziari più comuni) e vennero realizzate



diverse campagne per far conoscere il servizio alle persone e per incoraggiarle ad avere più di un attivo interesse nelle proprie finanze personali.

Alla fine del 2006, il *Financial Regulator* istituì al suo interno il *National Steering Group* (SG), gruppo di lavoro costituito da diversi stakeholder interessati alla personal finance e all'educazione finanziaria, inclusi uffici governativi, enti rappresentativi del tessuto industriale, istituzioni educative e di formazione, organizzazioni no-profit ed amministrazioni pubbliche. Lo scopo dello SG è quello di incoraggiare lo sviluppo dell'educazione finanziaria in Irlanda e di creare una rete di collaborazione tra le attività dei vari attori interessati.

Innanzitutto, è stata condivisa tra tutti i soggetti una definizione comune di *Financial Capability*:⁸ *Financial capability is a broad measure of the knowledge, skills, attitudes and behaviours necessary to manage personal finances and to choose and make appropriate use of financial products. It includes knowledge and understanding of financial products, terms and concepts. It also includes skills such as the ability to budget, search for good products and services and deal confidently with advisors. Attitudes are also important, such as the willingness to spend the time to keep track of finances, and avoiding financial disengagement, unrealistic spending habits and living only for today. Finally, actual behaviour in real life situations is probably the most reliable indicator of financial capability.*

Allo *Steering Group* sono stati assegnati inizialmente due compiti, culminati nel 2009 nella pubblicazione del report *Improving Financial Capability, a multi stake-holder approach*: compiere una ricognizione delle pratiche e delle risorse di educazione finanziaria presenti in Irlanda e all'estero; sviluppare un *framework* sulla competenza finanziaria (il *Financial Competency Framework*).

Il lavoro di ricognizione ha portato ad una serie di importanti risultati:

- ⌋ una revisione delle attività di educazione finanziaria della *Financial Services Authority* e del *Personal Finance Education Group* in UK;
- ⌋ una ricognizione dei progetti internazionali chiave nello sviluppo del campo di educazione finanziaria;
- ⌋ una verifica di risorse indipendenti di educazione finanziaria liberamente disponibili in Irlanda, così da far emergere i gap esistenti;
- ⌋ l'individuazione dei gruppi svantaggiati in relazione alle organizzazioni che forniscono loro educazione o altri supporti;
- ⌋ una revisione del curriculum scolastico di secondo livello, in seguito ad un'analisi degli elementi di educazione finanziaria già esistenti e disponibili per gli studenti della scuola di secondo livello in Irlanda.

Dall'analisi preliminare relativa alle esperienze estere è emerso che i paesi che hanno maggiormente sviluppato programmi di educazione finanziaria presentano una strategia nazionale coerente e supportata dalla politica di Governo sulla base dell'interesse pubblico e di tutti gli stakeholder. L'analisi delle esperienze già realizzate in Irlanda ha invece permesso di non creare nuovi canali ma di utilizzare quelli già esistenti in modo più coordinato e collaborativo.



Sulla base delle indicazioni fornite da questa ricognizione delle pratiche e delle competenze nazionali ed internazionali, il gruppo ha poi sviluppato il *Financial Competency Framework*, uno strumento utile per educatori, organizzazioni e istituzioni che intendono sviluppare risorse di educazione finanziaria.

Lo *Steering Group* ha poi definito impegni e raccomandazioni future, che creano un robusto piano di azione comune per l'educazione finanziaria a livello nazionale (vedi Tabella 10).

Tab.10 – Action Plan e raccomandazioni future

Action Plan: impegni	Raccomandazioni future
Ciascun membro dello <i>Steering Group</i> ha una sua area di competenze e può promuovere lo sviluppo dei diversi aspetti dell'educazione finanziaria personale in base alla propria esperienza e competenza. Gli impegni presi sono definiti in quattro aree:	Oltre alle attività dell' <i>Action Plan</i> , sono consigliate alcune misure a lungo termine, che sono dirette al Governo, all'industria dei servizi finanziari, al settore dell'educazione e alle parti interessate:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fare e/o condividere ricerca, conoscenza e <i>best practice</i> in relazione all'educazione finanziaria personale 2. Utilizzare il <i>Financial Competency Framework</i> per sviluppare risorse di educazione finanziaria o creare consapevolezza 3. Fornire materiale e/o altre risorse per l'educazione finanziaria, da soli o in partnership 4. Fornire volontari o altre risorse per promuovere l'educazione finanziaria sul posto di lavoro e nelle comunità. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stabilire strutture per coordinare l'implementazione degli impegni e delle raccomandazioni descritte 2. Costituire un Fondo per la <i>Financial Competency</i> con finanziamenti di avviamento dallo Schema di Ricapitalizzazione 3. Creare <i>National Standard</i> per l'educazione finanziaria personale 4. Migliorare la capacità finanziaria attraverso il curriculum nazionale obbligatorio

L'*Action Plan* stabilisce il ruolo di ciascun soggetto in relazione alle quattro aree individuate.

1. Ricerca e best practice

Nell'ambito della strategia nazionale irlandese, la ricerca riveste un ruolo fondamentale al fine di identificare i livelli di conoscenza, competenze, comportamenti e attitudini finanziarie della popolazione. Questa base di conoscenza facilita un utilizzo più efficace e specifico per target delle risorse esistenti. La ricerca sulla *Financial Competency* degli Irlandesi del 2008 offre una prima misura di confronto per gli studi successivi.

Parte fondamentale della strategia è poi l'accessibilità alle informazioni relative alle iniziative internazionali e alle emergenti *best practice* di educazione finanziaria.

Tra i membri dello *Steering Group*:

- ✎ *Irish Industry Federation* conduce ricerche periodiche sui consumatori in relazione a temi generali sull'industria assicurativa e condivide con lo SG le ricerche internazionali realizzate nel settore;



- ⌋ il *National Adult Literacy Agency* (NALA) conduce ricerche tra il pubblico sulla loro attitudine all'informazione finanziaria (con il supporto finanziario dell'EBS) e condivide i risultati con lo SG;
- ⌋ il *Pensions Board* si impegna a condividere le *best practice* e le ricerche internazionali, a commissionare ricerche di mercato sul comportamento e attitudini dei consumatori in relazione ai prodotti finanziari, a promuovere lo sviluppo di misure efficaci per i programmi di educazione finanziaria.

2. Sviluppo di standards tramite il *Financial Competency Framework*

Il *Framework* può essere applicato nel sistema educativo formale e nelle comunità, sul posto di lavoro e in altre sedi, in quanto offre direzione, assistenza, connessione tra fornitori ed esecutori e facilita lo sviluppo di tecniche valutative delle iniziative finanziarie. Esso offre una risorsa unitaria dei campi di educazione finanziaria che possono essere utilizzati nelle varie iniziative in maniera flessibile, e permette a coloro che sviluppano risorse e che offrono educazione finanziaria la possibilità di scegliere il proprio approccio a seconda della particolare situazione di apprendimento.

Tra i membri dello *Steering Group*:

- ⌋ il *National Council for Curriculum and Assessment* (NCCA) farà uso del *Framework*, dove pertinente, nelle revisioni presenti e future del curriculum scolastico primario e post-primario;
- ⌋ il *Pensions Board* si impegna a promuovere il *Framework*, dove pertinente, come punto di riferimento per lo sviluppo futuro delle risorse educative;
- ⌋ l'*Irish League of Credit Union* (ILCU) si impegna nella promozione del *Framework*, attraverso la sua membership, come una risorsa per lo sviluppo di strumenti, per standardizzare le iniziative di educazione finanziaria sviluppate dai propri membri e offerti alle loro comunità.

3. Fornitura di materiale educativo

Essendo già disponibili molte risorse educative, la strategia prevede la necessità di creare consapevolezza a riguardo ed indirizzare i materiali ad audience più ampie, evitando duplicati e favorendone un migliore uso. I membri si impegnano quindi a realizzare e condividere il materiale educativo necessario allo sviluppo di abilità finanziaria nella popolazione. Queste risorse e iniziative si radicano nei mandati di ciascuna organizzazione o agenzia.

Tra i membri dello *Steering Group*:

- ⌋ l'*Institute of Bankers in Ireland* (IBI), attingendo al proprio materiale educativo dei servizi finanziari, coopererà con le organizzazioni per sviluppare iniziative e risorse educative;
- ⌋ il *National Adult Literacy Agency* (NALA) svilupperà materiali come risorse libere per supportare gli adulti nello sviluppo dell'alfabetizzazione finanziaria, pubblicherà la seconda edizione della guida dalla A alla Z per la comprensione dei termini finanziari, organizzerà giornate di alfabetizzazione finanziaria per le famiglie.



4. *Supporto dell'educazione finanziaria sul posto di lavoro e nella comunità*

Il sistema educativo scolastico offre l'opportunità di raggiungere molti giovani, ma non tutti coloro che vogliono o hanno bisogno di educazione finanziaria. L'idea di fondo della strategia irlandese è che l'educazione finanziaria debba essere inserita nel maggior numero di *setting* possibili, come sul posto di lavoro e nelle comunità. Entrambi questi luoghi permettono, infatti, di raggiungere un ampio numero di persone.

Per quanto riguarda il posto di lavoro, questi programmi sono diffusi ad esempio in UK dove specialisti volontari qualificati provenienti dall'industria dei servizi finanziari sono coinvolti in seminari realizzati sul posto di lavoro. La *National Consumer Agency* irlandese ha realizzato nel febbraio 2011 un progetto pilota sul posto di lavoro – *Money Skills fo Life* – in cui viene fatta una presentazione di un'ora su diversi argomenti seguita da un opuscolo informativo.

Per i programmi nelle comunità, alcuni membri dello *Steering Group* stanno già realizzando delle attività e hanno per questo motivo esperienza e conoscenza dei bisogni delle persone. Non è pertanto necessario sviluppare nuovi canali ma è opportuno che lo SG coordini quelli già esistenti.

Tra i membri dello *Steering Group*:

- ⌋ *Institute of Bankers in Ireland* (IBI) fornirà programmi di training per i volontari dell'industria, i professionisti e i provider delle comunità;
- ⌋ *Irish League of Credit Unions* (ILCU) si impegna ad individuare la possibilità di coinvolgere dei volontari per i programmi nelle comunità e sul posto di lavoro e per condividere iniziative insieme ad altri membri dello SG.

L'*Action Plan* individua infine quattro raccomandazioni generali per il futuro:

- ⌋ stabilire un'unità di coordinamento per l'implementazione degli impegni assunti dallo SG. Quest'unità intende massimizzare la cooperazione tra le agenzie ed utilizzare le competenze dei vari stakeholder mantenendo il coinvolgimento dello *Steering Group* ad un livello adeguato;
- ⌋ creare un fondo di *Financial Capability* con finanziamenti di avviamento dal *Recapitalisation Scheme*.⁹ Lo SG raccomanda che il finanziamento di avviamento sia disponibile il prima possibile. Il finanziamento dovrebbe essere indirizzato attraverso il supporto dello sviluppo, valutazione e distribuzione delle iniziative di educazione finanziaria. Il fondo dovrebbe dare priorità a quelle iniziative indirizzate a coloro che hanno maggiormente bisogno di educazione finanziaria: i gruppi svantaggiati e coloro che dimostrano un basso livello di abilità finanziaria. Il fondo deve supportare inoltre iniziative che incontrino i bisogni della popolazione in generale;
- ⌋ creare standard nazionali per facilitare l'utilizzo del *Framework* nei sistemi educativi;
- ⌋ migliorare l'educazione finanziaria attraverso il curriculum scolastico nazionale obbligatorio, includendo il *Financial Competency Framework* all'interno delle materie obbligatorie.



Nel 2010, come parte della riforma per il regolamento del settore finanziario, la funzione di educazione ed informazione finanziaria è stata trasferita dal *Financial Regulator* alla *National Consumer Agency* (NCA), ente creato dal Governo irlandese nel Maggio del 2007 con l'obiettivo di tutelare gli interessi dei consumatori e di radicare una robusta cultura del consumatore in Irlanda. La Banca Centrale ha mantenuto la responsabilità per le informazioni sulle sue operazioni e per il regolamento del settore finanziario. Il Governo ha dato un forte mandato alla NCA di promozione e difesa dei diritti dei consumatori. L'Agency è stata costituita sotto il coordinamento del Ministero dell'Impresa, del Commercio e del Lavoro, in risposta ad una pubblicazione del 2005 del *Consumer Strategy Group* intitolata *Make Consumer Count*, la quale ha identificato diverse mancanze nella tutela e promozione dei diritti dei consumatori in Irlanda.

L'NCA rappresenta la voce dei consumatori, difendendone gli interessi ai più alti livelli del decision making nazionale e locale e monitorando anche a livello legale il rispetto della legislazione. Sono cinque le sue aree di lavoro: ricerca, informazione, applicazione, avvocatura, educazione e consapevolezza. Per quanto riguarda quest'ultimo punto la NCA fornisce servizi educativi in quanto ritiene che con una migliore conoscenza e consapevolezza i consumatori possano avere maggior controllo sulle loro decisioni di spesa ed essere più abili ad identificare prodotti e servizi che incontrino i loro desideri e bisogni in termini di qualità, varietà, servizio e valore. In parallelo, con le attività di educazione dei consumatori, la NCA cerca di lavorare con gli enti commerciali e consociativi, così da migliorare le iniziative in conformità con le leggi a tutela del consumatore.

L'Agency a partire dal 2010 ha di fatto portato avanti i servizi di informazione e implementato gli impegni assunti dal *Financial Regulator* e stabiliti dal *National Steering Group*, incluso lo sviluppo di educazione finanziaria sul posto di lavoro (nel Febbraio 2011 ha infatti realizzato un progetto pilota chiamato *Money Skills for Life*, in cui si tengono delle lezioni della durata di un'ora su diverse tematiche direttamente sul posto di lavoro).

Il progetto principale gestito attualmente dall'NCA è il servizio di informazione, costituito principalmente da una help-line e dal sito web *It's Your Money*. Questo servizio è rivolto a tutti i consumatori, fornendo loro informazioni e strumenti utili per gestire gli aspetti economico/finanziari presenti in ogni fase della vita.

Per quanto riguarda la formazione rivolta ai giovani ed agli studenti, l'Agency ha invece realizzato due progetti specifici: il primo – *Get Smart with Your Money*– indirizzato agli studenti di 15-16 anni del *Transition Year* (anno che si trova a metà del secondo livello di istruzione scolastica), focalizzato sulla consapevolezza nella gestione del denaro; il secondo progetto – *Leaving Certificate Applied* – è inserito all'interno del curriculum scolastico ed indirizzato ai ragazzi di 17-19 anni soprattutto delle aree svantaggiate.

2.2.3 Temi e contenuti: l'importanza dei learning outcomes

La strategia nazionale irlandese ha incluso anche un importante lavoro sui contenuti di educazione finanziaria, volto ad uniformare e coordinare anche a livello tematico i vari interventi. Il *National Steering Group* ha redatto il *Financial Competency Framework*, documento che intende fornire uno strumento a supporto della creazione di iniziative di educazione finanziaria. Il *Framework* definisce



nel particolare che cosa una persona finanziariamente competente dovrebbe sapere ed essere in grado di fare.

Il *Framework* è suddiviso in quattro parti: aree di apprendimento, scopi generali, componenti e *Learning Outcomes*. L'elemento principale e più interessante del *Framework* è l'elenco dei *Learning Outcomes*: si tratta di 400 elementi utili per la realizzazione di materiali, corsi, seminari, libri di lavoro. I *Learning Outcomes* fanno riferimento non solo ad abilità tecniche e conoscenze ma hanno a che fare anche con questioni sociali e personali relative al denaro ed agli atteggiamenti cognitivi che influenzano il nostro modo di spendere e pianificare.

1. Aree di apprendimento

Le aree di apprendimento individuate dal *Framework* sono aree molto vaste, così da comprendere un ampio raggio di questioni legate alla *personal finance*. Queste aree sono utili al fine di raggruppare insieme un vasto numero di argomenti e contestualizzarli.

- ⌋ Conoscenze, competenze e concetti fondamentali.
- ⌋ Comprendere e valutare l'informazione e i consigli.
- ⌋ Affrontare i problemi e gli imprevisti.
- ⌋ Questioni sociali e personali sulla finanza.

2. Scopi generali

L'individuazione degli scopi permette di focalizzare le aree di apprendimento, specificando il contenuto delle singole aree ed aiutando a creare le risorse di educazione finanziaria. Ciascuna area ha un diverso numero di scopi generali, ma questo elemento non comporta una maggiore importanza di un'area rispetto ad un'altra.

3. Componenti

I componenti di ciascuno scopo generale sono l'espressione di ciascun argomento di finanza personale, prima che essi siano sviluppati nella forma di *Learning Outcomes* nel quarto livello. Essi forniscono una descrizione dettagliata di cosa dovrebbe sapere una persona in relazione a ciascun argomento. Dal momento che la finanza personale si sviluppa nel tempo, il numero di componenti può aumentare, diminuire o restare invariato.

4. *Learning Outcomes* (LO)

I LO sono la chiave di ogni esperienza di apprendimento. Rappresentano l'obiettivo fondamentale che un'iniziativa educativa deve raggiungere, indipendentemente dalla progettazione, dal metodo di insegnamento o dal setting.

I LO sono strutturati in base a 4 livelli di apprendimento basati sul *National Framework for Qualifications* (NFQ)¹⁰. Dal livello 1 al livello 4 i LO diventano sempre più sofisticati. Se una persona completa tutti i livelli di un particolare argomento allora diventa *financially competent* in quell'argomento. Alcuni temi sono considerati più complessi e per questo motivo partono da un livello più alto.



Il *Framework* ha dunque una struttura molto articolata e complessa, per comprendere tutte le diverse aree tematiche, i diversi livelli di approfondimento degli obiettivi e i diversi livelli di competenza. Ogni area tematica è strutturata su due parti:

- ⌋ *overview*: contiene una panoramica di ciascuna area con i relativi scopi generali e le componenti specificate per livello di apprendimento (vedi *Tabella 11*);
- ⌋ LO: per ciascuno dei quattro livelli sono specificate le aree con i relativi obiettivi generali, le componenti e i LO (vedi *Tabella 12*).

Il *Framework* può essere utilizzato come segue: un membro di una comunità locale può voler organizzare una serie di workshop per adulti in relazione, ad esempio, a come prendere in prestito il denaro. L'organizzatore dovrà consultare il *Framework* con l'idea di utilizzare i LO appropriati per il target in questione, secondo i seguenti step:

- ⌋ considerare il livello NFQ appropriato per i partecipanti del workshop;
- ⌋ identificare le componenti del *Framework* legate alle conoscenze e competenze richieste per ottenere un prestito;
- ⌋ revisionare i LO allineati con le componenti correlate dell'adeguato livello NFQ;
- ⌋ abbozzare le attività e i materiali che permettano di raggiungere i LO.

Questo procedimento, per quanto laborioso, può risultare molto utile al fine di migliorare la qualità e l'efficacia degli interventi formativi. Essendo il *Framework* molto variegato e complesso, da un procedimento come quello descritto è possibile che emerga un numero troppo elevato di LO; colui che sviluppa il progetto formativo ha quindi la libertà e la responsabilità di scegliere quelli più adeguati per il lavoro che intende realizzare, in base al target di riferimento ed al tempo a disposizione.

Tab.11 – Esempio della prima parte del *Framework*: *Overview*

Area 1. Conoscenze, competenze e concetti fondamentali					
<i>I discenti saranno in grado di:</i>	<i>Entro la fine del training, il discente sarà in grado di:</i>	<i>Livelli</i>			
Obiettivo generale	Componenti	1	2	3	4
1.1 Dimostrare conoscenze sui prodotti finanziari di base	1.1.1 Conservare il denaro	X	X	X	X
	1.1.2 Accumulare denaro per i bisogni a breve termine	X	X	X	X
	1.1.3 Spostare il denaro			X	X
	1.1.4 Tutelare la propria casa			X	X
	1.1.5 Tutelare la propria macchina			X	
	1.1.6 Tutelare le proprie entrate			X	X
	1.1.7 Badare ad una casa				X
	1.1.8 Sapere quando collegare i prodotti			X	X
	1.1.9 Conoscere il cambio di valuta			X	
	1.1.10 Effettuare pagamenti		X	X	
	1.1.11 Comprendere le assicurazioni			X	X
	1.1.12 Comprendere i prestiti/mutui			X	X

Tab.12 – Esempio della seconda parte del *Framework*: *Learning Outcomes*



Area 1. Conoscenze, competenze e concetti fondamentali		
<i>I discenti saranno in grado di:</i>	<i>Entro la fine del training, il discente sarà in grado di:</i>	<i>Al livello 1 i discenti saranno in grado di:</i>
Obiettivo generale	Componenti	Learning Outcomes
1.1 Dimostrare conoscenze sui prodotti finanziari di base	1.1.1 Conservare il denaro	<ul style="list-style-type: none"> } Comprendere che le persone possono mettere da parte il denaro in diversi modi } Comprendere che gli adulti usano 'conti' per mettere da parte il denaro } Comprendere che è necessario tenere il denaro al sicuro } Comprendere che il denaro può essere perduto
	1.1.2 Accumulare denaro per i bisogni a breve termine	<ul style="list-style-type: none"> } Comprendere che cos'è il risparmio
	1.1.10 Effettuare pagamenti	<ul style="list-style-type: none"> } Spiegare che ci sono diversi modi di effettuare i pagamenti oltre che in contanti
		<ul style="list-style-type: none"> } Riconoscere i biglietti e le monete } Capire che le monete hanno un valore
		<ul style="list-style-type: none"> } Essere in grado di sommare monete e biglietti
		<ul style="list-style-type: none"> } Capire che l'euro è usato in Irlanda
		<ul style="list-style-type: none"> } Capire che l'euro è usato in molti paesi Europei
		<ul style="list-style-type: none"> } Capire che il denaro è coniato in Irlanda e in molti altri paesi Europei che usano l'euro
		<ul style="list-style-type: none"> } Essere consapevoli di altre valute diverse dall'euro
	1.7 Cogliere i principi economici di base	1.7.2 Sapere cos'è la massa monetaria (l'ammontare totale di denaro in uno specifico momento) e il ruolo che gioca nella propria vita

2.2.4. L'educazione finanziaria per i consumatori economicamente e finanziariamente deboli

L'indagine sulle abilità finanziarie dei cittadini Irlandesi realizzata nel 2007/2008 *Financial Capability Study* ha reso possibile l'individuazione del profilo di coloro che presentano maggiori difficoltà, in modo da studiarne le caratteristiche, i bisogni, le aspettative e permettere la realizzazione di strategie di educazione finanziaria mirate rivolte a questi gruppi.

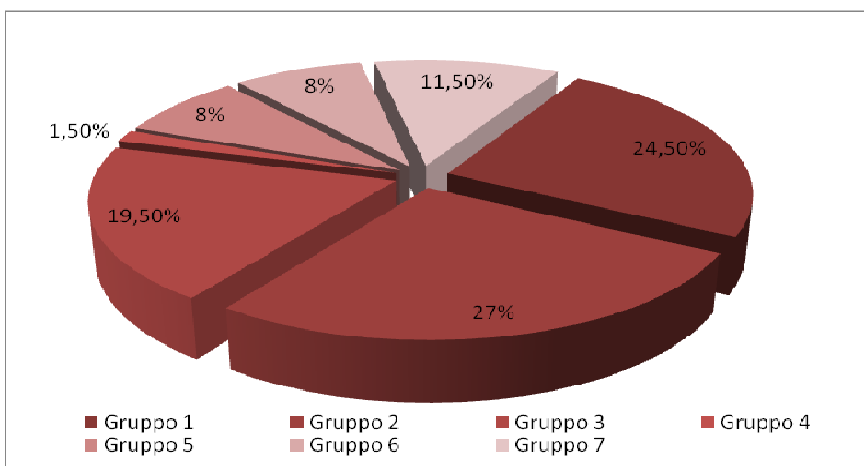
La popolazione irlandese è stata così segmentata in sette gruppi in base ai bisogni di educazione finanziaria e ai dati demografici:

- } Gruppo 1: cittadini che non presentano particolari difficoltà in nessuna area (hanno totalizzato punteggi al disopra della media in tutte le aree), pari al 24,5% della popolazione;



- { Gruppo 2: popolazione senza aree deboli (hanno in media punteggi leggermente più bassi rispetto al gruppo 1 ad eccezione dell'area *tenere traccia delle finanze*, dove hanno ottenuto punteggi un po' più alti), pari al 27%;
- { Gruppo 3: due aree deboli – *tenere traccia* e *rimanere informati*, pari al 19,5%;
- { Gruppo 4: due aree deboli – *avere entrate sufficienti per i propri bisogni* e *pianificare il futuro*, pari al 1,5%;
- { Gruppo 5: quattro aree deboli – *avere entrate sufficienti*, *tenere traccia*, *pianificare il futuro* e *scegliere i prodotti finanziari*, pari all'8%;
- { Gruppo 6: quattro aree deboli – *avere entrate sufficienti*, *pianificare il futuro*, *tenersi informati* e *scegliere i prodotti finanziari*, pari all'8%;
- { Gruppo 7: cinque aree deboli – *avere entrate sufficienti*, *tenere traccia*, *pianificare il futuro*, *tenersi informati* e *scegliere i prodotti finanziari*, pari all'11,5%.

Graf. 1 – Segmentazione dei target irlandesi



Questa divisione della popolazione permette di dare priorità ad alcuni gruppi piuttosto che ad altri e di privilegiare alcuni temi piuttosto che altri.

A partire da questa segmentazione sono stati individuati i target giudicati più bisognosi di attività di

educazione finanziaria: giovani che abbandonano la scuola, disoccupati e destinatari dell'assistenza sociale, genitori single che ricevono pagamenti dalla previdenza sociale, lavoratori e lavoratori stagionali, *travelling community*, persone anziane, minoranze etniche, detenuti ed ex-trasgressori, persone con disabilità. Per ciascuno di questi target sono stati individuati gli enti che propongono loro attività formative nel campo dell'educazione finanziaria (vedi *Tabella 13*).



Tab.13 – Target e progetti di educazione finanziaria in corso

	Giovani che abbandonano la scuola	Disoccupati	Genitori single	Posto di lavoro (Inclusi lavoratori stagionali)	Travelling Community	Persone anziane	Minoranze etniche	Detenuti ed ex-trasgressori	Persone con disabilità
Age and Opportunity									
FÁS - National Training Authority									
HSE - Health Service Executive									
Immigrant Council									
National Organisation of the Unemployed									
Irish Travellers Movement									
Lone parent groups									
Money advice budgeting service									
Association of Traveller Centres									
Pavee Point									
Probation and Welfare Service									
REHAB - Disabilities									
Community Employment									
Trade unions									
Vocational Educat. Committee									



2.2.4.1 Educazione finanziaria per i giovani

Oltre ai target specifici individuati sulla base delle categorie più problematiche, i giovani e gli studenti vengono considerati anche in Irlanda come un target generico cui prestare particolare attenzione.

L'educazione Finanziaria non è obbligatoria nel sistema scolastico irlandese. Alcune materie del secondo livello contengono elementi economico-finanziari (ad esempio *Home Economics e Business Studies*), ma nessuna di queste è inserita obbligatoriamente nei curricula.

Nel 2007 lo *Steering Group* ha realizzato una revisione di tutti gli elementi di educazione finanziaria presenti nelle materie scolastiche. In questo modo è stato possibile elaborare progetti per integrare quanto già presente. La NCA, in particolare, ha sviluppato due progetti principali: il primo rivolto ai ragazzi di 14-15 anni *Get Smart with Your Money*, centrato sulla gestione del denaro; il secondo indirizzato ai giovani di 17-19 anni che vuole offrire un supporto educativo in relazione alla finanza personale all'interno della materia *Social Education*.

Get Smart with Your Money è un progetto che ha avuto inizio con l'anno accademico 2008/2009 e che coinvolge circa 5.700 studenti l'anno. Il progetto si focalizza sull'autoconsapevolezza in relazione alla gestione del denaro e insegna agli studenti a fare un bilancio, pianificare il futuro, comprare usando un pensiero critico (vedi *Tabella 14*). L'attività formativa è indirizzata agli studenti di 14-15 anni del *Transition Year* (anno scolastico collocato a metà della scuola di secondo livello e il cui focus è sullo sviluppo personale). I contenuti del programma sono stati realizzati in conformità con il *Framework* e si posizionano al quarto livello di competenza.

Tab.14 – Get smart with your money: temi e obiettivi

Tema	Obiettivo
Budgeting & Planning	Risparmiare
Me & My Money	Migliorare la gestione del denaro
Shopping Around	Controllare le spese
Saving & Borrowing	Non sprecare il denaro

Le attività svolte dai docenti sono attività pratiche, correlate al mondo reale e alla vita dei teenagers di oggi. Il materiale, realizzato con la collaborazione del MABS, viene distribuito ai docenti che hanno seguito la formazione. Disponibile in forma cartacea, esso include: un manuale per il docente, flash card con i bisogni e i desideri, casi studio, giornali per ciascun studente. Inoltre sono inclusi moduli di valutazione per gli studenti e i docenti con lettere indirizzate ai genitori con lo scopo di presentare il modulo. Una volta che le schede di valutazione sono compilate e inviate alla NCA, questa fornisce il certificato di completamento a ciascun studente. Il progetto ha una durata consigliata di quattro settimane. Alcune scuole lo realizzano come un corso di otto settimane piene, per altre è una risorsa di sfondo, altre ancora lo applicano in poche settimane.

I *Learning Outcomes* che devono essere raggiunti dagli studenti sono:

- { consapevolezza sull'uso del denaro;
- { conoscenza della differenza tra un bisogno e un desiderio, riconoscere chi e cosa influenza le proprie attitudini verso il denaro, identificare i benefici di essere saggi con il denaro;



- { capacità di analizzare le proprie spese, spiegare cos'è un budget e comprenderne i benefici, preparare un budget personale per una settimana, identificare i modi di essere saggi con il denaro, fare un piano finanziario per i costi di un evento futuro;
- { comprensione del concetto e dei benefici di pianificare un acquisto, sommare il costo totale di comprare qualcosa, scegliere tra prodotti e servizi basati su una comparazione dei prezzi e di altri fattori;
- { comprensione del significato di risparmio, sottolinearne i benefici, fare scelte informate su dove risparmiare, sapere come aprire un conto di risparmio con un'istituzione finanziaria, esplorare le ragioni del prestito, comprendere che cosa si deve considerare quando si acquista a credito.

Il secondo progetto è rivolto invece agli studenti di 17-19 anni e fa parte del curriculum del *Leaving Certificate Applied*. Il progetto, attivo da circa tre anni, in particolare nelle aree del paese più svantaggiate, prevede l'introduzione di alcuni elementi di educazione finanziaria nel curriculum degli studenti: il sesto modulo - *Taking Charge* - del corso *Social Education* contiene infatti alcuni *Learning Outcomes* di tipo economico-finanziario. In particolare, il modulo *Taking Charge* è costituito da sei unità, cinque delle quali correlate in parte con l'educazione finanziaria:

- { unità 2. *Making ends meet*: quest'unità si focalizza sull'insegnare agli studenti ad equilibrare il proprio budget.
- { unità 3. *Account options*: aiuta a capire i diversi tipi di prodotti disponibili e servizi che le diverse istituzioni possono offrire.
- { unità 4. *Saving & borrowing*: permette agli studenti di esplorare gli strumenti di risparmio e credito. Viene inoltre fatta la distinzione tra prodotti di credito e contratti di acquisti rateali.
- { unità 5. *Buying my own home*: comprare una casa può essere un momento complicato e che impegna a livello di tempo. Quest'unità intende fornire informazioni e competenze necessarie per aiutare gli studenti nell'acquisto della casa.
- { unità 6. *Understanding insurance*: quest'unità cerca di aiutare gli studenti a muoversi nel mondo a volte complesso delle assicurazioni.

I materiali sono stati realizzati direttamente dalla NCA. I contenuti sono trasmessi dai docenti principalmente tramite l'utilizzo di materiale cartaceo ma con il supporto dell'informazione online. Sul sito del progetto, orientato alla formazione dei docenti, è possibile trovare le unità didattiche con gli elementi di educazione finanziaria. Ciascuna unità ha una pagina dedicata all'interno della quale si possono trovare i *Learning Outcomes* presenti nel curriculum, una spiegazione dell'importanza dei LO, idee per aiutare l'insegnante a pianificare le lezioni, link a risorse online che aiuteranno il docente e gli studenti ad esplorare i LO. *Taking Charge* prepara i giovani a compiere azioni pratiche legate alla finanza personale, attraverso anche una serie di esercizi e simulazioni: preparare un budget settimanale per una persona giovane che vive da sola; basare il budget sull'attuale salario settimanale di un giovane che ha appena iniziato a lavorare; partecipare in gruppo ad una discussione con un rappresentante di una banca, di una cooperativa di credito o di un istituto di credito immobiliare e relazionare su ciò che si è appreso dalla discussione.



Entrambi progetti sono stati promossi insieme al *Department of Education Second Level Support Services* (SLSS). I coordinatori dell'SLSS assistono l'NCA nell'informare i docenti sui programmi e si occupano inoltre della loro formazione, organizzando training regolari. La NCA crea specifiche sessioni formative o partecipa a quelle già presenti. Di solito i docenti non spendono più di due ore per programma. Nel primo progetto i docenti hanno un manuale e le sessioni di training vengono messe in forma di presentazione che viene loro distribuita. Il secondo progetto è sul curriculum per cui viene distribuita una guida, alla quale si aggiungono fogli di lavoro e informazioni online e cartacee (attualmente tutto il materiale disponibile è in versione online).

Sono stati formati circa 300 docenti tra il 2008 e il 2010 per il primo progetto, di cui due terzi hanno in un secondo momento ordinato il materiale per applicare il modulo in classe. Per il secondo progetto non si hanno dati precisi in quanto essendo il materiale disponibile sul web non è possibile sapere quanti ne usufruiscono.

Oltre a questi due progetti gestiti direttamente dalla NCA, sono molti altri quelli indirizzati a studenti sia del primo che del secondo livello, organizzati da enti pubblici e privati, tra cui:

- { studenti scuola primaria (7 – 12 anni) e loro genitori e docenti: a partire dal 2003 l'*AIB Bank* ha realizzato il progetto *Just for Kids!* tramite un sito web. Il sito mira ad incrementare l'alfabetizzazione finanziaria tra i ragazzi della scuola primaria ed aiutarli a comprendere l'importanza del risparmio. I temi includono le banche, il denaro, i risparmi e le loro funzioni. Il sito incoraggia i ragazzi a usare elementi quali la storia del denaro, un calcolatore per i risparmi e un gioco dove i bambini devono collegare le monete con il paese di origine. Il sito viene rivisto ogni anno e vengono fatte valutazioni a intervalli regolari per assicurare che le informazioni contenute siano corrette e rilevanti per il target cui sono indirizzate;
- { bambini dai 5 anni in su: tra il 2008 e il 2010 la *National Irish Bank* ha realizzato un programma di alfabetizzazione finanziaria, che ha raggruppato risorse sul web per i giovani dai 5 ai 15 anni, materiale per i docenti, un tema del giorno a scuola focalizzato sull'alfabetizzazione finanziaria dove la banca ha donato una somma per ciascun bambino che ha partecipato e un servizio di consulenza per i ragazzi che si preparano a lasciare casa. Il progetto prevedeva inoltre un programma con cui lo staff della Banca ha formato i docenti sulle questioni finanziarie. La Banca ha introdotto inoltre servizi di consulenza e prodotti per adulti che provengono da gruppi sociali finanziariamente a rischio;
- { studenti della scuola secondaria: a partire dal 2007 *Junior Achievement*, con il supporto della *Bank of America*, ha realizzato il progetto *Bank Your Future*. Più di 700 studenti tra Dublino, Leitrim, Cork e Galway hanno partecipato all'iniziativa sviluppata per educare i giovani su come creare buone abitudini finanziarie per entrare nella vita adulta. Equipaggiare i giovani con le capacità per gestire le loro finanze può, in parte, aiutarli a raggiungere il loro potenziale come adulti. Questo programma intende aiutare i ragazzi a capire le necessità finanziarie cui devono fare fronte e le scelte che hanno a disposizione. Il programma dura sei settimane ed è insegnato in classe da esperti volontari indipendenti. Seguendo le sei settimane gli studenti saranno in grado di sviluppare successivamente le capacità nei workshop di *Bank Your Future* nei College di



Terzo Livello in Dublino, Sligo e Cork. Il progetto prevede la valutazione tramite questionario pre e post completato dagli studenti;

- { docenti e studenti (tra gli 11 e i 18 anni) nel nord dell'Irlanda: dal 2008 l'*Ulster Bank* ha realizzato il progetto *Money Sense for Schools*, un sito interattivo liberamente utilizzabile da docenti e studenti, che contiene fogli di lavoro, quiz, videoclip e note per i docenti su quattro moduli correlati alle abilità finanziarie;
- { studenti del secondo livello: dagli anni '90 l'*Irish Banking Federation* ha realizzato il progetto *Paymaster 2*, sviluppato da pedagogisti e insegnanti per l'IBF e distribuito gratuitamente dall'IBF, per conto delle banche retail, alle scuole secondarie del paese. È stato progettato per aiutare gli studenti a gestire le finanze personali, a comprendere i metodi di pagamento e la pianificazione del bilancio ed a incoraggiare prese di decisioni informate. È stato fornito materiale cartaceo, online e audio ed è stato valutato tra i docenti ottenendo un feedback positivo;
- { persone con lievi e moderate disabilità intellettuali: dal febbraio 2010 *St John of God Carmona Services* e MABS, Money Advice and Budgeting Service hanno realizzato il progetto *MoneyCounts*, un programma di training online per la gestione del denaro. *MoneyCounts* è stato creato in risposta al gap nell'alfabetizzazione finanziaria tra le persone con disabilità intellettuali e altri gruppi svantaggiati. L'attuale situazione economica in Irlanda pone delle significative difficoltà per coloro che dipendono dai sussidi sociali e le due organizzazioni *St John of God Services* e MABS lavorano per aiutare le persone nella gestione delle proprie finanze nel modo più efficace possibile. Il metodo consiste in programmi di insegnamento interattivi sul web che vengono realizzati in classe, con qualche esperienza che mira a sviluppare capacità pratiche nella comunità, cioè comprare e pianificare il bilancio. Il materiale è per lo più online ed è scaricabile in formato pdf. Il progetto è stato supportato da fondi provenienti dal Benefit.

2.2.4.2 Educazione finanziaria per gli adulti

Nonostante i numerosi progetti di educazione finanziaria destinati alle scuole, il target principale della strategia irlandese sono i consumatori. Il programma di più ampia portata è infatti il servizio informativo *It's Your Money*, gestito dal *Financial Regulator* fino al 2010, anno in cui è passato sotto la responsabilità della *National Consumer Agency*.

Si tratta di un servizio di informazione, i cui contenuti sono stati sviluppati a partire dal *Framework* e vengono trasmessi tramite help-line, seminari e attraverso il portale web. Il sito in particolare permette di raggiungere un ampio numero di consumatori fornendo un'informazione libera, imparziale e scritta in un inglese semplice ed in modo *friendly*, così da dare loro la possibilità di stampare le pagine utili quando ne hanno bisogno.

Il sito non si propone come vetrina commerciale o promotore di prodotti finanziari, né sostituisce i consulenti. All'interno del sito web i consumatori possono ottenere informazioni su un ampio numero di argomenti legati a questioni economico-finanziarie (vedi *Tabella 15*).

Tab.15 – It's your money: aree formative e contenuti

Area	Argomenti
Rivedere le tue finanze	} Cambiare il mutuo



	<ul style="list-style-type: none"> } Richiedere consigli finanziari } Gestire il tuo denaro } Gestire il tuo denaro nella pensione
Comparare e calcolare	<ul style="list-style-type: none"> } Comparare prodotti finanziari } Calcolare il mio budget } Calcolare il mio pagamento del mutuo } Calcolare il pagamento del prestito
Pianificare il futuro	<ul style="list-style-type: none"> } Risparmiare e investire } Fare l'assicurazione } Pianificare la pensione
Se le cose vanno male ...	<ul style="list-style-type: none"> } Affrontare i debiti e la ripresa } Fare una rivendicazione di assicurazione } Fare un reclamo } Raggiri e salvaguardia del denaro
Eventi importanti della vita	<ul style="list-style-type: none"> } Andare al college } Andare a convivere } Sposarsi } Avere dei figli } Separazione e divorzio } Andare in pensione
Acquisto e finanziamento	<ul style="list-style-type: none"> } Comprare una macchina } Comprare una casa } Prendere in prestito e ricevere credito

Una parte del sito è dedicata alle news e all'archivio. In essa i consumatori possono trovare diverse informazioni su una vasta gamma di argomenti: ad esempio consigli su come insegnare l'utilizzo del denaro ai propri figli; oppure come gestire le proprie finanze all'arrivo di un figlio (in questo caso al termine del documento si trova la scheda di budget con tutte le voci di spesa seguita da una scheda di feedback che può essere inviata da chi utilizza questo documento così da dare un giudizio sull'utilità di quel lavoro). Oltre alle news e all'archivio ci sono anche dei podcast su alcuni argomenti (consigli per gli studenti sul budget, gestire il credito saggiamente, ecc.).

