

Programmi di lungo periodo. Tutte le Authority sostengono la formazione di base

Formazione indispensabile, per tutti

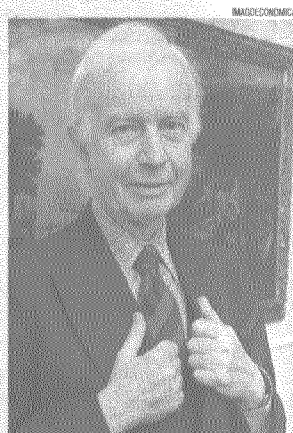
Quanto ha pesato in questi anni un basso livello di conoscenza finanziaria fra i cittadini? Quanto risparmio delle famiglie è andato disperso? Ma anche quanta fiducia negli intermediari si è dissolta nei tanti casi di "risparmio tradito"? Con il pessimo risultato di trasformare un rapporto fiduciario in ricorsi ad arbitri o, peggio, nei tribunali. Quanto può pesare su un'amministrazione pubblica, locale o nazionale, una famiglia in difficoltà per la pessima gestione del proprio denaro.

C'è l'idea diffusa di voltare pagina subito: rafforzare quel lavoro di base, nelle scuole (ma non solo per i giovani), per favorire il corretto uso dei risparmi, per ottenere corretti ritorni oggi e per non farsi trovare in difficoltà domani. Una famiglia più attenta alle decisioni strategiche (previdenza e assistenza sanitaria compresa) è un beneficio per la collettività. Un disequilibrio fra spese ed entrate è una premessa per un intervento pubblico, nelle forme più diverse e può diventare un problema per tutti. Per questo il pressing delle autorità non è mai stato così insistente e trova interlocutori più attenti.

Ania (le compagnie di assicurazione), Acri (le fondazioni bancarie), Anasf (i promotori finanziari), Federcasse (le banche mutualistiche di territorio), PattiChiari (il consorzio promosso dall'Abi), Assogestioni (il mondo del risparmio gestito) e tanti altri hanno tutte avviato programmi di educazione finanziaria alla collettività e agli operatori. La

tavola rotonda - organizzata da PattiChiari e Assogestioni - prevista al Salone del risparmio (venerdì 8 aprile, dalle 9,30 presso l'Aula magna della Bocconi a Milano) permet-

Non solo scuole La solidità delle famiglie è un bene per la collettività



Guido Cammarano (Assogestioni)

terà di fotografare l'esistente e andare oltre. Tanto resta da fare e i relatori preannunciano riflessione e idee.

Tutti coinvolti

Potenzialmente milioni di cittadini sono interessati a percorsi di apprendimento dei meccanismi finanziari, dei vocaboli che vi vengono utilizzati e dei pericoli di un approccio non legato al rischio-rendimento. Un piano nazionale di educazione finanziaria è tra gli obiettivi del Protocollo d'intesa siglato nei mesi scorsi tra le cinque Autorità di vigilanza del mercato finanziario italiano. Il documento firmato dal Governatore di Banca d'Italia, e i presidenti di Consob, Covip, Isvap e Antitrust (soggetti istituzionali privi di ogni conflitto di interessi), sottolinea che

«un'ampia fascia della popolazione italiana è in una situazione di analfabetismo finanziario». Secondo il Protocollo le indagini sulle abitudini di risparmio e investimento mostrano come «una percentuale significativa nelle famiglie

italiane tenga comportamenti in contrasto con il proprio benessere a causa di una insufficiente padronanza dei concetti di base di economia e finanza, di una ridotta capacità di calcolo, di una scarsa comprensione degli strumenti e dei prodotti finanziari esistenti».

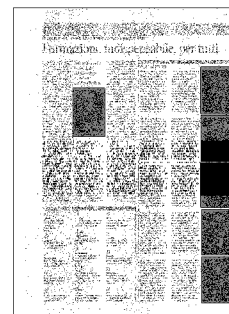
Una situazione che comporta «una maggiore probabilità di cadere vittima di frodi». Soprattutto dove la scolarità è più bassa anche se un certo analfabetismo finanziario tocca categorie che hanno potuto assorbire le informazioni di base. Nel Protocollo si fa un riferimento alle raccomandazioni dell'Ocse, perché la crescita complessiva dell'educazione finanziaria è un obiettivo condiviso in tutte le aree del pianeta.

L'emotività

Una buona educazione finanziaria toglie un po' di spazio ai comportamenti irrazionali. Nelle scelte di investimenti dei piccoli risparmiatori bisogna tener conto dei fattori emotivi che portano all'irrazionalità (il classico «tengo i soldi sotto il materasso»). La Consob, l'organismo di vigilanza dei mercati vede tutti i giorni i riflessi di comportamenti privi di supporto. Indagare a fondo quegli aspetti è aggiungere conoscenza. Far riflettere il risparmiatore su scelte che possono essere dettate dalla forza di un brand o di una campagna promozionale. Non dal corretto raffronto di offerte omogenee.

