

L'EDUCAZIONE FINANZIARIA VISTA DAGLI ITALIANI



Sintesi della ricerca

Luglio 2024

Testi a cura di Fabrizio Fornezza (Research Dogma), Marco Angeloni e Giovanni Masini
Indagine condotta ad aprile 2024 su un campione di 1006 persone.
Finito di stampare nel mese di luglio 2024

Indice

Le famiglie italiane e la gestione del budget	5
La competenza nella gestione del proprio denaro	6
Le strategie di gestione del denaro degli italiani	6
Chi influenza gli italiani in materia di denaro	10
Il ruolo dell'informazione economico-finanziaria	11
Gli italiani e il linguaggio finanziario	11
Le iniziative di educazione finanziaria in Italia	12
L'utilità delle iniziative di educazione finanziaria in Italia	14
Quali iniziative servono agli italiani?	14
I format più interessanti per le iniziative di educazione finanziaria	15
Iniziative di educazione finanziaria: quali contenuti attirano di più?	16
A chi spetta promuovere l'educazione finanziaria	18
La partecipazione alle iniziative di educazione finanziaria va incentivata?	18
In conclusione	19



Negli ultimi anni sono state lanciate molte iniziative per migliorare l'educazione finanziaria degli italiani. Tuttavia, i risultati conseguiti non sembrano indicare ancora progressi importanti¹. Qual è dunque la reale situazione della cultura finanziaria e cosa si può fare per migliorarla? A queste domande prova a dare risposta l'indagine² promossa dalla Fondazione Anima e condotta da Research Dogma.

Le ricerche sull'alfabetizzazione finanziaria posizionano gli italiani sotto la media dei Paesi OCSE e le ricerche domestiche evidenziano progressi limitati. Gli indici di educazione finanziaria, tuttavia, non catturano appieno la capacità delle persone di mettere in campo strategie e tattiche efficaci di gestione del denaro e degli investimenti.

Fondazione Anima ha promosso questa ricerca proprio per rilevare le abitudini e le strategie degli italiani in merito alla gestione del proprio denaro, al ruolo degli influencer finanziari in senso lato, al peso dell'informazione economica e al rapporto,

più o meno semplice, con il linguaggio in tema di denaro, risparmio e investimenti.

I risultati dipingono un quadro a luci ed ombre: la maggioranza degli intervistati afferma di non trovarsi in una situazione finanziariamente problematica e di riuscire a risparmiare almeno una parte del proprio reddito, dimostrando un'attitudine alla gestione del denaro improntata ai principi del controllo delle spese e di una certa prudenza nell'uso delle proprie risorse.

Tuttavia, i punti di riferimento in materia finanziaria restano perlopiù confinati nella sfera delle relazioni personali, a partire dal coniuge o dal partner, mentre l'informazio-

1 "Nel 2023 l'indicatore complessivo di alfabetizzazione finanziaria è risultato pari a 10,6 su una scala da 0 a 20. Rispetto al 2020, il punteggio complessivo di alfabetizzazione finanziaria è lievemente aumentato (da 10,2 nel 2020 a 10,6 nel 2023). Il miglioramento è riconducibile alle componenti di comportamento (da 4,2 a 4,6) e atteggiamento (da 2,0 a 2,3). Al contrario, la componente delle conoscenze è lievemente diminuita (da 3,9 a 3,7)." Fonte: Banca Italia 2023 *Indagini sull'alfabetizzazione finanziaria e le competenze di finanza digitale in Italia: adulti*, luglio 2023

2 La ricerca è stata condotta su un campione di 1006 persone rappresentativo della popolazione italiana dai 16 ai 74 anni sui principali parametri territoriali e sociodemografici. L'intervista è avvenuta con metodo CAWI (Computer assisted web interview) ed è stata realizzata nel mese di aprile del 2024.

ne di settore è seguita con regolarità solo da una minoranza.

La seconda parte dell'indagine analizza poi le varie iniziative di Educazione Finanziaria già messe in atto in Italia da Istituzioni, aziende o Enti del terzo settore, rilevando quali vengono percepite come più utili e quali siano i format, i contenuti e i soggetti promotori ritenuti più credibili.