Un'altra sezione è dedicata alle indagini. Vengono regolarmente effettuati sondaggi online su diversi argomenti ai quali le persone possono rispondere direttamente sulla home del sito. Anche attraverso queste indagini, la NCA individua i bisogni sulla cui base vengono poi realizzati documenti utili per gli utenti. Ad esempio, è stata condotta un'indagine intervistando online 413 genitori con figli frequentanti le scuole primarie e secondarie tra il 22 e il 29 giugno 2011. Quest'indagine ha portato alla luce che l'80% dei genitori è preoccupato per le spese che deve sostenere per il ritorno a scuola dei propri figli. Per questo motivo, è stato realizzato uno strumento - *Budgeting for back to school*- disponibile sul sito per aiutare i genitori nella pianificazione del budget per la scuola.

C'è poi un'area dedicata vari argomenti economico-finanziari di interesse per i consumatori.

Ad esempio *Rivedere le tue finanze* contiene consigli e strumenti su come rinegoziare il proprio mutuo, chiedere consulenza finanziaria, gestire il denaro, gestire il denaro della pensione. Un'altra sezione è chiamata *Confrontare e calcolare*: al suo interno ci sono diversi strumenti tra cui calcolatori, schede per il budget, tabelle contenenti informazioni sui conti correnti, ecc., che



permettono all'utente di calcolare, ad esempio, le eventuali rate di un mutuo e di confrontare tra loro diversi prodotti per il risparmio, per un prestito, per l'assicurazione, per il conto (ad esempio c'è uno strumento per comparare i costi di diversi servizi – cellulare, telefono, auto, spesa – con quello che spendono persone della stessa fascia per reddito, età e famiglia).

Un'altra area è dedicata a *Se le cose vanno male*, con consigli su come fare in caso di debiti, con l'assicurazione, ecc. C'è poi una guida per ogni fase della vita: college, convivenza, matrimonio, figli, divorzio, pensione (ad esempio per andare al college viene detto che bisogna prima decidere dove andare a vivere, in questo caso viene presentata una guida del costo della vita per il 2011-2012. Poi si consiglia di aprire un conto per studenti, pianificare il budget, pianificare le spese settimanali e si danno consigli per risparmiare). Infine, gli utenti ricevono il sostegno per la pianificazione del proprio futuro e per la richiesta di un prestito o per acquisti quali la macchina o la casa.

Il sito è molto ben strutturato e offre ai consumatori un'importante guida per districarsi all'interno del mondo economico che interessa gran parte della loro vita. Non è solo ricco di informazioni utili ma accompagna passo per passo la persona che necessita di un aiuto nella gestione della propria vita economica. Per informare i consumatori dell'esistenza di questo servizio informativo sono state usate tecniche di marketing tradizionali quali pubblicità in tv, alla radio, sulla carta stampata e promozioni online.

Sempre nell'ambito dell'educazione finanziaria rivolta agli adulti, la *National Consumer Agency* ha attivato a partire dal febbraio 2011 un progetto pilota denominato *Money Skills for Life*, per fornire educazione finanziaria sul posto di lavoro. Tra gli adulti infatti, i lavoratori sono ritenuti un target fondamentale in quanto il posto di lavoro, così come le comunità, permette di raggiungere un ampio numero di persone.

Il progetto consiste nella realizzazione di lezioni teoriche di un'ora ai dipendenti su diverse tematiche economico-finanziarie. Il programma è stato sviluppato sulla base degli impegni presi nel documento *Improving Financial Capability, a multistakeholder approach*, sviluppato dallo *Steering Group*. Questo progetto è stato sviluppato con l'assistenza di diversi stakeholder del settore pubblico, dell'industria dei servizi finanziari, enti educativi e formativi e istituzioni finanziarie. Mentre il programma è diretto dalla NCA, coloro che lo realizzano fanno parte dell'industria dei servizi finanziari. I temi trattati sono i seguenti:

- { gestire il denaro;
- { tutelare sé stessi, la famiglia e i beni;
- { prendere in prestito il denaro e il credito;
- { risparmiare ed investire;
- { pianificare la pensione;
- { fare una lamentela;
- { trattare con i debiti.



Sempre per gli adulti sono disponibili numerosi altri progetti gestiti da vari soggetti pubblici e privati e indirizzati a diversi target. Ad esempio:

- { emigranti che ritornano e nuovi immigrati in Irlanda: nel 2006 *Crosscare*, precedentemente conosciuta come Catholic Social Service Conference, ha sviluppato un progetto *Coming to Ireland: A Guide for New Residents*, al cui interno sono descritte una serie di problematiche per gli immigrati, incluso un capitolo sulle operazioni bancarie e sulla finanza. È stato realizzato su carta e online ed è stato finanziato dal *Department of Community and Family Affairs, Health Services Executive*;
- { coloro che comprano la prima casa: a partire dal 2005 *l'EBS Building Society* ha realizzato un libro per accompagnare le persone nell'acquisto della casa. Contiene informazioni sui vari step necessari per arrivare a possedere una casa, ad esempio pianificare il bilancio e verificare l'accessibilità. Fornisce una guida sulle rate dei mutui adeguati in base ai bisogni individuali e a cosa prestare attenzione quando si sta guardando una proprietà. Sono inoltre presenti un glossario per i termini più comunemente usati relativi a proprietà e mutui e una sezione su come ammobiliare la casa;
- { adulti che vogliono migliorare la propria alfabetizzazione finanziaria e la loro comprensione del materiale di finanza personale: a partire dal 2004 la *National Adult Literacy Agency* e *EBS Building Society* hanno sviluppato un progetto *The A-Z of Financial Terms*. Si tratta di una risorsa che aiuta ad ampliare la comprensione del gergo usato giornalmente in relazione ai prodotti e servizi finanziari. La guida è parte del Programma di Alfabetizzazione Finanziaria del *NALA/EBS*, una campagna della durata di tre anni e realizzata per contrastare i bassi livelli di alfabetizzazione in quanto barriera per la comprensione e l'accesso ai servizi finanziari. Sono state pubblicate 5.000 copie della guida nel 2008 ed è stata finanziata dall'*EBS*;
- { consumatori adulti: sin dal 1990 il *Pension Board* fornisce un programma di informazione sulle pensioni. Un completo opuscolo informativo, disponibile gratuitamente, offre informazioni sulla legge sulle pensioni e sui relativi diritti. Tutte le pubblicazioni e i servizi sono disponibili sul sito internet del *Pension Board*.
- { adulti: dal Marzo del 2009 *l'Ulster Bank* ha realizzato una risorsa di educazione finanziaria online per gli adulti, con una guida sulla gestione del denaro, sui debiti e informazioni relative ai prodotti e servizi bancari (è disponibile in formato cartaceo o web).

Questi progetti fanno parte di quelli attualmente disponibili in Irlanda. Nel 2007 lo *Steering Group* ha compiuto una revisione dei programmi di educazione finanziaria presenti nel paese. La *National Consumer Agency* aggiorna questo elenco e i suoi contenuti ogni due anni.

2.2.5 Monitoraggio, finanziamento e prospettive

Anche in Irlanda, paese che ha dimostrato un grande interesse e impegno verso l'educazione finanziaria e un importante e costruttivo lavoro sui temi e sui contenuti formativi, è mancato invece un pari sforzo sulle strategie di valutazione dell'efficacia dei programmi. A seconda dei progetti, può essere, infatti, previsto o meno un monitoraggio e la valutazione dei risultati conseguiti, ma non vi è



una strategia unitaria nazionale, né una metodologia condivisa. Inoltre, si tratta quasi sempre di una valutazione sulla soddisfazione degli studenti/consumatori o sulla loro acquisizione di competenze, mai sulla loro effettiva capacità di mettere in pratica e utilizzare i concetti imparati.

Ad esempio, il sito *It's Your Money* è stato monitorato tramite *Google Analytics*, uno strumento libero che permette di tenere traccia e di analizzare il traffico di un sito web. Nel 2011 – dal 1 gennaio al 31 agosto – ci sono stati oltre 350.000 visitatori, nel 2010 sono stati 543.000. *Google Analytics* viene sfruttato anche per analizzare il tempo trascorso dai visitatori sul sito e su particolari pagine. Sono monitorate anche il numero di pagine per visita, il contenuto più popolare e le pagine con i più alti ritmi di uscita.

Vengono, inoltre, condotti periodicamente *user testing* sul sito per stabilire l'atteggiamento dei consumatori verso i contenuti, l'aspetto, le sensazioni, la navigazione e la fruibilità.

Il sito è stato principalmente promosso tramite la pubblicità, in particolare tramite i media online. La NCA ritiene che la pubblicità sia uno strumento efficace in quanto la finanza personale è cresciuta in termini di attività di ricerca. Google ha alcuni utili strumenti che aiutano l'analisi di come le persone cercano informazioni e il volume di coloro che fanno ricerca su argomenti di finanza personale. La pubblicità aumenta il traffico del sito di circa il 30% durante le campagne.

Per quanto riguarda i progetti per le scuole sempre condotti dalla NCA, sono stati valutati attraverso diversi strumenti quali interviste faccia a faccia, telefoniche, focus group, ecc. In particolare, è stata valutata la soddisfazione degli studenti e dei docenti di *Get Smart with Your Money*: in generale, si sono riscontrati livelli positivi e l'evidenza che il progetto ha avuto un impatto comportamentale sulle abitudini e attitudini degli studenti. Ci sono però stati chiari feedback che il format del programma e la sua distribuzione necessitano cambiamenti per il futuro: deve essere più rilevante, coinvolgente e interattivo per gli studenti. Per la valutazione sono stati utilizzati indagini postali con docenti e studenti (prima e dopo l'insegnamento), indagini online sugli studenti e interviste faccia a faccia e telefoniche con i docenti e gli stakeholder.

La valutazione del progetto per gli studenti del LCA è stata realizzata tramite focus group con i docenti ed ha portato alla luce le necessità di miglioramento come per il programma del *Transition Year*.

I finanziamenti dei progetti sono stati offerti da enti privati quali le banche o gli stessi sono stati finanziati direttamente da chi li ha organizzati (si vedano i singoli progetti). I progetti realizzati dalla NCA sono stati finanziati dai fondi della NCA che derivano da una tassa sull'industria dei servizi finanziari. *Get Smart with Your Money* è finanziato anche grazie al MABS, i cui fondi derivano dal Governo.



2.3 Paesi Bassi: l'educazione finanziaria per tutta la vita

2.3.1 Una piattaforma di lavoro comune per la responsabilizzazione economica dei cittadini

I Paesi Bassi rappresentano una delle economie più dinamiche d'Europa, che presenta un tasso di crescita stabilmente più alto della maggior parte dei paesi europei e confinanti (l'economia olandese è la sedicesima al mondo in termini di PIL nominale e la sesta in Europa).

Come in gran parte delle economie più sviluppate, il principale settore economico è quello dei servizi, che contribuisce a ben il 73% del PIL. In particolare, nei Paesi Bassi è molto sviluppato, oltre al settore finanziario delle banche ed assicurazioni e quello dei trasporti internazionali.

I Paesi Bassi dispongono di una forza lavoro di oltre 8 milioni e mezzo di persone, che corrispondono ad un tasso di occupazione (77%) tra i più alti dell'Unione Europea. Nonostante le profonde implicazioni della crisi finanziaria che ha colpito duramente anche i Paesi Bassi, il paese presenta un tasso di disoccupazione tutto sommato limitato rispetto alle previsioni precedenti, sicuramente più pessimiste. Secondo gli analisti la limitata perdita di posti di lavoro è dovuta sia a fattori "intrinseci" al mercato (quali l'alto tasso di produttività del lavoro prima della crisi, limitazioni nei pagamenti di bonus e nelle ore di straordinario), sia a fattori organizzativi del mercato del lavoro, come il forte aumento dei lavoratori autonomi (cioè senza dipendenti) che hanno visto aumentare considerevolmente il loro numero nel biennio della crisi e contemporaneamente hanno visto diminuire considerevolmente le loro entrate, assorbendo gran parte del crollo del 2008-2009.

La popolazione olandese gode di un elevato livello di benessere, con un PIL pro-capite pari al 130% della media europea. Inoltre, i Paesi Bassi sono sestimi al mondo per "Indice di sviluppo umano" – indicatore utilizzato per valutare la qualità della vita che tiene conto di differenti fattori, oltre al PIL procapite, come la promozione dei diritti umani, la difesa dell'ambiente e lo sviluppo sostenibile delle risorse territoriali, lo sviluppo dei servizi sanitari e sociali, il miglioramento dell'educazione della popolazione, lo sviluppo economico locale, l'alfabetizzazione e l'educazione allo sviluppo, la partecipazione democratica, l'equità delle opportunità di sviluppo – con un valore di 0,964 su un massimo di 1.

L'istruzione e la formazione rappresentano da anni uno degli elementi di primaria importanza per lo sviluppo del capitale umano: i Paesi Bassi presentano infatti una percentuale molto alta di laureati tra la popolazione adulta (55-64 anni), pari al 27,41%, che colloca il paese in terza posizione in Europa dopo la Finlandia (28,96%) e il Regno Unito (28,66%). Il tasso di laureati nella popolazione tra i 25 e i 34 anni è invece pari al 40,12%¹¹. Secondo i dati delle *survey* realizzate dall'*International Business School IMD* nell'ambito del *World Competitiveness Index*, i Paesi Bassi si collocano al 14° posto a livello mondiale per efficienza e qualità del sistema scolastico (nella stessa classifica l'Irlanda si colloca al 9° posto, la Repubblica Ceca al 32° e l'Italia al 36°).

Per quanto riguarda l'efficienza del sistema bancario e finanziario, la Tab. 1 mostra un confronto tra Paesi Bassi e Italia. I dati sono tratti dal *World Competitiveness Index 2011* dell'*International Business*



School IMD e fanno riferimento all'anno 2010. Il *rank* mostra la posizione assegnata al paese nella classifica mondiale.

Tab.16 – Grado di efficienza del settore bancario e finanziario

Indicatori	Paesi Bassi		Italia	
	Rank	Valore	Rank	Valore
<i>Assets del settore bancario (% sul PIL)</i>	6°	245,78	21°	160,94
<i>Numero di carte di credito procapite</i>	10°	3,03	21°	1,82
<i>Efficienza dei servizi finanziari per le imprese</i>	28°	6,19	47°	4,47
<i>Trasparenza delle istituzioni finanziarie</i>	29°	5,82	48°	4,36
<i>Tasso di applicazione della regolamentazione nel settore bancario</i>	26°	6,34	42°	4,97
<i>Grado di trasparenza nella comunicazione dei rischi sui prodotti finanziari</i>	30°	5,80	40°	5,03
<i>Finance Skills</i>	12°	7,57	44°	5,81

I dati dimostrano l'importanza del settore finanziario sul Pil, classifica in cui i Paesi Bassi risultano al sesto posto a livello mondiale, dopo Lussemburgo, Hong Kong, Irlanda, Taiwan e Giappone. L'ultimo indicatore proposto, *finance skills*, è un dato di *survey* dell'IMD che tenta di stimare il grado di diffusione delle competenze finanziarie nella popolazione. I Paesi Bassi si collocano in un'ottima posizione, superati in Europa solo da Danimarca, Irlanda, Svezia e Finlandia.

A partire dagli anni '80, lo Stato olandese ha alquanto ridotto il proprio ruolo nell'economia, favorendo lo sviluppo di un mercato molto liberalizzato, che per i cittadini ha significato maggiori responsabilità nell'organizzazione delle proprie questioni finanziarie.

D'altro canto, però, senza la sufficiente conoscenza o la giusta assistenza e consulenza può spesso essere difficile acquistare i prodotti finanziari adeguati o fare le scelte corrette, come ad esempio proteggersi da certi rischi, disporre provvedimenti per il futuro, scegliere il mutuo giusto, fare una scelta ponderata tra i prodotti di risparmio e di prestito o scegliere tra opzioni di investimento e di risparmio.

Essere autosufficienti a livello finanziario sta diventando un elemento base per vivere in modo indipendente in una società sempre più complessa, in particolar modo in un paese come i Paesi Bassi. La responsabilità del consumatore è di assicurarsi che le sue questioni finanziarie siano in ordine. La responsabilità di altri è di aiutare il consumatore a fare la miglior scelta possibile.

Per questo motivo, nel 2006, il Ministero della Finanza ha istituito una piattaforma di 40 partner, *CentiQ - Wiser in Money Matters* - con l'obiettivo di migliorare la comprensione e le competenze finanziarie dei cittadini olandesi. Sono state così realizzate due indagini per tracciare le loro conoscenze e i loro comportamenti: una *public survey* tra gli olandesi di età superiore ai 18 anni e una *pupil survey* per i giovani tra gli 8 e i 18 anni. Inoltre è stata realizzata un'ulteriore indagine per analizzare le eventuali correlazioni tra le caratteristiche e i comportamenti dei genitori e dei figli.

La *public survey* è stata realizzata nell'autunno 2007 su 4.280 consumatori e ha analizzato tre diversi aspetti comportamentali: capacità di far quadrare il proprio bilancio personale, risparmiare ed avere una panoramica delle entrate e delle spese.

L'obiettivo di questo studio su larga scala era di rispondere alle seguenti domande:



- { quali gruppi forti/deboli sono presenti nei Paesi Bassi riguardo alle competenze nell'area finanziaria?
- { quali sono i gap nella conoscenza, nel comportamento e nelle capacità finanziarie?
- { quali modifiche devono essere fatte alla conoscenza e al comportamento dei consumatori per migliorare la loro visione finanziaria d'insieme?

Lo studio ha investigato la conoscenza, la capacità, le percezioni e le motivazioni dei consumatori, tenendo conto delle caratteristiche socio-demografiche. Dall'indagine è emerso che:

- { le persone non conoscono a sufficienza le loro spese ed entrate mensili;
- { il 38% dei consumatori sente di avere sufficienti conoscenze dei prodotti finanziari (in particolare dei prodotti di risparmio), ma la conoscenza sulle pensioni è limitata;
- { il 43% quando cerca informazioni preferisce chiedere ad amici, parenti e conoscenti, poi alle banche e alle compagnie di assicurazioni (27%) e solo successivamente ai broker (24%);
- { molti affermano di aver bisogno di più informazioni per aumentare i loro beni, altri per proteggersi dai ribassi e dalle perdite inattese, un terzo per creare un piano finanziario per il futuro, due terzi per prendere decisioni efficaci come consumatori indipendenti;
- { di solito cercano informazioni a causa di eventi esterni;
- { la maggior parte non ha problemi a chiudere positivamente il proprio bilancio mensile, però il 10% non ha denaro a fine mese, il 3% non è in grado di pagare tutti i conti, il 41% è impreparato per una riduzione significativa delle entrate o per spese maggiori (le politiche devono quindi essere indirizzate a migliorare i comportamenti di questi gruppi maggiormente a rischio);
- { la capacità di cavarsela è inoltre fortemente influenzata in modo negativo da eventi di vita inattesi quali divorzio, malattia, licenziamento, ecc., che hanno un importante impatto finanziario;
- { il 41% dei consumatori non è preparato ad una significativa riduzione del reddito o a dover affrontare maggiori spese.

Dai risultati di questa indagine sono state tratte le seguenti conclusioni:

- { la popolazione è stata suddivisa in sette gruppi, dal finanziariamente forte al finanziariamente debole;
- { una buona gestione finanziaria è il fattore più importante nel determinare se una persona è un consumatore finanziario forte o debole, indipendentemente da un alto o un basso reddito. La gestione finanziaria è data dal manipolare il denaro in modo organizzato, pagare i conti in tempo, risparmiare piuttosto che comprare a credito e trattenersi dalle spese che non si possono affrontare;
- { la capacità di risparmiare risulta essere connessa con la conoscenza finanziaria e l'educazione ricevuta in questo campo, oltre che con la capacità di orientarsi a lungo termine;



- ⌋ avere una visione d'insieme delle proprie finanze è importante per le categorie con un reddito medio/basso ed è connessa con i conti mentali (cioè lavorare con un budget per certe spese o categorizzare le spese);
- ⌋ i consumatori con comportamenti finanziari forti hanno una gestione ordinata, risparmiano e hanno imparato a trattare con il denaro ad una giovane età. Hanno ricevuto educazione in quest'area dai genitori, è stata data loro la paghetta e si sono procurati lavori part-time da giovani.

La *pupil survey* è stata invece condotta nel 2008 tra i giovani di 8-18 anni. Sono stati trattati argomenti analoghi ma le domande sono state adattate all'età dei ragazzi. La popolazione è stata suddivisa in 5 sottogruppi, a ciascuno dei quali è stato somministrato un questionario specifico per età, ma mantenendo la linea tematica e la tipologia di domande inalterata. Sono stati intervistati 3.941 tra bambini e ragazzi.

L'indagine ha reso possibile individuare il profilo dei giovani appartenenti ai diversi gruppi (8-10 anni, media di 11 anni, media di 13, media di 15, 16-17 anni) nelle aree del contesto sociale, della comprensione finanziaria, della condotta finanziaria e della connessione tra comprensione e comportamento (ad esempio nel primo gruppo nove su dieci hanno un'entrata, tre quarti hanno la paghetta e il 60% guadagna soldi in più oltre alla paghetta; gli acquisti più frequenti sono legati ai giochi, allo sport e all'hobby; uno su tre ha la libertà di spendere ed è responsabile, ecc.). La maggior parte dei giovani – circa i due terzi – hanno difficoltà a trattare con il denaro; bambini di 8-9 anni mostrano già segni di comportamenti finanziari problematici; un terzo dei giovani nelle scuole secondarie mostra comportamenti a rischio.

In seguito a queste due *survey* è stato realizzato uno studio per osservare le eventuali correlazioni tra il comportamento e le conoscenze finanziarie dei figli e quelle dei genitori. Ci sono chiare correlazioni, o i bambini hanno uno stile diverso dai loro genitori? Per rispondere a questa domanda sono stati contattati i figli di coloro che avevano partecipato al primo sondaggio. Sono state contattate 751 famiglie, in cui sia il genitore che il figlio di età tra gli 8 e i 18 anni sono stati intervistati. Il questionario è stato fatto nell'autunno 2007 (genitori) e nei primi mesi del 2008 (figli). L'età media dei bambini era di 12 anni, con lo stesso numero di maschi e femmine, circa la metà frequentanti la scuola primaria e l'altra metà la scuola secondaria.

La ricerca ha riscontrato che esiste effettivamente una certa correlazione tra la comprensione e il comportamento finanziario dei genitori e dei loro figli, ma che questa correlazione non è così ampia. Non può essere fatta una connessione tra la qualità della comprensione finanziaria dei genitori, ad esempio, e il comportamento finanziario dei figli. Le correlazioni che sono state trovate sono le seguenti: se i genitori mostrano il desiderio di risparmiare, questo è presente anche nei figli; i figli di genitori finanziariamente deboli e non alfabetizzati tendono a spendere più che a risparmiare; i figli di genitori che non sono abili nella gestione delle finanze chiedono più sovente soldi in famiglia e hanno più spesso debiti; i genitori insicuri e non alfabetizzati in termini finanziari appaiono più generosi coi propri figli; comportamenti finanziariamente rischiosi sono più diffusi tra i bambini i cui genitori hanno capacità finanziarie sotto la media e tra i figli di genitori che hanno difficoltà ad arrivare a fine mese. Contrariamente alle aspettative invece, i figli di coloro professionalmente



coinvolti in questioni finanziarie non presentano differenze rispetto a coloro i cui genitori non hanno un lavoro legato alla finanza.

Queste indicazioni mostrano il meccanismo ribattezzato nei Paesi Bassi come *così i genitori, così i figli*. Dallo studio è, inoltre, emersa la stabilità di queste correlazioni nel tempo: coloro che non hanno appreso il valore del denaro dai loro genitori, sono più propensi ad avere figli con debiti.

2.3.2 Cooperazione, organizzazione e impegno condiviso per lo sviluppo di una formazione flessibile ed ergonomica

Nel 2006 il Ministero della Finanza ha dato inizio alla piattaforma *CentiQ, Wijzer in Geldzaken (Wiser in Money Matters)*, di cui attualmente fanno parte 40 partner provenienti dal Governo, dal settore finanziario, dalla pubblica amministrazione, dalle organizzazioni dei consumatori e dal campo educativo-formativo. Tra i soggetti che animano la piattaforma ci sono, oltre al Ministero della Finanza, il Ministero degli Affari Sociali e dell'Impiego, *Authority for the Financial Markets (AFM)*, *l'ABP General Pension Fund*, il *National Institute for Budget Information - Nibud*, la *Fortis Foundation*, il *Consumentenbond - Organizzazione dei Consumatori*, lo *SLO - Sviluppo del National Curriculum*.

L'obiettivo della piattaforma è di incrementare le conoscenze e competenze dei cittadini e di aumentare la loro capacità di controllo della gestione delle proprie finanze, sia nel breve che nel lungo termine. I consumatori hanno bisogno di essere attivamente coinvolti e di avere accesso al consiglio di esperti, così da prendere decisioni finanziarie ben ponderate che contribuiscono al raggiungimento dei loro obiettivi personali.

CentiQ si basa su una rete organizzativa dinamica e flessibile, che mira ad operare in modo coordinato sulla base della condivisione di conoscenze, di un obiettivo comune e di fiducia reciproca. La piattaforma coordina, stimola, facilita e lavora come catalizzatore per lo sviluppo delle attività e dei progetti che vengono elaborati direttamente dai partner in base alle loro responsabilità e al proprio ruolo. Cooperazione e condivisione creano coesione e focalizzazione; mettono a fattor comune strumenti e risorse in modo più efficiente e a costi più bassi; permettono ai consumatori un servizio più uniforme e quindi migliore.

La piattaforma è organizzata come segue:

- { una commissione di governo responsabile della strategia determina la missione, gli obiettivi principali e l'agenda strategica e stabilisce il piano e i report annuali;
- { il gruppo di gestione, costituito da membri della commissione di governo assicura che i programmi e i progetti siano in accordo con le linee strategiche generali ed è responsabile per la realizzazione degli obiettivi e dell'implementazione della strategia;
- { i partner sono responsabili della pianificazione, implementazione e gestione dei progetti e delle attività;
- { l'ufficio progetti supporta la commissione di governo, il gruppo di gestione e l'implementazione dei progetti;



- { i gruppi di conoscenza si occupano di questioni e programmi specifici per condividere le relative competenze e, dove necessario, sviluppare nuove conoscenze;
- { i Reali del Paese. In particolare Sua Altezza Reale *Principessa Màxima, honorary chair* della piattaforma dal Settembre 2010 ha il ruolo di speciale consigliera della partnership e si occupa di sensibilizzare e coinvolgere le parti interessate alle modalità per incrementare l'autosufficienza finanziaria dei cittadini.

I partner realizzano direttamente i progetti, mentre la piattaforma offre un servizio di coordinamento e assistenza e un contributo in forma di conoscenza, consulenza, personale specializzato o fondi. Viene assicurata, inoltre, la sistematica valutazione dei progetti che sono stati realizzati ed il loro relativo miglioramento e la divulgazione delle esperienze acquisite. Tutti partner *CentiQ* diffondono la mission e gli obiettivi della piattaforma tra le proprie organizzazioni.

Le azioni iniziali della piattaforma sono state quelle di condurre le indagini tra la popolazione e stilare il piano d'azione per gli anni 2009-2013. Parallelamente, sono stati condotti alcuni inventari volti ad individuare le risorse e gli strumenti già disponibili per supportare i consumatori, mettendo in luce lacune e sovrapposizioni.

Sono stati così individuati i più importanti strumenti governativi: la legislazione, le norme, schemi fiscali e finanziari. Questi includono il *Financial Supervision Act*, il *Pension Act*, il *Consumer Credit Directive*, il *Complaints agency for the Financial Services sector*, l' *Income Tax Act*.

È stato, quindi, fatto un inventario separato per gli strumenti di budgeting, focalizzati principalmente su tre argomenti: *manca di insight nelle questioni finanziarie*, *gestione dei conti* e *educazione finanziaria per i bambini e i giovani*. Sono principalmente usati per prevenire l'accumularsi di debiti.

Sono stati, infine, realizzati due inventari sulle risorse di comunicazione ed informazione: uno sull'informazione data ai consumatori da fornitori indipendenti, non commerciali, l'altro da servizi finanziari commerciali. Oltre a questi altre organizzazioni danno servizi informativi su questioni legate al denaro. È emerso, però, che l'informazione è spesso orientata dall'offerta piuttosto che dalla domanda e non è molto in sintonia con la potenziale situazione personale del consumatore. Spesso viene utilizzato un linguaggio troppo complesso, fornendo informazioni poco *user-friendly*, con un scarso coinvolgimento dei consumatori nelle questioni finanziarie.

Per quanto riguarda le campagne di informazione su larga scala, ne sono state organizzate poche. Solo il ministero *Social Affairs and Employment* ha sviluppato la campagna *Stay Positive*, che mira a far crescere la consapevolezza delle persone in relazione alla loro situazione finanziaria. Per questi motivi la piattaforma si è impegnata a realizzare servizi informativi basati sull'offerta e collegati agli eventi di vita, come comprare casa, andare a vivere da soli, cambiare lavoro, ecc.

Partendo da quanto emerso dai sondaggi pubblici realizzati tra la popolazione adulta ed i giovani, e dai censimenti svolti sulle attività e strumenti già esistenti, la Piattaforma ha sviluppato nel 2008 un programma di lavoro della durata di cinque anni (2009-2013), specificato in un *Action Plan* in cui sono determinati i compiti di ciascun partner in relazione al ruolo e alle proprie responsabilità.



Il lavoro della piattaforma e dei partner è stato strutturato sulla base di sei punti di partenza strategici, quattro attività e tre progetti principali.

A. Punti strategici:

1. le *Finanze domestiche* sono la base per tutti i programmi e le attività. Tutte le attività vanno inserite all'interno della prospettiva più ampia delle finanze familiari del consumatore;
2. la piattaforma è *centrata sul consumatore*. Tutte le attività mirano a rafforzare la posizione del consumatore nel controllo finanziario, incrementando la sua consapevolezza, conoscenza, capacità e motivazione. Il focus è su quegli aspetti che rafforzano il comportamento finanziario, cioè: gestione del denaro e del risparmio, pianificazione del futuro e chiarezza delle proprie finanze. Per questo la piattaforma si focalizza principalmente sui rischi che devono affrontare i diversi gruppi di consumatori, in particolare in relazione agli eventi di vita negativi come perdita del lavoro, divorzio o malattia;
3. *la prevenzione è migliore della correzione*. La piattaforma vuole prevenire l'incorrere delle persone in problemi finanziari. Questo significa più attenzione per i giovani, maggior enfasi sulla buona gestione del denaro e tempestiva copertura dei rischi;
4. *l'azione è intrapresa laddove gli sforzi sono già presenti*. La piattaforma non intende reinventare ma vuole fare una panoramica degli strumenti e attività efficaci già esistenti ed assicurare una loro migliore distribuzione. Si prevede una sistematica valutazione delle attività;
5. creare *risorse pratiche e facilmente accessibili*;
6. *facilitazioni per le organizzazioni partner*, come la creazione di un 'corpo di conoscenza', in cui la conoscenza e competenza delle organizzazioni nel raggiungere target difficili e la trasformazione di informazioni complesse in un livello semplice sono rese accessibili per tutti i partner. La valutazione strutturale di tutte le attività crea una base comune di *best practice* nell'area.

B. Le quattro attività centrali dell'*Action Plan* sono:

1. *attività che (indirettamente) migliorano la posizione dei consumatori*: la piattaforma non si concentra direttamente su leggi o norme, trasparenza del mercato e applicazioni, ma supporta questi sforzi, per quanto possibile, attraverso le sue attività;
2. *scenario del programma e aumento della consapevolezza*: diverse attività si focalizzano sull'aumentare la consapevolezza dei consumatori, evidenziando l'importanza di tenere in ordine le questioni legate al denaro, ora e in futuro. Non vengono fatte campagne su larga scala, ma vengono costruite su programmi, temi e attività dei partner già esistenti;
3. *bussola*: le attività della piattaforma si concentrano sul fornire un quadro generale delle informazioni esistenti, aiuti e consigli, indirizzati ai consumatori e allo stesso modo ai professionisti; vengono creati inoltre degli elementi basilari che si fondano su dati di ricerca e conoscenza o *insight* dei partner che possono poi essere utilizzati in un secondo momento



da partner e altri professionisti per sviluppare servizi di informazione personalizzata, educazione e strumenti di aiuto per specifici target group e clienti;

4. *strumenti*: sviluppare strumenti, checklist, diagrammi di decisione, strumenti di *risk assessment* sono le attività prioritarie per supportare i consumatori nel prendere decisioni pratiche e correlate ai propri bisogni.

C. Da qui sono stati strutturati tre programmi generali:

1. *Finances in order*: l'obiettivo di questo programma è di fornire ai consumatori una panoramica di servizi, aiuti e informazioni già esistenti e favorirne l'utilizzo per gestire correttamente le proprie finanze e prendere decisioni appropriate alla specifica situazione finanziaria;
2. *Learning to deal with money early on*: l'obiettivo di questo programma è far in modo che i ragazzi di età compresa tra 6 e 18 anni imparino di più sulle questioni finanziarie e su come gestire con il denaro. È stato scelto un approccio su tre versanti, con progetti focalizzati sull'educazione scolastica, sull'educazione genitoriale e sulla comunicazione giovanile;
3. *Providing for the future*: l'obiettivo del programma è di rendere i consumatori consapevoli del bisogno di pensare e agire in termini di arco della vita e di rendere evidenti ai consumatori i rischi finanziari, per evitare loro di trovarsi in difficoltà a causa di eventi imprevisti.

2.3.3 Tre programmi per l'accrescimento delle capacità e della consapevolezza finanziaria dei consumatori

I 3 programmi sviluppati da *CentiQ* sono centrati su tre indicatori di comportamento finanziario: una corretta gestione finanziaria, l'aver acquisito capacità e conoscenze da giovani e il preoccuparsi per il futuro.

La strategia di educazione finanziaria del paese è mirata a migliorare la conoscenza, la comprensione, l'abilità e la consapevolezza dei bambini, dei giovani e degli adulti in termini di considerazioni finanziarie personali e societarie. In particolare è rivolta ad aumentare la comprensione della finanza, così come la consapevolezza dei rischi impliciti nelle operazioni finanziarie e nei prodotti.

Non è dunque solo comprensione e conoscenza dei concetti finanziari, ma anche capacità, motivazione e consapevolezza. Sono considerate competenze, ad esempio, consumare consapevolmente, assicurare entrate sufficienti, evitare debiti problematici e adattare il comportamento finanziario ai cambiamenti nelle circostanze o fasi della vita.

Il primo programma *Finances in order* si focalizza sulla gestione consapevole delle proprie finanze. Questo perché chi lo fa ottiene di più dal proprio denaro e riesce a risparmiare meglio, indipendentemente dal reddito. Una corretta gestione finanziaria è definita come il grado con cui una persona tratta con il denaro in modo ben organizzato, evitando le spese che non può sostenere, pagando le bollette in tempo e preferendo risparmiare piuttosto che contrarre debiti. Il consumatore deve, inoltre, essere in grado di avere un'idea sugli effetti delle proprie scelte finanziarie a breve e a



lungo termine. Questo richiede *insight* e visione d'insieme. I consumatori devono sapere inoltre, quando hanno bisogno di informazioni, di che tipo e dove le possono trovare.

Strettamente legato a questo programma è il tema *risparmiare e indebitarsi*, su cui la piattaforma si è concentrata nel biennio 2008-2010. Risparmiare è un importante predittore di un comportamento finanziario forte. Indebitarsi può portare a problemi, soprattutto per i gruppi vulnerabili.

In relazione al fornire informazioni affidabili e comprensibili, il sito *CentiQ* offre numerose sezioni relative a importanti eventi di vita, contenenti informazioni e strumenti utili per gestire le proprie finanze. Gli argomenti principali sono:

- { studio: il costo, i diritti alla borsa di studio, cercare una stanza in affitto, cercare un lavoro part-time;
- { andare a vivere da soli: affitto, acquisto, trasferirsi all'estero;
- { lavoro: reddito, volontariato, disoccupazione e licenziamento, malattia, impresa o lavoro autonomo;
- { vita di coppia: convivenza/matrimonio e finanze in comune;
- { avere figli: costi e spese, benefici da parte del governo, maternità, donare i soldi al proprio bambino;
- { divorzio: separazione dei beni, alimenti, impatto sui figli;
- { pensione: sistema previdenziale, pensione statale di base, pensionamento anticipato, come costruire la pensione;
- { eventuale decesso: impatto sul reddito del partner, assicurazione, eredità, cosa succede se si ha un'azienda familiare, chi si prende cura dei figli.

Strumenti, consigli e informazioni per gestire le proprie finanze sono presenti anche sul sito del Nibud (*National Institute for Budget Advice*) in relazione ai seguenti temi:

- { gestione del denaro: tenere l'amministrazione in ordine, reddito e spese, risparmiare, consulenza finanziaria, consigli di budget;
- { bambini: la paghetta, quanto pagare una babysitter e gli accordi da prendere con lei, cosa fare in caso di divorzio per gli alimenti, cosa fare per la cura dei figli, qual è il costo di un figlio in relazione al reddito;
- { casa: i costi di energia ed acqua, alimenti, auto, spese quotidiane, fare il bilancio e consigli per risparmiare, tenere un libro di cassa;
- { giovani: quanto costa studiare, quanto costa vivere da soli o con altri, il guadagno, educazione finanziaria;
- { alloggio: trasloco, ristrutturazione, spese della casa, mutuo;
- { prestito: tipologie, aiuti con il debito, sequestro del salario, problemi finanziari legati ai debiti;
- { lavoro e reddito: disoccupazione, attività in proprio, assegno di assistenza;



- { assicurazioni: responsabilità in caso di danni, assicurazione sanitaria, tipologie di assicurazioni, assicurazione per la vacanza.

Il Nibud offre inoltre formazione per professionisti sui seguenti temi: aiutare i clienti nella gestione del budget; aiutare i clienti nel diventare finanziariamente indipendenti creando un budget realistico; motivare i clienti a modificare comportamenti finanziari; training per formatori che tengono lezioni di budgeting con i clienti; aiutare i clienti a prevenire problemi finanziari con gli inquilini; aiutare i dipendenti con problemi finanziari; training per formatori che tengono corsi per gli immigrati; formazione rivolta alle organizzazioni; aiutare i clienti nella gestione del denaro.

Il secondo programma *Learning to deal with money early on* si focalizza sull'educare le persone a gestire il denaro il prima possibile. Dalle ricerche è infatti emerso che coloro che hanno a che fare con il denaro sin da giovani (avendo un lavoro part-time e ricevendo la paghetta, ad esempio) mostrano un comportamento finanziario forte da adulti e prendono migliori decisioni finanziarie. Questa non è però l'unica ragione per dare importanza all'educazione finanziaria. I giovani, specialmente coloro con bassi livelli di educazione, si presentano come gruppi ad alto rischio: poco più di un terzo di loro hanno debiti.

A livello scolastico è importante che i bambini sappiano leggere e fare calcoli, in quanto prerequisiti per la competenza ed indipendenza finanziaria (per questo motivo si parla di educare i bambini a partire dagli 8 anni di età). I giovani devono imparare a fare scelte indipendenti, a pianificare e pensare al futuro. La strategia ha stabilito che non è necessario introdurre una nuova materia ma si vogliono integrare gli elementi di educazione finanziaria in quelle già esistenti.

Il Nibud ha realizzato nell'agosto 2008 il documento *Learning to manage money: Nibud learning goals and competences for children and young people*, che contiene gli obiettivi di apprendimento e competenze, consigli su come raggiungerli, pubblicazioni utili per genitori e docenti e le ricerche fatte tra i giovani. Questo documento è un'utile guida per genitori, docenti e coloro che lavorano con i giovani.

Imparare a gestire il denaro vuol dire lavorare sui seguenti argomenti:

- { conoscere i concetti finanziari di base;
- { imparare a fare delle scelte;
- { tenere in ordine le finanze;
- { guadagnare;
- { risparmiare;
- { indebitarsi;
- { assicurazioni;
- { gestire la propria posizione bancaria.

Gli obiettivi ovviamente cambiano a seconda dell'età del gruppo.



