

# Un PATRIMONIO COMUNE

Anni di alfabetizzazione economica pongono ormai la questione sulla sua effettiva efficacia: c'è un tema di misurazione dei risultati che rimane aperto. Una formula magica non c'è, e la pandemia di Covid-19 ha posto nuove sfide. La didattica su questi temi deve rinnovarsi: Feduf ci sta provando con nuove iniziative

di **GIOVANNA BOGGIO  
ROBUTTI**,  
direttore generale di Feduf

**A mezzanotte del 31 dicembre 2020, accanto alla gioia e al sollievo per la fine dell'annus horribilis e alla speranza riposta in un nuovo anno migliore, si sono fatti strada, come da tradizione, i buoni propositi, che di solito spaziano dal leggere di più al fare più allenamento per tornare a essere in forma.**

Insomma si prende in considerazione ogni aspetto della propria vita, ma raramente ci si sofferma su come migliorare la salute delle proprie finanze.

Le nostre prime relazioni con il denaro si formano a partire dai primissimi anni di vita e si trasformano presto in consuetudini, spesso errate, che ci portiamo dietro da adulti. E qui nasce il grande intoppo: in Italia, secondo la ricerca sull'alfabetizzazione finanziaria condotta dalla **Banca d'Italia**, esistono ampie fasce della popolazione

che pur non avendo un livello di competenze adeguato gestiscono quotidianamente l'economia familiare: si tratta di circa otto milioni di adulti. Definita dal grado di competenza, questa numerosa popolazione si divide in due grandi gruppi: gli *esclusi* e gli *incompetenti*.

## Tra esclusi e incompetenti

I primi rappresentano il 24% degli individui con età compresa fra 18 e 79 anni e mostrano basse conoscenze finanziarie, riportando un punteggio medio di 1,1 su una scala da 0 a 7. Circa un terzo (28%) di loro dichiara di gestire quotidianamente le finanze familiari. Le caratteristiche salienti sono un maggior orientamento alla spesa piuttosto che al risparmio (ciò è in

parte dovuto al basso reddito), una bassa partecipazione nei mercati finanziari e, soprattutto, un minor ricorso alla ricerca di informazioni da più fonti.

Il secondo gruppo comprende tutte quelle persone che hanno alcune conoscenze finanziarie, ma che sono tuttavia insufficienti per prendere decisioni finanziarie oculate. Rappresentano circa un terzo della popolazione (15,2 milioni di adulti) e, nel 32% dei casi, sono i responsabili della gestione quotidiana delle risorse familiari. In questi giorni difficili assistiamo, soprattutto a causa della pandemia, all'acuirsi di una caratteristica già propria degli italiani: la propensione al risparmio. Intendiamoci, non che ciò sia un male, ma lo diventa quando que-

sta peculiarità si trasforma in immobilismo finanziario e in scelte non adeguate.

## Educazione finanziaria come la salute e la cultura

Concentrarsi sulla pianificazione e sulla capacità di aumentare la propria competenza, capacità di analisi e inclusione nel perimetro dei mercati, aiuta a investire nell'economia superando tutti quei limiti che attualmente scoraggiano lo smobilizzo della liquidità accumulata proprio nei mesi della pandemia. Il valore dell'educazione finanziaria, quindi, non risiede più solamente nell'essere una leva strategica di uno sviluppo sociale equilibrato, ma nell'essere patrimonio

comune, passando dalla sfera delle competenze individuali a quella pubblica e, alla stregua della salute o della cultura, questa nuova consapevolezza deve essere accresciuta e tutelata.

