

OBIETTIVI CONDIVISI *per* UNA STRATEGIA NAZIONALE

La frammentazione di attività che puntano a elevare la consapevolezza delle scelte di investimento dei cittadini, adulti e nuove generazioni, rischia di indebolire messaggi e iniziative. Per condurre azioni di sensibilizzazione più efficaci servono politiche basate sull'alleanza e la cooperazione tra più soggetti attivi

di **GIOVANNA BOGGIO
ROBUTTI**, direttore generale
della Fondazione per l'educazione
finanziaria e al risparmio

I mercati finanziari sono sempre più complessi, sia tecnicamente sia dal punto di vista della tecnologia, ed è quindi particolarmente difficile per i risparmiatori orientarsi tra le molteplici scelte di investimento.

Mercati dalle mille opportunità e dai mille segnali, non sempre di facile comprensione per i non addetti ai lavori. Come fare, allora, a capire quale prodotto risponde meglio alle proprie esigenze di investimento o di pianificazione finanziaria, in un momento in cui gli investimenti meno rischiosi offrono rendimenti sotto lo zero? E come scegliere il consulente a cui affidarsi? meglio appoggiarsi a un esperto o fare da soli, magari tramite piattaforme di investimento on line? O magari considerare i *robot advisor* come va-

lida alternativa? Spesso a tutte queste risposte si trova la soluzione più facile: mi affido a *Tizio*, che non conosco, ma di cui mi hanno parlato bene, lui è un esperto e saprà consigliarmi. I casi di cronaca, purtroppo frequenti e dolorosi, ci insegnano che non si può più ragionare in questo modo.

È vero: i mercati sono sempre più complessi, la materia molto difficile, ma oggi non ci si può esimere dall'aver un ruolo attivo e consapevole nelle scelte che riguardano il proprio denaro. Questo è infatti una risorsa indispensabile per il proprio futuro, a livello individuale e sociale; una risorsa preziosa, in quanto limitata, e quindi da gestire con enorme cura e responsabilità. Ci vuole, dun-

que, una presa in carico a livello individuale della responsabilità di capire e scegliere in modo informato: in fondo, anche la matematica e il latino sono materie complicate, eppure si sono sempre studiate e con gli adeguati strumenti, ma soprattutto con la necessaria consapevolezza, è possibile farcela anche con l'economia.

Mondo bancario e presenza nelle scuole

Le periodiche indagini sul livello di competenza finanziaria degli italiani ci offrono purtroppo uno scenario preoccupante, ben dettagliato nel rapporto 2016 della **Consob**, che conferma ancora una volta il bas-

so livello di conoscenze finanziarie delle famiglie italiane: poco più del 40% degli intervistati è in grado di definire correttamente alcune nozioni di base, quali inflazione e rapporto fra rischio e rendimento, mentre alcuni concetti più sofisticati riguardanti le caratteristiche dei prodotti più diffusi registrano percentuali anche inferiori, talvolta fino all'11%. Un dato che si specchia nell'analisi *S&P Global FinLit survey* (presentata nell'estate dello scorso anno) sul livello di diffusione dell'educazione finanziaria nei Paesi del G7 che, in

PROGETTUALITÀ E SISTEMATICITÀ DEGLI INTERVENTI

Il settore bancario ha investito molte risorse, dando vita, tra l'altro, alla Fondazione per l'educazione finanziaria e al risparmio (Feduf). Obiettivo della Feduf, è quello di fungere da centro di aggregazione del mondo finanziario privato per mettere a disposizione del Paese, a fianco delle istituzioni nazionali e locali, la grande quantità di esperienze di successo sviluppate. Uno dei maggiori ostacoli alla diffusione della cultura economica in Italia, infatti, è proprio la parcellizzazione delle iniziative, la mancanza di sistematicità e di progettualità, che deriva dalla carenza di obiettivi condivisi e di una strategia nazionale.

La missione della fondazione si basa sulla condivisione e la sinergia. Per questo, negli anni, ha rafforzato la sua politica di alleanze, sia a livello centrale con il ministero dell'Istruzione, dell'università e della ricerca, sia sul territorio, siglando protocolli di collaborazione con le Regioni, gli uffici scolastici. In questo modo, grazie al grande lavoro svolto dalle reti territoriali delle banche presenti, è stato possibile iniziare la diffusione di una nuova cultura di cittadinanza economica (per ulteriori approfondimenti, il sito delle Feduf dedicato alle scuole è www.economiascuola.it).

Resta il problema degli adulti che spesso, a differenza dei giovani, affrontano questo argomento con diffidenza e un po' di soggezione. Si tratta quindi di trovare strumenti di comunicazione in grado di attrarre e interessare, attività che la fondazione conduce insieme alle associazioni dei consumatori e le pubbliche amministrazioni locali organizzando incontri di approfondimento, dibattiti con esponenti delle banche e dei consumatori, teatralizzazioni e laboratori intergenerazionali (per ulteriori informazioni, il sito delle Feduf dedicato agli adulti è www.curaituoisoldi.it).

A tutto questo lavora la Fondazione per l'educazione finanziaria e al risparmio. Certo, è solo l'inizio. Ma è un buon inizio, perché l'educazione finanziaria si sta facendo strada nella cultura generale del Paese e, grazie all'impegno dei tanti soggetti attivi, acquisirà nel tempo una rilevanza sempre maggiore quale nuova competenza di cittadinanza.

una scala percentuale da 1 a 100, colloca l'Italia all'ultimo posto (37%) e il Canada al primo (68%).

Il mondo bancario negli ultimi dieci anni ha cercato di contribuire alla crescita del capitale umano del Paese, promuovendo la diffusione capillare dell'educazione finanziaria sul territorio, e in par-

ticolare nelle scuole. I numeri raggiunti sono importanti (3.400 scuole, 10.127 classi e circa 253 mila studenti iscritti ai programmi; circa 10 mila insegnanti; decine di migliaia di bambini e ragazzi coinvolti nelle centinaia di eventi organizzati sul territorio) e lo sforzo sostenuto imponente, sebbene gli obiettivi, come di-

mostrano i dati raccolti da più fonti internazionali, siano ben lontani dall'essere raggiunti.

Collaborazione tra i protagonisti del sistema

Va tuttavia ricordato che, ogni giorno, circa 10 milioni di cittadini adulti senza competenze economiche di base

devono affrontare scelte economiche e, a differenza di ciò che accade nel mondo della scuola, non c'è un canale preferenziale che, attraverso luoghi, orari e discipline, consenta di avvicinarli. Gli adulti sono un pubblico frammentato, eterogeneo, non localizzato. Hanno poco tempo e urgenze che portano a effettuare scelte economiche in modo sbrigativo o poco approfondito, non investono minuti preziosi in ricerche e comparazioni, e scelgono quindi prodotti e servizi in modo spesso inconsapevole. Questo è, oggi, il vero problema del nostro Paese. Problema che nessun soggetto pubblico o privato può affrontare da solo. È quindi indispensabile un'azione congiunta tra tutti i soggetti impegnati nella diffusione dell'educazione finanziaria, affinché le energie profuse in questo ambito possano essere incanalate in una direzione unitaria, alimentando un processo sistematico e continuativo.