Tab.17 – Nibud, obiettivi di apprendimento per i giovani da 6 a 18 anni

Gruppo: 6-9 anni	
<i>Argomento</i>	<i>Obiettivi di apprendimento</i>
Introduzione ai concetti finanziari	<ul style="list-style-type: none"> } riconoscere le banconote e le monete dell'Euro } contare e fare calcoli con il denaro } conoscere il valore del denaro e cosa si può comprare con una piccola somma } imparare a pagare con i soldi e a ricevere il resto
Imparare a fare delle scelte	<ul style="list-style-type: none"> } decidere da soli come spendere la paghetta } sapere che si può spendere il denaro una volta sola e dopo non c'è più
Risparmiare	<ul style="list-style-type: none"> } comprendere cos'è il risparmio e saper esporne i vantaggi } saper risparmiare per uno specifico obiettivo
Gruppo: 10-12 anni	
<i>Argomento</i>	<i>Obiettivi di apprendimento</i>
Introduzione ai concetti finanziari	<ul style="list-style-type: none"> } realizzare calcoli concreti con banconote e monete } comprendere l'importanza e il ruolo del denaro (lo status, le norme e i valori) } conoscere i diversi modi di fare pagamenti e i concetti associati come i contanti, ritirare il denaro da uno sportello bancario e usare carte di credito
Imparare a fare delle scelte	<ul style="list-style-type: none"> } regolare i propri desideri in base al budget a disposizione
Tenere in ordine le finanze	<ul style="list-style-type: none"> } sapere che si può spendere il denaro una volta sola e dopo non c'è più } saper tenere un libro contabile con entrate/uscite } occuparsi delle proprie spese e comparare i prezzi in anticipo } sapere come tenere importanti documenti in un archivio
Guadagnare	<ul style="list-style-type: none"> } sapere che quando lavori guadagni e che poi hai più soldi a disposizione } decidere se fare lavori occasionali
Risparmiare	<ul style="list-style-type: none"> } lavorare per il tempo necessario a risparmiare e raggiungere i propri obiettivi } saper mettere da parte il denaro per poter comprare qualcosa di più costoso in un secondo momento
Indebitarsi	<ul style="list-style-type: none"> } conoscere la differenza tra risparmiare e indebitarsi } sapere cos'è l'interesse
Organizzare le questioni bancarie	<ul style="list-style-type: none"> } avere un'idea approssimativa di come funziona una banca } saper leggere le dichiarazioni bancarie e tenerle archiviate in uno schedario
Gruppo: 13 - 15 anni	
<i>Argomento</i>	<i>Obiettivi di apprendimento</i>
Imparare a fare delle scelte	<ul style="list-style-type: none"> } non spendere più denaro rispetto a quanto disponibile } spendere la paghetta per beni primari e beni voluttuari in modo appropriato } saper gestire un budget crescente } conoscere la differenza tra spese obbligatorie e facoltative
Tenere in ordine le finanze	<ul style="list-style-type: none"> } pagare i conti in tempo } archiviare i documenti importanti



	<ul style="list-style-type: none"> } comprendere l'esistenza di costi addizionali per certe spese } comparare prodotti differenti prima di comprare qualcosa } stimare il prezzo di un prodotto e valutare se un'offerta speciale costituisce realmente un guadagno
Guadagnare	<ul style="list-style-type: none"> } sapere che sia i lavoratori che i datori di lavoro devono rispettare determinate regole } sapere cos'è il lavoro legale e illegale e cos'è la tassazione } sapere che chi lavora deve presentare la dichiarazione dei redditi
Risparmiare	<ul style="list-style-type: none"> } saper mettere da parte il denaro per lunghi periodi per raggiungere un determinato obiettivo
Indebitarsi	<ul style="list-style-type: none"> } conoscere i vantaggi e gli svantaggi di chiedere un prestito e risparmiare, e tenerne conto nel compiere scelte e prendere decisioni } rimborsare il denaro preso in prestito
Organizzare le questioni bancarie	<ul style="list-style-type: none"> } sapere cos'è una banca e per quali cose ci si può rivolgere ad essa } usare le carte di credito con prudenza } sapere cos'è l'internet banking

Gruppo: 16 - 18 anni

<i>Argomento</i>	<i>Obiettivi di apprendimento</i>
Imparare a fare delle scelte	<ul style="list-style-type: none"> } non spendere più di quanto disponibile } affrontare le spese obbligatorie
Tenere in ordine le finanze	<ul style="list-style-type: none"> } saper gestire le proprie finanze in modo indipendente } fare budget per i costi non previsti } comparare i prezzi prima di comprare qualcosa e prestare attenzione sia al prezzo che alla qualità } tenere le proprie carte burocratiche in ordine e pagare i conti in tempo } archiviare importanti documenti in modo ordinato } avere una visione d'insieme delle proprie entrate e spese
Guadagnare	<ul style="list-style-type: none"> } sapere quando è permesso loro lavorare e che tipo di lavoro possono fare } controllare di ricevere il salario minimo (per chi lavora)
Risparmiare	<ul style="list-style-type: none"> } spendere il denaro tenendo conto delle spese future
Indebitarsi	<ul style="list-style-type: none"> } sapere cosa significa essere in rosso e quanto interesse pagare } considerare le alternative per chiedere un prestito prima di farlo } sapere quanto interesse sarà addebitato e l'ammontare di ciascuna rata prima di prendere in prestito il denaro } sottoscrivere un debito solo se questo rientra nel budget futuro } valutare differenti tipi di credito sulla base della loro situazione
Assicurazione	<ul style="list-style-type: none"> } stipulare un'assicurazione adeguata
Organizzare le questioni bancarie	<ul style="list-style-type: none"> } gestire le proprie questioni bancarie



bancarie	} trasferire denaro tramite operazioni bancarie su internet
----------	---

Per giovani di età compresa tra 19 e 23 anni non si parla più di obiettivi di apprendimento ma di competenze necessarie per essere finanziariamente indipendenti ora e in futuro. Le competenze principali richieste sono: la capacità di vivere in modo indipendente, di rispettare tutti gli obblighi finanziari a breve e a lungo termine e di bilanciare il budget familiare.

Tab.18 – Nibud, competenze finanziarie per i giovani adulti

Gruppo: 19 – 23 anni

<i>Competenza generale</i>	<i>Competenze specifiche</i>
Bilanciare entrate, spese, beni e debiti	<ul style="list-style-type: none"> } saper fare una panoramica annuale o mensile di tutte le entrate e spese } saper bilanciare il budget e assicurarsi di non eccedere } saper distinguere tra spese fisse e variabili } distinguere tra mesi in cui ci sarà una maggiore incidenza di entrate e/o uscite } saper calcolare il costo della vita } saper calcolare il budget per beni di lusso, tempo libero e relax } far fronte alle spese obbligatorie } spendere all'interno dei limiti di budget } saper pianificare misure di risparmio e controllare che siano realistici } saper implementare i piani di risparmio } saper fare una panoramica dei beni e dei debiti } mantenere sempre equità (avere sempre più beni che debiti)
Acquistare in modo consapevole	<ul style="list-style-type: none"> } assicurarsi che gli acquisti siano adeguati al budget } sviluppare criteri per l'acquisto di prodotti } tenere a mente le considerazioni di budget } mantenere un atteggiamento critico nei confronti della pubblicità, del commercio e delle pressioni sociali } usare l'informazione fornita da organi consultivi e organizzazioni dei consumatori } se necessario, usare obiezioni e procedure di appello
Tenere aggiornata l'amministrazione	<ul style="list-style-type: none"> } controllare che le bollette, i pagamenti in arrivo, i crediti e i debiti siano corretti } archiviare documenti di conti, debiti e crediti, dichiarazioni, contratti e polizze assicurative in modo ordinato } usare le informazioni per fare domanda di sussidi, sovvenzioni, indennità extra, per compilare la dichiarazione dei redditi } se necessario, fare obiezioni nelle dispute e usare procedure di obiezione } rispondere alla posta in tempo } pagare le bollette usando metodi di pagamento innovativi } gestire conti bancari e strumenti di risparmio } compilare la dichiarazione dei redditi
Assicurarsi che le entrate siano sufficienti	<ul style="list-style-type: none"> } guadagnare un salario seppur minimo } fare uso delle informazioni sul lavoro e sul reddito } usare diritti di benefici, rimborsi di tasse, agevolazioni fiscali, sussidi aggiuntivi, sovvenzioni, accordi per il condono di debiti } se necessario, usare obiezioni e procedure di appello
Risparmiare e indebitarsi in modo	<ul style="list-style-type: none"> } se necessario, preparare un piano di risparmio e di rimborso e controllare che sia realistico



consapevole		<ul style="list-style-type: none"> } usare le informazioni rese disponibili da vari fornitori di servizi finanziari e organi consultivi } confrontare diverse forme di risparmio e credito e valutarne i vantaggi e gli svantaggi } comprendere la propria posizione in relazione ai fornitori di servizi finanziari } sviluppare criteri per l'acquisto di prodotti finanziari } assicurare che ci sia equilibrio tra il periodo di pagamento delle rate e la durata di vita del prodotto } valutare interessi e costi dei prodotti } valutare se il pagamento delle rate è adatto al budget } effettuare i pagamenti obbligatori come accordato
Evitare debiti problematici		<ul style="list-style-type: none"> } affrontare le spese obbligatorie } valutare i costi e la durata dei prestiti e differenti tipi di credito } sottoscrivere solo i prestiti e i crediti adatti al budget presente e futuro } regolare il budget per tenere conto delle rate in modo da ripagarle completamente } poter richiedere controlli pertinenti dall'ufficio della registrazione del credito (in Olanda BKR) } soddisfare solo i bisogni adeguati al budget nel breve e lungo termine } individuare i problemi e risolverli efficacemente } fare una panoramica di tutti i pagamenti arretrati } cercare aiuto all'interno del proprio gruppo e da organizzazioni pertinenti per risolvere problemi di natura economica } regolare i pattern comportamentali così che gli arretrati vengano rimborsati
Stipulare assicurazioni adeguate		<ul style="list-style-type: none"> } determinare le assicurazioni obbligatorie e/o necessarie per la propria situazione } usare le informazioni su diversi tipi di assicurazione rese disponibili da diversi assicuratori e organi consultivi } confrontare i prodotti assicurativi sulla base dei costi, della copertura, delle condizioni di accettazione ed esclusione } capire la propria posizione in relazione a diversi fornitori di servizi finanziari } sviluppare criteri per stipulare un'assicurazione } considerare se i premi assicurativi sono in accordo con il budget } stipulare assicurazioni obbligatorie e necessarie } pagare premi assicurativi come concordato } in caso di danno o perdita, presentare un reclamo con l'assicuratore
Regolare le finanze in accordo con i cambiamenti nelle circostanze o nel ciclo di vita		<ul style="list-style-type: none"> } saper regolare entrate e uscite in accordo con i cambiamenti (pianificati e non) } regolare entrate e uscite in tempo per tenere in considerazione cambiamenti imminenti } mettere da parte il denaro per le spese inaspettate } valutare se gli obblighi possono essere affrontati in futuro

Il terzo programma *Providing for the future* è centrato sulla preoccupazione degli olandesi legata al futuro. Dalle ricerche è, infatti, emerso che la pianificazione a breve termine prevale sul lungo termine. Inoltre gli olandesi percepiscono un senso di sicurezza relativamente alto, che comporta



bassa motivazione all'azione. L'ampia enfasi sulla responsabilità personale dei cittadini, l'invecchiamento della popolazione e i cambiamenti della legislazione sulle pensioni rendono necessaria la capacità di pianificazione a lungo termine.

L'Autorità Olandese per il Mercato Finanziario (AFM) offre un servizio di informazione per i consumatori su temi quali il risparmio, i prestiti, gli investimenti, il mercato delle pensioni e assicurativo e su rischi e diritti del consumatore.

Centrato sul tema della pensione è, invece, il sito *pensioenkijsker.nl*, all'interno del quale è possibile trovare strumenti e informazioni su diversi argomenti:

- { calcolo della pensione;
- { informazioni sulla pensione in relazione a un cambiamento di lavoro, un lavoro part-time, convivenza/matrimonio o nascita di figli, divorzio, morte, congedo, lavoro autonomo, disabilità, vivere all'estero;
- { come fare per avere la pensione;
- { pensione per anzianità o per la morte del partner;
- { cosa si deve sapere sulla pensione se si è un datore di lavoro;
- { i reclami sulle pensioni.

2.3.4 L'educazione finanziaria a supporto dei consumatori "a rischio"

Grazie alle indagini pubbliche realizzate tra gli adulti e tra i ragazzi di 8 - 18 anni è stato possibile individuare i gruppi che necessitano maggiormente di educazione finanziaria. I consumatori adulti sono stati suddivisi in 7 target groups sulla base di aspetti quali la motivazione, la conoscenza e le capacità finanziarie. Questi gruppi vanno da coloro che non sono finanziariamente problematici a coloro che vengono giudicati finanziariamente analfabeti.

Tab.19 – Suddivisione in gruppi dei consumatori adulti

Gruppo	Conoscenze e competenze finanziarie	Caratteristiche socio-demografiche
1 Finanziariamente disinteressati (15% = circa 1.9 milioni di olandesi)	Sono più abili a cavarsela, forti nella gestione finanziaria, in grado di risparmiare, hanno una visione d'insieme sotto la media e basso coinvolgimento. Non corrono rischi finanziari.	Soprattutto persone più anziane, principalmente uomini, età media 53.7, con un reddito elevato, ampio patrimonio e pochi debiti.
2 Finanziariamente ambiziosi (17% = circa 2.2 milioni di olandesi)	Risparmiano, hanno una forte gestione delle finanze, riescono a cavarsela molto bene, hanno una buona visione d'insieme e molte conoscenze finanziarie. La loro tendenza ad assumersi rischi (investimenti ad alto rischio) può portare a problemi.	Principalmente uomini, età media 43.3, con un alto livello di educazione e un impiego redditizio e quindi nella fascia di reddito più alta, il 73% non ha debiti.



3	<p>Finanziariamente solidi (14% = circa 1.7 milioni di olandesi)</p>	<p>Hanno una forte gestione delle finanze, riescono a cavarsela, hanno una buona visione d'insieme, risparmiano sotto la media, hanno una bassa partecipazione. Corrono un rischio se il reddito diminuisce o sorgono spese inattese perché risparmiano meno della media</p>	<p>Soprattutto donne, età media 51.2, reddito nella media e livello di istruzione secondario.</p>
4	<p>Finanziariamente insicuri/incerti (16% = circa 2 milioni di olandesi)</p>	<p>Risparmiano sopra la media, hanno una debole gestione finanziaria, sono in grado di cavarsela e di avere una visione di insieme. Il rischio è principalmente nella loro incertezza sulle informazioni, su sé stessi e sulle decisioni. Per loro sono importanti il supporto nelle decisioni, risorse affidabili e informazioni adeguate</p>	<p>Età media 44.4, livello di istruzione secondario, famiglia con più persone, sia con che senza figli.</p>
5	<p>Finanziariamente sensibili (18% = circa 2.2 milioni di olandesi)</p>	<p>Hanno una gestione finanziaria debole, l'abilità di cavarsela e di risparmiare, la mancanza di una buona visione d'insieme. Corrono il rischio per via della loro incertezza, del rimpianto e dell'ansia di non avere la giusta informazione. Sono attivi, coinvolti e motivati. Per loro è importante avere l'informazione giusta in tempo</p>	<p>Età media 45.3, basso livello di istruzione, reddito nella media.</p>
6	<p>Finanziariamente indifferenti (15% = circa 1.9 milioni di olandesi)</p>	<p>Sono un gruppo problematico. Hanno una povera gestione finanziaria, una bassa abilità a cavarsela e a risparmiare, una visione d'insieme estremamente povera. Sono a rischio per via della loro poca conoscenza e poca informazione. Sono inconsapevoli di ciò che non sanno e non hanno imparato a trattare con il denaro. C'è una possibilità elevata che compiano scelte finanziarie errate</p>	<p>Soprattutto donne con un livello secondario di educazione, età media 45, reddito medio, un terzo ha debiti e non ha beni, sono famiglie con bambini.</p>
7	<p>Finanziariamente analfabeti (5% = circa 600.000 olandesi)</p>	<p>Gruppo più problematico. Sono estremamente deboli nella gestione finanziaria e nel comportamento. Hanno alte possibilità di fare scelte finanziarie errate derivate dalla mancanza di conoscenza e consapevolezza delle questioni finanziarie. Non hanno imparato a maneggiare il denaro e non sono consapevoli di cosa dovrebbero</p>	<p>Sono abbastanza giovani, con un livello di educazione secondaria o più basso, un basso reddito, pochi beni, debiti relativamente alti.</p>



sapere. Per loro la consulenza è importante

Le indagini realizzate hanno evidenziato dove sia necessario intervenire e quali risorse siano appropriate per farlo. Su questa base sono state strutturate le seguenti raccomandazioni di *policy*:

- { l'attenzione dei media per i comportamenti finanziari corretti dovrebbe stimolare le persone a pensare e discutere in misura maggiore di questioni finanziarie di più con gli altri e con i consulenti;
- { informazione, educazione, training e la crescente consapevolezza dei consumatori sono necessari per prendere decisioni meno impulsive e per acquistare prodotti finanziari con cognizione di causa;
- { i fornitori di prodotti finanziari devono fornire informazioni chiare, comparabili, che permettono di prestare attenzione alle possibili conseguenze future dell'acquisto di prodotti (trasparenza del mercato);
- { occorre sviluppare risorse (agenti intelligenti, sistemi di supporto alle decisioni) che possano aiutare i consumatori a fare scelte finanziarie e difenderli dagli errori. Queste risorse possono supportare i consumatori nel mettere insieme un pacchetto finanziario e assicurare che il pacchetto sia in equilibrio in termini di rischio e che le polizze assicurative non contengano omissioni o sovrapposizioni.

Per quanto riguarda i giovani invece, sono stati messi in luce gli elementi che influiscono sui ragazzi e sulle loro conoscenze e competenze in ambito economico finanziario. La scuola è risultata non essere l'unico strumento attraverso il quale è possibile educare finanziariamente i giovani; elementi di forte influenza sono infatti anche i genitori e i pari.

Uno degli aspetti fondamentali di tutta la strategia di *CentiQ* è la comunicazione, interna al network ed esterna. Diversi mezzi sono stati realizzati per permettere ai partner sia di condividere conoscenze al proprio interno e cooperare da vicino, sia raggiungere tutti i target previsti con i vari progetti ed attività messe in campo.

La piattaforma comunica verso l'esterno principalmente attraverso le organizzazioni partner, che di solito hanno già mezzi eccellenti per raggiungere i consumatori e i media.

La comunicazione si focalizza su quattro aspetti: consapevolezza, conoscenza, atteggiamento e comportamento. I consumatori devono, in primo luogo, essere consapevoli che è importante mantenere le proprie finanze in ordine. È poi considerato importante che sappiano dove trovare le informazioni, che conoscano i prodotti finanziari che adatti a loro e le conseguenze che determinano. In seguito, devono essere motivati a mantenere ordine nelle finanze e a cercare attivamente informazioni e risorse.

Gli strumenti per raggiungere questi obiettivi da parte della piattaforma sono: il sito web www.CentiQ.nl, che contiene informazioni chiare sulle questioni finanziarie; *l'agendasetting*, che stimola la consapevolezza dell'importanza di mantenere le proprie finanze in ordine; i media, in quanto più essi prestano attenzione ad un tema, più se ne discute e più le persone gli danno importanza. L'allineamento e la coordinazione nella comunicazione delle attività dei vari partner è



un'attività fondamentale al fine di prevenire confusione e irritazione nei consumatori. Per questo motivo *CentiQ* stabilisce un calendario annuale delle comunicazioni.

Partendo da quanto fin qui emerso sono stati elaborati i tre programmi principali indirizzati ai gruppi maggiormente a rischio della popolazione olandese:

1. *Finances in order* (correlato al tema *saving and borrowing*);
2. *Learning to deal with money early on*;
3. *Providing for the future*.

I target di questi programmi possono essere suddivisi in due ampi gruppi principali: gli adulti e i giovani.

2.3.4.1 *L'educazione finanziaria per i giovani*

La strategia di educazione finanziaria olandese dedica molta attenzione ai giovani, considerati una delle categorie finanziariamente più a rischio, date le abitudini e gli usi della loro vita.

La tecnologia è diventata parte integrante dello stile di vita dei giovani, ma può portare con sé molti rischi: ha un costo, è di difficile rinuncia, rimuove ostacoli legati agli acquisti anche laddove questi ostacoli potrebbero rappresentare un vincolo a scelte finanziarie avventate (ad esempio l'utilizzo delle carte di credito può seriamente sfuggire di mano). I giovani vanno in rosso, comprano a credito, prendono in prestito denaro e cercano aiuto attraverso l'assistenza al debito. Nei Paesi Bassi è ad esempio diffuso il fenomeno di chiedere un prestito attraverso il mutuo per studenti. Spesso hanno poca concezione del valore del denaro in relazione al lavoro. Sempre più importanti e influenti sono il marketing e la pubblicità; non solo vengono usati molti canali (tv, internet, mail, telefonini, giornali), ma ora vengono prodotte pubblicità indirizzate a specifici target, basate sulle caratteristiche dello stile di vita, che allettano i giovani ad avere particolari e ricercati comportamenti di acquisto.

I Reali, in particolare la Principessa M^axima, incoraggiano che venga insegnato ai bambini a gestire il denaro sin da una giovane età. È una responsabilità che i genitori, le scuole e i bambini stessi devono condividere. È particolarmente importante per i giovani essere attivamente coinvolti nella gestione del denaro, così che possano fare da esempio ai pari. La Principessa è stata direttamente coinvolta in un numero di attività della partnership. È stata presente al lancio della campagna giovanile sull'alfabetizzazione finanziaria (marzo 2010), era coinvolta in una sessione chat con i giovani attraverso il social network *Hyves* (marzo 2010) ed era presente alla presentazione delle linee guida per le scuole su come insegnare ai bambini ad essere accorti nell'uso del denaro (aprile 2010). Ha anche partecipato alla serata con i genitori sull'educazione finanziaria dei figli (giugno 2010) e al lancio della *Money Week* (settembre 2010).

Per questi motivi, buona parte dell'agenda strategica della Piattaforma olandese è mirata all'educazione finanziaria dei giovani tra gli 8 e 18. La piattaforma ha inizialmente elaborato alcune raccomandazioni di *policy* per l'educazione finanziaria rivolta ai giovani:

- ⌋ includere negli obiettivi chiave dell'educazione scolastica primaria, secondaria e professionale il concetto di *insight* finanziario;



- { non è necessario introdurre una materia separata, ma il tema dovrebbe ricevere più attenzioni in tutte le materie;
- { deve essere sviluppato materiale di insegnamento che contribuisca ad aumentare il *financial insight* ;
- { deve anche essere sviluppato materiale educativo per uso esterno alla scuola, per esempio giochi interattivi (multilivello) che possono essere fruiti online da più persone;
- { usare materiale interattivo, media digitali e piattaforme online, dove i bambini e i giovani raccolgono informazioni, come SMS, MSN, YouTube, Hyves, ecc.

Già nel 2007-2008 la piattaforma aveva realizzato alcune attività:

- { il Nibud ha distribuito più di 600.000 copie della Nibud agenda nel Novembre 2007;
- { l'Associazione delle Banche Olandesi (NVB), Teleac (la compagnia di educazione radiotelevisiva) e Nibud hanno lavorato insieme nella creazione di quattro trasmissioni sulla School-tv sul tema *trattare con il denaro* e del sito Teleac sul tema del denaro, con il supporto finanziario di CentiQ (il sito è visitato da una media di 2.000 persone al giorno);
- { nel Maggio 2008 è stata introdotta una nuova versione del *Geldkoffer (Cash Coffer)*, un kit didattico su temi legati al denaro per le ultime classi della scuola primaria, che è stato sviluppato dal Nibud in collaborazione con l'Associazione degli Assicuratori, *De Nederlandsche Bank* (DNB) e il *Geldmuseum* (il museo del Denaro).

La piattaforma ha in seguito sviluppato un programma di intervento per diffondere l'educazione finanziaria tra i ragazzi e rafforzare le loro conoscenze e capacità: *learning to deal with money early on*.

Dalle ricerche ed indagini realizzate è emersa l'importanza di tre ambienti all'interno dei quali vivono i ragazzi e che influenzano le loro capacità, conoscenze e abitudini finanziarie: i genitori, la scuola, i pari. La scuola non è quindi l'unico strumento su cui focalizzarsi per fare educazione finanziaria. Il comportamento e la comprensione dei bambini sembrano avere le proprie radici in fattori quali la consapevolezza finanziaria, l'orientamento attraverso i pari e i pattern comportamentali mirati verso la vita sociale e la comunicazione. Dagli studi realizzati emerge che l'influenza dei pari sul comportamento finanziario è relativamente ampia, tuttavia i genitori continuano a giocare un ruolo fondamentale attraverso la loro influenza sulla comprensione finanziaria dei loro figli e – a un grado minore – anche sul loro comportamento.

Il programma realizzato è stato così strutturato in tre parti: l'educazione genitoriale, l'educazione finanziaria a scuola, la comunicazione giovanile. Questa complessità di approccio al tema rappresenta senza dubbio una *best practice* internazionale: in quasi tutti i paesi che hanno approcciato il tema, infatti, ci si è concentrati quasi esclusivamente sulla scuola, tralasciando altri "ambienti" molto importanti per l'apprendimento e la formazione del comportamento dei giovani.

Educazione genitoriale

Come detto in precedenza, grande importanza è stata attribuita anche alla sensibilizzazione dei genitori per trasmettere educazione finanziaria ai propri figli. La Piattaforma, ed in particolare il



Nibud, ha stabilito una serie di linee guida specifiche in questo campo, ha organizzato contenuti e risorse e agito con un piano di comunicazione. Tutti i soggetti che organizzano attività di educazione finanziaria destinate ai giovani sono invitati a coinvolgere nel processo anche i genitori, utilizzando i materiali e le linee guida proposte:

- { i partner, e in particolare il Nibud, garantiscono una vasta ed attiva diffusione di tutte le risorse ed attività esistenti che si sono dimostrate efficaci;
- { i partner, in particolare il Nibud, hanno sviluppato un piano di azione “personalizzato” per supportare i genitori nell’educazione dei figli sulle questioni finanziarie;
- { i partner si sono impegnati a portare il servizio di assistenza del Nibud all’attenzione dei genitori finanziariamente meno forti e competenti;
- { la piattaforma si è impegnata a realizzare una panoramica delle iniziative e *best practice* nell’area dell’educazione finanziaria dei figli, dando risalto pubblico a questo lavoro;
- { la piattaforma stimola l’attenzione dei media (pubblicità libera e a pagamento) per educare i bambini sulle questioni finanziarie, preferibilmente nella forma di concrete raccomandazioni;
- { tutte le attività e i progetti pilota vengono valutati e, dove necessario, adattati e migliorati e estesi ad una più vasta audience.

Educazione finanziaria a scuola

La formazione finanziaria ha diritto a un posto nell’educazione scolastica, in quanto contribuisce ad un ampio sviluppo personale e sociale. La società e i cittadini subiscono un danno dalla mancanza di formazione finanziaria, pertanto l’educazione finanziaria rappresenta un interesse collettivo.

La formazione finanziaria non deve diventare semplicemente una materia ma deve diventare *educazione*. L’educazione è qualcosa di diverso in quanto è un concetto di insegnamento su un tema sociale, in cui obiettivi didattici e pedagogici sono elaborati sistematicamente in un corso programma che deve essere ancorato nel normale insegnamento. Le scuole non sono solo istituti in cui i giovani possono acquisire conoscenze e comprensioni in una varietà di materie. Esse devono anche prestare attenzione alle possibilità di applicazione della conoscenza. I giovani devono essere in grado di sviluppare capacità che sono importanti nella loro vita attuale e futura.

Il sistema educativo olandese è suddiviso in:

- { scuola primaria;
- { scuola secondaria:
 - o educazione professionale secondaria inferiore;
 - o educazione secondaria generale superiore;
 - o educazione pre-universitaria;
- { scuola terziaria:
 - o educazione intermedia professionale;



- educazione superiore professionale;
- università.

Il Ministero dell’Educazione determina il curriculum nazionale. Dopodiché le scuole decidono come riempire questo curriculum. Sono libere di scegliere i materiali di insegnamento e il metodo di lavoro. Il Ministero dell’Educazione valuta e monitora poi la qualità del sistema educativo nell’insieme.

Nel 2007 sono state realizzate alcune ricerche nel campo dell’educazione finanziaria a scuola, tra cui:

- { *Blank spaces study* (un’analisi delle linee guida generali del Ministero dell’Educazione);
- { *Screening method* (un’analisi dei metodi di apprendimento);
- { un’indagine tra 344 docenti.

Dai risultati è emerso che una piccola parte dei programmi didattici è dedicata all’educazione finanziaria. I docenti ritengono importante l’aumento dell’*insight* finanziario dei ragazzi, ma discutono questo argomento in classe in modo incidentale. Da qui la necessità di incrementare il livello di educazione finanziaria a livello scolastico.

Nonostante questo, l’educazione finanziaria nei Paesi Bassi non è stata inserita – per il momento – nel curriculum scolastico in maniera obbligatoria. Per questo motivo, pur rimanendo l’obiettivo di lungo termine il cambiamento del curriculum nazionale da parte del Ministero dell’Educazione, è stato elaborato un approccio alternativo:

- { *cambiare i curricula per i futuri docenti*: l’obiettivo è educare i docenti del futuro. Le accademie per i docenti impostano i programmi per educare gli insegnanti basandosi sulle indicazioni del Ministero dell’Educazione ma con *items* liberi. In questo modo è possibile inserire l’educazione finanziaria nella formazione dei docenti. Il primo risultato è stato che le accademie per i docenti sull’economia adottano educazione finanziaria nel curriculum;
- { *approccio bottom-up alle scuole*: intende stimolare le scuole a integrare l’educazione finanziaria nei curriculum esistenti su base volontaria e vuole offrire modi facili per poterlo fare, cooperando con i partner *CentiQ*.

Gli step individuati per la realizzazione di questo approccio sono stati:

- { step 1: creare comuni *learning framework* sull’educazione finanziaria, con obiettivi formulati per età/tipo di scuola, che nel lungo termine possono servire come base per cambiare il curriculum a livello nazionale;
- { step 2: compiere un’analisi dei materiali (giochi, multimediali, lezioni, materiale cartaceo prodotto da NGO’s, organizzazioni dei consumatori, Autorità del Mercato Finanziario, banche, ecc...) avendo come riferimento il *common learning frame work*;
- { step 3: selezionare materiali testati in 20 progetti pilota che hanno coinvolto scuole primarie e secondarie inferiori;
- { step 4: sulla base dei risultati pilota sviluppare una guida per le scuole.



Gli obiettivi futuri dell'approccio sono di promuovere la guida tra i docenti e le scuole, dare altri strumenti ai docenti che vogliono implementare l'educazione finanziaria nelle loro lezioni, sviluppare altri progetti pilota nelle scuole, andare avanti con l'agenda-setting e i cambiamenti nei curricula dei docenti.

Le singole scuole possono già oggi decidere se far diventare l'educazione finanziaria materia del curriculum. Una scuola ha molte possibilità di accordare ad una materia un posto nel programma di insegnamento. Le opportunità sono determinate dal tempo disponibile, dalla preparazione e dal materiale a disposizione. Comunque, integrare i campi e i temi nei programmi di lezione o sviluppare un progetto multidisciplinare richiede molto tempo e energie da parte del team scolastico.

La formazione per i docenti viene realizzata dai partner della piattaforma, che usano come *framework* il documento *Basic Vision on Financial Education*. Alle scuole viene fornita una guida per l'implementazione del materiale, che contiene informazioni relative alle esperienze realizzate, indicazioni sul perché fare educazione finanziaria e a chi indirizzarla, come inserirla nel curriculum esistente, gli obiettivi di apprendimento, ecc. La piattaforma *CentiQ* ha deciso, specialmente nelle scuole primarie, di fare una formazione minima, perché l'obiettivo è di integrare il materiale fornito coi metodi già esistenti. Così vengono principalmente organizzate lezioni di esperti, ad esempio impiegati di banca, compagnie assicurative, ecc.

L'*Action Plan* previsto dalla piattaforma è stato così strutturato:

- { i partner (Nibud, SLO e altri) hanno sviluppato il documento *Basic Vision on Financial Insight* che indica quali competenze e conoscenze finanziarie dovrebbero essere insegnate nell'educazione primaria, secondaria e professionale. Questo documento costituisce il punto di partenza per stabilizzare l'educazione finanziaria nel lungo termine;
- { in accordo con i partner pertinenti, inclusi docenti, commissioni educative ed editori, *CentiQ* si è impegnato a sviluppare una strategia per la diffusione del *Basic Vision* tra il 2009 e il 2013;
- { la piattaforma ha preparato una panoramica delle risorse di insegnamento esistenti (inclusi materiali dal Nibud, dalle organizzazioni di assistenza del debito, banche di credito e giunte comunali) per le scuole, utilizzando il *Basic Vision* come punto di partenza. La panoramica descrive dove, come e quando le scuole possono usare queste risorse;
- { i partner si sono impegnati ad adattare strumenti ed attività esistenti al *Basic Vision* dopo il 2008, dove necessario e utile, o a svilupparne di nuovi;
- { questi strumenti/attività sono stati sviluppati laddove non ancora disponibili;
- { i partner hanno iniziato nel 2009 un progetto pilota partendo dal *Basic Vision*. Questo è stato realizzato in una rete di scuole VMBO (pre-professionale secondaria). L'obiettivo è di incrementare una concreta assistenza alle scuole perché siano in grado di insegnare *l'insight* finanziario;
- { tutte le attività vengono valutate e, dove necessario, modificate, migliorate e indirizzate ad un'audience più ampia.



Un aspetto innovativo e originale della strategia olandese verso i giovani parte dalla premessa concettuale che essi si influenzino fortemente l'un l'altro. Le comunità online come Hyves, MSN, la casa di Anubis e YouTube hanno un grande impatto sui comportamenti finanziari dei giovani. *CentiQ* si è quindi posto l'obiettivo di connettersi con i comportamenti comunicativi dei ragazzi sviluppando attività personalizzate per specifici gruppi:

- { i partner si sono impegnati a sviluppare una strategia di comunicazione basata sui risultati della *pupil survey*, coinvolgendo esperti di marketing giovanile, comunicazione e i giovani stessi;
- { partner hanno sviluppato un gioco interattivo multilivello che può essere fruito online da più persone, a scuola o a casa, con l'obiettivo di incrementare conoscenze e competenze finanziarie;
- { la piattaforma ha fatto una panoramica dei media che i bambini e i giovani usano regolarmente, così da permettere ai partner di creare connessioni con questi media;
- { la piattaforma incoraggia i partner a rendere disponibili online e sui media più usati dai giovani informazioni/giochi/strumenti;
- { il *Geldmuseum* e l'*Authority for the Financial Markets* (AFM) si sono impegnati a sviluppare il gioco *More choices with money* per gli studenti VMBO di 15 anni di età.

2.3.4.2 L'educazione finanziaria per gli adulti

L'indagine pubblica e gli inventari hanno messo in luce che molto si sta già facendo nell'area dei consumatori e della finanza, ma che ci sono gruppi di consumatori che necessitano di particolare attenzione. Sono stati definiti alcuni target specifici (cfr. par. 2.3.4): i gruppi 6 e 7, persone finanziariamente indifferenti e analfabete, che sono quelli che corrono i maggiori rischi finanziari; i gruppi 4 e 5 non hanno problemi immediati, perché risparmiano o perché hanno un'adeguata visione d'insieme delle proprie finanze, ma che rischiano di non essere in grado di fronteggiare eventuali momenti di difficoltà imprevisti.

In relazione agli adulti, già nel 2007-2008, prima della definizione dell'*Action Plan*, la piattaforma aveva condotto alcune azioni:

- { aveva stilato una *checklist* (disponibile sul sito della piattaforma *Wiser in money matters* e sui siti dei partner) cui i consumatori possono far riferimento per migliorare il proprio comportamento finanziario in specifiche occasioni: ripagare i debiti, risparmiare, fare un mutuo, acquistare un'assicurazione, investire e consolidare una pensione per la vecchiaia;
- { aveva lanciato la campagna "*L'attenzione delle donne alla loro pensione*" da parte di *Stichting Pensioenkiijker/FNV* (*Pension watcher foundation* /*Trade union confederation FNV*) attraverso volantini ed e-card.

In seguito, la piattaforma ha elaborato due programmi indirizzati agli adulti: *Finances in order* e *Providing for the future*.

Il programma *Finances in order* ha come obiettivo quello di aiutare i consumatori a migliorare la gestione del proprio denaro così da favorire il risparmio, avere una visione globale sugli effetti delle proprie scelte e avere la capacità di cercare informazioni quando lo necessitano. All'interno



dell'Action Plan sono state definite le attività di ciascun partner per portare avanti il programma, come di seguito descritte.

- { Il sito *CentiQ Wiser in money matters* indica ai consumatori come ottenere informazioni rilevanti online e altrove. Fornisce link ai partner *CentiQ* e ad altri siti web rilevanti per i consumatori.
- { I siti della piattaforma e dei partner indicano gli strumenti, i modelli di calcolo e le checklist esistenti.
- { La piattaforma si impegna ad indagare le possibilità per un facile accesso e una diffusione libera di materiale informativo user-friendly.
- { I partner sviluppano il *decision trees* che permette ai consumatori di avere un'idea sulle conseguenze finanziarie di differenti opzioni.
- { I partner si impegnano ad indagare le iniziative che offrono *insight* sulle entrate/spese, collegate all'internet banking (l'80% degli olandesi fa le sue operazioni bancarie online).
- { I partner, in particolare il Nibud, si assicurano che i seminari sviluppati dal Nibud vengano presentati ad un'ampia audience e usati dalle organizzazioni intermediarie rilevanti.
- { La piattaforma indaga la possibilità di sviluppare workshop sulle questioni finanziarie per gli impiegati, in collaborazione con le associazioni imprenditoriali e dei dipendenti.
- { Il Nibud ha sviluppato un ampio numero di moduli di base e di risorse per insegnare alle persone a gestire il denaro e mantenere il controllo sulle proprie finanze. *CentiQ* si assicura che i professionisti ne facciano uso. Ad esempio, è disponibile uno schedario, cartaceo e online, che permette di mantenere ordine nel registro delle proprie spese; è possibile acquistare il libro sui 101 consigli per risparmiare; è disponibile un pratico libretto per fare la rassegna delle proprie finanze, utile per monitorare le proprie entrate e le proprie spese; i genitori possono inoltre acquistare un libro sul costo dei figli dagli 0 ai 18 anni.
- { I partner si impegnano a dare il via ad uno studio pilota sul campo per introdurre "insegnanti finanziari digitali".
- { La piattaforma si impegna ad individuare altre organizzazioni non partner disponibili per mostrare ai consumatori come uscire dai problemi finanziari. Queste possono includere notai, avvocati e Centri per i Giovani e la Famiglia.
- { I partner *CentiQ* si impegnano a pubblicare e diffondere la *Guide to instrument development and measuring the effect of budgeting*.

In relazione a questo programma, *CentiQ* ha focalizzato parte delle proprie attività sull'importante tema *risparmio e indebitamento*. La piattaforma si è impegnata ad assicurare che l'argomento sia inserito nei programmi e portato all'attenzione dei consumatori; il Nibud ha sviluppato un programma interattivo che rende i consumatori in grado di calcolare quanto dovrebbero risparmiare; sempre il Nibud ha sviluppato un *risk-o-meter* che permette ai consumatori di vedere se i loro debiti sono nella fascia rossa, arancione o verde; i partner hanno sviluppato risorse per aiutare i consumatori a capire i vantaggi e gli svantaggi di risparmiare e indebitarsi e di capire le conseguenze della loro specifica situazione di risparmio o prestito, a breve e lungo termine.



Il secondo principale programma rivolto agli adulti è *Providing for the future*, per aiutare i consumatori a ragionare sul lungo termine e pensare al proprio futuro. Anche in questo caso sono state definite le attività della Piattaforma:

- { supportare la promozione del pianificatore pensionistico online della fondazione pensioenkiijker.nl;
- { incoraggiare i partner a creare combinazioni corrette target-temi sulla cui base sviluppare approcci personalizzati per i gruppi a rischio in relazione a specifici eventi di vita;
- { supportare la fondazione *pensioenkiijker.nl* nel promuovere le sue attività, inclusa l'introduzione dell'ora di discussione sulla pensione nei college e nelle università;
- { incoraggiare le organizzazioni intermediarie ad aggiungere alle proprie risorse le informazioni rilevanti sul programma educativo;
- { incrementare la familiarità e la semplicità dei depliant finanziari;
- { incrementare la conoscenza dei consumatori tramite la divulgazione dei testi online della AFM ad un'ampia audience;
- { in collaborazione con le associazioni imprenditoriali e dei dipendenti, sviluppare informazioni e corsi sulla maturazione della pensione e la gestione del rischio per i lavoratori;
- { organizzare incontri tra i consumatori ed esperti del campo finanziario con l'obiettivo di esporre metodi e strumenti per motivare i consumatori a pensare al proprio futuro finanziario. (coprire i rischi, pensare e agire tenendo conto dell'intero corso della propria vita).

2.3.5 La valutazione dei programmi verso un unico sistema di monitoraggio

L'*Action Plan* prevede il monitoraggio e la valutazione delle singole attività svolte dai partner. Tuttavia, anche nei Paesi Bassi non è disponibile un metodo generale o delle linee guida metodologiche per la valutazione dei progetti. La Piattaforma si sta però seriamente occupando anche di questo aspetto e sta sviluppando un documento condiviso su come procedere alla valutazione dell'efficacia dei progetti.

Al momento vengono utilizzati diversi strumenti a seconda del tipo di progetto: questionari online, interviste faccia a faccia, esami finali. Per i programmi pilota viene effettuata una valutazione più specifica. Ad esempio, per quelli realizzati nelle scuole sono state utilizzate analisi pre-post, in genere troppo costose nella fase di diffusione del progetto, per via dell'ampiezza.

Ad un macro livello, vengono monitorati conoscenze, abilità, atteggiamenti e (dove possibile) comportamenti delle persone. Nei progetti pilota realizzati nelle scuole è stata valutata solo la conoscenza maturata. In generale, non è possibile misurare gli effetti dei singoli progetti sulla conoscenza, atteggiamento e comportamento dei soggetti. Viene, quindi, utilizzata una combinazione di misurazioni quantitative e qualitative per valutare il successo di un progetto.