### **La European money week**

Con queste premesse si è svolta di recente la *European money week*, un'intera settimana di eventi di educazione finanziaria che hanno coinvolto, a vari livelli e con differenti prospettive, oltre 35 Nazioni, sotto la guida di **Ebf**, la **European banking federation**. In Italia la *Emw* è stata interamente organizzata dalla **Feduf (Abi)** con la collaborazione di **Banca Generali**, **Banco Bpm**, **Bper**, **Fondazione Credito Valtellinese** e **Santander Consumer Bank** e ha previsto 22 eventi online che hanno coinvolto oltre 1.200 persone per diffondere l'educazione finanziaria e favorire una maggiore competenza nella gestione delle risorse economiche individuali. Mettere in comune forze e risorse, sia in prospettiva continentale sia in quella nazionale, è parte fondante del dna di Feduf sin dalla sua creazione per volontà di Abi oltre cinque anni fa: nessun soggetto può autonomamente assumersi l'onere di sostenere un progetto così ampio; questa opera-

zione culturale deve essere attuata attraverso una collaborazione che affianchi il settore privato alle istituzioni, insostituibili e garanti nell'elaborazione delle regole e delle linee guida.

### **Quali risultati? Un tema aperto**

Da questo punto di vista, e in questo particolare momento storico, a Feduf spetta l'onere e l'onore di essere punto di aggregazione e sintesi di esperienze del mondo privato e fungere da enzima catalizzatore per *i costruttori* di educazione finanziaria, tutte quelle forze decise a operare affinché un grande cambiamento culturale possa supportare la gestione del *new normal* economico e sociale ormai alle porte. L'ampia offerta sull'educazione finanziaria ha spesso posto l'accento sulla sua effettiva efficacia e, in effetti, il tema della misurazione dei risultati rimane ancora aperto. È indubbio che vi siano iniziative più accattivanti e coinvolgenti e altre che incontrano meno favori presso il grande pubblico che, per sua stessa natura, è frammentato, eterogeneo e non localizzato (almeno in epoca pre-Covid-19).

### **Il digital live talk**

Feduf vive in modo proattivo l'opportunità data dall'esplosione in

tutti i settori di un fenomeno già sensibilmente presente in epoca pre-Covid, ovvero quello del divulgare contenuti di qualità grazie al web e alla tecnologia. Le piattaforme sono numerose e consentono di raggiungere adulti e giovani; ciò che manca sono i contenuti e la capacità di realizzare format che, grazie a un linguaggio accattivante e dinamico, riescano a mantenere costante l'attenzione, malgrado il canale di comunicazione utilizzato sia per sua natura molto dispersivo. Per questa ragione insieme alla società di divulgazione scientifica **Taxi1729**, abbiamo creato un nuovo format, il *Digital live talk*, nato con l'obiettivo di far conoscere al grande pubblico, attraverso un evento digitale *taylor made*, gli aspetti economici che condizionano la nostra vita quotidiana, ma di cui troppo spesso non conosciamo i dettagli più importanti, che impattano fortemente sulla nostra famiglia, sui nostri sogni e sul nostro futuro.

### **La svolta online che guarda ai giovani**

La pandemia ha imposto poi di trasformare tutta la nostra offerta didattica, che si svolgeva perlopiù in presenza, in format adatti allo streaming online e i risultati ci hanno premiato: negli ultimi sei

mesi abbiamo realizzato 298 eventi online ai quali hanno partecipato oltre 36mila persone. Una caratteristica fondamentale delle nostre proposte è la diversificazione dei contenuti in base alle necessità formative di chi partecipa alle nostre iniziative; per questa ragione stiamo arricchendo la nostra offerta puntando ancora di più sui giovani, poiché riteniamo che debbano avere molte più possibilità di scegliere e di impostare il loro futuro economico.

### **Gender gap, scuole, famiglie**

Un secondo fronte di azione è il tema del gender gap: ancora oggi ci sono degli stereotipi e delle differenze di genere che nascono già nell'educazione dei figli e si traducono poi in iniquità e inefficienze a livello economico. Per Feduf, questo aspetto è molto rilevante e presuppone un impegno forte sia nelle scuole, partendo dalle primarie, sia nel dare strumenti adeguati alle stesse famiglie.

Il terzo filone importantissimo è quello che coniuga tutta l'educazione finanziaria con la sostenibilità intesa dal punto di vista economico e sociale, quindi un tema enormemente complesso e affascinante che richiederà tutta la nostra attenzione nei prossimi mesi.