Paolo Zucca

© RIPRODUZIONE RISERVATA



NUMERI DI RIFERIMENTO**66****Estratto conto**

È la percentuale degli italiani che ritiene di saper leggere correttamente le comunicazioni di base della banca

45**Diversificazione**

È la percentuale delle famiglie che è consapevole della necessità di investire in settori diversi.

33**Caratteristiche**

È la percentuale di italiani che conosce la differenza di rischiosità fra azioni e obbligazioni.

70**A scuola**

È la percentuale di studenti che ritiene utile una informazione dettagliata in aula.

4,3**Livello**

È il livello medio di cultura finanziaria in Italia su una scala da uno a dieci (era 3,5 nel 2009).

91**Operatori**

Sono gli istituti bancari, in percentuale, che hanno dichiarato di avere avviato iniziative di educazione finanziaria

85mila**Partecipazione**

È il numero degli studenti che ha partecipato dal 2004 ai programmi di educational

30**Insegnamento**

È il numero dei formatori esperti di banche e delle associazioni dei consumatori

1.700**Docenti**

Sono gli insegnanti per il progetto "Cultura finanziaria a scuola: prepararsi a scegliere" promosso da Intesa Sanpaolo e Osservatorio permanente giovani editori.

13mila**Pubblico**

È il numero dei partecipanti, tra i 15 e gli oltre 75 anni, che ha seguito dal 2009 eduCare di Bnl/Bnp Paribas

33**Futuro**

È la percentuale degli italiani che dichiara di conoscere le caratteristiche della previdenza complementare

41**Equilibrio**

È la percentuale di chi guarda con attenzione il rendimento di un investimento.

26**Prudente**

È la quota percentuale di chi guarda contemporaneamente il rendimento e il rischio di un prodotto finanziario.

33**Pianificazione**

Sono gli italiani, in percentuale, che dichiarano di effettuare una puntuale misurazione delle entrate e delle uscite

77**Carta**

Gli annunci sulla stampa restano il metodo prevalente per pubblicizzare iniziative di educational

PROFANISTI**LE INIZIATIVE IN CORSO**

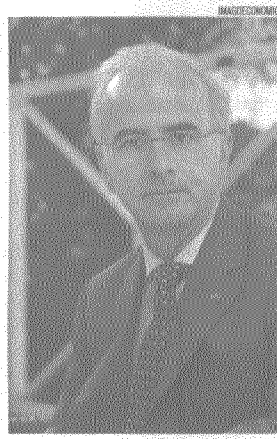
■ PattiChiari (presieduta da Filippo Cavazzuti - nella foto) promuove la diffusione di un'informazione economica facile da capire per tutti, anche per i ragazzi. Per questo si rivolge al mondo della scuola per raggiungere, con una comunicazione integrata e non istituzionale, gli studenti e le loro famiglie. E offrire loro una corretta informazione sul risparmio e sull'economia. L'educazione finanziaria è una materia sempre più importante, tanto che la sua utilità all'interno della scuola è riconosciuta dal 97% del campione. Tuttavia, se da un lato emerge chiaramente l'interesse a

introdurre questa tematica, dall'altra gli stessi insegnanti dichiarano di non essere del tutto preparati ad affrontarla: solo il 46%, infatti, ritiene il proprio livello di preparazione adeguato, a fronte di un 34% che lo ritiene scarso e un 19% addirittura insufficiente. Non a caso per gli insegnanti è attivo www.economiascuola.it il portale dedicato agli insegnanti italiani di ogni ordine e materia, che promuove la conoscenza e l'insegnamento dell'educazione finanziaria nelle scuole. Con il supporto di pillole multimediali su 13 diversi argomenti, che gli insegnanti possono utilizzare



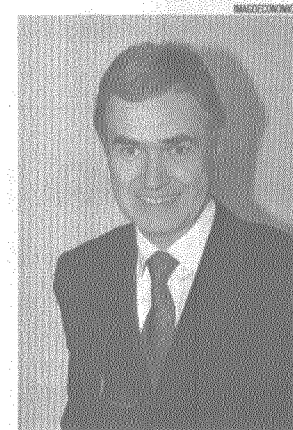
■ Nel 1999 Anasf (l'associazione dei promotori finanziari presieduta da Elio Conti Nibali - nella foto) ha emanato il Codice deontologico di autodisciplina dei promotori finanziari con il quale sono individuate anche le regole di condotta da tenere per un corretto rapporto con i risparmiatori. Nel 2004, con la collaborazione della provincia di Bolzano e il Ctrree (Centro Tecnico Regionale di Ricerca sul Consumo Europeo) è stato realizzato un opuscolo bilingue, "Risparmiare informati", per aiutare i cittadini a comprendere quali siano le esigenze di spesa e di risparmio. Nel 2005 Anasf realizza la Carta dei diritti dei Risparmiatori. Obiettivo è garantire che le

scelte dei risparmiatori siano effettivamente funzionali ai loro interessi e fare in modo che sussistano le condizioni che presidiano la loro libertà di scelta. Nel 2006 è stata avviata la distribuzione del Cdrom multimediale "Risparmiare informati e ... consapevoli" con guida on-line, uno strumento di educazione finanziaria "di base", realizzato in collaborazione con J.P. Morgan Asset Management e il Sole 24 Ore. Dal 2008 l'Associazione ha avviato il progetto di educazione finanziaria denominato "Economic@mente - Metti in conto il tuo futuro", con l'obiettivo di raggiungere e coinvolgere molteplici target, a partire dagli studenti di scuola superiore.