Molti progetti sono stati realizzati dal Nibud, una fondazione indipendente che ha nella sua mission principale proprio lo sviluppo dell'educazione finanziaria nel paese, in particolare con lo scopo di



promuovere una pianificazione razionale delle finanze familiari. Il Nibud offre consulenza, informazione ed educazione, non solo direttamente a individui e famiglie, ma anche indirettamente attraverso intermediari professionali come docenti, consulenti nel campo dei mutui, assicurazioni, risparmi e prestiti. Lo strumento principale che utilizza è il suo sito web, consultato da circa 10.000 consumatori al giorno. Una ricerca ha dimostrato che quasi il 90% degli olandesi hanno familiarità con il sito.

Il governo nazionale e il settore finanziario privato (banche, compagnie assicurative) finanziano circa il 30% dei progetti del Nibud. Il resto è finanziato direttamente dalle entrate dei loro prodotti.

La piattaforma *CentiQ* è invece principalmente finanziata dal Ministero della Finanza (per il 75%). Il restante 25% è finanziato dalle Associazioni Bancarie, Associazioni delle Assicurazioni e dal Ministero degli Affari Sociali.

I vari partner hanno ciascuno i loro modelli di finanziamento. Ad esempio, la *Dutch Banking Association* finanzia i progetti grazie ai contributi dei membri, ma alcune attività dei partner sono finanziate anche dal budget della piattaforma.

I risultati generali raggiunti dai programmi *CentiQ* sono stati, in generale: un'incrementata consapevolezza nella popolazione, la realizzazione di un piano di azione tra i partner e aumentate capacità dimostrate dai partecipanti ai diversi progetti. Il principale punto di forza della strategia dei Paesi Bassi è senza dubbio la capacità di coinvolgimento e coordinamento di moltissimi partner, grazie ad un quadro complessivo strategico e degli obiettivi molto ben definiti.

Il programma della piattaforma è stato stabilito per il periodo 2009-2013, ma al momento si sta lavorando per portarlo più avanti nel tempo. Gli obiettivi per il futuro sono, oltre all'introduzione obbligatoria dell'educazione finanziaria nel curriculum scolastico e l'implementazione e la condivisione di un metodo di valutazione dei progetti, la focalizzazione su programmi educativi di ampia portata che permettano ai partner di unire le proprie forze.



2.3 Fattori frenanti e fattori di successo nelle scelte dell'Europa in materia di educazione finanziaria

di Annalisa Garis e Marco Riva

I tre casi di studio presentati – Repubblica Ceca, Irlanda e Paesi Bassi – mostrano caratteristiche tra loro molto diverse, ma sono certamente dei modelli interessanti di definizione e costruzione di una strategia nazionale di educazione finanziaria.

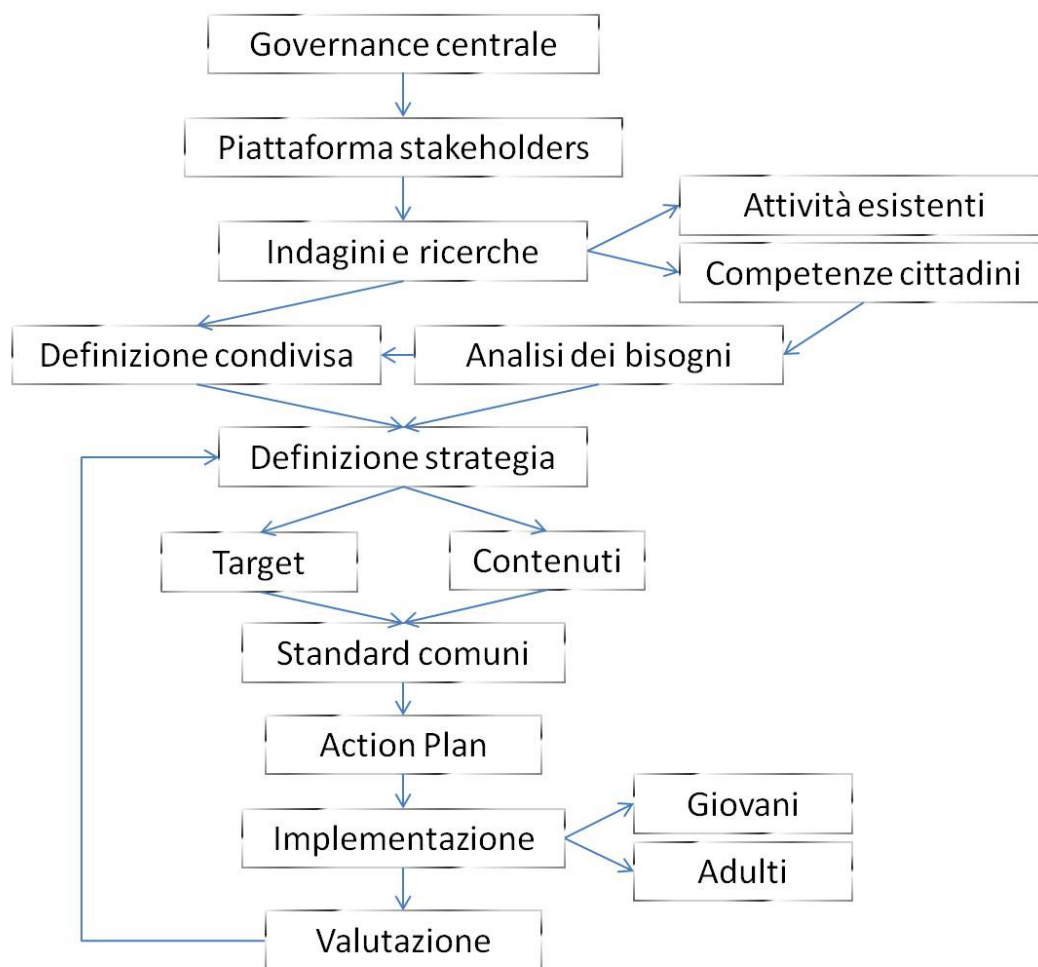
Se è vero che i singoli progetti di educazione finanziaria debbano essere ergonomici rispetto ai target,¹² è altrettanto vero che anche le strategie nazionali debbano essere ergonomiche rispetto ai bisogni, le esigenze e le caratteristiche delle singole nazioni. Quanto si è cercato di far emergere nella trattazione dei tre casi è proprio l'importanza, in questi tre paesi, di aver pensato, condiviso e implementato una strategia mirata a i specifici e differenti bisogni.

Nonostante i tre modelli presentino molte differenze, il loro principale tratto comune è dato dalla chiarezza, dalla semplicità e dalla completezza del percorso adottato per giungere alla definizione di una strategia nazionale di educazione finanziaria, che è ripercorribile nelle seguenti fasi (vedi *Figura 1*):

- { individuazione di una *governance* centrale con un soggetto propulsore (in Repubblica Ceca e nei Paesi Bassi è stato il Ministero della Finanza, in Irlanda la Banca Centrale);
- { coinvolgimento di tutti i principali stakeholder in una piattaforma di lavoro (in Repubblica Ceca è il *Working Group for Financial Education*, in Irlanda il *National Steering Group*, nei Paesi Bassi la piattaforma *CentiQ*);
- { ricognizione delle attività di educazione finanziaria già presenti sul territorio nazionale e indagine sulle caratteristiche della popolazione in termini di competenza finanziaria;
- { analisi dei bisogni e delle necessità emerse dagli studi condotti, al fine di elaborare una strategia ergonomica alle esigenze;
- { elaborazione di una definizione comune e condivisa di educazione finanziaria;
- { elaborazione di una struttura generale della strategia nazionale;
- { individuazione dei target e di specifici bisogni;
- { definizione degli standard comuni sui contenuti per ciascun target;
- { realizzazione di un *Action Plan*, con assegnazione di un ruolo specifico ai singoli soggetti partner coinvolti;
- { implementazione dei programmi di educazione finanziaria, rivolti ai giovani ed agli adulti;
- { monitoraggio e valutazione degli interventi formativi e della loro efficacia, al fine di rimodellare e apportare correttivi alla strategia.



Fig. 1 – Modello di definizione della strategia nazionale di educazione finanziaria nei tre paesi analizzati



Elaborazione Fondazione Rosselli, 2011

Le tre strategie presentate mostrano un modello comune basato su: una regia unica e centrale che detta gli indirizzi generali; un organismo composto da più soggetti, che si occupa di coordinare e monitorare le iniziative; partnership per la realizzazione dei programmi tra soggetti di diversa natura, pubblici e privati (Ministeri, Banche nazionali, autorità di vigilanza dei mercati finanziari, organismi di formazione degli adulti, osservatori sull'indebitamento delle famiglie, organizzazioni del settore finanziario e della finanza, rappresentanti dei consumatori, singole istituzioni finanziarie, ecc.).

Possiamo affermare che il punto di forza condiviso delle tre strategie sia la presenza regolare e a lungo termine di una piattaforma che consente il coordinamento delle attività, lo scambio delle informazioni, il monitoraggio delle attività svolte, anche al fine di evitare ripetizioni e sovrapposizioni. Partendo dai progetti già esistenti ed individuando le lacune conoscitive dei cittadini è possibile, infatti, capire in maniera mirata dove sia necessario agire per aumentare il livello di educazione finanziaria e quali progetti sviluppare.

Anche l'OCSE e l'INFE hanno sottolineato più volte la necessità di questo tipo di coordinamento e condivisione, di cui si sente ancora la mancanza in Italia. L'identificazione di un ente di coordinamento a livello nazionale dovrebbe garantire l'interesse e la sostenibilità a lungo termine del



programma. Questo ruolo può essere svolto da un Ministero, ad esempio della Finanza o dell'Educazione, da un ente regolatore finanziario, dalla banca centrale, piuttosto che da un ente costituito ad hoc.

Occorre poi promuovere il coinvolgimento di tutti i principali stakeholder: governo, enti di regolazione finanziaria, banche centrali, banche ed assicurazioni, sistemi educativi, docenti, genitori, comunità, studenti, istituzioni private, associazioni no-profit, enti di ricerca, reti locali e organizzazioni internazionali. Il ruolo di ciascuno può variare in relazione alle circostanze, al sistema educativo, alla cultura, però deve essere definito all'inizio del programma e devono essere stabilito dall'ente centrale di coordinamento.

Al fine di individuare obiettivi appropriati e quantificabili, realizzando un *learning framework* sull'educazione finanziaria, i tre paesi analizzati hanno condotto innanzitutto delle importanti attività di ricerca. Ciò dimostra che la progettazione di una strategia formativa dovrebbe poggiare su delle indagini quali-quantitative della domanda, tese a mettere in chiaro fabbisogni, competenze, comportamenti e modalità preferite di fruizione dei contenuti della formazione. Si tratta di analizzare il comportamento dei potenziali destinatari e ricostruire il loro potenziale processo di consumo di educazione finanziaria. Su tali conoscenze e dati sarà in seguito progettato il modello educativo.

Riguardo, invece, i contenuti da veicolare attraverso le iniziative di educazione finanziaria, le esperienze internazionali ribadiscono ancora una volta il principio di ergonomia ai target. I contenuti possono, infatti, variare in relazione alle circostanze (nazionali, regionali o locali), all'identificazione di specifici bisogni e gap, alla struttura del sistema educativo, alle considerazioni culturali e religiose e all'approccio adottato per introdurre l'educazione finanziaria nelle scuole o negli ambienti di lavoro.

Detto questo, si ritiene che per ottenere i migliori risultati una strategia sui contenuti formativi di educazione finanziaria si dovrebbe innanzitutto tener conto nella sua strutturazione dei principi della finanza comportamentale ed essere volta ad agire e modificare i comportamenti economici dei destinatari. I contenuti non dovrebbero pertanto limitarsi a concetti o nozioni, ma impegnarsi anche a migliorare la *financial capability* dei consumatori, favorendo la conoscenza di quei meccanismi cognitivo-emotivi che guidano le azioni in campo economico-finanziario.

Nelle esperienze internazionali descritte, al di là dell'individuazione di alcune tematiche di fondo, il cui valore generale è riconosciuto, i temi e contenuti degli interventi formativi sono declinati sulla base delle esperienze di vita quotidiane e sulle situazioni reali che il cittadino si trova ad affrontare nelle varie fasi della sua crescita. La possibilità di sperimentazione pratica di quanto acquisito negli interventi educativi diventa un aspetto fondamentale nel processo di apprendimento della persona, grazie al quale il soggetto può giungere in modo attivo ad attribuire significato ai contenuti appresi in via teorica. I principali temi affrontati nei tre paesi studiati sono stati: alfabetizzazione al denaro, alfabetizzazione ai prezzi, capacità di pianificare il futuro, gestione di un budget, prevenzione all'indebitamento, educazione previdenziale, comprensione dei prodotti finanziari, diritti dei consumatori.

La principale differenza tra le strategie di Repubblica Ceca, Irlanda e Paesi Bassi va individuata nella diversa priorità assegnata ai target cui rivolgere gli interventi. Nonostante il focus specifico sui target



diversi, tutte le strategie presentate ritengono che, per ottenere, nel lungo periodo, un miglioramento della *financial capability* del sistema paese, l'educazione in età scolastica sia un passaggio obbligato. Le raccomandazioni fornite dall'OCSE e dall'INFE nel recente documento *Guidelines on Financial Education at School and Guidance on Learning Framework* prevedono di sviluppare una strategia nazionale che miri a rendere l'educazione finanziaria parte integrante dei curricula scolastici, ovviamente partendo da un'analisi di quanto già presente sul territorio e del livello di *financial literacy* dei bambini e dei ragazzi. L'educazione dovrebbe iniziare il prima possibile e durare almeno fino alla fine della scuola dell'obbligo. Occorre, inoltre, che l'implementazione sia flessibile e adattabile alle circostanze: creare una materia di educazione finanziaria assicurerebbe che venga dedicato sufficiente tempo al suo insegnamento, ma in molti casi sembrerebbe eccessivo e l'impostazione dei curricula non lo renderebbe praticabile. Per questo motivo, si possono inserire tematiche economico finanziarie in diverse materie; questo permette lo sviluppo di modalità diverse e potenzialmente innovative di collegare la *financial literacy* ad argomenti più familiari per docenti e studenti. La Repubblica Ceca in questo campo rappresenta un esempio interessante: essendo complesso riuscire a modificare i curricula di tutte le scuole, sono stati stabiliti i contenuti e i risultati obbligatori da conseguire e lasciata libertà alle scuole sulle modalità con cui raggiungerli. Si tratta di un metodo efficace, almeno sul breve termine, per diffondere l'educazione finanziaria tra i giovani. Inoltre, la strategia della Repubblica Ceca sarà ancora più completa quando a breve verrà resa obbligatoria l'educazione finanziaria anche nelle scuole primarie.

Per poter inserire l'educazione finanziaria nelle scuole come disciplina curriculare, anche all'interno di materie già previste nei piani di studi, è necessario sviluppare mezzi e metodi efficienti. Occorre pertanto un'adeguata informazione e formazione dei docenti e dello staff scolastico, per creare in loro la consapevolezza dell'importanza dell'educazione finanziaria nel corso di tutta la vita, fornire loro metodi pedagogici per utilizzare le risorse disponibili e sviluppare la loro *financial literacy*. Fondamentale è anche la disponibilità di strumenti di alta qualità ed efficaci, mappando la qualità di ciò che è già presente e selezionando quelli con maggiore utilità, o creandone di nuovi. Devono poi essere previsti incentivi appropriati, ad esempio dando riconoscimenti per il successo (esami regolari per monitorare il progresso o premi), rendendo le questioni finanziarie più chiare e allettanti e focalizzando l'insegnamento nelle scuole sui risultati positivi immediati per gli studenti, i genitori e la comunità.

Principale lacuna riscontrata in tutte le strategie analizzate risulta essere la mancanza di un efficace sistema di valutazione, particolarmente importante soprattutto alla luce di strategie dove vengono fissati gli obiettivi e i contenuti da veicolare e dove viene lasciata libertà sulle modalità con cui i singoli enti possono realizzare le attività formative. Senza un adeguato sistema di monitoraggio è, infatti, possibile che con questo modello si creino disparità molto pronunciate tra le varie offerte formative. Inoltre, la valutazione dell'efficacia degli interventi deve rendere possibili eventuali azioni migliorative e correttive in termini di rispondenza fra la coerenza delle soluzioni sviluppate e la motivazione e i bisogni dei partecipanti.

L'importanza dell'aspetto valutativo è stata recentemente ribadita anche dall'INFE, nella realizzazione della *Guide to evaluating financial education programmes*, guida rivolta a gestori,



educatori e stakeholder coinvolti nella progettazione di programmi di educazione finanziaria, che contiene gli step e i principi alla base di una buona valutazione.

La valutazione è fondamentale per ottenere risultati efficaci. Essa permette infatti di individuare i punti di forza e di debolezza di un progetto garantendo il suo sviluppo e miglioramento in accordo con le necessità e i gap di educazione finanziaria presenti al momento del suo sviluppo. Senza un adeguato metodo valutativo non è possibile ottenere feedback sui risultati raggiunti da un determinato programma, con il conseguente possibile utilizzo di strumenti e contenuti non adeguati per uno specifico target o per una specifica situazione. Una corretta valutazione deve poter permettere di rispondere alle seguenti domande: il progetto ha raggiunto i risultati attesi? Perché alcuni elementi vanno bene ed altri falliscono? Quali cambiamenti sono stati determinati dal progetto? Cosa si potrebbe cambiare del progetto? Qual è il confronto con altri progetti? Quali competenze hanno acquisito i partecipanti?

L'INFE specifica nella guida i principi generali di un'adeguata valutazione: la pianificazione, considerare altre prospettive culturali, pensare ai costi, assicurarsi che la valutazione sia equa, riflessiva e indipendente, scegliere il corretto metodo di valutazione, considerare gli elementi di privacy e di scelta volontaria da parte dei soggetti di partecipare ad un programma di valutazione, comunicare in modo appropriato i risultati, stendere il report sulla valutazione. I tre step chiave individuati sono:

- ⌋ *pianificare*, ossia definire in modo chiaro gli scopi e obiettivi della valutazione, capire di che tipo di valutazione si ha bisogno e scegliere una progettazione, determinare metodi per la raccolta dei dati;
- ⌋ *implementare*, ossia analizzare e interpretare i dati;
- ⌋ *restituire* i risultati e una chiave di lettura per il loro utilizzo.

La creazione di un sistema di monitoraggio richiede che le variabili da controllare siano individuate in fase di programmazione e direttamente collegate agli aspetti già discussi: obiettivi, modelli didattici, strumenti. Il monitoraggio deve avvenire durante tutti gli step di implementazione della strategia e dovrebbe essere in grado di valutare sia risultati a breve termine sia l'impatto a lungo termine. Gli aspetti da monitorare sono molti: l'attuale insegnamento di elementi di educazione finanziaria; la valutazione della rilevanza e dell'impatto dei programmi, del *framework*, dei materiali e della formazione dei docenti; infine la valutazione delle competenze degli studenti attraverso esami formali o valutazioni nazionali ad hoc. Tra gli strumenti di valutazione si possono usare: focus group, interviste informali, esami, osservazioni, indagini, informazioni amministrative, diari, simulazioni.

In conclusione, le tre strategie, elaborate sulle esigenze specifiche dei singoli paesi, potrebbero in qualche modo essere considerate tra loro complementari: la Repubblica Ceca ha puntato soprattutto sull'educazione ai giovani, inserendo obbligatoriamente nel curriculum scolastico queste tematiche; l'Irlanda si è invece concentrata maggiormente sull'educazione del pubblico adulto e dei consumatori, in particolare rivolta a coloro che si trovano in condizioni di rischio indebitamento; i Paesi Bassi mostrano, invece, una strategia più composita, implementata da una varietà molto ampia di enti e soggetti, che intende raggiungere i vari target non attraverso un solo canale, ma cercando di essere più pervasiva attraverso una moltitudine di approcci (nei confronti dei giovani, ad esempio,



l'educazione finanziaria non è veicolata solo attraverso la scuola – dove non è ancora obbligatoria, ma lo diventerà – ma anche attraverso i genitori e i pari). Dall'analisi di queste tre strategie, potrebbe essere identificato un *format generale*, complesso, completo e replicabile, di educazione finanziaria, da poter modellare sulle basi delle specifiche esigenze di ciascun paese o realtà territoriale.



Capitolo III - Educazione finanziaria in Italia: qualcosa “eppur si muove”

di Stefania Farsagli

3.1 Governance dell'educazione economica e finanziaria in Italia tra vecchi e nuovi attori

Gli italiani continuano a sapere poco e male di finanza ed economia. Ad un anno dall'indagine del 2010 e dopo le numerose esperienze messe in campo dai diversi soggetti che, a vario titolo, sono impegnati in questo ambito, un disegno di legge in attesa, una comune consapevolezza dei soggetti istituzionali sulla necessità investire nello sviluppo di una cittadinanza economica diffusa, il livello di preparazione sul tema e la consapevolezza nelle scelte e nei comportamenti economici e finanziari degli italiani non sembrano essere migliorati.

Il nostro Paese, infatti, è solo 44esimo per la diffusione di educazione finanziaria (ha recuperato due posizioni rispetto allo scorso anno) e 39esimo (nell'ultima rilevazione l'Italia si collocava 40esima) per l'educazione manageriale nel ranking del *World Competitiveness Index 2011 dell'International Business School IMD*. L'Italia, inoltre, continua ad essere arretrata non solo nella diffusione generale della cultura finanziaria tra la popolazione, ma anche nella formazione in campo economico e finanziario: il *Global MBA Rankings 2011*, realizzato dal *Financial Times*, ha inclusa nel 2011 solo due rappresentanti italiani tra le prime 100 scuole che si occupano di formazione business e finanza al mondo (SDA Bocconi al 28esimo posto, che recupera ben 7 posizioni, e Politecnico di Milano School of Management al 96esimo)¹³, contro una situazione che in Europa vede distinguersi 3 soggetti francesi, 4 spagnoli, ben 16 inglesi.

Inoltre, una recente indagine DOXA¹⁴ ci racconta di un 50% di giovani compresi tra i 18 e i 29 anni che non sa che cosa è un'obbligazione, di un 42 % che associa la borsa a una scommessa e di un 83% che non sa orientarsi nel risparmio gestito. Tutti i giovani, inoltre, sono lontani dai fondi pensione, perché gli italiani, cominciano a premunirsi per la vecchiaia non prima dei quarant'anni.

Tra i giovani italiani e la finanza, dunque, sembra essersi consumata una frattura: si è infranto il rapporto di partecipazione e di entusiasmo che si pensava di riuscire a costruire con la modernizzazione finanziaria degli anni ottanta e che si era successivamente nutrito delle speranze di prosperità economica e stabilità monetaria suscitate dall'ingresso nell'euro.

Inoltre, l'indagine conferma una generale insufficienza della preparazione nelle materie finanziarie ampiamente diffusa nel nostro paese e dimostra come la percezione dell'utilità del risparmio abbia toccato, nel 2010, il suo picco storico, tanto che, sommando la percentuale degli intervistati che reputa il risparmio “indispensabile” e di chi lo giudica “molto utile”, si raggiunge il 72% del campione. Ciò nonostante, solo il 43% dei capifamiglia dichiara, causa crisi, di essere riuscito a risparmiare.

I partecipanti all'indagine sono preoccupati rispetto al futuro e alla crisi finanziaria: quasi la metà del campione ritiene che la crisi avrà ancora effetti significativi sui bilanci famigliari del 2011 e, se si affronta il tema specifico della pianificazione del futuro, emerge nelle risposte delle famiglie una



sensazione di inadeguatezza: la necessità di integrare i futuri redditi da pensione - o anche di proteggersi dal rischio di disabilità in età avanzata - si scontra con la mancanza di adeguata informazione e comprensione dei principali meccanismi finanziari ed economici e, soprattutto, con la scarsità delle risorse economiche a disposizione. Inoltre, solo il 19% degli intervistati non ha mutato per nulla il proprio tenore di vita, mentre il 21% dichiara che, causa crisi, ha rinviato l'acquisto di una casa, il 38% quello di un'auto e il 44% ha dovuto intaccare i propri risparmi.

Praticamente tutti gli intervistati dicono che il risparmio è utilissimo, ma ben il 53% ritiene di non riuscire a risparmiare e i risparmiatori sono il 47% del campione. Nel rapporto, inoltre, con gli investimenti domina la ricerca della sicurezza: oltre il 58% delle famiglie la colloca al primo posto tra le motivazioni dell'investimento (l'unica vera certezza resta per tutti la casa, che il 65% del campione considera in assoluto la migliore forma possibile di impiego del risparmio), lasciando in secondo piano gli obiettivi di rendimento, rivalutazione del capitale, liquidabilità dell'investimento. È un atteggiamento che non ha età: anche tra i giovani, l'esigua percentuale di chi riesce ad investire considera la ricerca della sicurezza il proprio target principale.

Ciò è comprensibile soprattutto perché sembra essere piuttosto diffusa la disinformazione e l'incapacità di comprendere cosa accade e di scegliere consapevolmente. L'82% del campione, infatti, dedica non più di un'ora alla settimana a informarsi sull'economia e gli investimenti e, in generale, i risparmiatori preferiscono scegliere su suggerimento di qualcuno o non farlo proprio, delegando a qualcun'altro, piuttosto che scegliere in maniera informata e consapevole. Ciò determina un saldo tra la percentuale di coloro che si dichiarano interessati e non interessati agli argomenti di informazione economica e finanziaria piuttosto negativo (-36,9).

Tuttavia, guardando alla situazione finanziaria delle famiglie italiane questa appare, nel complesso, più solida ed equilibrata di quella dei maggiori paesi avanzati, in linea con una tradizione italiana consolidata di propensione al risparmio, più elevata rispetto alle altre economie mature. Nel 2010, infatti, il totale delle attività finanziarie detenute dalle famiglie ammontava in Italia a 3,4 volte il loro reddito disponibile. È un valore ampiamente superiore a quello di economie a noi più simili, come Francia e Germania (2,9 volte), o rispetto alla media dell'area euro (3 volte). I debiti finanziari erano pari, a fine 2010, al 66% del reddito disponibile, in aumento rispetto all'inizio del decennio, ma di gran lunga inferiori alle percentuali riferite ad area euro (99%), Regno Unito (150% circa) e Stati Uniti (120%).

È chiaro, dunque, che l'educazione finanziaria sia, in Italia, uno degli investimenti più importanti e più urgenti da avviare, e ne sono dimostrazione i diversi (n.5) disegni di legge presentati sul tema - unificati lo scorso anno in un Disegno di Legge ancora fermo presso la Commissione Industria del Senato¹⁵ - concordi nell'affermare la necessità di avviare un processo formativo che elevi la *financial capability* dei nostri connazionali e di creare un sistema di coordinamento delle varie iniziative di educazione finanziaria che faccia capo agli attori del sistema economico finanziario italiano, ovvero le istituzioni politiche, finanziarie, le associazioni di consumatori, ecc.

In particolare, il Ddl prevede una larga cabina di regia (Comitato per la programmazione e il coordinamento) istituito dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, di concerto con i Ministeri dello sviluppo economico, del Lavoro e delle Politiche sociali, dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca,



che comprenda anche: i rappresentanti delle regioni, del Senato, della Camera, della Commissione o Parlamento europeo, del mondo accademico, delle associazioni nazionali e degli enti accreditati per l'attività di formazione degli adulti, delle associazioni dei consumatori, dell'industria finanziaria (ABI, ANIA) e dei rappresentanti delle Autorità di vigilanza (Banca d'Italia, ISVAP, COVIP, CONSOB). Tale organo dovrebbe fungere da cabina di regia e concertazione di tutte le iniziative messe in campo nel nostro Paese.

Un paese come l'Italia non ha una popolazione con un livello adeguato di conoscenze finanziarie ed economiche, capace di prendere decisioni pacate e non avventate, consapevole di rischi e possibilità insiti in qualsiasi scelta in campo economico e finanziario. Tuttavia, fa ben sperare il fatto che gli investimenti e le iniziative sul tema, da parte dei soggetti pubblici e privati, sono ancora molto numerose e sembrano essere aumentate rispetto allo scorso anno. In particolar modo, possiamo asserire che l'indagine di quest'anno rileva come i soggetti già impegnati in attività di educazione finanziaria di giovani ed adulti abbiano generalmente replicato le loro iniziative, spesso modificandone alcuni elementi, e che vi siano molti soggetti che hanno avviato nuovi programmi, sensibilizzati dai numerosi dibattiti su questo tema.

Da rilevare anche l'impegno diretto del MIUR (che ha attivato un progetto pilota con Banca d'Italia) e l'impegno degli Uffici Scolastici Regionali e Provinciali che hanno dato supporto ad iniziative di diverso genere collaborando con i soggetti privati, con i quali hanno firmato dei Protocolli operativi dando vita a dei veri e propri "modelli regionali" di educazione finanziaria (è il caso dell'attività avviata dal Consorzio PattiChiari nelle Regioni Calabria e Marche). Ciò anche al fine di preparare i giovani in età scolare al test PISA 2012, che prevedrà un nuovo modulo utile a valutare, accanto alle tre competenze note (lettura, matematica e scienze), anche le competenze finanziarie che si suppone debbano essere possedute dai 15enni. A questa nuova parte dell'indagine PISA hanno finora aderito 19 Paesi tra cui l'Italia (Albania, Australia, Belgio, Brasile, Cina, Colombia, Croazia, Repubblica Ceca, Estonia, Francia, Ungheria, Israele, Italia, Lettonia, Nuova Zelanda, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Stati Uniti).

Al di là dell'introduzione della valutazione sulla *financial literacy* nelle scuole, volta a spingere i diversi governi nazionali a coordinarsi al fine di rendere l'educazione finanziaria ed economica parte integrante del percorso scolastico dei giovani, ciò che appare significativo è la definizione di educazione finanziaria contenuta nel PISA 2012 *Financial Literacy Framework* che evidenzia come quest'ultima non sia solo legata all'alfabetizzazione, quindi all'apprendimento di conoscenze e concetti, ma anche all'acquisizione della consapevolezza dell'ambiente finanziario, economico e matematico che circonda l'individuo. Nel dettaglio, definisce il processo di alfabetizzazione finanziaria: *la conoscenza e comprensione dei concetti finanziari e la capacità, la motivazione e la fiducia nell'applicare questa conoscenza e comprensione in modo da prendere decisioni efficaci in un range di contesti finanziari, per migliorare il benessere finanziario degli individui e della società, e per favorire la partecipazione all'attività economica.*

In altri termini: una scelta corretta in campo finanziario-economico è una scelta che nasce sì da una selezione di un nutrito gruppo di informazioni possedute e ricercate, ma è strettamente legata alle competenze maturate e alla capacità di applicare le conoscenze acquisite.



È, dunque, ormai riconosciuta a livello internazionale non solo la necessità di ridurre la disinformazione, ma anche di sviluppare i processi cognitivi, le capacità e le competenze che permettono di comprendere il mondo economico e di padroneggiare quegli aspetti emotivi e psicologici che influiscono sulle scelte finanziarie. E l'educazione economica diventa un possibile strumento per contribuire non solo al benessere individuale, ma anche a quello sociale.

E', quindi, naturale agire al fine di fornire alle persone e, in particolare ai giovani, conoscenze e stimoli che le mettano in grado di prendere decisioni più consapevoli. Soprattutto tenendo presente che, secondo l'indagine DOXA precedentemente citata, i giovani compresi fra i 18 e i 29 anni, non mostrano alcun interesse per le tematiche in questione, né hanno sviluppato una cittadinanza economica o una, seppur minima, confidenza con questi temi. In una scala da 1 a 5, infatti, oltre il 50% degli intervistati si colloca nei due gradini più bassi per quanto riguarda l'interesse verso gli argomenti di natura economica, e solo il 3% si dichiara molto interessato. La situazione è ancora peggiore se consideriamo l'interesse verso il mondo della finanza (mercati, borsa, investimenti), forse anche per la maggiore complessità degli argomenti: il 67% si dichiara poco interessato (risposta 1 o 2) e solo il 2,5% molto interessato (risposta 5).

Poco meno della metà degli intervistati risulta finanziariamente indipendente e, tra essi, soltanto il 40% afferma di essere riuscito ad accantonare risparmi nel corso del 2010. È interessante analizzare le motivazioni che hanno spinto i giovani al risparmio:

- ⌋ la casa, con tutti i costi connessi (acquisto, ristrutturazione e arredamento) è la motivazione alla base del risparmio di circa un quinto degli intervistati (fascia di età 25-29 anni);
- ⌋ la preparazione per un futuro matrimonio determina la necessità di accantonare risorse per circa un quarto degli intervistati, tutti appartenenti alla fascia di età 25-29 anni;
- ⌋ la preoccupazione per eventi imprevisti rappresenta un motivo di risparmio per il 39% del campione. Questa paura è forte soprattutto nei giovani della fascia di età 18-24.

Se da una parte, i giovani mostrano una certa avversione al rischio e considerano l'evenienza di eventi imprevisti come un fenomeno a cui far fronte con adeguate contromisure, dall'altro lato, gli intervistati sembrano meno lungimiranti, o meno preoccupati, per quel che riguarda il lungo periodo: solo il 5% (tutti 25-29enni), infatti, risparmia a fini pensionistici.

Riguardo i livelli di conoscenza, la maggior parte degli intervistati non sa quantificare il tempo dedicato settimanalmente all'informazione economico-finanziaria e solo l'1,5% vi dedica più di un'ora alla settimana. Il 51% poi dichiara di aver appreso in famiglia le nozioni su risparmio e investimenti, il 16% lo ha fatto tramite esperienze di vita quotidiana e solo un limitato 7% dichiara di averlo fatto tramite la scuola.¹⁶

Il sistema educativo, dunque, rivela ancora una volta una forte debolezza per quanto riguarda la formazione dei giovani sui temi di natura economico-finanziaria, a cui è necessario rimediare. La mancanza di un processo che sviluppi una vera cittadinanza economica, sembra determinare una situazione in cui l'interesse dei giovani verso le tematiche in questione si sviluppa solo se si concretizzano disponibilità di risparmio e necessità od opportunità di investimento. A quel punto la famiglia e, in subordine, le banche svolgono un ruolo fondamentale nel guidare il giovane in queste



prime scelte. La scuola sembra svolgere ancora un ruolo marginale, addirittura di secondo piano rispetto all'informazione disponibile in internet, nel formare le nuove generazioni sui temi del risparmio e degli investimenti.

Nello scenario educativo odierno, dunque, il rapporto tra scuola ed economia non si configura di certo come un rapporto semplice, lineare e a-problematico. L'educazione finanziaria si intreccia inevitabilmente con quella civico-politica e appare sempre più urgente che l'offerta formativa scolastica venga ripensata, anche in funzione del ruolo assunto dall'economia nell'agire sociale, facendo tesoro delle esperienze didattiche, pedagogiche e di ricerca maturate in Italia e all'estero e di una conoscenza più approfondita delle caratteristiche e dei comportamenti dei giovani.

Per questo motivo, nel nostro paese, a partire dal 2004, sono fiorite iniziative di educazione finanziaria, nate spesso senza un preciso obiettivo formativo e senza una reale corrispondenza tra intenti, target e strumenti didattici.

I diversissimi soggetti scesi in campo, da Banca d'Italia agli Istituti di vigilanza, dalle Associazioni di consumatori agli Istituti Bancari, al Consorzio PattiChiari, dalle Fondazioni bancarie alle Regioni, sembrano aver mantenuto il loro impegno in questo campo, confermando e replicando le loro iniziative, aggiornandole e modificandole in alcuni casi.

Sono stati raggiunti target diversi: in alcuni casi anche gli adulti (il Programma *EduCare* di BNL-BNP Paribas, aggiornato rispetto alla scorso anno con due nuovi seminari, dedicati il primo all'investimento e al risparmio, il secondo all'educazione finanziaria per i figli; il *Progetto di Educazione Assicurativa* di ISVAP¹⁷, *In-formati* di UniCredit Banca; *L'impronta economica Plus* del Consorzio PattiChiari; *Monitorata*, di Assofin, Università degli Studi di Roma Tor Vergata, *Consumer Credit Research Center -CCRC*), ma prevalentemente:

- { i ragazzi degli Istituti secondari di secondo grado (*Economicamente* di ANASF; *L'impronta economica Teens* del Consorzio PattiChiari; *Cultura finanziaria a scuola: per prepararsi a scegliere* di Osservatorio Permanente Giovani-Editori in partnership con Intesa Sanpaolo; *In-formati* di UniCredit Banca; *Conoscere la Borsa*, programma per scuole superiori ed università dell'Associazione delle Casse di Risparmio tedesche, realizzato in Italia attraverso l'adesione delle Fondazioni di origine bancaria e dalle Casse di Risparmio italiane; *Educazione finanziaria: Conoscere per decidere* di Banca d'Italia e MIUR);
- { i giovani delle scuole medie (*L'impronta economica Junior* del Consorzio PattiChiari; *Educazione finanziaria: Conoscere per decidere* di Banca d'Italia e MIUR; *Io&irischi* di Forum ANIA-Consumatori e l'Associazione Europea per l'Educazione Economica AEEE – Italia, *Io e l'economia di Junior Achievement Italia*);
- { i bambini della scuola primaria (*L'impronta economica kids* del Consorzio PattiChiari; il programma di Banca d'Italia e MIUR, *Our community...Scopriamo la insieme* di *Junior Achievement Italia*).

Da questa sintetica carrellata dei più significativi programmi attivi in Italia negli ultimi anni, appare evidente l'interesse dei diversi soggetti del mondo economico a interagire con un target che non ha invece un potere diretto nelle scelte economiche finanziarie: i giovani.



Se sugli adulti si tende ad offrire conoscenze legate al contingente, a scelte immediate, poiché hanno una razionalità assai limitata nel rapportarsi alla gestione del proprio reddito rispetto al ciclo di vita individuale (scarso ricorso allo strumento assicurativo, alla previdenza alternativa, ecc.), i giovani sono considerati un target fondamentale per aumentare il livello di *financial capability* di un paese, al fine di ridurre sensibilmente l'asimmetria informativa su questi temi ed avere fra pochi anni un paese consapevole delle proprie scelte in campo economico e finanziario. I giovani infatti non sono decisori e consumatori completi, non hanno esigenze stringenti, né una vita economica pienamente matura.

Tuttavia, in Italia, pur vivendo immersi in ambienti economici sempre più complessi (maggiori offerte di risparmio, più strumenti finanziari a disposizione, diverse possibilità di investimento, ecc.), dove decidere è sempre più complicato e rischioso, anche se tutti, soggetti istituzionali e non, concordano sull'importanza di agire su tale target e aumentano le iniziative messe in campo, non vi è ancora un programma che inserisca l'educazione finanziaria nei curricula scolastici, che formi i docenti in maniera organica e sistematica, che entri nelle scuole di ogni ordine e grado, che prepari realmente i giovani alle decisioni economiche che interesseranno gran parte della loro vita e contribuisca non solo al benessere individuale, ma anche a quello sociale.

Il dibattito sull'argomento rimane vivace e continua ad emergere la difficoltà di rintracciare una chiara analisi di quanto fatto e dei comportamenti dei consumatori e, di conseguenza, di un modello educativo e formativo condiviso, che coinvolga le scuole e gli adulti, perché, come ben sappiamo l'educazione finanziaria nasce in famiglia (da segnalare, in questo senso, l'apertura ai genitori del sito www.economiascuola.it del Consorzio PattiChiari).

La difficoltà di rintracciare il *one-best-way* di educazione finanziaria, nonostante i numerosi studi in materia, deriva proprio dalla mancanza di omogeneità tra i destinatari e tra i contesti in cui si attuano i diversi programmi. Nel *Quattordicesimo Rapporto sul Sistema Finanziario Italiano* realizzato dalla Fondazione Rosselli, il saggio di Caratelli, Filotto, Naccarato e Nicolini *Non è mai troppo tardi: l'imperativo ergonomico nella financial education* spiega come target con esigenze e contesti culturali, sociali e geografici molto differenti richiedano interventi mirati e calzati su ciascuna specifica condizione, tanto da indurre gli autori a parlare di ricercare una vera e propria "ergonomicità rispetto ai destinatari".¹⁸

Se non è mai troppo tardi, dunque, come costruire il percorso verso un modello di educazione finanziaria che superi le numerose sperimentazioni e i programmi realizzati sulla base dell'iniziativa dei singoli soggetti, senza una programmazione ragionata o un monitoraggio serio e continuato? Come capitalizzare il *know-how* accumulato in questi anni dalle diverse esperienze in termini di riflessione su obiettivi, metodologie, strumenti, target e sistemi di valutazione? Come ridurre il rischio che l'educazione finanziaria diventi uno "strumento di marketing", senza un impatto concreto sugli utenti? Come costruire, sulla base delle informazioni raccolte dalle numerose indagini ed esperienze, una banca dati comune che permetta di creare percorsi formativi modellati sui profili di comportamento/cultura/conoscenza economica degli individui?

La fotografia e l'analisi dell'esistente, realizzata lo scorso anno dalla Fondazione Rosselli con il contributo del Consorzio PattiChiari, appare una preziosa risorsa di informazioni, che è risultata meritevole di un'ampia azione di aggiornamento, al fine di comprendere - anche attraverso il



confronto con i principali programmi di educazione finanziaria internazionali – efficacia, attori in gioco, obiettivi, metodologie didattiche e formative, strumenti utilizzati e, soprattutto, quanto sta cambiando e migliorando in questo campo in Italia.