Nel complesso, la maggior parte del campione ricorda almeno alcune delle tante iniziative di educazione finanziaria realizzate negli ultimi anni nel nostro Paese e il 45% dichiara di aver partecipato almeno ad una di esse: tuttavia, solo poco più di un italiano su 10 le giudica "molto utili", sebbene la gran parte le ritenga interessanti. I contenuti che

più attirano sono relativi alla gestione del bilancio familiare e dei progetti a lungo termine, oltre che alla ricerca di investimenti adatti alle proprie esigenze personali. A proporli dovrebbero essere soggetti istituzionali o afferenti all'industria del risparmio, come le banche o le Poste, attraverso la mediazione di professionisti esperti. L'approccio richiesto dai più, insomma, sembra essere consulenziale e personalizzato.

In conclusione, la via per aumentare l'efficacia delle iniziative di educazione finanziaria passa non solo attraverso incentivi di varia natura alla partecipazione ma anche per modalità di coinvolgimento interattive e in grado di fornire un supporto pratico e immediato per risolvere problemi concreti.





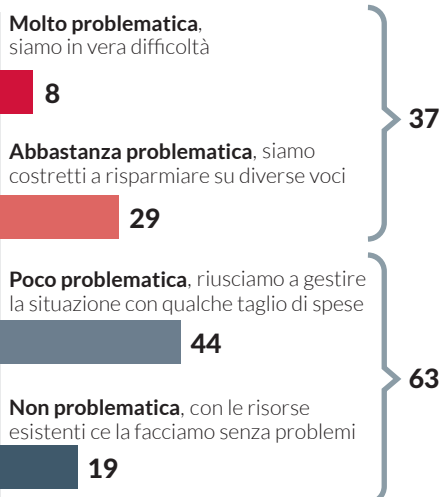
Le famiglie italiane e la gestione del budget

Crisi e inflazione restano ben presenti nella mente di molti italiani, anche se gli elementi di preoccupazione appaiono meno critici di qualche mese fa. Quasi quattro famiglie su 10 percepiscono ancora tensioni più o meno forti sul budget familiare: le restanti sei si sentono invece in una situazione più tranquilla. Malgrado questa impressione, però, “solo” il 19% delle famiglie dichiara di non avere alcun problema finanziario.

Le persone che manifestano maggiori preoccupazioni sulla propria solidità finanziaria sono in maggioranza residenti al Sud, con un basso grado di istruzione, donne o persone che non lavorano.

La solidità finanziaria delle famiglie italiane

Per la tua famiglia, la situazione è...

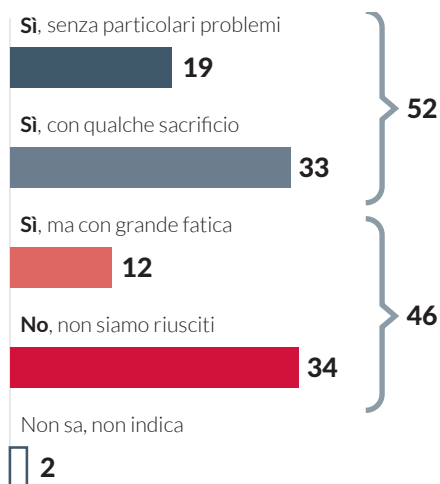


Fonte: Research Dogma 2024. Dati in %.

Le difficoltà costringono una parte degli italiani a bloccare i percorsi di accantonamento del risparmio. Il 34% dichiara di non riuscire a risparmiare affatto, il 45% dichiara di risparmiare a costo di piccoli o grandi sacrifici, mentre solo il 19% dichiara di risparmiare senza problemi.

La capacità di risparmio delle famiglie italiane

Negli ultimi 12 mesi, tu/la tua famiglia siete riusciti a risparmiare qualcosa del reddito guadagnato?



Fonte: Research Dogma 2024. Dati in %.

Questa distribuzione rappresenta un primo spaccato della cultura finanziaria italiana: l'attenzione al risparmio è un "must" per quasi tutti i segmenti, anche se la pratica del risparmio risulta frustrante per una parte di italiani con difficoltà di bilancio familiare. La richiesta di aiuto appare rilevante ma l'educazione finanziaria non può

– da sola – risolvere il problema delle risorse a disposizione, pur potendo contribuire ad alleviarlo con una miglior gestione del budget.