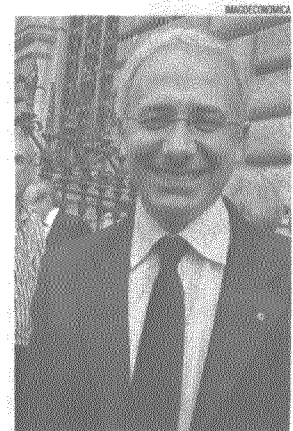
■ L'Associazione delle imprese di assicurazione italiane-Ania (nella foto il direttore generale **Paolo Garonna**) si è da tempo attivata per conseguire risultati concreti. In passato sono state organizzate e gestite alcune iniziative di «education», in particolare nell'area previdenziale. Il riferimento è ai cicli di incontri "Investi nella tua Pensione", in cui, nel periodo successivo alla riforma del sistema pensionistico, si sono illustrati al pubblico gli scenari previdenziali e i diversi strumenti della previdenza complementare. La consapevolezza dell'esigenza di diffondere cultura e conoscenza del rischio è stata una delle ragioni che

hanno indotto l'Ania a costituire di recente, insieme a diverse Associazioni di consumatori, il Forum Ania-Consumatori, che ha tra i propri scopi statutari quello di accrescere la cultura finanziario-assicurativa dei cittadini. Tra le sue iniziative recenti, il Forum ha avviato un progetto, denominato "Io & i Rischi", sviluppato da assicuratori e consumatori in collaborazione con Aeee-Italia, Associazione di docenti in discipline economiche, giuridiche e aziendali. Un modulo formativo sul rischio, la prevenzione e la mutualità, rivolta alle scuole secondarie di primo grado. Il progetto sperimentale è già stato avviato in Lombardia e Lazio.



■ L'educazione al risparmio e alla previdenza è un obiettivo statutario delle Banche di credito cooperativo (Bcc), banche di prossimità e quindi strettamente intrecciate con le comunità locali. La politica delle Bcc ruota intorno ai tre verbi chiave: conoscere, giudicare e scegliere. Per questo le banche mutualistiche di territorio hanno avviato più iniziative locali e centrali, queste ultime attraverso Federcasse (di cui è direttore generale Sergio Gatti - nella foto). Fra le iniziative un «Atlante delle buone pratiche». Sintesi delle migliori esperienze degli ultimi anni e in particolare quelle rivolte ai giovani e

alle scuole. L'idea del movimento delle Bcc è di sviluppare un portale di educazione finanziaria, per rafforzare l'informazione consapevole nelle comunità locali. Innanzitutto illustrando l'esatto significato dei vocaboli. Lavorando con le istituzioni scolastiche. E poi per tutti i cittadini e clienti del focus di base su come risparmiare e investire, come destinare correttamente le risorse previdenziali. Il credito cooperativo lavora per mantenere valori di lungo periodo nell'economia, nella tradizione di un movimento storico di solidarietà. Cercando e valorizzando le «differenze» positive con altri modelli di banca.



■ L'Acri (l'associazione delle fondazioni bancarie - nella foto Giovanni Vietri, membro del comitato di Presidenza, con l'incarico di seguire le attività di educational) ha un ruolo determinante nei programmi di crescita della cultura finanziaria. Si ragiona su programmi condivisi per le scuole e per i territori di insediamento. Per questo è stata siglata una convenzione tra le Fondazioni di origine bancaria aderenti all'Acri e l'Abi. Al progetto partecipa anche il Consorzio PattiChiari che metterà a disposizione i programmi didattici già utilizzati per le scuole primarie e secondarie di primo e secondo grado. "A Scuola con le

Fondazioni" è poi un progetto didattico aggiuntivo che nasce per iniziativa dell'Acri e dell'Osservatorio Permanente Giovani - Editori, con l'obiettivo di favorire la crescita dei giovani come soggetti attivi della società, affinché siano domani cittadini consapevoli, responsabili e liberi. Portando nelle scuole una maggior conoscenza del ruolo delle Fondazioni di origine bancaria e del loro intervento sussidiario in vari campi di interesse collettivo, ci si propone infatti di far comprendere meglio ai giovani il senso della partecipazione alla comunità, cogliendone l'evolversi delle esigenze e dando risposte positive