Come lo scorso anno, sono state coinvolte nell'indagine: Istituzioni ed autorità di vigilanza, Industria bancaria e finanziaria, Scuola, Associazioni di consumatori, Associazioni di imprenditori, il sistema dei media, certi che, per quanto differenti per risultati, strumenti, impostazione, tutte le iniziative portano con sé degli interessanti elementi di riflessione. Sono stati dunque coinvolti:

- { ABI, Consorzio PattiChiari, gli Istituti bancari aderenti;
- { le Fondazioni bancarie;
- { le Associazioni di consumatori;
- { Enti e Associazioni di categoria e Consorzi di varia natura (Confcommercio, ANCI, Confederazione Generale dell'Agricoltura Italiana, Coldiretti, Assofin, ANASF, Confartigianato, Assogestioni, ecc.);
- { Istituzioni;
- { Autorità di vigilanza (Banca d'Italia, COVIP, ecc.);
- { Scuola e Università.

Anche quest'anno questi soggetti sono stati invitati a riflettere sul tema dell'educazione finanziaria e a raccontare dettagliatamente le esperienze più significative messe in campo, se si è trattato di un aggiornamento o di un nuovo programma, o a esplicitare il proprio interesse verso l'adesione ad eventuali iniziative future.

L'indagine, nel dettaglio, è stata arricchita da una commistione di tecniche di indagine:

- { la realizzazione di una indagine CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) su un campione di 1.113 soggetti, che ha previsto la somministrazione di un questionario online, seguito da sollecitazione telefonica;
- { una ricerca desk volta ad individuare le nuove iniziative di educazione finanziaria messe in campo nell'ultimo anno e eventuali aggiornamenti di quelle rilevate nell'ambito dell'indagine dello scorso anno;
- { un panel di interviste in profondità rivolte a soggetti privilegiati.

Tab. 1 - Parametri su cui è stato strutturato il questionario per indagare i modelli di educazione finanziaria

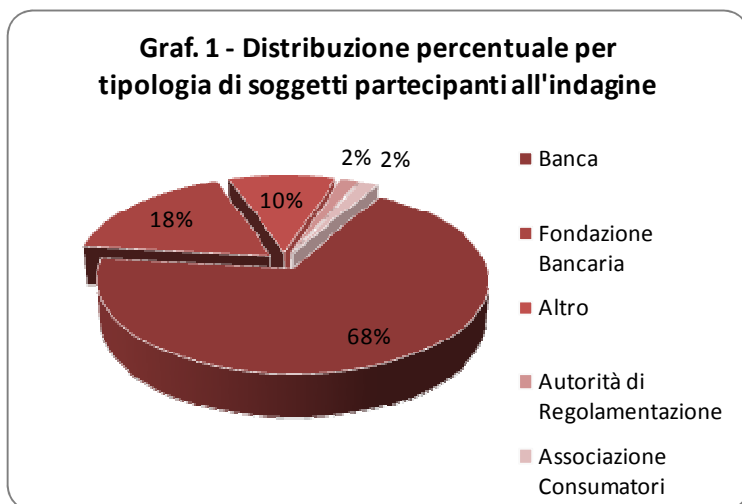
Natura dei finanziamenti	Finalità dell'intervento
Modelli didattici	Struttura e contenuti
Destinatari	Risultati attesi e sistemi di monitoraggio
Strumenti didattici	<i>Governance</i> dell'iniziativa

La maggioranza dei soggetti che hanno risposto al questionario inviato era costituita dalle Imprese bancarie (68%), seguite dalle Fondazioni bancarie (18%) e da Enti e Associazioni di categoria e Consorzi di varia natura (Confcommercio, ANCI, Confederazione Generale dell'Agricoltura Italiana,



Coldiretti, Assofin, ANASF, Confartigianato, Assogestioni, ecc.), dalla Autorità di Regolamentazione e dalle Associazioni dei consumatori.

Seppure il 44% dei soggetti indagati agiscono su tutto il territorio nazionale, il 25% hanno sede principale nel nord Italia, il 19% nel centro, i restanti nel sud e nelle isole. Tale predominanza è comprensibile se si considera che il 68% dei soggetti sono banche, le quali hanno sede legale nel nord Italia e filiali distribuite su tutto il territorio nazionale.

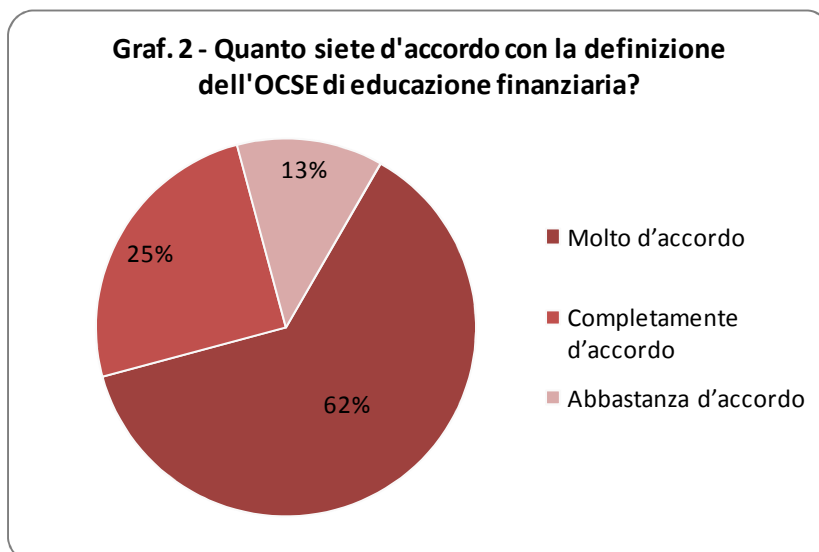


Rispetto all'indagine dello scorso anno, i dati mostrano come, su 117 soggetti del sistema bancario e finanziario, pubblici e privati, rispondenti, la quota rappresentata dalle banche è diminuita del 19%, mentre appare interessante l'aumento della presenza delle Fondazioni Bancarie, che passano dal 5,5% al 18% e degli altri soggetti indagati (Associazioni di consumatori; Enti e Associazioni di categoria e Consorzi di varia natura;

Istituzioni; Autorità di vigilanza), che dunque, mostrano un sempre maggiore interesse ed attivismo su questi temi. L'educazione finanziaria pare divenire sempre più un'attività trasversale e fondamentale per tutti i soggetti che operano a vario titolo in ambito economico e finanziario.

La scelta fatta quest'anno è stata di somministrare al campione di indagine due questionari leggermente differenti, il primo dedicato a quei soggetti che hanno partecipato alla rilevazione lo scorso anno (il 41% dei rispondenti), ai quali sono state chieste informazioni aggiuntive relative a eventuali aggiornamenti dei programmi realizzati, ai risultati raggiunti, alla numerosità delle repliche effettuate delle iniziative messe in campo; il secondo destinato a quei soggetti che partecipano all'indagine per la prima volta quest'anno (59% del totale dei partecipanti).

A questi ultimi, come per la rilevazione dello scorso anno, è stato chiesto, in primo luogo, di condividere con noi la definizione OCSE di educazione finanziaria, allo scopo definire i contorni dell'oggetto dell'indagine. L'educazione finanziaria, infatti, è definita dall'OCSE: *Il processo attraverso il quale i*



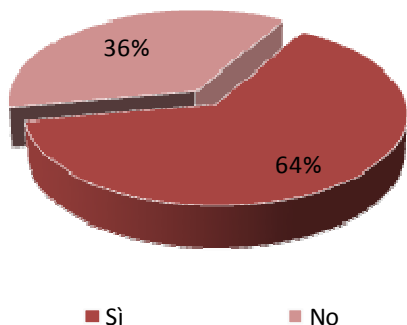
consumatori/investitori finanziari migliorano la propria comprensione di prodotti e nozioni finanziarie e, attraverso l'informazione, l'istruzione e un supporto oggettivo, sviluppano le capacità e la fiducia necessarie per diventare maggiormente consapevoli dei rischi e delle opportunità finanziarie, per effettuare scelte informate, comprendere a chi chiedere supporto e mettere in atto altre azioni efficaci per migliorare il loro benessere finanziario.

Si è chiesto cioè ai soggetti del sistema economico italiano che sono o potrebbero essere direttamente o indirettamente interessati ad attivare percorsi di educazione finanziaria di partire da una comunione d'intenti, ovvero quella di intendere tale processo come uno strumento che metta le persone che devono fare una scelta in campo economico e finanziario nella condizione di farla consapevolmente e con cognizione di causa. L'educazione finanziaria, cioè, come strumento di sviluppo di conoscenza, capacità e attitudini che consentano di esercitare il proprio autonomo giudizio.

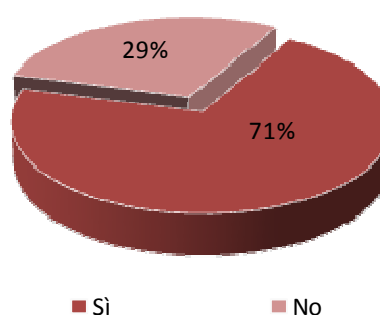
La risposta degli attori in campo è chiara: l'87% sono d'accordo con la definizione dell'OCSE, mentre un 13% rivela una tiepida adesione. Nessuno dei soggetti aderenti all'indagine, come lo scorso anno, contesta tale definizione, poiché è ormai assunto che l'educazione finanziaria è un processo culturale di ampio respiro atto, in primo luogo, ad elevare il livello di cultura finanziaria – e dunque la qualità della vita - di un paese, strettamente legato non solo all'apprendimento di nozioni, ma soprattutto allo sviluppo delle competenze maturate e alla capacità di applicare le conoscenze acquisite.

Tutti i partecipanti all'indagine confermano, anche nel 2011, che gli istituti bancari debbano avere un ruolo riconosciuto all'interno dei processi di educazione finanziaria e nella diffusione della stessa verso tutti i segmenti della popolazione. Il 48% dei soggetti indagati, inoltre, ritiene che l'impegno profuso dall'industria bancaria nelle attività di educazione finanziaria è fondamentale, ma è ormai necessario che tali programmi siano realizzati di concerto con le istituzioni, con la costituzione di una cabina di regia che raccolga le rappresentanze dei soggetti del mondo economico finanziario, nonché dei Ministeri dell'Economia e dell'Istruzione, degli organismi di vigilanza, e indichi delle linee guida comuni, capaci di capitalizzare il *know how* ottenuto dalle precedenti e innumerevoli iniziative.

Graf. 3 - Nell'ultimo anno avete realizzato iniziative di educazione finanziaria?



Graf. 4 - Avete mai realizzato iniziative di educazione finanziaria?



I dati in nostro possesso ci raccontano di un interesse dei soggetti del settore economico e finanziario verso l'educazione finanziaria che non sembra scemare con il tempo, ma anzi cresce grazie alla partecipazione di nuovi soggetti e la realizzazione di nuovi programmi.

In un panorama generale in cui il 67% di coloro che hanno partecipato all'indagine si è cimentato almeno una volta o ha supportato economicamente la realizzazione di un programma di educazione finanziaria nel corso degli ultimi anni, ben il 64% di coloro che lo scorso anno avevano partecipato all'indagine ha confermato l'impegno in questo campo, dichiarando di aver realizzato un'iniziativa anche quest'anno, che, nel 79,5% dei casi, è stata un aggiornamento o replica di un'iniziativa precedentemente avviata e, nel 39% dei casi, di un nuovo programma. Dato interessante, se si pensa che questi soggetti, qualunque sia la loro natura, continuano dal 2004 a manifestare una volontà di incrementare e migliorare i programmi realizzati, pur in una generale assenza di modelli, coordinamento e linee guida.

Il 71% di coloro che hanno partecipato alla rilevazione per la prima volta quest'anno si sono cimentati almeno una volta o hanno supportato economicamente la realizzazione di un programma di educazione finanziaria nel corso degli ultimi anni e il 67% di tali soggetti intende dare continuità e incrementare le iniziative realizzate.

Si tratta, dunque, di un bilancio molto positivo, che conferma il forte interesse per questo tema e la vivacità dei soggetti del settore, mentre rimane molto marginale la quota di coloro che non realizzano iniziative e che non mostrano alcun attenzione verso questa attività educativa. Si tratta di un dato innegabilmente positivo che rispecchia l'interesse di tutti i soggetti verso questa tema, l'atteggiamento pionieristico e la volontà di incrementare e migliorare i programmi realizzati, pur in una generale assenza di analisi preventive, modelli, coordinamento e linee guida.

Si tratta di un panorama amplissimo di esperienze, che continua a coinvolgere un numero altissimo di soggetti giovani ed adulti:

- { circa 24.600 studenti, e 1.264 classi appartenenti a scuole di ogni ordine e grado distribuite in tutta Italia per il programma realizzato da Banca d'Italia e MIUR dal 2008;
- { circa 130.000 studenti dal 2004, di cui 27.600 solo nel 2010-11, per i programmi realizzati o promossi dal Consorzio PattiChiari. Non meno rilevanti i dati dell'anno scolastico in corso, che ha visto l'aggiornamento dei programmi del Consorzio, con l'avvio di una proposta formativa che copre tutti i target, dalle scuole primarie agli adulti, con i seguenti numeri: 85 province coinvolte in tutto il territorio nazionale, 30 istituti bancari di 12 gruppi, 3.323 scuole e 40.000 studenti (stima periodo settembre 2011-maggio 2012), 12 associazioni dei consumatori;
- { 35.000 partecipanti (1 su 5 ha meno di 30 anni), 1800 eventi dal 2009 ad oggi per il programma *EduCare* di BNL-BNP Paribas;
- { 500 educatori volontari (dipendenti della Banca) formati per erogare corsi in 57 province italiane a 6 diversi target (giovani, famiglie, anziani, non profit, immigrati, micro e piccole imprese) per il Programma *In_formati* di Unicredit, lanciato nell'aprile 2011 e che nei primi 4 mesi di attività ha coinvolto 2.000 discenti in 18 diverse province italiane, con 61 corsi erogati per circa 6.600 ore di formazione;

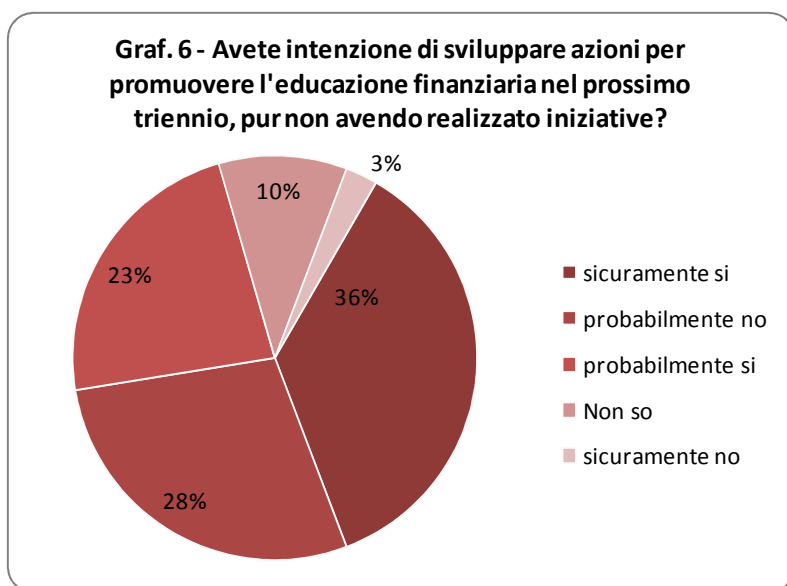


- { 230.000 studenti, a partire dal 2008 fino al 2011, e più di 5800 docenti per il progetto *Cultura finanziaria a scuola: per prepararsi a scegliere* di Osservatorio Permanente Giovani-Editori in partnership con Intesa Sanpaolo;
- { 12 scuole secondarie di I grado del Lazio e della Lombardia per la fase sperimentale del progetto *Io&irischi* di Forum ANIA-Consumatori e l'Associazione Europea per l'Educazione Economica AEEE – Italia.

Il 33% dei soggetti partecipanti all'indagine che non ha realizzato iniziative di educazione finanziaria sostiene di non averlo fatto prevalentemente perché non rientra nella strategia e nella mission dell'ente (28%) o perché non la si considera come una attività prioritaria (16%). Tale dato conferma quanto rilevato nell'indagine precedente, mentre l'aumento della percentuale rispetto allo scorso anno di soggetti che non ha realizzato programmi quest'anno è legato al fatto che ben il 23% dei partecipanti sostiene di aver interrotto le attività per dedicarsi ad un'attività di analisi e valutazione dell'efficacia delle iniziative realizzate.



Calano, invece, rispetto allo scorso anno, in maniera rilevante, le motivazioni legate alla mancanza di risorse organizzative (dal 33% al 5%) e alla convinzione di non essere il soggetto più adatto alla gestione di un'attività formativa in campo economico-finanziario (dal 14% al 5%).



Le difficoltà, però, non fermano l'impegno in questo senso e molti soggetti sembrano volersi comunque cimentare nel settore: il 59% dei partecipanti all'indagine sostiene di essere interessato a



promuovere iniziative di educazione finanziaria nel prossimo triennio.

Il 67% dei soggetti che hanno partecipato all'indagine ha realizzato le iniziative in collaborazione con altri enti.

Nel dettaglio, il 58% (+10% rispetto allo scorso anno) dei partecipanti si è affidato ad altri soggetti per l'elaborazione dei programmi di educazione finanziaria, aderendo ad iniziative non proprie. Il 9% ha progettato e gestito l'iniziativa in collaborazione con altri stakeholder, mentre il 33% degli indagati ha svolto tale attività in completa autonomia. Rispetto allo scorso anno sono diminuite le realtà che hanno impostato l'iniziativa in collaborazione (-19%), preferendo:

- { in parte svolgere tale attività in completa autonomia (+10% rispetto allo scorso anno), come è accaduto, ad esempio, per UniCredit Banca;
- { utilizzare, come già detto, programmi impostati da altri.

In particolar modo, è fondamentale rilevare il forte coinvolgimento degli Istituti Bancari, e dei loro esperti, nella realizzazione dei programmi realizzati e promossi dal Consorzio PattiChiari (*L'impronta economica Plus* per gli adulti, *L'impronta economica Kids* rivolto agli studenti della scuola primaria, *L'impronta economica Junior* per le scuole secondarie di primo grado, *L'impronta economica Teens* per le scuole secondarie di secondo grado).

La tendenza ad affidarsi a soggetti esterni rivela un'evidente esigenza di collaborazione, anche perché non sempre i diversi stakeholder hanno all'interno della struttura le competenze per sviluppare programmi formativi sul tema o hanno la capacità di sviluppare una rete territoriale che coinvolga il mondo delle scuole e le associazioni dei consumatori. Questo spiega il ricorso all'offerta formativa di soggetti considerati *super partes* ovvero: un'Autorità di vigilanza come la Banca d'Italia o di un Consorzio come PattiChiari che unisce 98 banche e Associazioni dei Consumatori. La capacità di questi soggetti di coinvolgere enti istituzionali come il MIUR e attori pubblici e privati di estrazioni differenti nei diversi territori e di progettare un'offerta formativa completa e efficace ha di certo favorito il coinvolgimento delle Direzioni scolastiche regionali, degli Istituti scolastici, delle banche e delle associazioni dei consumatori presenti sui territori.

Da questo punto di vista, appare interessante il programma *Io&irischi* che, pur se ancora in una fase sperimentale, ha previsto la collaborazione di:

- { Forum ANIA – Consumatori, una fondazione promossa dall'Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici (ANIA), che ha l'obiettivo di facilitare il dialogo tra le imprese di assicurazione e i consumatori;
- { Associazione Europea per l'Educazione Economica (AEEE – Italia), un'associazione italiana di docenti di materie economiche, giuridiche ed aziendali che fa parte del network europeo *Association of European Economic Education*, a cui aderiscono associazioni di professori universitari e di insegnanti di scuole secondarie dei diversi Paesi europei, attive nel mondo dell'istruzione e della formazione.

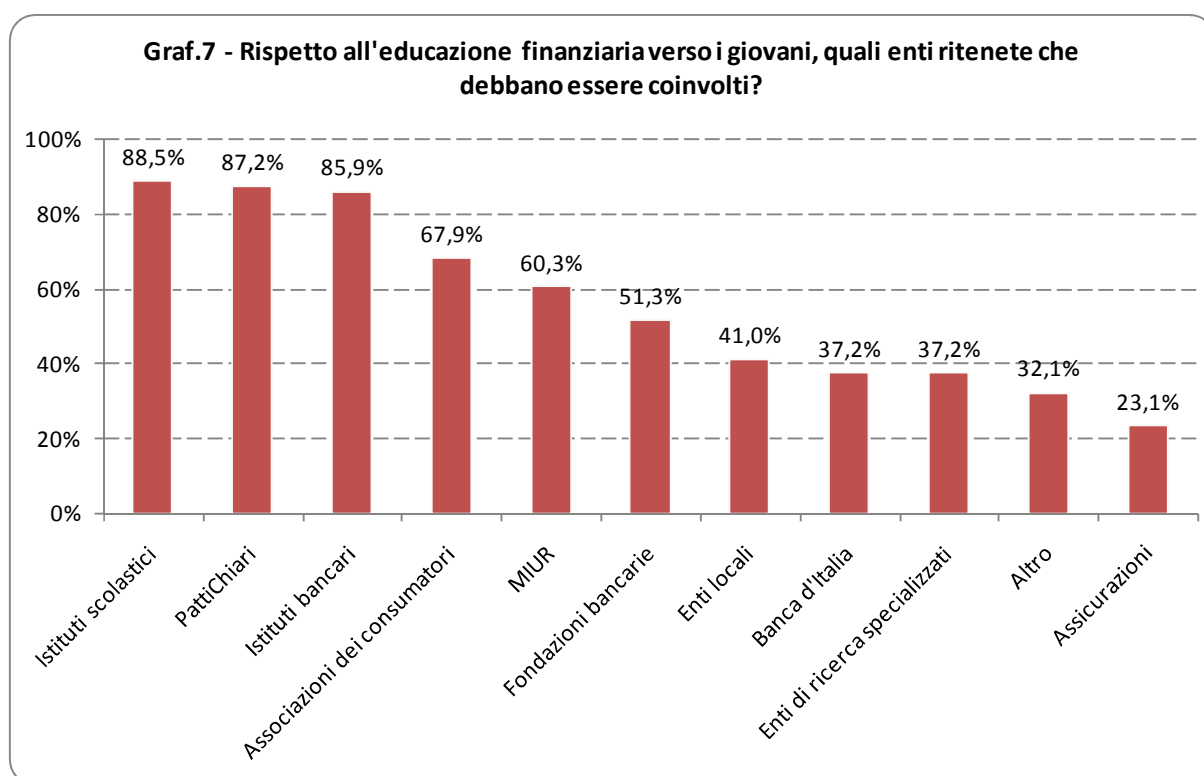
Il programma è stato realizzato nella Regione Lazio e Piemonte grazie alla collaborazione di:



- { Associazione Nazionale Dirigenti Scolastici (ANDIS), che ha coinvolto i dirigenti e i loro istituti nella verifica sul campo del progetto, secondo una collaborazione attiva e partecipata finalizzata a riscontrarne l'efficacia didattica;
- { e con il patrocinio di:
 - o USR Lombardia - Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia, che ha inserito il progetto nel monitoraggio delle esperienze di educazione finanziaria presenti a livello nazionale per mettere a sistema le offerte su questa tematica rivolte alle scuole lombarde;
 - o Agenzia Nazionale per lo Sviluppo dell'Autonomia Scolastica (ANSAS), che ha fornito una importante collaborazione nella messa a punto del Test di valutazione e certificazione delle competenze che conclude il percorso, elaborato sul modello OCSE-PISA 2012, che, come sappiamo, introdurrà la valutazione sulle competenze di educazione finanziaria.

Interessante anche l'iniziativa messa in campo dalla Regione Calabria, attraverso l'USR (Ufficio Scolastico Regionale) e in collaborazione con il Consorzio PattiChiari, Sensi Contemporanei (programma del Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica di cui si avvale il Ministro per i Rapporti con le Regioni e per la Coesione Territoriale), la Fondazione per la scuola della Compagnia di San Paolo e l'industria bancaria (Banca Carime, Banca Monte dei Paschi di Siena, Banca Popolare del Mezzogiorno, Banco di Napoli, UniCredit Banca, le banche di credito cooperativo). L'iniziativa, attraverso l'impegno dell'USR Calabria - Ufficio Scolastico Regionale per la Calabria, ha l'obiettivo di preparare gli studenti in vista dei test PISA 2012 sulla *financial education*.

Il progetto appare significativo soprattutto per la sua capacità di fare *governance* sul territorio, coinvolgendo banche, scuole e istituzioni pubbliche. Già nella sua fase sperimentale, che si svolgerà

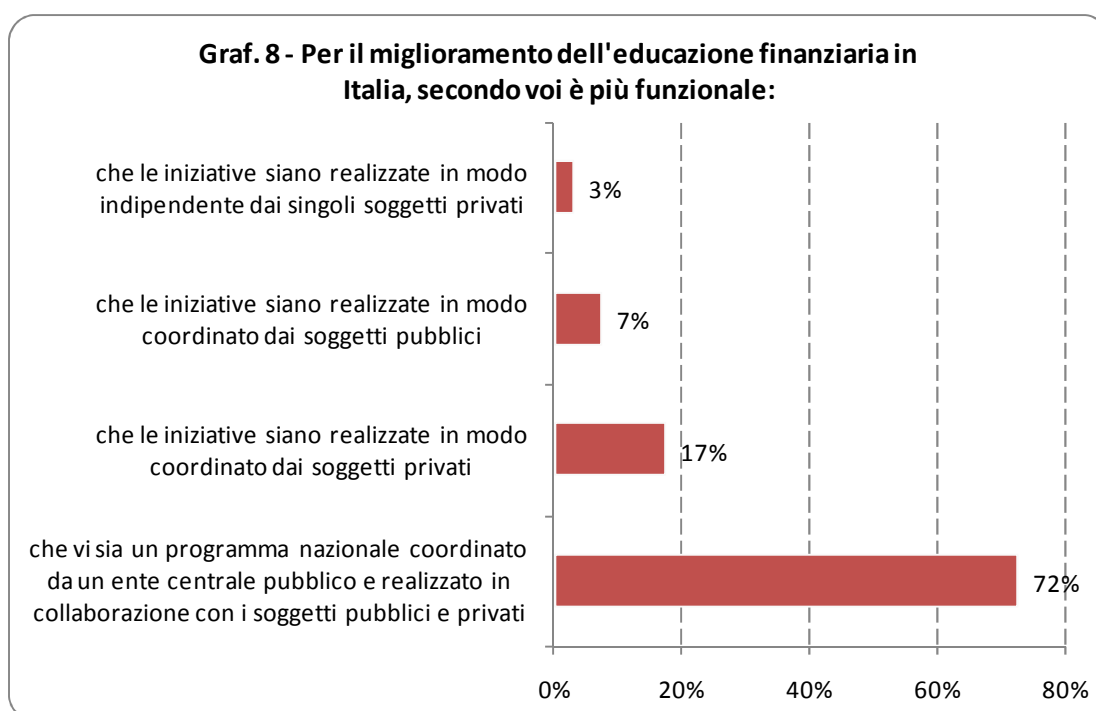


nel periodo ottobre-dicembre 2011, coinvolgerà oltre 10.000 studenti, 402 classi di 43 scuole e 130 insegnanti, 33 comuni. Questa prima fase test anticipa la fase di gennaio-maggio 2012 che coinvolgerà altri 54 comuni e 244 scuole. L'iniziativa partirà in ognuna delle 5 province della Calabria con una giornata di formazione dedicata ai docenti, curata dalla Fondazione per la scuola della Compagnia di San Paolo e dal Consorzio PattiChiari.

E' chiaro che, come rilevato lo scorso anno, le collaborazioni avviate tra diversi soggetti aiutano il settore economico-finanziario privato a mostrare ai consumatori e al mondo scolastico il loro reale interesse ad avviare percorsi formativi che non hanno come obiettivo diretto la vendita o la promozione di prodotti finanziari.

D'altronde tutti i soggetti intervistati ritengono che per realizzare un buon programma formativo di educazione alla finanza e all'economia è necessario un ampio coinvolgimento di differenti soggetti, in primo luogo il mondo scolastico, quindi gli Istituti bancari e il Consorzio PattiChiari, le Associazioni dei consumatori, gli enti locali e le Autorità di vigilanza.

Ben il 72% dei soggetti indagati ed impegnati in attività di educazione finanziaria è d'accordo con l'idea che sia necessario un programma nazionale coordinato da un ente centrale pubblico e realizzato in collaborazione con i soggetti pubblici e privati.



A conferma di ciò, l'82% (+8% rispetto al 2010) delle iniziative è stata svolta presso le sedi dei target destinatari delle attività formative (es. scuole, aziende, ecc.), mentre solo il 30% presso le sedi dell'azienda/ente/associazione. Tale dato si spiega sia in relazione alla prevalenza del target giovane, sia a causa del fatto che gli Istituti bancari (che rappresentano la maggior parte del campione) hanno oggettive difficoltà a richiamare il pubblico all'interno delle proprie sedi e acquisire la loro fiducia rispetto alla finalità esclusivamente formativa dell'iniziativa (e non commerciale).



Inoltre, i soggetti coinvolti nell'indagine hanno realizzato iniziative rivolte prevalentemente ad un pubblico allargato di clienti potenziali, giovani e meno giovani (82% del totale), limitando in maniera evidente, rispetto allo scorso anno, le iniziative rivolte alla propria clientela (si passa dal 44% all'8%), con una conseguente maggiore complessità nel processo di comprensione delle esigenze dei diversi segmenti e, specie nei casi in cui sono stati coinvolti i ragazzi, nel progettare adeguatamente didattica, obiettivi formativi, strumenti, temi per dialogare con loro.

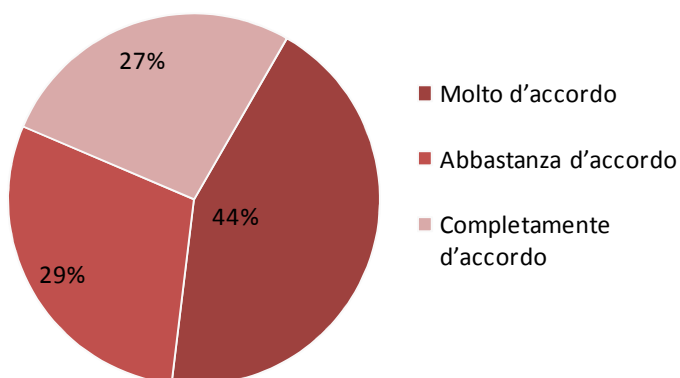
Per concludere, negli enti che non avevano aderito all'indagine lo scorso anno e partecipano per la prima volta si conferma la mancanza, all'interno della maggior parte delle strutture organizzative, di un'area dedicata allo studio, all'elaborazione e alla realizzazione di programmi di educazione finanziaria (il 53% non ne possiede una).

3.2 Modelli didattici, strumenti, target: scelte strategiche italiane

A tutti i soggetti partecipanti all'indagine dello scorso anno che hanno deciso di aderire anche quest'anno e hanno realizzato iniziative rivolte al target giovani è stato chiesto di esprimersi sulla definizione di alfabetizzazione finanziaria contenuta nel *PISA 2012 Financial Literacy Framework*, che definisce l'alfabetizzazione finanziaria come: *la conoscenza e comprensione dei concetti finanziari e la capacità, la motivazione e la fiducia nell'applicare questa conoscenza e comprensione in modo da prendere decisioni efficaci in un range di contesti finanziari, per migliorare il benessere finanziario*

degli individui e della società, e per favorire la partecipazione all'attività economica.

Graf. 9 - Quanto siete d'accordo con la definizione dell'OCSE di alfabetizzazione finanziaria, contenuta nel PISA 2012 financial literacy framework ?



Tutti i soggetti intervistati hanno affermato di essere d'accordo con tale definizione e, dunque, di considerare necessario fornire ai cittadini adulti e ai giovani conoscenze e stimoli che li mettano in grado di prendere decisioni più consapevoli e non solo di trasferire loro nozioni e concetti.

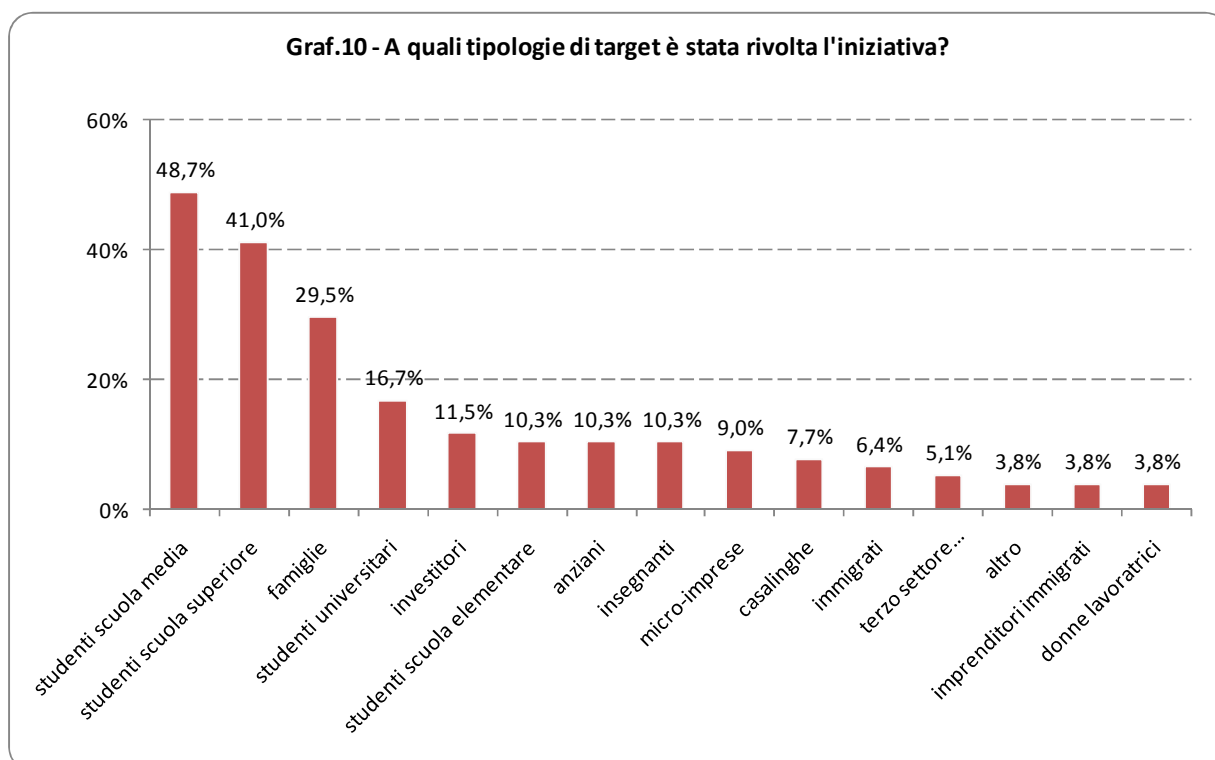
Le iniziative indagate sono rivolte ad un target composto prevalentemente da studenti di scuola secondaria di I e di II grado, nulla di nuovo rispetto allo scorso anno, se escludiamo un discreto aumento dell'interesse verso il target famiglia: si passa, infatti dal 6% al 29,5%.

Mostrano, inoltre, un discreto aumento rispetto allo scorso anno gli studenti universitari, che fanno registrare un +12,7%, grazie anche al programma *Conoscere la borsa*, iniziativa dedicata a scuole superiori e università dell'Associazione delle Casse di Risparmio tedesche, realizzato in Italia attraverso l'adesione delle Fondazioni di origine bancaria e dalle Casse di Risparmio italiane; il target degli investitori (+6,5%); gli insegnanti; gli anziani; le microimprese. Gli studenti della scuola primaria,



invece, decrescono (-4,7%), nonostante il consueto impegno di Banca d'Italia, mentre raggiunge percentuali significative il target delle casalinghe (+4,7% rispetto allo scorso anno) e degli immigrati (+3,4%).

I soggetti del mondo economico e finanziario sembrano aver diversificato le categorie di destinatari dei propri interventi, mostrando un più o meno stabile interesse verso il mondo della scuola secondaria (aumenta la quota degli istituti di scuola media a discapito delle superiori), e intensificando, invece, l'interesse verso i consumatori adulti, con particolare riferimento alle famiglie, agli insegnanti, agli anziani, agli immigrati, alle imprese.



L'incremento dell'interesse verso le famiglie è dovuto alla crescente consapevolezza che è necessario educare i giovani sia a scuola che a casa, poiché è ormai opinione diffusa che il comportamento dei genitori suggerisca ai figli una certa visione del mondo, dei soldi, del modo di gestirli, del loro ruolo e anche delle loro capacità e quando si affrontano queste situazioni si fa, magari inconsapevolmente, educazione finanziaria. Questo rende le famiglie un target interessante: i comportamenti proposti dai genitori devono essere coerenti tra di loro, perché imporre delle regole difformi le rende inefficaci; le scelte dei figli devono anche essere coerenti con il comportamento dei genitori e con lo stile di vita della famiglia; è difficile che i ragazzi imparino a risparmiare se vedono i genitori comportarsi diversamente.

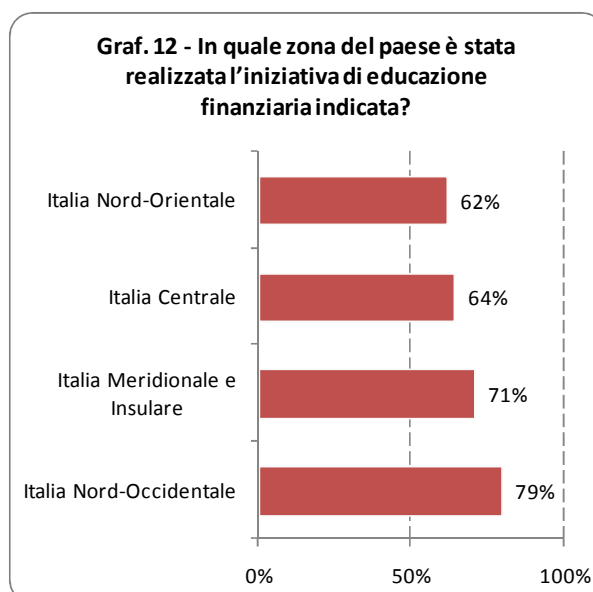
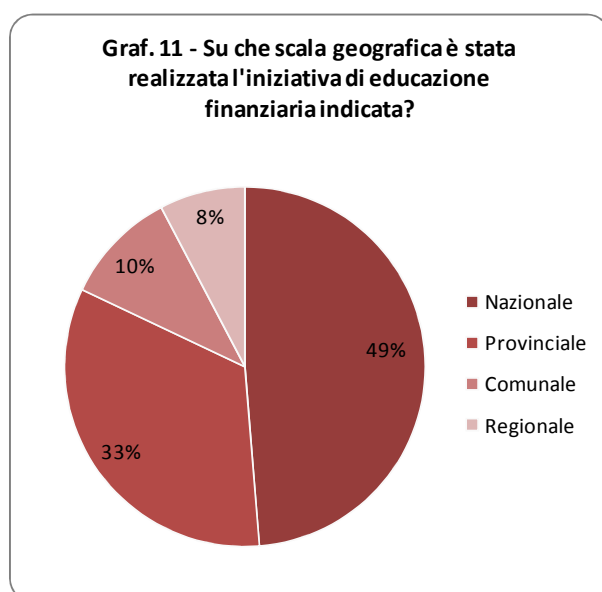
Secondo uno studio recente,¹⁹ addirittura cenare sempre insieme (invece che mangiare per conto proprio, in base alle proprie esigenze) rappresenta un modo per trasmettere ai figli la capacità di autoregolarsi e, quindi, una maggiore capacità di risparmiare. Questo studio suggerisce anche che se una famiglia è capace di autoregolarsi e ha la possibilità di farlo (magari non si cena insieme perché il lavoro non lo consente), i figli hanno comportamenti più virtuosi. Più in generale, su questo tema, Janet Bodnar²⁰ (giornalista autrice di libri sull'educazione finanziaria, considerata tra le più esperte



sul tema) nota come il comportamento dei figli sarà, quasi inevitabilmente, ispirato a quello dei genitori, considerazione che ha una valenza ovvia e più generale, per molti comportamenti. Se allarghiamo lo sguardo, alcuni psicologi sostengono che anche i figli che contestano i valori familiari e se ne allontanano, lo fanno a partire da quegli stessi valori, che diventano, così, comunque fondamentali.

A conferma di quanto detto l'Istituto bancario BNL-BNP Paribas, nell'ambito del programma *EduCare*, iniziativa che riserva una particolare attenzione agli adulti, ha ampliato la propria offerta formativa realizzando due nuovi seminari. Il primo, dal titolo *Consumo, Risparmio ed investimento*, ha l'obiettivo di riflettere su alcune caratteristiche psicologiche degli esseri umani e sull'impatto di queste caratteristiche sulle scelte economiche e finanziarie, in modo da stimolare i partecipanti ad una maggiore consapevolezza sui propri desideri, gusti e obiettivi. Il secondo, *Educazione finanziaria per i genitori*, ha l'obiettivo non di fornire regole da seguire nell'educazione economica dei propri figli, ma di dare indicazioni, stimoli e suggerimenti, da adattare alla situazione di ciascuno (considerando le proprie caratteristiche e quelle dei figli) e dare consigli su come insegnare ai giovani a rapportarsi con il denaro. I principali argomenti trattati sono: i giovani, le scelte economiche e finanziarie e l'economia contemporanea; la paghetta; tenere un budget; il risparmio e il futuro.

L'indagine di quest'anno rileva una discreta riduzione delle iniziative attivate su scala provinciale (-11%), mentre rimangono stabili le iniziative regionali e aumentano del 2%, raggiungendo il 49% del totale, le iniziative che coinvolgono l'intero territorio nazionale. Crescono, infine, dell'8% le attività sul tema realizzate nei comuni.



Come rilevato anche lo scorso anno, se le banche realizzano iniziative su tutto il territorio nazionale, pur prediligendo iniziative circoscritte territorialmente e non realizzate su larga scala, le Fondazioni Bancarie, invece, sono attive prevalentemente su base locale (comunale e provinciale), mentre le altre associazioni e consorzi preferiscono azioni che coinvolgano tutto il territorio nazionale.

Vi è, inoltre, rispetto al 2010, una certa uniformità nel dato che rileva l'area in cui insistono i programmi di educazione finanziaria realizzati. Seppur con una lieve prevalenza dell'Italia nord-



occidentale (79%) e Meridionale-Insulare (71%), in crescita rispetto allo scorso anno, le iniziative vengono sviluppate prevalentemente su tutto il territorio nazionale.

Come indicato in precedenza, il 53% dei soggetti partecipanti non possiede una struttura specifica dedicata allo studio e allo sviluppo di programmi di educazione finanziaria, pur tuttavia manifestandosi una tendenza di tutti i soggetti a strutturare la propria organizzazione al fine di avere un'area che si occupi di tale tema.

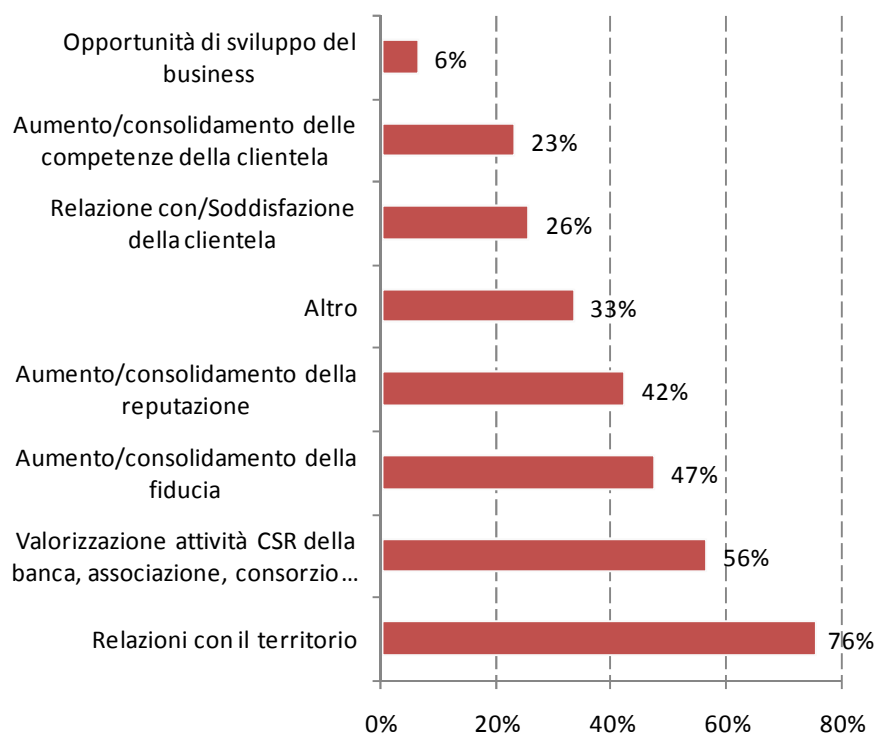
La mancanza di una struttura dedicata chiarisce e sostanzia, nel caso non ci si limiti a sostenere finanziariamente le iniziative, la necessità di attivare *expertise* specifiche esterne all'azienda (47% dei casi), che possano eventualmente supportare gli esperti interni (39% dei casi). Solo il 14% dei soggetti intervistati ha utilizzato esclusivamente forze interne.

Il crescente ricorso a risorse esterne rispetto allo scorso anno (+20%), e la conseguente riduzione dei programmi sviluppati da *expertise* interne all'azienda, è comprensibile considerando la maturità del dibattito sull'educazione finanziaria, che ha ormai chiarito la necessità di considerare, a valle della progettazione dell'iniziativa, la letteratura in materia, le caratteristiche dei target, adeguati sistemi di valutazione, efficaci modelli e strumenti didattici. Le risorse esterne, infatti, utili in questo campo non afferiscono solo all'area economico-finanziaria, organizzativa e comunicativa, ma anche a quella educativa e psicologica.

Tuttavia, vi sono alcuni soggetti che hanno impegnato molte risorse, organizzative e finanziarie, per formare esperti interni ed utilizzarli per l'erogazione dei corsi. UniCredit Banca, in particolar modo, per il programma *In-formati*, partito ufficialmente a marzo 2011, ha formato, fino ad oggi, 500 educatori, al fine utilizzarli nell'erogazione dei corsi proposti in 57 province italiane.

E' chiaro che queste scelte sono legate alla motivazione per cui, nella maggioranza dei casi, sono fiorite tutte le iniziative: ben il 76% dei

Graf. 13 - Quali sono le motivazioni che hanno portato la vostra banca, associazione, consorzio, ecc. ad attivare l'iniziativa di educazione finanziaria indicata?

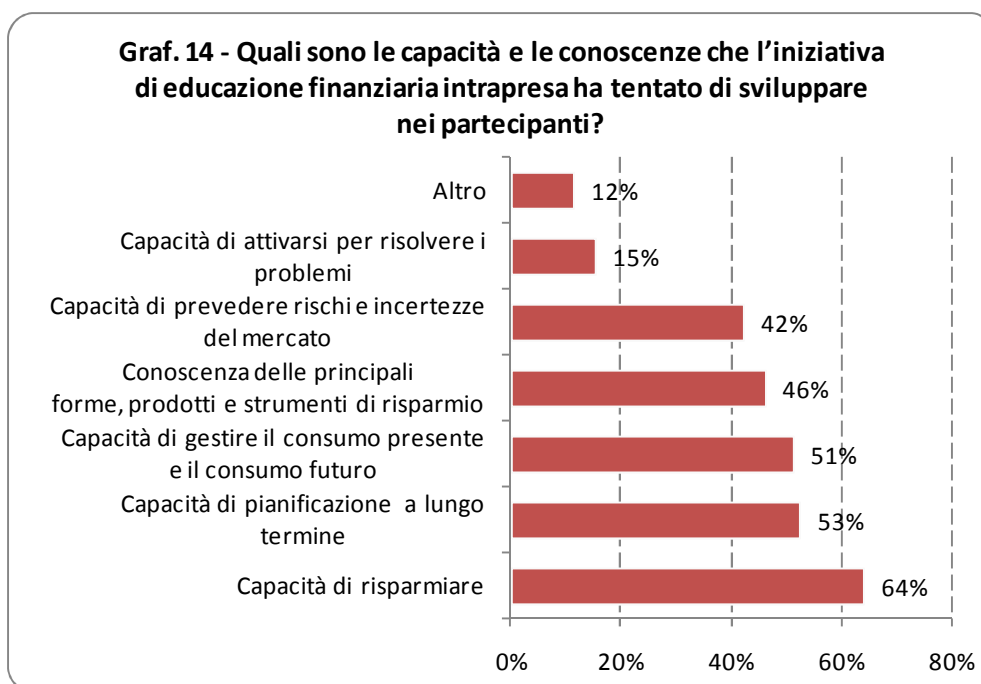


soggetti intervistati dichiara che sta realizzando un'iniziativa di educazione finanziaria per motivi legati essenzialmente al miglioramento del rapporto con il territorio (74%), alla valorizzazione dell'attività CSR del proprio ente (56%), all'aumento/consolidamento della fiducia dei clienti (47%).

Rispetto all'indagine condotta lo scorso anno, è dato maggior rilievo al rafforzamento del legame con il territorio (+ 26% rispetto allo scorso anno), mentre rimangono stabili l'aumento e consolidamento della reputazione (47% dei casi) e della fiducia dei clienti (42%). Interessante la crescente attenzione degli istituti bancari per la *Corporate Social Responsibility (CSR)*, che sempre di più viene ricondotta alle attività di educazione finanziaria ed economica, nell'ambito di un generale accrescimento dell'importanza della responsabilità sociale d'impresa nel processo di sviluppo di una cittadinanza economica della popolazione.

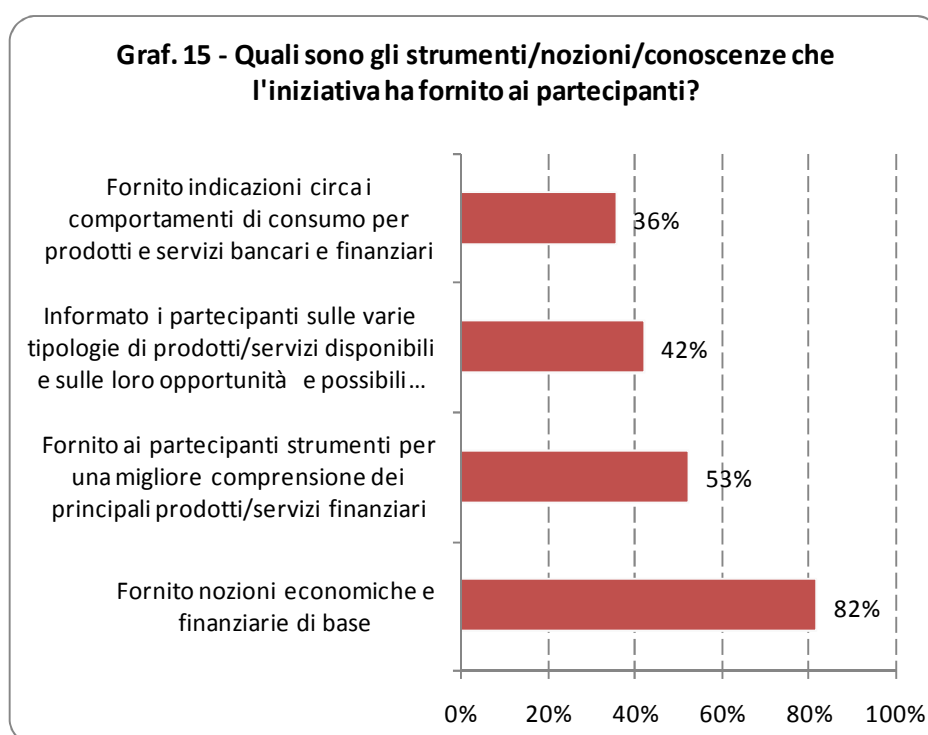
Cambiano, invece, gli obiettivi formativi delle iniziative messe in campo in questo ultimo anno: i programmi nel 2011 hanno tentato di sviluppare nei partecipanti prevalentemente la capacità di risparmiare (64%, +28% rispetto alla rilevazione del 2010), la capacità di pianificazione a lungo termine (53%, +18% nel 2011), la capacità di gestire il consumo presente e il consumo futuro (51%, +26% nel 2011). Cresce anche l'obiettivo formativo di sviluppare la capacità di prevedere i rischi e le incertezze del mercato (+28%), mentre diventa marginale rispetto al 2010 (15% del 2011 contro il 40% dell'anno precedente) l'obiettivo di sviluppo nei partecipanti della capacità di attivarsi per risolvere i problemi.

Tuttavia, anche quest'anno i soggetti attuatori di iniziative di *financial educational* dichiarano di aver fornito ai partecipanti semplicemente nozioni economiche e finanziarie di base. Con percentuali simili all'indagine dello scorso anno, infatti, in risposta alla domanda che indagava le informazioni/nozioni/conoscenze che i programmi hanno veicolato, ben l'82% dei soggetti afferma di aver fornito ai partecipanti, in primo luogo, nozioni economiche e finanziarie di base, accompagnate, solo nel 53% dei casi, da informazioni volte a favorire una migliore comprensione dei principali prodotti/servizi finanziari.



A tali percentuali si aggiunge un 42% di soggetti che hanno tentato di informare i partecipanti sulle varie tipologie di prodotti/servizi disponibili e sulle loro opportunità e possibili rischi, mentre solo il 36% dei partecipanti all'indagine ha cercato, con i propri corsi, di fornire indicazioni circa i comportamenti di consumo in campo economico e finanziario, pur rilevando una lieve crescita di tale quota, che fa registrare il +10% rispetto allo scorso anno.

E' chiaro, dunque, che tutti i soggetti abbiano più facilmente ragionato in termini di prodotti e servizi, e dunque di riduzione dell'asimmetria informativa, piuttosto che in termini di comportamenti e autonomia di azione in campo economico finanziario. Sembra evidente inoltre che si tenda, in generale, a pensare che basti divulgare alcune nozioni economiche di base per riuscire ad agire e, dunque, migliorare i comportamenti finanziari delle persone.

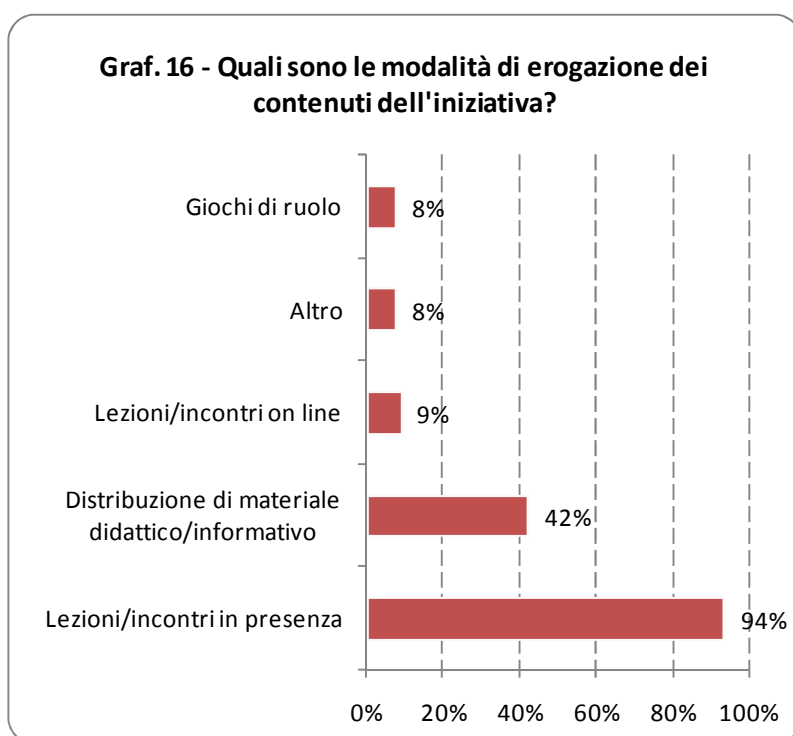


A tal riguardo, appare significativa la sperimentazione del programma *EduCare* di BNL-BNP Paribas che, come si è già detto, ha ampliato la propria offerta formativa realizzando, con il supporto scientifico della Fondazione Rosselli, due nuovi seminari, di cui uno, *Consumo, Risparmio ed investimento*, con l'obiettivo specifico di non dare indicazioni su come investire, ma piuttosto quello di riflettere su alcune caratteristiche psicologiche degli esseri umani e sull'impatto di queste caratteristiche sulle scelte economiche e finanziarie, in modo da stimolare i partecipanti ad una maggiore consapevolezza sui propri desideri, gusti e obiettivi. Per il raggiungimento di tale obiettivo formativo, il seminario ha sviluppato i seguenti argomenti: i conti mentali (il concetto del valore dei soldi, ecc.); la probabilità, il rischio e l'incertezza; l'avversione al rischio; l'eccessiva fiducia in sé stessi (*overconfidence*); la diversificazione degli investimenti; alcuni consigli utili su quando e come ricorrere agli esperti sul tema.



Inoltre, appare utile in questa sede citare l'esperienza messa in campo dalla Fondazione Rosselli con il sostegno della Fondazione Roma Terzo settore²¹, che ha realizzato nel 2011 il percorso formativo sperimentale di educazione economico-finanziaria *Educare i giovani alla finanza e alle scelte di risparmio consapevoli*. L'iniziativa ha coinvolto 200 studenti del III e del IV anno delle scuole secondarie di II grado della città di Roma e le loro famiglie, con i seguenti obiettivi:

- { far conoscere ai giovani decisori i meccanismi cognitivo-emotivi che guidano le decisioni - che, normalmente e per definizione, sono opachi - e le potenzialità e i limiti cognitivi delle procedure utilizzate in campo economico e finanziario;
- { aiutare i giovani, futuri consumatori di servizi finanziari, a compiere scelte responsabili e consapevoli nelle aree del risparmio, dell'investimento e dell'indebitamento, limitando il rischio di essere vittime di inganni e di frodi.



Attraverso un percorso che ha previsto 5 moduli formativi per complessive 32 ore di lezione, una simulazione e un test di valutazione finale volti a misurare l'applicazione corretta o scorretta da parte dei discenti dei concetti esposti durante il corso, sono stati affrontati con docenti, studenti e famiglie temi differenti: dal valore dei soldi alla comprensione da parte dello studente dei meccanismi cognitivo-emotivi alla base della percezione del benessere e dell'avversione alla perdita; dalla valutazione del rischio nelle scelte economico-

finanziarie alla comprensione della differenza fra consumo presente e consumo futuro, ai meccanismi cognitivi che sono alla base della valutazione dei costi sommersi e dei costi opportunità.

Piuttosto complete dal punto di vista dei temi trattati appaiono anche le iniziative del Consorzio PattiChiari che, come si è già spiegato, ha rinnovato il proprio intervento formativo realizzando la collana *L'impronta economica* declinata su quattro diversi target: scuola primaria, scuola secondaria di I e II grado, adulti. Ad ogni target sono stati dedicati approfondimenti su temi ben specifici, ovvero:

- { per la scuola primaria: valore del denaro; il lavoro e il guadagno; le tasse; l'utilizzo consapevole del denaro; il risparmio; la banca; i sistemi di pagamento;



- { per la scuola secondaria di I grado: il flusso del denaro e la gestione dei risparmi, i consumi consapevoli, il funzionamento delle banche e i sistemi di pagamento, le funzioni della finanza e il ruolo delle assicurazioni;
- { per la scuola secondaria di II grado: il rapporto con il denaro e la sua gestione, gli strumenti di pagamento e l'interazione con la banca, l'imprenditorialità, la gestione del proprio futuro economico attraverso il risparmio e la previdenza;
- { per gli adulti: bilancio familiare e sovra indebitamento, servizi bancari e sistemi di pagamento, risparmi e investimenti.

Tutti i programmi vengono erogati attraverso un modello didattico che prevede la verifica delle conoscenze iniziali dei destinatari (test iniziale) e una fase di apprendimento empatico, seguita da una fase di apprendimento nozionistico, opportunamente mescolata ad un momento di apprendimento esperienziale (laboratorio), per concludersi con la verifica delle conoscenze acquisite e dello spostamento di percezioni/atteggiamenti nei destinatari (test finale).

Piuttosto interessante, infine, l'approccio tematico utilizzato dal programma *Io&Irischi* di Forum ANIA-Consumatori. L'iniziativa ragiona su temi come: la dimensione del rischio, il calcolo delle probabilità, le strategie di prevenzione e riduzione dei danni. Affronta, inoltre, le diverse tipologie di rischi e coperture assicurative (viaggi, vita, infortuni sul lavoro, ecc.), il concetto di mutualità e fa una riflessione sulle assicurazioni sociali. Conclude il percorso con tre attività di differente livello di complessità e di coinvolgimento: una sintesi dei concetti appresi, il test di valutazione e certificazione delle competenze acquisite, l'interpretazione creativa finale sul tema "Una vacanza studio all'estero". Come si è più volte esplicitato nel corso di questo rapporto, il tema della comprensione del rischio è fondamentale quando si lavora sull'educazione finanziaria ed economica.

Le iniziative citate sono esemplari di una generale maggiore attenzione verso lo studio delle caratteristiche peculiari dei target principali (giovani studenti e adulti) da parte dei soggetti attuatori dei programmi, che, come sappiamo, devono essere necessariamente comprese e analizzate al fine di realizzare programmi ergonomici nei temi e nella struttura della didattica rispetto ai diversi destinatari. Un'analisi di questo tipo, infatti, è necessaria al fine di definire programmi formativi che rispondano alle loro reali esigenze conoscitive e offrano soluzioni differenti a seconda della fase del ciclo di vita attraversata dai destinatari.

Anche quest'anno l'indagine rileva che, nonostante l'interesse crescente per questo tema, non sono riscontrabili importanti innovazioni da un punto di vista della metodologia didattica utilizzata. I dati raccolti ci raccontano, infatti, di un panorama composto da iniziative realizzate prevalentemente in maniera tradizionale, che rilevano una tendenza (trasversale a tutti i soggetti) alla tradizione e alla mancanza di differenziazione nell'approccio metodologico verso i diversi target.

Infatti:

- { il 94% degli intervistati ha preferito erogare i contenuti attraverso la modalità delle lezioni/incontri in presenza, con percentuali stabili rispetto alla rilevazione dello scorso anno (97% nel 2010);



- } il 42% ha accompagnato gli incontri con la distribuzione di dispense didattiche e materiale informativo. In questo caso, è possibile rilevare una forte riduzione rispetto allo scorso anno, quando ben il 62% dei partecipanti si limitava alla distribuzione di materiale didattico;
- } solo il 9% (+2% rispetto allo scorso anno) ha utilizzato le lezioni a distanza veicolandole online, mentre l'8% dei soggetti indagati ha utilizzato lo strumento del gioco di ruolo, il cui uso è calato dell'8%.

Tutte le iniziative indagate, dunque, hanno previsto un momento formativo in presenza, con una lezione frontale, spesso tenuta da un esperto di banca (ad esempio, il programma *In-formati* di UniCredit Banca) o da un docente o da entrambi, come accade per il programma di PattiChiari, che si struttura su 3 incontri in presenza di 1 ora e mezza ciascuno e l'affiancamento di un tutor d'azienda per lo svolgimento delle lezioni. Nel caso del target adulto, il programma *L'Impronta economica Plus* di PattiChiari prevede, invece, che gli incontri siano gestiti dalle Associazioni dei consumatori sul territorio e possano essere tenuti in collaborazione con gli esperti di banca.

Tuttavia, vi sono delle iniziative in cui si è ritenuto utile lasciare che gli stessi docenti si impegnassero nell'iniziativa e, opportunamente formati e supportati, integrassero i temi economico-finanziari nel proprio programma scolastico. E' l'esempio del programma *Educazione finanziaria: conoscere per decidere* di Banca d'Italia e MIUR, interamente realizzato dai docenti delle scuole, formati nell'ambito di una seminario della durata di una giornata, o dell'iniziativa di Intesa Sanpaolo e Osservatorio Permanente Giovani-Editori, che utilizza la modalità della lettura in classe di un articolo di giornale da commentare insieme, utilizzato come spunto per avviare una discussione che tratta alcuni temi precedentemente concordati.

L'insegnamento dei temi di educazione finanziaria viene, dunque, affidato o a professionisti provenienti dal mondo finanziario, opportunamente formati, come accade nell'ambito del programma *In-formati* di Unicredit o, in alternativa, ai docenti che insegnano già nelle scuole le materie curriculari. In generale, i docenti sono indubbiamente meno qualificati sulle tematiche finanziarie rispetto ad un professionista operante nel mondo finanziario, il quale però, a sua volta, risulta meno predisposto, rispetto ad un docente, a relazionarsi con la popolazione studentesca.

Sembrerebbe, comunque, che la tendenza delle nuove iniziative dedicate ai giovani in età scolare sia quella di coinvolgere il più possibile i docenti,²² mentre per le iniziative rivolte agli adulti viene preferito l'esperto di banca o in alternativa e/o collaborazione un esponente delle Associazioni dei



consumatori. Sia che si scelga di fare affidamento su risorse prelevate dall'ambito finanziario, piuttosto che dall'ambito accademico/scolastico, è opinione comune prevedere un percorso formativo mirato a colmare le lacune sia degli operatori di banca che dei docenti.

Più in generale, dalla rilevazione di quest'anno non emergono evidenti innovazioni nell'analisi e nella scelta dei modelli didattici più adatti ai temi scelti, agli obiettivi indicati e ai destinatari selezionati. Rimane cioè una certa difficoltà a sostituire l'utilizzo delle modalità di formazione più conosciute e tradizionali, includendo l'uso delle nuove tecnologie. Sembra persistere, inoltre, l'idea che la diffusione di concetti e nozioni possa da sola modificare i comportamenti in campo economico e finanziario e una scarsa innovazione nell'elaborazione di modalità didattiche coerenti con le caratteristiche dei target. Permane, infine, una certa casualità alla base del fiorire di tali iniziative all'interno di un'azienda/ente/associazione: l'idea non sembra ancora nascere in di una specifica e chiara strategia formativa, ma, nella maggioranza dei casi, nell'ambito di una variegata schiera di iniziative promozionali.

Tuttavia, è riscontrabile una più ampia varietà di temi, un maggiore interesse verso l'economia comportamentale, una più rilevante chiarezza negli obiettivi formativi, una maggiore ergonomia nella declinazione dei temi sulle caratteristiche comportamentali dei target, una migliore capacità di fare rete sui territori con i diversi soggetti del mondo educativo ed economico.

Più semplice dell'individuazione e della progettazione di una modalità didattica innovativa ed efficace sembra essere la graduale sostituzione di strumenti tradizionali con una selezione degli stessi più integrata e variegata. Se, infatti, il 71% dei soggetti indagati ha preferito usare il materiale cartaceo (kit didattici, dispense, brochure, fascicoli, ecc.), anche se in percentuale minore rispetto allo scorso anno (-9%), ben il 45% (+14% rispetto allo scorso anno) ha reso disponibile il materiale, anche o solo, in formato digitale.

Inoltre, 5 soggetti su 10 (+8% rispetto al 2011) che hanno attivato iniziative di educazione finanziaria hanno utilizzato il canale del web, seppur prevalentemente a scopo di comunicazione e promozione dell'iniziativa e non a supporto dell'attività formativo-informativa.

Il kit didattico, dunque, disponibile in formato cartaceo e digitale, sembra essere, anche quest'anno, la modalità preferita per strutturare le lezioni. Di solito viene fornito a professori ed esperti come supporto per la realizzazione delle lezioni e, in alcuni casi, viene accompagnato dalla presenza di un'area web dedicata (*L'impronta economica* di PattiChiari, *Io&irischi* di Forum ANIA-Consumatori, ecc.).

Più diversificazione, invece, sembra caratterizzare gli strumenti utilizzati nell'apprendimento pratico e laboratoriale, come nel caso dei programmi di PattiChiari che utilizzano, ad esempio, per la scuola secondaria di I e II grado, lo strumento del concorso,²³ o del programma *Educare i giovani alla finanza e alle scelte di risparmio consapevoli* della Fondazione Rosselli e della Fondazione Roma Terzo settore, che ha utilizzato lo strumento della simulazione. Quest'ultima ha previsto la proposizione di 6 contesti reali di vita futura, all'interno dei quali i partecipanti hanno dovuto simulare una decisione economico-finanziaria. Le situazioni rappresentate (dalla scelta del tipo di università alle scelte di risparmio o investimento), attraverso domande a risposta multipla, hanno permesso ai discenti di compiere scelte che comportano delle conseguenze sulla loro condizione economica e finanziaria

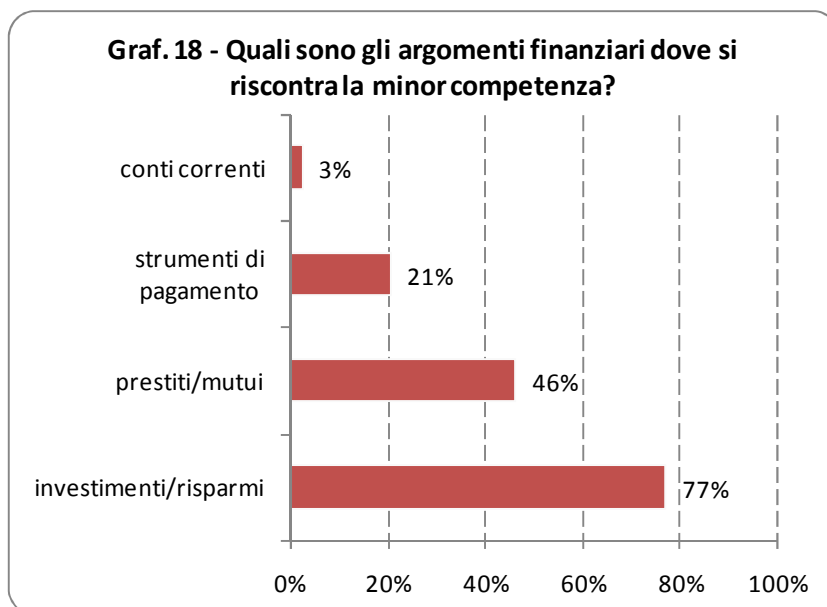


futura. A ciascuna risposta possibile nell'ambito dei casi simulati è stato assegnato un punteggio (da 1 a 5) per ognuna delle seguenti propensioni/capacità: capacità di valutare il rischio, capacità di analizzare il costo – opportunità, fiducia verso il prossimo; propensione al risparmio, propensione all'indebitamento.

Tali dati confermano quanto più volte ribadito nel corso del corrente rapporto di ricerca: la progettazione didattica di un programma di educazione finanziaria dovrebbe:

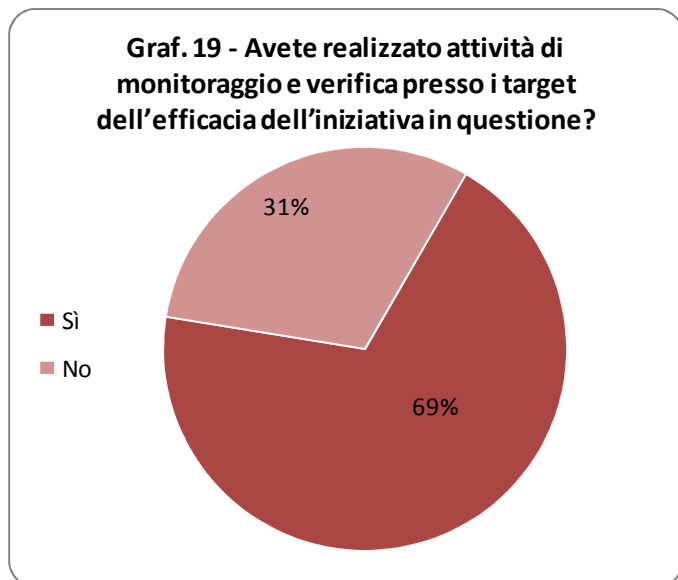
- { nascere da un'attenta analisi dei comportamenti dei target individuati, come è avvenuto in molte esperienze estere, dai Paesi Bassi all'Irlanda, dagli Stati Uniti alla Repubblica Ceca;
- { svilupparsi intorno ad obiettivi formativi chiari e tarati sulle esigenze dei target individuati;
- { scegliere un linguaggio semplice che minimizzi la barriera semantica tipica delle nozioni di economia e finanza;
- { utilizzare un mix di strumenti che non disdegni le modalità tradizionali (aula in presenza, dispense, ecc.), ma valorizzi le possibilità concesse dal web soprattutto in relazione al target più adulto e alla possibilità di realizzare iniziative da remoto (online);
- { svilupparsi su esempi pratici, legati alla vita reale, utilizzando lo strumento del gioco (ad esempio, il *role playing*) virtuale e non, al fine di favorire l'immedesimazione dei partecipanti e dunque una maggiore comprensione dei meccanismi che guidano le nostre scelte;
- { fornire agli adulti strumenti che li supportino nella gestione finanziaria quotidiana (calculator, ad esempio), come accade in molti paesi europei.

Inoltre, appare necessario creare percorsi formativi che, con particolare attenzione allo sviluppo della consapevolezza nei processi di scelta economica e finanziaria, facciano chiarezza sulle scelte di investimento e risparmio e su problemi contingenti come i prestiti e i mutui, mentre sempre meno interesse ha, in relazione al grado di conoscenza raggiunto dagli utenti, la formazione su strumenti di pagamento e conti correnti.



3.3 I sistemi di monitoraggio per lo sviluppo dei programmi di educazione economico-finanziaria italiani

I soggetti coinvolti, pur in un contesto generale che continua a mancare di indirizzi e modelli chiari e



di una solida esperienza internazionale, mostrano un maggiore impegno nell'impostazione di attività di monitoraggio dell'efficacia degli interventi realizzati, sia in termini di rilevamento delle criticità, sia nell'ottica di monitoraggio dei risultati formativi. La rilevazione di quest'anno, infatti, evidenzia come il 69% dei soggetti intervistati ha realizzato una attività di monitoraggio a margine della propria iniziativa, contro il 41% dello scorso anno.

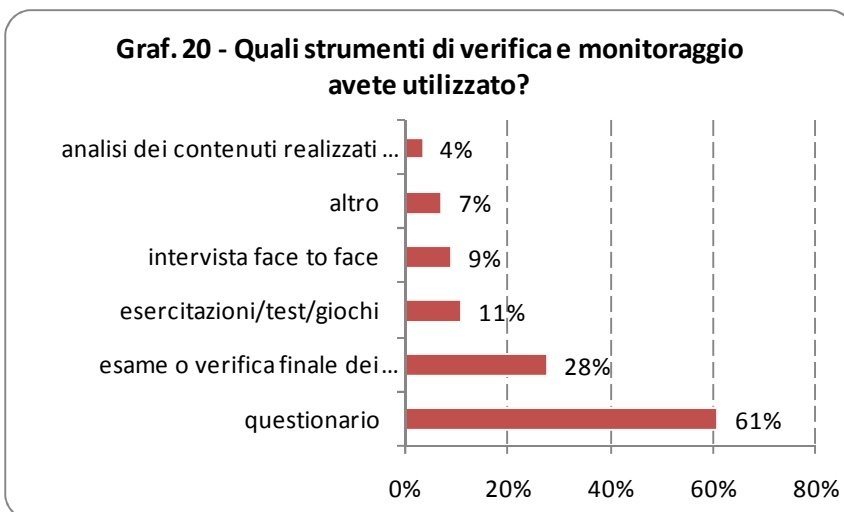
Il questionario rimane lo strumento principe per la realizzazione di tale attività, perché utilizzato soprattutto

nella realizzazione di test di valutazione di inizio corso e fine corso. Cresce rispetto allo scorso anno l'utilizzo di test/esercitazioni/giochi, che raggiungono una quota dell'11%, e le attività di verifica finale dei contenuti appresi, realizzate prevalentemente attraverso giochi, simulazioni, partecipazioni a concorsi, business plan, attività laboratoriali di vario genere.

Al di là dei risultati dell'indagine, che appaiono comunque interessanti, è importante rilevare un generale impegno a valutare l'efficacia formativa dei percorsi erogati, non solo rilevando il numero di nozioni apprese dai partecipanti, ma anche raccogliendo i dati necessari a studiare le oscillazioni del livello di conoscenza delle persone coinvolte e la loro curva di apprendimento.

C'è, dunque, accanto ad una migliore capacità di progettare interventi formativi coerenti, anche una maggiore consapevolezza dell'importanza della valutazione come strumento per realizzare eventuali azioni migliorative e correttive, in termini di rispondenza fra la coerenza delle soluzioni sviluppate e la motivazione e i bisogni dei partecipanti.

A conferma dell'importanza delle attività di valutazione, l'INFE²⁴ ha realizzato una



guida alla valutazione: *Guide to evaluating financial education programmes*, che si rivolge a gestori, educatori e stakeholder, coinvolti nella progettazione di programmi di educazione finanziaria, e contiene i principi alla base di una buona valutazione e una panoramica dei metodi valutativi utilizzabili.

Inoltre, l'articolo *Financial literacy and Education Research Priorities* afferma che vi è una sostanziale lacuna nel campo della ricerca sull'educazione finanziaria, *related to the lack of consistency among researchers in how to define and measure program success. There is a need for researchers to develop a clear understanding of what it means to be financially educated.*²⁵

La necessità, infatti, di sperimentare un efficace sistema di monitoraggio, capace di offrire una valutazione uniforme sui programmi fino ad ora realizzati e di individuare tutti gli elementi di successo e insuccesso sperimentati, è fondamentale per sviluppare strategie di educazione finanziaria condivise, per individuare priorità comuni e per misurare la capacità dei singoli programmi educativi di determinare cambiamenti nei comportamenti economico-finanziari dei giovani e l'efficacia nel tempo.

Un buon programma di educazione finanziaria, infatti, deve poter essere monitorato al fine di:

- { offrire agli educatori, a coloro che sviluppano i programmi, ai ricercatori, ai decisori politici e altri stakeholder informazioni utili a valutarne l'efficacia formativa, non solo rilevando la conoscenza delle nozioni veicolate nel programma, ma anche raccogliendo i dati necessari a studiare le oscillazioni del livello di conoscenza delle persone coinvolte e la loro curva di apprendimento;
- { rendere possibili eventuali azioni migliorative e correttive in termini di rispondenza fra la coerenza delle soluzioni sviluppate e la motivazione e i bisogni dei partecipanti;
- { valutare la reale influenza esercitata dai programmi educativi sulla capacità di prendere decisioni in campo economico finanziario consapevoli.

Per sviluppare un sistema di monitoraggio che consenta di raggiungere tali obiettivi, l'OCSE, nel documento di supporto allo sviluppo di PISA 2012, individua come fondamentali:

- { *content*, ovvero le aree di conoscenza che sono essenziali in materia di alfabetizzazione finanziaria (*money and transactions, planning and managing finances, risk and reward, and financial landscape*);
- { *process*, ovvero le strategie mentali o gli approcci comportamentali che sono chiamati in causa per trattare tali conoscenze (*identify financial information, analyse information in a financial context, evaluate financial issues and apply financial knowledge and understanding*);
- { *contexts*, ovvero i contesti in cui si applica la conoscenza (*education and work, home and family, individual and societal*).

L'opportunità che l'OCSE sta offrendo ai governi mondiali è evidente: è necessario valutare le conoscenze dei cittadini e verificare il livello di educazione finanziaria raggiunto attraverso le iniziative messe in campo negli ultimi anni, al fine di far tesoro delle esperienze realizzate e sviluppare un programma coordinato ed efficace.



Per questo motivo, iniziative come *Io&irischi* di Forum ANIA-Consumatori e *L'impronta economica* di PattiChiari, prevedono momenti di valutazione, nel primo caso un test di valutazione e certificazione delle competenze messo a punto proprio sul modello OCSE-PISA, nel secondo caso un test volto a misurare lo spostamento di percezione/atteggiamento rispetto all'educazione finanziaria degli utenti del programma. Anche il programma *In-formati* di UniCred Banca ha previsto un test volto a valutare l'incremento di competenze tecniche e di base, che hanno fatto registrare, da aprile a luglio 2011, rispettivamente un +24% e un +12%, per una media del 21%.

Infine, appaiono interessanti i risultati della simulazione effettuata nell'ambito del programma formativo *Educare i giovani alla finanza e alle scelte di risparmio consapevoli* della Fondazione Rosselli e della Fondazione Roma Terzo settore, che hanno mostrato come i partecipanti abbiano acquisito, a seguito delle lezioni, una più che buona propensione al risparmio, una buona capacità di valutare il rischio e fiducia verso il prossimo, una discreta capacità di analizzare il costo-opportunità. Risulta essere inferiore, invece, la propensione all'indebitamento.²⁶

Per concludere, l'indagine rivela come, nel 2011, le attività di monitoraggio realizzate dai partecipanti abbiano evidenziato una forte criticità legata ai limitati risultati in termini di sviluppo del business e al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- { aiutare i consumatori ad aumentare la propria consapevolezza nelle scelte finanziarie e di risparmio;
- { rafforzare la propria reputazione;
- { migliorare la capacità dei partecipanti al programma di valutare diverse offerte, prodotti e strumenti di risparmio;
- { migliorare l'attitudine al risparmio del target di riferimento.

Per nulla critici sono risultati gli altri elementi indagati, ovvero: la partecipazione e coinvolgimento del target di riferimento, la comprensione dei contenuti proposti, la partecipazione delle scuole sui territori di riferimento, il coinvolgimento dei docenti.



Capitolo IV - Strategie educative italiane nel contesto europeo: esperienze passate e nuove evoluzioni

di Stefania Farsagli e Francesca Tracò

A livello internazionale, si è delineata una linea di pensiero che intende l'educazione finanziaria capace di avere un ruolo nel garantire la stabilità e l'efficienza dei mercati finanziari, poiché si considera che una debole cittadinanza economica non permette di compiere delle scelte economiche-finanziarie consapevoli e determina sentimenti negativi nei consumatori, nonché una sostanziale caduta della loro fiducia.²⁷

In realtà, quanta parte della crisi del 2008 possa essere attribuita all'analfabetismo economico-finanziario rimane una questione incerta. Di certo non è possibile affermare che l'analfabetismo finanziario sia tra le cause scatenanti della crisi, ma è opinione comune che un diverso livello di conoscenza delle dinamiche dei mercati finanziari e una generale asimmetria informativa ne possano influenzare l'andamento, agendo da moltiplicatore degli effetti. La dinamica evolutiva dei mercati e dei prodotti offerti, infatti, cambia ad una velocità e complessità tale da mettere a dura prova i processi di apprendimento dei cittadini, che non riescono, dunque, a seguirne i repentini e, spesso, inaspettati, sviluppi.

La condizione attuale dei cittadini italiani ed europei, nonché di quelli internazionali, come dimostrano le numerose indagini qualitative e quantitative sui comportamenti dei consumatori condotte nei paesi analizzati e citate nei capitoli precedenti, è quella di consumatori finanziari che:

- { hanno poca padronanza dei concetti di base economici e dei prodotti finanziari;
- { non hanno consapevolezza dei meccanismi cognitivi, capaci di condizionare le decisioni in campo economico finanziario e di evitare le trappole finanziarie;
- { sopravvalutano le proprie capacità di interpretazione della realtà e di assunzione di decisioni (*overconfidence*) (Brenner, Koheler, Liberman, Tversky, 1996; Fischhoff, Slovic, Lichtenstein, 1977; Klayman, 1999; Koriat, Lichtenstein, Fischhoff, 1980);
- { commettono degli errori cognitivi nel valutare i rischi, che determinano un elevato indebitamento rispetto al reddito;
- { pianificano poco il proprio futuro.

La complessità dei mercati, la varietà dei prodotti finanziari offerti, il generale clima di instabilità, la velocità dei cambiamenti, specialmente tecnologici, richiedono un'adeguata consapevolezza per contenere sentimenti di panico, senso di smarrimento individuale, ansia che poi possono tradursi in comportamenti economici rischiosi.

La fragile cittadinanza economica dei consumatori è tanto più pericolosa quanto più agisce in un contesto in cui la crisi ha determinato una maggiore varianza dei redditi individuali, anche a parità di reddito medio, e una tempistica negli incassi dei crediti da lavoro non più ancorata allo stipendio mensile. I cittadini devono sempre di più imparare a gestire i loro flussi finanziari per poter sostenere



una struttura dei consumi che prevede una scadenza dei pagamenti differita rispetto agli incassi, ovvero un ciclo finanziario negativo.

L'urgenza di affrontare il tema dell'educazione finanziaria dei consumatori appare, dunque, evidente; inoltre, è dimostrata dalla consultazione della letteratura internazionale dedicata a *financial illiteracy*, nonché dall'osservazione delle febbrili attività messe in campo, in questi ultimi anni, degli organismi internazionali, dall'OCSE alla Banca Mondiale, le cui raccomandazioni hanno trovato attuazione nelle esperienze messe in campo dai singoli stati, a partire dai paesi cosiddetti *first mover* (Regno Unito, Gran Bretagna, USA, Australia, Nuova Zelanda).

Ad oggi, non sembrano esistere modelli perfetti ed efficienti, mentre è possibile osservare esperienze e sperimentazioni, attive nei paesi più sviluppati e in alcune economie emergenti (Australia, Canada, Francia, Irlanda, Paesi Bassi, Repubblica Ceca, Regno Unito, Nuova Zelanda), dei cui effetti ed impatti in molti casi non è ancora possibile avere un quadro esaustivo, ma che possono essere utili a tracciare un quadro conoscitivo che possa orientare le scelte di politiche italiane su questo tema.

Un primo elemento che è possibile considerare fondamentale per l'avvio di qualsiasi strategia di educazione finanziaria a livello nazionale è la numerosità dei target, seppur con priorità differenti, a cui indirizzare gli interventi. Tutte le strategie analizzate a livello mondiale mostrano un'attenzione verso consumatori con caratteristiche, stili di vita, profili di rischio molto dissimili tra loro e si basano sulla consapevolezza che, per ottenere, nel lungo periodo, un miglioramento della *financial capability* del Sistema-Paese, l'educazione in età scolastica è un passaggio obbligato.

Dunque, un corretto programma di educazione finanziaria dovrebbe investire i giovani quanto gli adulti, e resistere alla tentazione di realizzare interventi che si muovano esclusivamente da esigenze contingenti dei consumatori. Queste ultime, infatti, non sono sufficienti a consentire un adeguato percorso di alfabetizzazione finanziaria della popolazione, né ad ispirare un intervento realmente capace di creare una cittadinanza economica diffusa, che consenta ai consumatori di muoversi con sicurezza e consapevolezza in un mercato finanziario sempre più sofisticato e complesso, che tende a spostare sulle famiglie la maggiore responsabilità per i rischi assunti

Complessa e piena di spunti è anche la riflessione relativa alla *governance* più corretta per la realizzazione di un programma nazionale di educazione finanziaria efficace. I paesi analizzati e, in particolare i casi studio realizzati, ci raccontano di un modello comune basato su: una regia unica e centrale che detta gli indirizzi generali; un organismo composto da più soggetti, che si occupa di coordinare e monitorare le iniziative; una partnership per la realizzazione dei programmi tra soggetti di diversa natura, pubblici e privati. In particolare, sembra particolarmente interessante l'uso di una piattaforma, come *CentiQ* nei Paesi Bassi, che consenta il dialogo fra i diversi soggetti, al fine di evitare ripetizioni e sovrapposizioni.

A sostegno di tale tesi, ovvero quella che afferma la necessità di una precisa volontà e azione centrale (svolta da un Ministero, da un ente regolatore finanziario, dalla banca centrale, piuttosto che da un ente costituito ad hoc, ecc.), che si mostri poi capace di coordinare i diversi attori pubblici e privati del mondo economico e finanziario, anche l'OCSE e l'INFE hanno sottolineato più volte la necessità di questo tipo di coordinamento e condivisione, che di certo manca in Italia. L'impegno dei



soggetti italiani nello sviluppo di progetti di educazione finanziaria è rilevante e in continuo aumento, ma privo di coordinamento, sfilacciato e, dunque, poco efficace.

La domanda, però, che ci sembra utile porci, in questa fase, è relativa all'effettiva efficienza ed efficacia dell'applicazione nel nostro Paese di un modello simile, che preveda un ente di coordinamento a livello nazionale capace di garantire la realizzazione e la sostenibilità a lungo termine del programma.

Di certo, rimane necessario il coinvolgimento e il coordinamento di tutti i principali stakeholder: governo, enti di regolamentazione finanziaria assicurativa e previdenziale, banca centrale, banche ed assicurazioni, sistemi educativi, docenti, genitori, comunità, studenti, istituzioni private, associazioni no-profit, enti di ricerca, reti locali e organizzazioni internazionali. Appare, però, dibattuta l'effettiva efficacia della creazione di una piattaforma o di un soggetto che, a livello centrale, definisca i ruoli di ciascun attore, i temi, i modelli, i target, soprattutto in relazione ad una possibile farraginosità di tale azione, che potrebbe rallentare le azioni messe già in campo dai diversi soggetti. Tuttavia, specialmente rispetto all'educazione in età scolastica, serve la definizione di linee di indirizzo precise e l'adozione di un percorso che incorpori nella carriera scolastica il tema della cittadinanza economica, trattato all'interno delle materie esistenti.

Appare piuttosto condivisa, invece, l'idea che sia utile avviare indagini qualitative e quantitative sui consumatori, che sviluppino una conoscenza adeguata dei loro comportamenti e caratteristiche. Tale conoscenza è fondamentale per la predisposizione di un programma di educazione finanziaria solido ed "ergonomico", che, nella sua strutturazione, tenga conto del *know how* sviluppato dal vasto panorama italiano di programmi su questo tema, delle caratteristiche e dei comportamenti economici dei destinatari e delle loro esigenze manifeste e latenti.

Le numerose indagini qualitative e quantitative sui comportamenti dei consumatori condotte dai paesi studiati mostrano come un programma di educazione finanziaria ben costruito tiene conto sempre nella sua strutturazione dei principi della finanza comportamentale e dei comportamenti economici dei destinatari. Non deve, cioè, limitarsi a divulgare nozioni, ma impegnarsi a migliorare la *financial capability* dei consumatori, favorendo la conoscenza di quei meccanismi cognitivo-emotivi che guidano le azioni in campo economico-finanziario. In Italia, si deve lavorare in questo senso, perché ad oggi sembra essere, in generale, ancora poco presente la tessitura delle nozioni classiche con le tematiche cognitive della percezione del rischio e delle opportunità.

Un modello educativo efficace, infatti, non si può basare sull'idea di 'decisore razionale' dei modelli economici tradizionali, che non è in grado di tener conto degli aspetti psicologici che è ampiamente dimostrato influenzano le scelte economiche. Un percorso formativo che mira a sollecitare una consapevolezza economica non può non tener conto di questi aspetti. L'economia comportamentale supera questo concetto e unisce psicologia ed economia in una visione più realistica del consumatore, la cui scelta è influenzata da una serie di fattori (emotivi, cognitivi, comportamentali), non riconducibili soltanto alle classiche asimmetrie informative, che possono indirizzare le scelte verso soluzioni non del tutto ottimali.

E ciò vale sia per l'educazione rivolta agli adulti, sia per quella rivolta ai più giovani, con la consapevolezza che, sia nell'uno che nell'altro caso, è utile stabilizzare l'apprendimento nel tempo,



rendendolo continuo e costante e legato alle esigenze quotidiane e, laddove possibile, ai curricula scolastici.

Per gli adulti appare necessario individuare linee guida che permettano di sviluppare:

- { modelli didattici innovativi che, pur sviluppando una maggiore comprensione del mondo economico e la capacità di padroneggiare quegli aspetti emotivi e psicologici che influiscono sulle scelte finanziarie, si adattino anche a specifiche esigenze contingenti e legate al ciclo di vita (mutui, risparmi, investimenti, pensione);
- { strumenti didattici semplici, adeguati ai bisogni attuali e alle necessità di tempo dei consumatori adulti;
- { obiettivi formativi che sviluppino: la capacità di tutelarsi dal rischio e dalle incertezze del mercato, la capacità di garantirsi copertura finanziaria, la capacità di pianificazione a lungo termine, la capacità di prevenire l'indebitamento, la conoscenza dei diritti dei consumatori, la comprensione dei principali prodotti finanziari.

Per i giovani, invece, si dovrebbe:

- { inserire nel curriculum scolastico il tema della cittadinanza economica;
- { favorire l'integrazione di strumenti didattici volti a rendere più accessibili i contenuti dell'educazione;
- { offrire indirizzi chiari per lo sviluppo di modelli educativi che permettano, nel tempo, di sviluppare una familiarità con i temi economici e finanziari, una maggiore consapevolezza delle dinamiche psicologiche di scelta in questo campo, la fiducia nell'applicare queste conoscenze e competenze.

Appare, inoltre, interessante sviluppare quei contenuti, capaci di migliorare la *financial capability* dei target più giovani, favorendo una maggiore attenzione al mondo del lavoro e, dunque, il raggiungimento di una più precoce maturità finanziaria ed economica. Ciò presuppone la costruzione di obiettivi formativi che sviluppino: la capacità di entrare prima nel mondo del lavoro, l'alfabetizzazione al denaro e ai prezzi, la capacità di pianificare il futuro, la capacità di gestire un budget, la capacità di prevenire l'indebitamento, l'educazione previdenziale, la capacità di gestire il consumo presente e il consumo e futuro.

Tutto ciò deve essere finalizzato a rendere possibile e più semplice la partecipazione alla vita economica delle persone e a rendere trasferibile, in contesti di vita reale, le nozioni apprese, e deve essere accompagnato da un adeguato sistema di monitoraggio e valutazione dell'efficienza e dell'efficacia delle iniziative messe in campo.

Quest'ultimo deve offrire informazioni utili a valutarne l'efficacia formativa, non solo rilevando il numero di nozioni apprese dai partecipanti, ma anche raccogliendo i dati necessari a studiare le oscillazioni del livello di conoscenza delle persone coinvolte e la loro curva di apprendimento ad intervalli regolari e in momenti successivi all'erogazione degli interventi. Inoltre, deve rendere possibili eventuali azioni migliorative e correttive, in termini di rispondenza fra la coerenza delle



soluzioni sviluppate e la motivazione e i bisogni dei partecipanti, ed essere in grado di valutare sia risultati a breve termine, sia l'impatto a lungo termine.

Naturalmente le difficoltà che si prospettano in Italia sono differenti e riguardano, in primo luogo, la complessità di mettere a sistema l'ampio e composito panorama di pregevoli iniziative messe in campo in questi anni dai diversi soggetti, che spesso si sovrappongono tra loro, offrono messaggi discordanti, utilizzano modelli didattici poco innovativi.

Inoltre, l'educazione finanziaria nel nostro paese sconta alcune modificazioni dei luoghi tradizionali di formazione/informazione su tali temi. In primo luogo, la famiglia, che un tempo era un ambiente privilegiato per lo sviluppo dell'educazione economico-finanziaria, della propensione al risparmio, ecc. Oggi, invece, i genitori sembrano avere una sempre maggiore difficoltà di insegnamento rispetto ad una situazione sociale nuova e più complessa.

Non troppo differente la situazione del sistema educativo, che persegue un modello sempre meno coerente con le esigenze degli studenti e poco tarato sulle loro reali aspettative ed esigenze, e della società, dei media, dei luoghi di lavoro, che offrono un considerevole numero di messaggi e informazioni, ma in maniera troppo confusa e incoerente.

Emerge, in conclusione, dal quadro italiano e al secondo anno di questo monitoraggio, un settore dinamico ed in crescita dove maggiori, ancora oggi, appaiono le domande piuttosto che le soluzioni. Di certo, si sta consolidando una cultura della materia e competenze in termini di contenuti e di didattica; ciò di cui si sente la mancanza, invece, è un maggior coordinamento e una migliore condivisione delle esperienze.



Appendice metodologica

1. Obiettivi, Metodo e Tecniche dell'indagine qualitativa

Al fine di individuare i tre casi di studio, è stato costruito un database, alimentato attraverso l'utilizzo delle informazioni acquisite in fase preliminare nel corso dell'analisi desk e successivamente ampliato, ricorrendo all'utilizzo di ulteriori fonti informative.

Nell'impostazione metodologica adottata, l'individuazione dei casi ha rappresentato un momento determinante per il conseguimento degli obiettivi dell'indagine. Completata, infatti, l'attività di ricerca e raggiunto un numero sufficiente di esperienze, si è proceduto alla definizione dei criteri di individuazione dei tre casi che meglio rispondessero agli obiettivi dell'indagine.

I criteri di scelta hanno preso in considerazione le seguenti informazioni, cercando di evidenziarne la capacità innovativa:

- { soggetti promotori e/o gestori: individuazione della tipologia di soggetti che promuovono l'educazione finanziaria a livello internazionale, dei modelli di *governance* – più o meno strutturati e più o meno complessi – e analisi del ruolo dei soggetti pubblici/privati e delle partnership;
- { target di riferimento: analisi delle caratteristiche socio-demografiche del pubblico a cui è rivolta l'istruzione finanziaria. In particolare, verrà posta attenzione sui programmi che fanno riferimento non solo ad un pubblico generale ma anche ai seguenti singoli target: giovani e studenti; pubblico adulto; docenti e insegnanti; donne; piccoli imprenditori; categorie disagiate;
- { didattica e modalità di erogazione: valutazione delle modalità di insegnamento, dell'organizzazione delle fasi di apprendimento e delle responsabilità didattiche;
- { temi: panoramica sui principali temi trattati nelle iniziative internazionali di educazione finanziaria. In particolare, si fa riferimento alle seguenti categorie: Behavioural Economics; Debt & Credit; Insurance; Money Management; Consumer Protection; Financial Inclusion; Investments;
- { strumenti didattici: individuazione degli strumenti a cui affidarsi per l'organizzazione operativa dell'attività educativa. Queste scelte possono influenzare il livello di interesse verso la finanza, percepita spesso come materia ostica e di difficile comprensione;
- { sistemi di monitoraggio: ricognizione delle metodologie sperimentate nella misurazione del livello di educazione finanziaria degli individui che hanno beneficiato di un percorso formativo in tale ambito.

La numerosità delle variabili indagate è stata fondamentale per comprendere lo stato dell'arte e per meglio definire i criteri di scelta delle esperienze su cui condurre l'analisi. L'applicazione congiunta di questi criteri ha consentito la selezione di una rosa di casi ritenuti particolarmente significativi ai fini di un approfondimento sul campo, a cui è seguita l'individuazione delle tre esperienze.

Infine, si è proceduto alla verifica sul campo.



Ogni esperienza è stata analizzata attraverso interviste approfondite alle figure chiave definite dai singoli assetti organizzativi come deputate alle attività di politica internazionale: dirigente dell'Ufficio di riferimento, responsabile del programma, ecc.

Le interviste sono state condotte seguendo un canovaccio di lavoro logico e coerente all'oggetto dell'indagine. Pertanto, nel ricostruire la storia dell'iniziativa, si è voluto comprendere il contesto socio-economico, amministrativo e politico all'interno del quale sono maturati i programmi di educazione finanziaria.

Definite le motivazioni, si è passati alla individuazione dei soggetti coinvolti nelle attività e delle soluzioni formative.

Al termine delle interviste si è proceduto all'elaborazione delle informazioni, quindi alla stesura del capitolo finale.



2. Obiettivi, Metodo e Tecniche dell'indagine nazionale

L'analisi delle esperienze nazionali ha previsto tre tecniche di indagine:

1. ricerca desk volta a ricostruire un quadro conoscitivo sui programmi di educazione finanziaria realizzata in Italia negli ultimi 5 anni;
2. indagine CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) su un campione di 1.113 soggetti, che ha previsto la somministrazione di un questionario online, seguito da sollecitazione telefonica. La scelta fatta quest'anno è stata di somministrare al campione di indagine due questionari leggermente differenti, il primo dedicato a quei soggetti che hanno partecipato alla rilevazione lo scorso anno, ai quali sono state chieste informazioni aggiuntive relative a eventuali aggiornamenti dei programmi realizzati, ai risultati raggiunti, alla numerosità delle repliche effettuate delle iniziative messe in campo; il secondo destinato a quei soggetti che partecipano all'indagine per la prima volta quest'anno. L'indagine ha ottenuto una percentuale di adesione del 10,5% (117 soggetti);
3. panel di interviste in profondità rivolte a soggetti privilegiati, volte ad approfondire alcuni aspetti organizzativi, metodologici e didattici delle esperienze di educazione finanziaria, ritenute più significative, in termini di risorse impiegate (tempo, investimento economico, personale coinvolto).

L'indagine CAWI ha coinvolto la seguente tipologia di soggetti:

- { ABI e gli Istituti bancari aderenti ;
- { le Fondazioni bancarie;
- { le Associazioni di consumatori;
- { Enti e Associazioni di categoria e Consorzi di varia natura (Confcommercio, ANCI, Confederazione Generale dell'Agricoltura Italiana, Coldiretti, Assofin, ANASF, Confartigianato, Assogestioni, ecc.);
- { Istituzioni;
- { Autorità di vigilanza (Banca d'Italia, COVIP, ecc.);
- { Scuola e Università.

Il panel di interviste in profondità ad una serie di interlocutori privilegiati ha permesso di approfondire le seguenti esperienze valutate come più significative in termini di risorse impiegate (tempo, investimento economico, personale coinvolto), ovvero:

- { *EduCare* di BNL-BNP Paribas;
- { i programmi del Consorzio PattiChiari;
- { *In-formati* di UniCredit Banca;
- { *Educazione finanziaria: Conoscere per decidere* di Banca d'Italia/MIUR;



- ⌋ *Io & i Rischi* di Forum ANIA Consumatori e AEEE- Italia;
- ⌋ *Cultura finanziaria a scuola: per prepararsi a scegliere* di Osservatorio Permanente Giovani-Editori in partnership con Intesa Sanpaolo;
- ⌋ *Monitorata*, di Assofin, Università degli Studi di Roma Tor Vergata, *Consumer Credit Research Center* –CCRC.

Le interviste in profondità hanno analizzato i seguenti aspetti delle esperienze di educazione finanziaria indagate:

- ⌋ natura dei finanziamenti;
- ⌋ finalità dell'intervento;
- ⌋ destinatari;
- ⌋ struttura e contenuti;
- ⌋ modelli didattici;
- ⌋ strumenti didattici;
- ⌋ modalità di realizzazione delle iniziative;
- ⌋ risultati attesi e sistemi di monitoraggio,
- ⌋ *governance* delle iniziative.

2.1. Programmi di educazione finanziaria nazionale

Ente	Tipologia	Nome del programma	Zona di svolgimento	Target
Confederazione nazionale dell'agricoltura italiana - Confagricoltura	Altro	Intermediazione creditizia	Italia Nord-Orientale e Italia Centrale	Addetti sedi provinciali Imprese agricole e soci
Associazione Europea per l'Educazione Economica AEEE-Italia	Altro	Io & i Rischi	Italia Nord-Occidentale e Italia Centrale	Studenti scuole medie
Fondazione Cassa di Risparmio di Trieste	Fondazione Bancaria	Progetto di accompagnamento economico	Italia Nord-Orientale	Famiglie in difficoltà economiche
CNA WORLD	Altro	Consorzi di garanzia	Italia Centrale	Imprenditori stranieri
Associazione Nazionale fra le Banche Popolari	Altro	I giovani e l'Educazione Finanziaria Educazione Finanziaria: Banche	Tutto il territorio Nazionale	Tutti, piccoli e medi imprenditori, tutti



		Popolarie PMI Glossario dei termini economici		
ANASF, Associazione Nazionale Promotori Finanziari	Altro	Economic@mente- Metti in conto il tuo futuro	Tutto il territorio Nazionale	Studenti scuole superiori
Assofin, Università di Tor Vergata, Consumer Credit Research Center - CCRC	Altro	Monitorata	Tutto il territorio Nazionale	Consumatori
Fondazione Banca del Monte di Rovigo	Fondazione Bancaria	Conoscere la borsa	Italia Nord- Orientale	Studenti
Gruppo Cariparma Credit Agricole	Banca	Io e l'Economia	Tutto il territorio Nazionale	Studenti scuole medie
Fondazione Cassa di Risparmio Salernitana	Fondazione Bancaria	Conoscere la borsa 2010	Italia Centrale e Italia Meridionale e Insulare	Studenti scuole superiori e universitari
Banca delle Marche Spa	Banca	PattiChiari con l'economia	Italia Centrale	Giovani – scuole medie superiori
Hypo Alpe-Adria-Bank Spa	Banca	Il Punto Nave dei mercati finanziari	Italia Nord- Occidentale, Italia Nord- Orientale e Italia Centrale	Risparmiatori (clienti effettivi e potenziali, dipendenti, collaboratori)
		Uso responsabile del denaro	Italia Nord- Orientale	Bambini
UBI Banca	Banca	PattiChiari con l'economia	Italia Nord- Occidentale e Italia Meridionale e Insulare	Studenti scuole superiori
Forum ANIA Consumatori	Altro	Io & i Rischi	Tutto il territorio Nazionale	Studenti scuole medie
Banca Intesa Sanpaolo	Banca	La Settimana dell'educazione finanziaria	Italia Nord- Occidentale	Studenti scuole medie
		Cultura finanziaria a scuola: per prepararsi a scegliere	Tutto il territorio Nazionale	Studenti scuole superiori
Banca Carige	Banca	Incontri informativi sul mondo del credito	Italia Nord- Occidentale	Studenti scuole medie superiori
BNL Gruppo BNP	Banca	EduCare	Tutto il	Retail Individuals



Paribas			territorio nazionale	
Banca Popolare Etica SCRL	Banca	Convegni per la promozione della finanza etica e per spiegare le cause della crisi finanziaria	Tutto il territorio nazionale	Scuole, cittadinanza
UniCredit Italia	Banca	In-formati	Tutto il territorio nazionale	Giovani, famiglie, anziani, non profit, pubblica amministrazione, imprese
Banca Monte dei Paschi di Siena Spa	Banca	Programma scuole	Italia Centrale	Alunni scuole medie
Consob	Autorità di regolamentazione	La Camera di Conciliazione e Arbitrato	Italia Nord – Occidentale e Italia Centrale	Mercato
Altroconsumo	Associazione dei consumatori	Più informati e meno spennati	Tutto il territorio Nazionale	Consumatori
Cassa Rurale ed Artigiana di Treviso	Banca	Energie rinnovabili	Italia Nord - Orientale	Famiglie / aziende
Banco Popolare Sooc. Coop.	Banca	Io e l'Economia	Tutto il territorio Nazionale	Giovani 12-13 anni
Movimento Consumatori	Associazione dei consumatori	Università dei Consumatori Consumatore informato mezzo salvato SOS famiglie in rosso	Tutto il territorio Nazionale	Famiglie, studenti universitari, casalinghe e anziani
Banca di Credito Cooperativo Pordenonese	Banca	Capire l'economia	Italia Nord - Orientale	Scuole secondarie di secondo grado
Gruppo Banca Popolare dell'Emilia Romagna	Banca	L'impronta economica Junior	Tutto il territorio Nazionale	Studenti scuole medie inferiori
Banca Popolare di Milano	Banca	La settimana dell'educazione finanziaria, con Pattichiari	Italia Nord - Occidentale	Studenti scuole medie
Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia Spa	Banca	Conoscere la borsa	Italia Centrale	Studenti scuole superiori
Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo	Fondazione Bancaria	L'economia incontra gli studenti Conoscere	Italia Nord - Occidentale	Studenti scuole superiori



		la borsa		
Deutsche Bank Spa	Banca	-	Italia Nord-Occidentale	Micro imprese, famiglie, investitori

2.2. Questionario per l'indagine nazionale

[Legenda: **A** = Aggiornamento (domande per i soggetti che hanno partecipato all'indagine 2010)

PP = Prima partecipazione (domande per i soggetti che non hanno partecipato all'indagine 2010)]

Anagrafica Soggetto

Nome ente/azienda:

Tipologia di soggetto (banca, associazione di consumatori, ecc...):

Sede principale:

Area geografica di azione:

Nel caso in cui il soggetto sia una banca:

Il presente questionario è compilato da:

- La capogruppo per se stessa
- La capogruppo per tutte le banche del gruppo creditizio
- Banca facente parte di un gruppo creditizio
- Banca indipendente
- Codice ABI banca:

.....

- Tipologia di business principale (retail, corporate, ecc):

.....

Parametri identificativi del Referente

Nome.....

Cognome.....

Ufficio/Servizio.....

Telefono.....

E-mail.....

Il trattamento dei dati sarà effettuato dal Consorzio PattiChiari, in qualità di soggetto titolare del trattamento, con modalità anche informatiche ed esclusivamente per finalità connesse alla gestione dei dati forniti con riferimento al presente questionario o all'acquisizione di eventuali chiarimenti circa i dati inviati. Detti dati potranno essere forniti alla Fondazione Rosselli per finalità collegate e strumentali alla rilevazione e per la predisposizione di un rapporto di sintesi contenente tavole statistiche aggregate.

E' garantito, ai sensi dell'art. 7 del D.Lgs.196/2003 il diritto di accesso ai propri dati rivolgendosi agli uffici del Consorzio PattiChiari- P.za del Gesù 49, 00186 Roma.

In relazione a quanto sopra viene prestato il consenso al trattamento dei dati per le finalità sopra indicate ai sensi del D.Lgs 196/2003.

1) (PP) L'OCSE definisce l'educazione finanziaria come "Il processo attraverso il quale i consumatori/investitori finanziari migliorano la propria comprensione di prodotti e nozioni finanziarie e, attraverso l'informazione, l'istruzione e un supporto oggettivo, sviluppano le capacità e la fiducia necessarie per diventare maggiormente consapevoli dei rischi e delle opportunità finanziarie, per effettuare scelte informate, comprendere a chi chiedere supporto e mettere in atto altre azioni efficaci per migliorare il loro benessere finanziario".

Quanto siete d'accordo con la definizione dell'OCSE?

- Completamente d'accordo



- Molto d'accordo
- Abbastanza d'accordo
- Abbastanza in disaccordo
- Completamente in disaccordo

2) (PP) C'è qualcosa che ritenete necessario aggiungere per dare completezza alla definizione dell'OCSE sopra citata? (max 5 righe)

.....

.....

.....

.....

.....

3) (PP) Considerando la definizione fornita dall'OCSE ritenete che:

- L'industria bancaria non deve occuparsi della diffusione dell'educazione finanziaria e lasciare questo compito alle istituzioni preposte
- L'industria bancaria deve concentrarsi su azioni di educazione finanziaria rivolte solo a segmenti non ancora inclusi nel circuito finanziario (giovani in età scolare, immigrati, ecc...)
- L'industria bancaria deve avere un ruolo preminente nella diffusione dell'educazione finanziaria verso tutti i segmenti della popolazione
- Sono solo i singoli cittadini che devono preoccuparsi di accrescere il loro livello di educazione finanziaria
- L'industria bancaria può occuparsi di educazione finanziaria ma è necessario che tali programmi siano realizzati di concerto con le istituzioni

4)

(PP) La vostra banca, associazione, consorzio, ecc. ha sviluppato azioni per promuovere l'educazione finanziaria?

- SI
- NO

(A) Nell'ultimo anno la vostra banca, associazione, consorzio, ecc. ha realizzato iniziative di educazione finanziaria rivolti a clienti / pubblico allargato?

- SI
- NO

Se NO andare alla domanda 32

4a) (A) Se SI, si tratta di:

- Un aggiornamento o replica di un'iniziativa precedentemente avviata
- Una nuova iniziativa

5) Nei prossimi tre anni avete intenzione di:

- Incrementarle
- Mantenerle stabili
- Diminuirle

6)



(PP) Quante iniziative di educazione finanziaria rivolte a clienti / pubblico allargato sono state realizzate dalla vostra banca, associazione, consorzio, ecc. negli ultimi tre anni? (specificare: nome di ogni iniziativa, target, anno)

n.	NOME	TARGET	ANNO di realizzazione
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

(A) Quali aggiornamenti o repliche di iniziative precedentemente avviate di educazione finanziaria rivolte a clienti / pubblico allargato sono state realizzate dalla vostra banca, associazione, consorzio, ecc. nell'ultimo anno? (specificare: nome di ogni iniziativa, target)

n.	NOME	TARGET	ANNO di realizzazione
1.			
2.			
3.			

7) Qual è, tra quelle indicate, l'iniziativa di educazione finanziaria più significativa in termini di risorse impiegate (tempo, investimento economico, personale coinvolto) realizzata dalla vostra banca, associazione, consorzio, ecc.?

.....

8) L'iniziativa di educazione finanziaria indicata nella domanda n.6 è stata accompagnata da un programma di formazione specifica rivolta anche al personale interno?

- SI
- NO

9) L'iniziativa di educazione finanziaria indicata è stata rivolta a quali delle seguenti macro categorie:

- Propri clienti
- Clienti potenziali / Pubblico allargato

10) Nel dettaglio, a quali tipologie di target è stata rivolta l'iniziativa indicata? (risposta multipla)

- 1= micro-imprese
- 2= imprenditori immigrati
- 3= donne lavoratrici
- 4= terzo settore (associazioni, no profit, cooperative, imprese sociali, ecc..)
- 5= famiglie
- 6= immigrati
- 7= studenti scuola elementare
- 8= studenti scuola media
- 9= studenti scuola superiore
- 10= studenti universitari



- 11= insegnanti
- 12 = casalinghe
- 13= anziani
- 14=investitori
- 15= altro (*specificare*).....

11) Se l'iniziativa indicata è stata rivolta a un target di età compresa tra i 6 e i 24 anni, quanto siete d'accordo con la definizione di alfabetizzazione finanziaria data dal Pisa 2012: "L'alfabetizzazione finanziaria è la conoscenza e comprensione dei concetti finanziari, e la capacità, motivazione e fiducia nell'applicare questa conoscenza e comprensione in modo da prendere decisioni efficaci attraverso un range di contesti finanziari, per migliorare il benessere finanziario degli individui e della società, e per favorire la partecipazione all' attività economica"?

- Molto d'accordo
- Abbastanza d'accordo
- Abbastanza in disaccordo
- Completamente in disaccordo

12) C'è qualcosa che ritenete necessario aggiungere per dare completezza alla definizione del Pisa 2012 sopra citata?

.....
.....
.....

13) Rispetto all'educazione finanziaria verso i giovani, quali enti ritenete che debbano essere coinvolti?

- Istituti scolastici
- MIUR
- Istituti bancari
- Fondazioni bancarie
- Associazioni dei consumatori
- Assicurazioni
- Enti locali
- Banca d'Italia
- Pattichiari
- Enti di ricerca specializzati
- Altro (*specificare*)

14) (PP) Vi è all'interno della vostra banca, associazione, consorzio, ecc. una struttura dedicata ai programmi di educazione finanziaria?

- SI
- NO

15) (PP) A quale funzione/dipartimento fa capo l'unità che si è occupato dell'iniziativa di educazione finanziaria indicata? (*risposta multipla*)

- In staff al DG/AD
- In staff al Presidente
- Amministrazione
- Legale
- Bilancio



- Responsabilità sociale d'impresa
- Identità aziendale
- Comunicazione/ relazioni esterne
- Segreteria Generale
- Area retail
- Crediti e internazionalizzazione
- Marketing
- Risorse umane
- Investor relations
- Commerciale
- Internal auditing
- Pianificazione e controllo
- Altro (*specificare*).....

16) Chi ha sviluppato i contenuti dell'iniziativa di educazione finanziaria indicata?

- Esperti/studiosi esterni all'azienda
- Esperti interni all'azienda
- Esperti/studiosi esterni all'azienda e esperti interni all'azienda

17) Quali sono le motivazioni che hanno portato la vostra banca, associazione, consorzio, ecc. ad attivare l'iniziativa di educazione finanziaria in questione? (risposta multipla)

- Aumento/consolidamento della fiducia
- Aumento/consolidamento della reputazione
- Aumento/consolidamento delle competenze della clientela
- Relazione con/Soddisfazione della clientela
- Valorizzazione attività CSR della banca, associazione, consorzio, ecc.
- Opportunità di sviluppo del business
- Relazioni con il territorio
- Altro.....

18) Su che scala geografica è stata realizzata l'iniziativa di educazione finanziaria indicata?

- Comunale
- Provinciale
- Regionale
- Nazionale

19) In quale zona del paese è stata realizzata l'iniziativa di educazione finanziaria in questione (specificare quali Regioni)? (risposta multipla)

- Italia Nord- Occidentale.....
- Italia Nord-Orientale.....
- Italia Centrale.....
- Italia Meridionale e Insulare.....

20) Quali sono le capacità e le conoscenze che l'iniziativa di educazione finanziaria intrapresa ha tentato di sviluppare nei partecipanti? (risposta multipla)

- Capacità di gestire il consumo presente e il consumo futuro
- Conoscenza delle principali forme, prodotti e strumenti di risparmio
- Capacità di risparmiare
- Capacità di pianificazione a lungo termine



- Capacità di prevedere rischi e incertezze del mercato
- Capacità di attivarsi per risolvere i problemi
- Altro (*specificare*).....

21) L'attività di educazione finanziaria intrapresa ha: (*risposta multipla*)

- Fornito ai partecipanti strumenti per una migliore comprensione dei principali prodotti/servizi finanziari
- Informato i partecipanti sulle varie tipologie di prodotti/servizi disponibili e sulle loro opportunità e possibili rischi
- Fornito indicazioni circa i comportamenti di consumo per prodotti e servizi bancari e finanziari
- Fornito nozioni economiche e finanziarie di base

22) Nel corso dell'iniziativa avete trovato più preparati:

- Gli individui di sesso maschile
- Gli individui di sesso femminile

23) Quali sono gli argomenti finanziari dove si riscontra la maggior competenza?

- Prestiti/mutui
- Conti correnti
- Strumenti di pagamento
- Investimenti/risparmi

24) Quali sono gli argomenti finanziari dove si riscontra la minor competenza?

- Prestiti/mutui
- Conti correnti
- Strumenti di pagamento
- Investimenti/risparmi

25) Come è stata pubblicizzata l'iniziativa di educazione finanziaria indicata? (*risposta multipla*)

- Comunicazione attraverso il web
- Annunci su stampa
- Punti vendita/filiali/punti informativi
- Distribuzione di materiale informativo
- Realizzazione Presentazioni/Convegni
- Realizzazione incontri con i target selezionati prima dell'avvio dell'iniziativa stessa
- Altro (*specificare*).....

26) Quali sono le modalità di erogazione dei contenuti dell'iniziativa in questione? (*risposta multipla*)

- Lezioni/incontri in presenza
- Lezioni/incontri online
- Giochi di ruolo
- Distribuzione di materiale didattico/informativo
- Altro (*specificare*).....

27) Dove è stata realizzata l'iniziativa? (*risposta multipla*)

- Presso le sedi dei target destinatari delle attività formative (es. scuole, aziende, ecc.)
- Presso le proprie sedi
- Altro (*specificare*).....



28) L'iniziativa di educazione finanziaria realizzata ha utilizzato i seguenti strumenti (risposta multipla):

- Materiale cartaceo (dispense, brochure, fascicoli, ecc.)
- Materiale digitale (pdf, file word, file excel, ecc.)
- Materiale audio/video
- Web
- Altro (*specificare*).....

29) Come è stata svolta l'attività di educazione finanziaria?

- Svolta in autonomia
- Gestita da un altro soggetto e noi partecipiamo come aderente
- Gestita in collaborazione con altri stakeholder

29a) Per le banche, associazioni, consorzi, ecc. che hanno risposto "Gestita da un altro soggetto e noi partecipiamo come aderenti" e "Gestita in collaborazione con altri stakeholder", specificare i soggetti con i quali è stata sviluppata la collaborazione per la realizzazione dell'iniziativa (specificare quali) (risposta multipla):

- Organismi istituzionali
- Istituzioni/enti locali.....
- Soggetti bancari/finanziari o altri istituti bancari.....
- Quotidiani e periodici.....
- Associazioni e Cooperative.....
- Istituzioni scolastiche.....
- Altro (*specificare*).....

30) Avete realizzato attività di monitoraggio e verifica presso i target dell'efficacia dell'iniziativa in questione?

- SÌ
- NO

30a) Se Sì, quali strumenti di verifica e monitoraggio avete utilizzato? (risposta multipla)

- questionario
- intervista face to face
- intervista telefonica
- esperimento empirico
- esercitazioni/test/giochi
- analisi dei contenuti realizzati dai discenti
- esame o verifica finale dei contenuti appresi
- Altro (*specificare*).....

30b)

(PP) Se Sì, quali sono stati i risultati conseguiti dall'iniziativa? (Indicare un valore da 0 a 5, dove 0=per nulla raggiunto e 5=totalmente raggiunto)

(A) Rispetto a tutte le iniziative di educazione finanziaria rivolte a clienti / pubblico allargato svolte dalla vostra banca, associazione, consorzio, ecc. fino ad oggi, laddove sono state realizzate, quali pensate siano stati i risultati conseguiti ? (Indicare un valore da 0 a 5, dove 0=per nulla raggiunto e 5=totalmente raggiunto)



- Miglioramento del rapporto con i propri clienti
- Rafforzamento della propria reputazione
- Rafforzamento della capacità del personale interno di rapportarsi ai propri clienti
- Miglioramento della capacità dei propri clienti di pianificare a lungo termine
- Miglioramento della capacità del target di valutare diverse offerte, prodotti e strumenti di risparmio
- Miglioramento dell'attitudine al risparmio del target di riferimento
- Miglioramento della capacità di prevedere rischi e incertezze del mercato
- Aiutato i consumatori ad aumentare la propria consapevolezza nelle scelte finanziarie e di risparmio
- Altro (*specificare*).....

31) Quali sono state le principali criticità che avete riscontrato nello svolgimento dell'iniziativa di educazione finanziaria indicata? (Indicare un valore da 0 a 5, dove 0=per nulla raggiunto e 5=totalmente raggiunto)

- Scarsa partecipazione e coinvolgimento del target di riferimento
- Difficoltà dei partecipanti nella comprensione dei contenuti proposti
- Scarsa partecipazione delle scuole sui territori di riferimento
- Basso coinvolgimento dei docenti
- Impossibilità di monitorare l'efficacia dell'iniziativa
- Limitati risultati in termini di "sviluppo del business"
- Altro (*specificare*).....

Per chi ha risposto NO alla domanda 4

32)

(PP) Se no, perché non le avete avviate? (risposta multipla)

- 3 Non rientra nella nostra strategia/settore di intervento
- 4 Non lo riteniamo prioritario
- 5 Non abbiamo le risorse organizzative per gestirlo
- 6 Non abbiamo le risorse economiche per gestirlo
- 7 Riteniamo che dovrebbero essere gestite da un soggetto terzo
- 8 Altro (*specificare*)

(A) Se no, perché non le avete avviate? (risposta multipla)

- 9 Non rientra nella nostra strategia/settore di intervento
- 10 Non lo riteniamo prioritario
- 11 Non abbiamo le risorse organizzative per gestirlo
- 12 Non abbiamo le risorse economiche per gestirlo
- 13 Riteniamo che dovrebbero essere gestite da un soggetto terzo
- 14 I risultati di iniziative precedenti non sono stati soddisfacenti
- 15 Altro (*specificare*)

33) Se no, avete intenzione di sviluppare azioni per promuovere l'educazione finanziaria nel prossimo triennio?

- sicuramente sì
- probabilmente sì
- probabilmente no



- sicuramente no
- Non so

Per tutti

34)

(PP) Se ABI o PattiChiari proponessero un programma di educazione finanziaria di settore, modulabile su aree geografiche diverse e rivolta ai giovani ritenete che la vostra banca, associazione, consorzio, ecc. sarebbe interessata a partecipare?

- Molto interessato
- Abbastanza interessato
- Poco interessato
- Per nulla interessato
- Non so

(A) Per il miglioramento dell'educazione finanziaria in Italia, secondo voi è più funzionale:

che le iniziative siano realizzate in modo indipendente dai singoli soggetti privati

che le iniziative siano realizzate in modo coordinato dai soggetti privati

che le iniziative siano realizzate in modo coordinato dai soggetti pubblici

che vi sia un programma nazionale coordinato da un ente centrale pubblico e realizzato in collaborazione con i soggetti pubblici e privati

Allegati *(Al termine del questionario, sarebbe utile prevedere che il rispondente possa allegare del materiale in formato elettronico pdf, word).*

E' possibile allegare relativamente al programma di educazione finanziaria più significativo indicato nel corso dell'indagine il seguente materiale accompagnato da una breve descrizione (max 5 righe):

- Link sito web
- Report di progetto
- Materiale didattico
- Report di monitoraggio dei risultati
- Prodotti realizzati dai discenti
- Altro.....



Appendice Statistica

Tab.1 - Distribuzione dei soggetti per partecipazione all'indagine realizzata nel 2010

(% Base: 117 questionari)

Partecipazione al questionario lo scorso anno	Questionari
Si	48
No	69

Tab.2 - Distribuzione per tipologia dei soggetti partecipanti all'indagine

(% Base: 117 questionari)

Tipologia di soggetto	Questionari
Banca	80
Fondazione Bancaria	21
Altro	12
Autorità di Regolamentazione	2
Associazioni Consumatori	2

Tab.3 - Distribuzione per area geografica di azione dei soggetti partecipanti all'indagine

(% Base: 117 questionari)

Area geografica di azione:	Questionari
Tutto il territorio nazionale	69
Nord	38
Centro	30
Sud	17
Isole	1

Tab.4 - Distribuzione per tipologia di business dei soggetti partecipanti all'indagine

(% Base: 117 questionari)

Tipologia di business principale delle banche:	Questionari
Retail	76
Altro	4

Tab.5 - Quanto siete d'accordo con la definizione dell'OCSE?

(% Base: 48 questionari _ prima partecipazione)

Risposta	Risposte
Molto d'accordo	30
Completamente d'accordo	12
Abbastanza d'accordo	6

Tab.6 - C'è qualcosa che ritenete necessario aggiungere per dare completezza alla definizione dell'OCSE sopra citata?

(% Base: 48 questionari)

Risposta	Risposte
----------	----------



NO	18
Riteniamo che l'Educazione Finanziaria sia una componente di un più ampio processo formativo che sia inquadrata nell'ambito della educazione alla cittadinanza: cittadini più consapevoli, anche in campo economico/finanziario, equivale a cittadini in grado di esercitare il proprio ruolo attivo all'interno della società.	1
Non sono del tutto d'accordo sul fatto che l'elemento "fiducia" (sia se riferito ai mercati nel loro complesso, sia se riferito a singoli intermediari) possa essere sviluppato di per sé dall'educazione finanziaria; a mio avviso è possibile ipotizzare per lo più un meccanismo solo indiretto, nel senso che la maggiore consapevolezza finanziaria può addirittura nel breve termine acuire la sfiducia e - solo dopo un certo lasso di tempo - indurre i mercati e gli operatori ad essere più trasparenti.	1
Oltre che impegno del consumatore dovrebbe essere anche impegno delle istituzioni. Ossia educazione finanziaria anche come "obiettivo delle istituzioni al fine di rendere il cittadino più consapevole delle scelte finanziarie/economiche da effettuare nel corso della vita". In tal modo diventa anche una forma di tutela che le istituzioni possono offrire al cittadino. Da una parte producono leggi che orientano i comportamenti dei "produttori" dall'altra devono però impegnarsi a fornire al cittadino gli strumenti per "capire".	1
l'educazione finanziaria serve anche ad indirizzare il risparmiatore nella scelta "civica" delle attività nelle quali investire per migliorare la società in cui si vive	1
L'educazione finanziaria è un processo che richiede il coinvolgimento di tutti gli attori presenti sul mercato (lato offerta, lato domanda, lato controllo). Non potrà aversi una efficace educazione finanziaria senza il contributo dell'offerta. informazioni, chiare, semplici, complete sono essenziali affinché si possa generare un circuito virtuoso di investor education. Pensare che il processo sia attivabile basandosi esclusivamente sulla domanda è limitativo. Occorre creare sinergie ed obiettivi comuni.	1
Maggior consapevolezza dei propri diritti e strumenti a tutela del consumatore/investitore	1
Sottolineare la ricaduta di beneficio per l'intero sistema Paese	11
Manca un riferimento all' "Educazione al consumo consapevole" (se consumi male, difficilmente sarai in grado di risparmiare) e, specie per l'Italia, manca un riferimento all'assoluta necessità di un'adeguata "Educazione Previdenziale" ed "Assicurativa".	11
Dare più rilevanza all'ambito economico	1

Tab.7 - Considerando la definizione fornita dall'OCSE ritenete che:

(% Base: 48 questionari _ prima partecipazione)

Risposta	Risposte
L'industria bancaria deve avere un ruolo preminente nella diffusione dell'educazione finanziaria verso tutti i segmenti della popolazione	25
L'industria bancaria può occuparsi di educazione finanziaria ma è necessario che tali programmi siano realizzati di concerto con le istituzioni	23



Tab.8 - Nell'ultimo anno la vostra banca, associazione, consorzio, ecc. ha realizzato iniziative di educazione finanziaria rivolte a clienti/pubblico allargato?

(% Base: 69 questionari _ aggiornamento)

Risposta	Risposte
Sì	44
No	25

Tab.9 - Se Sì, si tratta di:

(% Base: 69 questionari _ aggiornamento)

Risposta	Risposte
un aggiornamento o replica di un'iniziativa precedentemente avviata	35
una nuova iniziativa	17

Tab.10 - La vostra banca, associazione, consorzio, ecc. ha sviluppato azioni per promuovere l'educazione finanziaria?

(% Base: 48 questionari _ prima partecipazione)

Risposta	Risposte
Sì	34
No	14

Tab.11 - Nei prossimi tre anni avete intenzione di:

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Incrementarle	52
Mantenerle stabili	26

Tab.12 - L'iniziativa di educazione finanziaria più significativa è stata accompagnata da un programma di formazione specifica rivolta anche al personale interno?

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Sì	42
No	36

Tab.13 - L'iniziativa di educazione finanziaria indicata è stata rivolta a quali delle seguenti macro categorie:

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Clienti potenziali / Pubblico allargato	72
Propri clienti	6

Tab.14 - Nel dettaglio, a quali tipologie di target è stata rivolta l'iniziativa indicata?

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
----------	----------



8= studenti scuola media	38
9= studenti scuola superiore	32
5= famiglie	23
10= studenti universitari	13
6= immigrati	5
14= investitori	9
7= studenti scuola elementare	8
11= insegnanti	8
13= anziani	8
1= micro-imprese	7
12= casalinghe	6
4= terzo settore (associazioni, no profit, cooperative, imprese sociali, ecc..)	4
2= imprenditori immigrati	3
3= donne lavoratrici	3
15= altro	3

Tab.15 - Se l'iniziativa indicata è stata rivolta a un target di età compresa tra i 6 e i 24 anni, quanto siete d'accordo con la definizione di alfabetizzazione finanziaria data dal Pisa 2012?

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Molto d'accordo	34
Abbastanza d'accordo	23
Completamente d'accordo	21

Tab.16 - C'è qualcosa che ritenete necessario aggiungere per dare completezza alla definizione del Pisa 2012 sopra citata?

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
NO	44
E' necessario consegnare anche ai giovani le chiavi di lettura per comprendere le cause dell'attuale crisi finanziaria e presentare scenari che possano dimostrare che un altro tipo di finanza (etica e responsabile) è possibile	2
La definizione di finanza è un poco tautologica. Aggiungerei che l'alfabetizzazione finanziaria riguarda "l'effettuazione delle scelte relative alla gestione dei surplus e dei deficit di mezzi di pagamento".	1
più facilmente fruibile da un pubblico di immigrati.	1
Manca l'identificazione del processo di consapevolezza dei risparmiatori come anche del tema della pianificazione finanziaria	1
L'alfabetizzazione finanziaria deve favorire responsabilità, cittadinanza, sostenibilità e comprensione della contestualizzazione politica.	1
per favorire consapevolezza sulla ricaduta sociale di alcune scelte imprenditoriali.	1
La validità della definizione è strettamente collegata alla chiarezza, semplicità e completezza delle informazioni fornite agli stakeholder	1
Consapevolezza e conoscenza dei propri diritti e degli strumenti a tutela dei consumatori	1
Educazione Finanziaria come uno dei cardini della completa profilatura sociale e	11



civica dell'individuo.	
Prendere decisioni consapevoli	1
non legherei il concetto di educazione finanziaria al concetto di "efficacia" delle decisioni ma piuttosto al concetto di "consapevolezza" delle stesse	1
E' un po' generica, la integrerei con "la conoscenza delle tecniche di marketing utilizzate per spingere le persone ad acquistare ciò che in realtà non serve o non è il miglior rapporto qualità/prezzo".	11
Dare più rilevanza all'ambito economico e ai collegamenti tra economia e finanza	1

Tab.17 - Rispetto all'educazione finanziaria verso i giovani, quali enti ritenete che debbano essere coinvolti?

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Istituti scolastici	69
Pattichiari	68
Istituti bancari	67
Associazioni dei consumatori	53
MIUR	47
Fondazioni bancarie	40
Enti locali	32
Banca d'Italia	29
Enti di ricerca specializzati	29
Assicurazioni	18
Altro	25

Tab.18 - Vi è all'interno della vostra banca, associazione, consorzio, ecc. una struttura dedicata ai programmi di educazione finanziaria?

(% Base: 34 questionari _ prima partecipazione)

Risposta	Risposte
No	18
Sì	16

Tab.19 - A quale funzione/dipartimento fa capo l'unità che si è occupato dell'iniziativa di educazione finanziaria indicata?

(% Base: 34 questionari _ prima partecipazione)

Risposta	Risposte
Altro	17
Marketing	14
Commerciale	12
Responsabilità sociale d'impresa	11
Comunicazione/ relazioni esterne	4
In staff al DG/AD	2
In staff al Presidente	2
Area retail	1



Crediti e internazionalizzazione	1
----------------------------------	---

Tab.20 - Chi ha sviluppato i contenuti dell'iniziativa di educazione finanziaria indicata?
(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Esperti esterni all'azienda	37
Entrambi	30
Esperti interni all'azienda	11

Tab.21 - Quali sono le motivazioni che hanno portato la vostra banca, associazione, consorzio, ecc. ad attivare l'iniziativa di educazione finanziaria in questione?

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Relazioni con il territorio	59
Valorizzazione attività CSR della banca, associazione, consorzio, ecc.	44
Aumento/consolidamento della fiducia	37
Aumento/consolidamento della reputazione	33
Altro	26
Relazione con/Soddisfazione della clientela	20
Aumento/consolidamento delle competenze della clientela	18
Opportunità di sviluppo del business	5

Tab.22 - Su che scala geografica è stata realizzata l'iniziativa di educazione finanziaria indicata?

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Nazionale	38
Provinciale	26
Comunale	8
Regionale	6

Tab.23 - In quale zona del paese è stata realizzata l'iniziativa di educazione finanziaria in questione (specificare quali Regioni)?

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Italia Nord-Occidentale	62
Italia Meridionale e Insulare	55
Italia Centrale	50
Italia Nord-Orientale	48

Tab.24 - Quali sono le capacità e le conoscenze che l'iniziativa di educazione finanziaria intrapresa ha tentato di sviluppare nei partecipanti?



(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Capacità di risparmiare	50
Capacità di pianificazione a lungo termine	41
Capacità di gestire il consumo presente e il consumo futuro	40
Conoscenza delle principali forme, prodotti e strumenti di risparmio	36
Capacità di prevedere rischi e incertezze del mercato	33
Capacità di attivarsi per risolvere i problemi	12
Altro	9

Tab.25 - L'attività di educazione finanziaria intrapresa ha:

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Fornito nozioni economiche e finanziarie di base	64
Fornito ai partecipanti strumenti per una migliore comprensione dei principali prodotti/servizi finanziari	41
Informato i partecipanti sulle varie tipologie di prodotti/servizi disponibili e sulle loro opportunità e possibili rischi	33
Fornito indicazioni circa i comportamenti di consumo per prodotti e servizi bancari e finanziari	28

Tab.26 - Come è stata pubblicizzata l'iniziativa di educazione finanziaria indicata?

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Annunci su stampa	48
Realizzazione Presentazioni/Convegni	44
Comunicazione attraverso il web	34
Altro	24
Realizzazione incontri con i target selezionati prima dell'avvio dell'iniziativa stessa	24
Distribuzione di materiale informativo	20
Punti vendita/filiali/punti informativi	7

Tab.27 - Quali sono le modalità di erogazione dei contenuti dell'iniziativa in questione?

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Lezioni/incontri in presenza	73
Distribuzione di materiale didattico/informativo	33
Lezioni/incontri online	7
Altro	6
Giochi di ruolo	6



Tab.28 - Dove è stata realizzata l'iniziativa?*(% Base: 78 questionari)*

Risposta	Risposte
Presso le sedi dei target destinatari delle attività formative (es. scuole, aziende, ecc.)	64
Presso le proprie sedi	30
Altro	8

Tab.29 - L'iniziativa di educazione finanziaria realizzata ha utilizzato i seguenti strumenti:*(% Base: 78 questionari)*

Risposta	Risposte
Materiale cartaceo (dispense, brochure, fascicoli, ecc.)	55
Web	39
Materiale audio/video	35
Materiale digitale (pdf, file word, file excel, ecc.)	29
Altro	2

Tab.30 - Nel corso dell'iniziativa avete trovato più preparati:*(% Base: 78 questionari)*

Risposta	Risposte
Non è stata rilevata nessuna differenza	48
Gli individui di sesso femminile	16
Gli individui di sesso maschile	14

Tab.31 - Quali sono gli argomenti finanziari dove si riscontra la maggior competenza?*(% Base: 78 questionari)*

Risposta	Risposte
Conti correnti	45
Strumenti di pagamento	32
Investimenti / risparmi	9
Prestiti / mutui	5

Tab.32 - Quali sono gli argomenti finanziari dove si riscontra la minor competenza?*(% Base: 78 questionari)*

Risposta	Risposte
Investimenti / risparmi	60
Prestiti / mutui	36
Strumenti di pagamento	16
Conti correnti	2

Tab.33 - Come è stata svolta l'attività di educazione finanziaria?*(% Base: 78 questionari)*

Risposta	Risposte
----------	----------



Gestita da un altro soggetto e noi partecipiamo come aderente	45
Svolta in autonomia	26
Gestita in collaborazione con altri stakeholder	7

Tab.34 - Per le banche, associazioni, consorzi, ecc. che hanno risposto “Gestita da un altro soggetto e noi partecipiamo come aderenti” e “Gestita in collaborazione con altri stakeholder”, specificare i soggetti con i quali è stata sviluppata la collaborazione per la realizzazione dell’iniziativa:

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Organismi istituzionali	29
Soggetti bancari/finanziari o altri istituti bancari	19
Altro	15
Istituzioni scolastiche	6
Associazioni e Cooperative	4
Istituzioni/enti locali	3
Quotidiani e periodici	1

Tab.35 - Avete realizzato attività di monitoraggio e verifica presso i target dell’efficacia dell’iniziativa in questione?

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte
Sì	54
No	24

Tab.36 Se Sì, quali strumenti di verifica e monitoraggio avete utilizzato?

(% Base: 54 questionari)

Risposta	Risposte
Questionario	33
Esame o verifica finale dei contenuti appresi	15
Esercitazioni/test/giochi	6
Intervista telefonica	5
Altro	4
Analisi dei contenuti realizzati dai discenti	2

Tab.37 - Se Sì, quali sono stati i risultati conseguiti dall’iniziativa?

(% Base: 62 questionari)

Risposta	Risposte					
	0	1	2	3	4	5
1-Miglioramento del rapporto con i propri clienti	4	11	17	5	12	13
2-Rafforzamento della propria reputazione	1	-	13	18	23	7
3-Rafforzamento della capacità del personale interno di rapportarsi ai propri clienti	3	13	16	13	9	8
4-Miglioramento della capacità dei propri clienti di pianificare un rapporto a lungo termine	3	28	5	18	6	2



5-Miglioramento della capacità del target di valutare diverse offerte e prodotti	3	11	1	21	23	3
6-Miglioramento dell'attitudine al risparmio del target di riferimento	2	-	12	21	25	2
7-Miglioramento delle capacità di prevedere rischi e incertezze del mercato	2	15	9	15	18	3
8-Aiutato i consumatori ad aumentare la propria consapevolezza nelle scelte finanziarie e di risparmio	-	-	4	5	36	17
9-Altro	1	-	1	-	12	-

Tab.38 - Quali sono state le principali criticità che avete riscontrato nello svolgimento dell'iniziativa di educazione finanziaria indicata?

(% Base: 78 questionari)

Risposta	Risposte					
	0	1	2	3	4	5
1-Scarsa partecipazione e coinvolgimento del target di riferimento	38	19	4	17	-	-
2-Difficoltà dei partecipanti della comprensione dei contenuti proposti	19	16	39	4	-	-
3-Scarsa partecipazione delle scuole sui territori di riferimento	40	3	12	6	16	1
4-Basso coinvolgimento dei docenti	42	12	7	15	2	-
5-Impossibilità di monitorare l'efficacia dell'iniziativa	19	17	15	24	3	-
6-Limitati risultati in termini di 'sviluppo del business'	12	13	7	27	2	17
7-Altro	-	-	-	2	12	-

Tab.39 - Se no, perché non le avete avviate?

(% Base: 43 questionari)

Risposta	Risposte
Altro	20
Non rientra nella nostra strategia	12
Non lo riteniamo prioritario	7
Non abbiamo le risorse organizzative per gestirlo	2
Riteniamo che dovrebbero essere gestite da un soggetto terzo	2

Tab. 40 - Se no, avete intenzione di sviluppare azioni per promuovere l'educazione finanziaria nel prossimo triennio?

(% Base: 39 questionari_ prima partecipazione)

Risposta	Risposte
Sicuramente sì	14
Probabilmente no	11
Probabilmente sì	9
Non so	4
Sicuramente no	1

Tab. 41 - Per il miglioramento dell'educazione finanziaria in Italia, secondo voi è più funzionale:

(% Base: 69 questionari _ aggiornamento)

Risposta	Risposte
che vi sia un programma nazionale coordinato da un ente centrale pubblico	50



e realizzato in collaborazione con i soggetti pubblici e privati	
che le iniziative siano realizzate in modo coordinato dai soggetti privati	12
che le iniziative siano realizzate in modo coordinato dai soggetti pubblici	5
che le iniziative siano realizzate in modo indipendente dai singoli soggetti privati	2

Tab. 42 - Se ABI o PattiChiari proponessero un programma di educazione finanziaria di settore, modulabile su aree geografiche diverse e rivolta ai giovani ritenete che la vostra banca, associazione, consorzio, ecc. sarebbe interessata a partecipare?

(% Base: 48 questionari _ prima partecipazione)

Risposta	Risposte
Molto interessato	30
Abbastanza interessato	9
Poco interessato	4
Non so	4
Per nulla interessato	1



Bibliografia

Antonietti A., M. Balconi, *Mente ed economia. Come psicologia e neuroscienze spiegano il comportamento economico*, in A. Antonietti-Balconi M. (a cura di), Mulino, Bologna, 2008

Attia C., Hilton D.J., *Decidere in finanza. Come la psicologia migliora il risk management*, Sole24Ore, 2011

Barotta P., *Filosofia dell'economia*, in *Linee di ricerca* a cura di L. Floridi, SWIF, 2003-4

Bayer P., Bernheim D., Scholz J.K., *The effects of financial education in the workplace: evidence from a survey of employers*, *Economic Inquiry*, Vol. 47, 2008

Bloom B.S., *Handbook I. Cognitive Domain*, 1956

Bodnar J., *Raising Money Smart Kids*, Kaplan Publishing, 2005

Brown J.R., *Financial Education and Annuities*, University of Illinois at Urbana-Champaign and The National Bureau of Economic Research, 2008

Caratelli M., Filotto U., Naccarato A., Nicolini G., *Non è mai troppo tardi: l'imperativo ergonomico nella financial education* in Fondazione Rosselli, Bracchi G., Masciandaro D. (A cura di), "Quattordicesimo Rapporto sul Sistema Finanziario Italiano, Dopo la crisi. L'industria finanziaria italiana tra stabilità e sviluppo," Bancaria Editrice, 2009

Castrovilli E., *Le motivazioni della proposta nel panorama liceale italiano*, in E. Castrovilli-Pettrizzi T. (a cura di), *Cultura economica nei licei* Milano, FrancoAngeli, 2008

Caterina R., *Psicologia della decisione e tutela del consumatore: il problema delle "pratiche ingannevoli"*. *Sistemi Intelligenti*, n.2, Edizioni il Mulino, Bologna, 2010

CentiQ, *Correlation in financial behavior between children and their parents*, 2008

CentiQ, *Learning to handle Money. Financial Education in Primary and Secondary School*, 2009

CentiQ, *Summary Financial understanding and behavior of 8- to 18-year-olds in the Netherlands*, 2008

CentiQ, *Summary of Action Plan: Wiser in Money Matters*, 2008

CentiQ, *Summary of Financial insight among the Dutch*, 2008

Chatterjee S., Palmer L., Goetz J. *Individual wealth accumulation: Why does dining together as a family matter?*, "Applied Economics Research Bulletin", 2010

Commissione Europea, *Educazione Finanziaria*, 2007

Commissione Europea, *Financial Services Provision and Prevention of Financial Exclusion*, marzo 2008.



DG Internal Market and Services, *Review of the Initiatives of the European Commission in the Area of Financial Education*, 2011

Fondazione Rosselli, *Le esperienze di educazione finanziaria. Indagine sulla realtà italiana nel contesto internazionale*, Consorzio PattiChiari, 2010

Fondazione Rosselli, *Quattordicesimo Rapporto sul Sistema Finanziario Italiano, Dopo la crisi. L'industria finanziaria italiana tra stabilità e sviluppo*, Bracchi G., Masciandaro D. (A cura di), Bancaria Editrice, 2009

Gelmini M., intervista, *Con Moneta voglio entrare a scuola*, Economy, Mondadori, 26 marzo 2009

Gigerenzer G., *Adaptive thinking. Rationality in the real world*. Oxford University Press, Oxford, 2000

Gigerenzer G., *Decisioni intuitive. Quando si sceglie senza pensarci troppo*. Raffaello Cortina Editore, Milano, 2009

Herzog P., *Implementing a financial education policy: pension schemes, long term investment, savings, Increasing Financial Capability*, European Commission, Brussels, 28 marzo 2007

Ireland Financial Regulator, *Personal Finance Education. A curriculum mapping*, 2008

Ireland Financial Regulator, *Preliminary Report on Financial Education*, 2008

Iurcovich L., intervista, *Emotività e razionalità nelle scelte economiche?*, Ossevatorio Filas, 2009.

Jacomella G., *Economia e Finanza entrano al Liceo. I progetti per adeguarsi all'Europa*, Corriere della Sera, 4 luglio 2008.

Legrenzi P., R. Rumiati, *L'economia e la psicologia*, in R. Viale (a cura di), *Le nuove economie*, Il Sole 24 Ore, Milano, 2005.

Legrenzi P., *Psicologia e Investimenti Finanziari. Come la finanza comportamentale aiuta a capire le scelte di investimento*, Il Sole 24 Ore Libri, 2006.

Legrenzi P., *I soldi in testa. Psicoeconomia della vita quotidiana*, Laterza, 2011.

Legrenzi P., M. G. Favrin, *Le trappole nelle scelte d'investimento*, Diritti e Mercato, 2, Altroconsumo, 2009

Lusardi A., *Come insegnare l'ABC della finanza*, LaVoce.info, 20 aprile 2010

Lusardi A., Tufano P., *Debt Literacy, Financial Experiences and Overindebtedness*, 2008

Mandell L., *Financial Education in High School*, in Lusardi, A. *Overcoming the Saving Slump. How to increase the effectiveness of financial education and saving programs*, The University of Chicago Press: Chicago, 257, 2008

Manetti L., *Processi cognitivi in Introduzione alla psicologia economica*, in L. Manetti (a cura di), in *Decisioni e consumi*, Carocci, Roma, 2004



Manetti L., *Processi affettivi e motivazionali in Introduzione alla psicologia economica*, in L. Manetti (a cura di), *Decisioni e consumi*, Carocci, Roma, 2004

Mieli S., *La strategia della Banca d'Italia per rafforzare il rapporto fiduciario tra banche e clientela*, Roma, 10 marzo 2009

Ministero della Finanza della Repubblica Ceca, *Framework Policy of the Ministry of Finance on Consumer Protection in the Financial Market*, 2007

Ministero della Finanza della Repubblica Ceca, *Financial Education Strategy*, 2007

Ministero della Finanza e Ministero dell'Educazione della Repubblica Ceca, *Financial Literacy Standards*, 2007

Monti M., *Fast and Frugal Heuristics nelle Decisioni di Investimento*, Primo Convegno Scientifico CIPESS, Fondazione Rosselli, Torino, 12 novembre 2009

Mundy S., *Financial Education Programmes in Schools, Analysis of Selected Current Programmes and Literature*, Draft Recommendations for Best Practices, OECD, 2008

National Steering Group on Financial Education, *Improving Financial Capability: a multi-stakeholder approach*, 2009

Nibud, *Learning to Manage Money*, 2009

Nuovo testo unificato dei Disegni di Legge nn. 1288, 1477, 1593, 1626 e 1796. *Disposizioni in materia di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale*

O'Connell A., *Evaluating the Effectiveness of Financial Education Programmes*, OECD 2008

O'Donnell N., Keeney M., *Financial Capability: New Evidence for Ireland*, 2009

OECD, *Improving Financial Literacy. Analysis of issues and policies*, 2005

OECD, *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*, 2005

OECD, *The Importance of Financial Education*, 2006

OECD, *Conclusion of the Second Meeting of the International Network on Financial Education and of the Joint OECD-Bank Indonesia Conference on Financial Education Bali, Indonesia, ottobre 20-22, 2008*

OECD, *Draft good practices on financial education and awareness relating to credit*, 2008

OECD, *Improving financial education and awareness on Insurance and private pensions*, 2008

OECD, *Strategic response to the financial and economic crisis: contributions to the global effort*, 2009

OECD/INFE, *Guide to evaluating financial education programmes*, 2010



OECD/INFE, *Guidelines on financial education at school and guidance on learning framework*, 2010

Patalano R., *La mente economica, immagini e comportamenti di mercato*, Bari, Editoria Laterza, 2005

Roccia M., *Wide-ranging national programme for financial education involving multiple stakeholders*, Increasing Financial Capability, European Commission, Brussels, 28 marzo 2007

Sequi C., *Come introdurre oggi l'economia nei licei*, in E. Castrovilli-Petrizzi T. (a cura di), *Cultura Economica nei licei*, Franco Angeli, Milano, 2008

Servizio Studi del Senato, Ufficio ricerche sulla legislazione comparata, *L'educazione finanziaria: esperienze internazionali a confronto*, num. 135, giugno 2009

Silva F., *Cos'è l'economia*, in E. Castrovilli-Pedrizzi T. (a cura di), *Cultura Economica nei licei* Franco Angeli, Milano, 2008

Talamo O., *L'economia e il profilo del diplomato nei licei*, in E. Castrovilli-Pedrizzi T. (a cura di), *Cultura Economica nei licei*, FrancoAngeli, Milano, 2008.

The European House-Ambrosetti – Consorzio PattiChiari, *L'Educazione Finanziaria in Italia. Lo stato dell'arte e possibili linee di azione*, novembre 2007

The European House-Ambrosetti – Consorzio PattiChiari, *L'Educazione Finanziaria in Italia. Riflessioni e proposte per migliorare la educazione finanziaria del Paese*, marzo 2007.

The European House-Ambrosetti – Consorzio PattiChiari, *L'Educazione Finanziaria in Italia. La prima misurazione del livello di cultura finanziaria degli italiani*, novembre 2008

TNS Financial Services, *Households @ Risk*, 2009

Trifilidis M., *L'educazione finanziaria: le iniziative a livello internazionale*, in "Consumatori, Diritti Mercato", numero 2/2009

Willis L., *Against Financial-Literacy Education*, Iowa Law Review, 2008

Zamagni S., *Il ruolo della scienza economica nei licei*, in E. Castrovilli-Pedrizzi T. (a cura di), *Cultura Economica nei licei*, Franco Angeli, Milano, 2008



Sitografia

Enti /Associazioni /Organizzazioni

Eurofinas. European Federation of Finance House Associations

www.eurofinas.org

OECD

www.oecd.org

OECD, I.G.F.E. Internation Gateway for Financial Education

www.financial-education.org

Austria

Austrian National Bank

www.oenb.at

Austrian Financial Market Authority

www.fma.gv.at

Australia

Australia Financial Literacy Foundation

www.understandingmoney.gov.au/content/consumer/about/aboutflf.aspx

Australian Securities and Investments Commission

www.asic.gov.au/asic/asic.nsf

Ministerial Council on Education, Employment and Youth Affairs (MCEETYA)

www.mceecdya.edu.au/mceecdya/

Canada

Financial Consumer Agency of Canada

www.fcac-acfc.gc.ca

Industry Canada

www.ic.gc.ca/ic_wp-pa.htm

Francia

Institut pour l'Education Financière du Public

www.lafinancepourtous.com

Germania

BaFin. Federal Financial Supervisory Authority

www.bafin.de/cln_152/EN/Home/homepage__node.htm?__nnn=true

Deutsche Bundesbank

www.bundesbank.de

Italia

ABI. Associazione Bancaria Italiana

www.abi.it

ACRI. Associazione di Fondazioni e di Casse di Risparmio Spa

www.acri.it/files/default.asp

AEEE. Italia Associazione Europea per l'Educazione Economica

www.aeeeitalia.it

ANASF. Associazione Nazionale Promotori Finanziari

www.anasf.it/index1.asp



ANCI. Associazione Nazionale Comuni Italiani	www.anci.it
ANIA. Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici	www.ania.it
Assofin. Associazione del Credito al Consumo ed Immobiliare.	www.assofin.it
Assogestioni – Associazione italiana del risparmio gestito	www.assogestioni.it
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato	www.agcm.it
Banca d'Italia	www.bancaditalia.it
Borsa italiana	www.borsaitaliana.it/homepage/homepage.htm
CIA. Confederazione Italiana Agricoltori	www.cia.it/ncia
CNA. Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa.	www.cna.it
Coldiretti	www.coldiretti.it
Confagricoltura	www.confagricoltura.it
Confartigianato	www.confartigianato.it
Confcommercio	www.confcommercio.it/home
Confindustria	www.confindustria.it
Consob	www.consob.it
Consorzio PattiChiari	www.pattichiari.it
COVIP	www.covip.it
Fondazione Roma	www.fondazioneroma.it
Helpconsumatori	www.helpconsumatori.it/news.php?id=28156
ISVAP	www.isvap.it
MEF. Ministero dell'Economia e delle Finanze	www.tesoro.it
Ministero del lavoro, salute politiche sociali	www.lavoro.gov.it/Lavoro
Ministro dello sviluppo economico	www.sviluppoeconomico.gov.it
MIUR . Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della ricerca	www.istruzione.it/web/hub
Osservatoriio Filas	www.filas.it



Senato della Repubblica	www.senato.it
<i>Irlanda</i>	
Irish Financial Regulator	www.financialregulator.ie/Pages/home.aspx
Irish Pensions Board	www.pensionsboard.ie/en
National Consumer Agency	www.nca.ie
<i>Nuova Zelanda</i>	
New Zealand Retirement Commission	www.retirement.org.nz
<i>Paesi Bassi</i>	
Ministero della Finanza	www.minfin.nl
Autoriteit Financiële Markten	www.afm.nl
National Institute for Budget Information	www.nibud.nl
<i>Regno Unito</i>	
Bank of England	www.bankofengland.co.uk
BBC	www.bbc.co.uk
Financial Services Authority	www.fsa.gov.uk
OFSTED	www.ofsted.gov.uk
<i>Repubblica Ceca</i>	
Ministero della Finanza	www.mfcr.cz
People in Need	www.clovekvtsni.cz/indexen.php
Multikulturní Centrum Praha	www.mkc.cz
Czech Consumer Association	www.konzument.cz
Building Savings Banks Association	www.acss.cz
Czech Banking Association	www.czech-ba.cz
<i>Spagna</i>	
Banco de España	www.bde.es/homee.htm
Caixa Terrassa	www.unnim.cat/ca/Particulars
<i>Stati Uniti</i>	
Department of the Treasury	www.ustreas.gov



Federal Reserve	www.federalreserve.gov
Financial Literacy and Education Commission	www.mymoney.gov
Financial Services Authority	www.fsa.gov.uk/financial_capability
Us Treasury Office of Financial Education	www.ustreas.gov/offices/domestic-finance/financial-institution/fin-education
<i>Sud Africa</i>	
Financial Services Board	www.fsb.co.za
Database	
EDFE - European Database for Financial Education	http://ec.europa.eu/internal_market/fesis/index.cfm?action=home
Programmi/ Iniziative	
<i>Italia</i>	
Cultura finanziaria a scuola - prepararsi a scegliere	www.osservatorionline.it/index.php?id=702&page=Cultura+finanziaria+a+scuola#content
<i>DOLCETA</i>	www.Dolceta.eu
Economiascuola	www.economiascuola.it/formazione/educazione-finanziaria/in-europa
Economic@mente. Metti in moto il tuo futuro	www.anasf.it/pagine/formazione/economic@mente.asp
EduCare	educare.bnl.it
Educazione finanziaria: Conoscere per decidere	www.bancaditalia.it/servizi_pubbl/conoscere
Guadagnamo il futuro/Open Mind	www.unicreditgroup.eu/it/events/Event0564.htm
Io&irisch	www.ioeirisch.it
<i>Australia</i>	
Consumer education strategy	www.fido.gov.au
<i>Canada</i>	
Canlearn	www.canlearn.ca
Consumer education and financial literacy programs	www.themoneybelt.gc.ca www.fcac-acfc.gc.ca
<i>Irlanda</i>	
It's your money	www.itsyourmoney.ie
National Pension Awareness Campaign (Npac)	www.pensionsboard.ie



Financial Capability	www.financialcapability.ie
<i>Nuova Zelanda</i>	
Sorted	www.sorted.org.nz
Understanding money	www.understandingmoney.gov.au
<i>Paesi Bassi</i>	
	www.CentiQ.nl
<i>CentiQ</i>	www.wijzeringeldzaken.nl
<i>Regno Unito</i>	
National strategy for financial capability	www.fsa.gov.uk/financial_capability
Pounds and pence	www.bankofengland.co.uk/education/poundsandpence
<i>Spagna</i>	
Customer protection	www.bde.es
<i>Stati Uniti</i>	
Citigroup financial education program	http://financialeducation.citigroup.com/citigroup/financial_education/aggregator.htm
Federal reserve education	www.federalreserveeducation.org
Insure u – get smart about insurance	www.insureuonline.org



Note

¹ COM(2007)808, 18.12.2007.

² Repubblica Ceca, Paesi Bassi, Portogallo, Spagna, Regno Unito, Svezia, Irlanda

³ Repubblica Ceca, Ungheria e Regno Unito.

⁴ PISA 2012 *Financial Literacy Framework*, 21 dicembre 2010.

⁵ Dati Ministero degli Affari Esteri italiano.

⁶ Dusan Hradil, *Deputy Director Financial Markets*, MoF

⁷ Ocse, *Education at a Glance 2011*

⁸ *Preliminary Report on Financial Capability*, Giugno 2008.

⁹ Il *Recapitalization Scheme*, annunciato dal Governo nel dicembre 2008, afferma che: *The recapitalized banks will provide funding and other resources, in cooperation with the Financial Regulator, to support and develop financial education for consumers and potential consumers. The resources to be made available will take account of the Financial Regulator's Financial Capability Study and the Report of the Steering Group on Financial Education.*

¹⁰ www.nfq.ie

¹¹ Fonte dati: Ocse, *Education at a Glance 2011*

¹² Di questo tema si è approfonditamente occupato il precedente studio curato dalla Fondazione Rosselli per il Consorzio PattiChiari nel 2010 *“Le esperienze di educazione finanziaria. Indagine sulla realtà italiana nel contesto internazionale”*.

¹³ La classifica prende in considerazione cinque diverse categorie di corsi di formazione: *Full Time MBA, Executive MBA, Masters in Management, Open programmes – Executive Education, Custom programmes – Executive Education.*

¹⁴ *Indagine 2011 sul risparmio e sulle scelte finanziarie degli italiani*, realizzata dal Centro di ricerca e documentazione Luigi Einaudi e di Intesa Sanpaolo, in collaborazione con la Doxa. L'Indagine 2011 ha avuto quale obiettivo principale l'approfondimento e la comprensione delle principali motivazioni che sono alla base delle scelte dei risparmiatori italiani. Nell'edizione di quest'anno non solo si è cercato di descrivere le decisioni e le scelte in ambito finanziario delle famiglie italiane che hanno almeno un rapporto di conto corrente con una banca, ma, per la prima volta, è stato fatto un focus sui giovani (dai 18 ai 29 anni) con l'obiettivo di comprendere più a fondo la propensione al risparmio e l'interesse per gli argomenti economici e finanziari delle nuove generazioni. Attraverso uno specifico questionario redatto per ognuno dei due target (famiglie e giovani) e strutturato in aree tematiche, sono stati raccolti dati sui comportamenti in merito ai risparmi e agli investimenti in generale e, con maggiori dettagli, informazioni sulla crisi finanziaria, sulle scelte in merito a pensione integrativa, destinazione del TFR e assicurazioni, sull'investimento in obbligazioni, azioni e fondi, e nella casa. Le interviste sono state condotte utilizzando un questionario per ciascuno dei due target (famiglie e giovani) articolato in aree tematiche e composto da oltre 90 domande. Le interviste sono state realizzate con personal computer per CAPI (*Computer Aided Personal Interviews*). Le interviste sono state fatte dalla Doxa tra il 21 febbraio e il 15 marzo 2011, in 98 comuni (punti di campionamento), distribuiti in tutte le regioni italiane. Sono state eseguite 1.057 interviste alle «famiglie» e 403 interviste ai «giovani».

¹⁵ Nuovo testo unificato dei Disegni di Legge nn. 1288, 1477, 1593, 1626 e 1796. *Disposizioni in materia di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale.*

¹⁶ *Indagine 2011 sul risparmio e sulle scelte finanziarie degli italiani*, op. cit.

¹⁷ Il portale per l'educazione finanziaria. www.istruzioneassicurativa.it



¹⁸ Caratelli M., Filotto U., Naccarato A., Nicolini G., *Non è mai troppo tardi: l'imperativo ergonomico nella financial education* in Fondazione Rosselli, Bracchi G., Masciandaro D. (A cura di), "Quattordicesimo Rapporto sul Sistema Finanziario Italiano, Dopo la crisi. L'industria finanziaria italiana tra stabilità e sviluppo," Bancaria Editrice, 2009

¹⁹ Chatterjee S., Palmer L., Goetz J. *Individual wealth accumulation: Why does dining together as a family matter?*, in "Applied Economics Research Bulletin", pp. 1-22, 2011

²⁰ Bodnar J., *Raising Money Smart Kids*, Kaplan Publishing, 2005.

²¹ http://www.fondazionerosselli.it/User.it/index.php?PAGE=Sito_it/attivita_seminari1&semn_id=589

²² Il portale web <http://www.economiascuola.it/>, la rete di docenti italiani di ogni ordine e materia per l'educazione finanziaria, nato per iniziativa di PattiChiari è un'interessante iniziativa in questo senso. Promuove la conoscenza e l'insegnamento dell'educazione finanziaria nelle scuole, sensibilizzando i docenti affinché possano proporla ai loro studenti all'interno dei programmi didattici e animando la *community* attraverso la condivisione di articoli, lezioni, video, presentazioni sull'educazione finanziaria, la partecipazione ai gruppi tematici, ai blog e alle altre attività di dialogo e confronto del sito.

²³ Per la scuola secondaria di I grado viene proposto il concorso "Un'impresa a quattro zampe", che simula, attraverso un software online progettato appositamente per il programma, l'elaborazione del bilancio di un canile e lo sviluppo di un progetto di raccolta fondi; per la scuola secondaria di II grado, il programma didattico prevede la partecipazione al concorso nazionale "Sviluppa la tua idea imprenditoriale" che propone alle classi la realizzazione di un business plan attraverso un software online progettato appositamente per il programma.

²⁴ Associazione costituita nel 2008 dall'*Organisation for Economic Co-operation and Development* (OCSE) e composta dai rappresentanti delle Autorità pubbliche dei paesi membri. L'associazione, composta da 30 OECD, *Strategic response to the financial and economic crisis: contributions to the global effort*, 2009, 20 istituzioni provenienti da sessanta paesi, è volta allo sviluppo e alla promozione dell'educazione finanziaria nel mondo, offre informazione e stila programmi, iniziative di ricerca e studi in materia.

²⁵ Schuchardt J., Hanna S.D., Hira Tahira K., Lyons A. C., Palmer L., Xia J.J., *Financial Literacy and Education Research Priorities*, in "Journal of Financial Counseling and Planning", Volume 20, Issue 1, 2009.

²⁶ Capacità di valutare il rischio = 3,44; Capacità di analizzare il costo – opportunità = 3,16; Fiducia verso il prossimo = 3,28, Propensione al risparmio = 3,48; Propensione all'indebitamento = 2,04

²⁷ OECD, *Strategic response to the financial and economic crisis: contributions to the global effort*, 2009