La competenza nella gestione del proprio denaro

Sebbene solo il 5% degli italiani si definisca "molto competente" nella gestione del proprio denaro, il 64% si ritiene comunque "molto o abbastanza competente". Questa considerevole percentuale rispecchia in modo piuttosto eloquente la percezione che gli italiani hanno di sé in quest'ambito. Per loro, la competenza è diversa dalla cultura finanziaria intesa in senso "alto" e professionale e sembra piuttosto un misto di saggezza e prudenza, con un po' di buon senso e una certa (modesta) esperienza. Prevale la mancanza del senso di urgenza e l'assenza della percezione del reale vantaggio offerto dall'educazione finanziaria.

Le strategie di gestione del denaro degli italiani

Questo stato di cose si rispecchia nel "credo finanziario" degli italiani, che, in termini di cultura finanziaria di massa, ancora oggi potremmo riassumere in tre "principi":

Primo principio: il denaro va controllato.

La cultura del controllo delle spese e della prudenza appare molto diffusa, seppur non sempre strutturata nelle forme più "scienti-

fiche” ed oggettive. Per molti, si tratta di un controllo “spannometrico”, che meriterebbe invece strumenti più sofisticati. Paradossalmente, strumenti più “scientifici” di gestione del denaro si trovano in alcune situazioni rilevabili presso segmenti marginali della popolazione.

La ricerca – nella sua fase qualitativa – ha individuato casi di persone che ancora ricorrono alla pratica contadina delle “buste”: all’inizio del mese, lo stipendio (in contanti) viene fisicamente diviso in buste di carta che contengono i soldi per la spesa, l’affitto, le bollette, etc. Anche se l’esempio può far sorridere, il fatto di ritrovare, rinnovare e migliorare le culture del controllo –comprese quelle più tradizionali – è cosa più seria di quanto non appaia a prima vista.

Secondo principio: indebitarsi con prudenza. Il corollario di questa “autodisciplina”, per quanto spontanea e informale, è una certa prudenza di fondo nell’indebitamento. Essa si esprime spesso con la necessità di “giustificare” l’indebitamento, accettato solo per acquisti considerati “importanti o necessari”. Il fatto che si senta la necessità di giustificare l’indebitamento è l’indizio di una cultura popolare comunque “sana”, pur con le sue eccezioni. Lo dimostrano peraltro i dati nazionali su indebitamento e insolvenze delle famiglie³.

Terzo principio: il denaro deve servire per i progetti.

Le persone mostrano una discreta capacità di pensare spontaneamente in termini di progettualità futura. I desideri e le intenzioni toccano varie tematiche, da quelle di consumo a quelle previdenziali. Spesso però queste intenzioni non si traducono in progetti strutturati: ancora una volta il problema è nell’esecuzione. Lo stesso capita al risparmio, che è accumulato appena possibile, ma non è sempre investito o impiegato per la protezione del patrimonio o del potere di acquisto. In altre parole: **il risparmio resta bloccato sotto forma di deposito** e non viene destinato, per esempio, a prodotti di investimento o di protezione, anche assicurativi. Questa mancanza di esecuzione progettuale costituisce un limite importante alla cultura finanziaria nazionale. D’altra parte, la diffusa sensibilità sul tema della progettualità può costituire una leva su cui operare per migliorare le buone pratiche gestionali del denaro.

Ovviamente esistono anche fasce di popolazione meno attente alla gestione del denaro, che potremmo riassumere in una quarta tendenza – per fortuna minoritaria – definibile del “denaro facile”. Essa accomuna gli atteggiamenti orientati ad una gestione del denaro più “spensierata” (per citare la favola di Esopo, più da cicala che da formica), fino all’estremo di chi impiega il proprio denaro in scommesse e gioco d’azzardo. Questa tendenza ad una gestione

3 Banca d’Italia, Indagine Bilanci Famiglie 2020 (ultima pubblicata: luglio 2022)

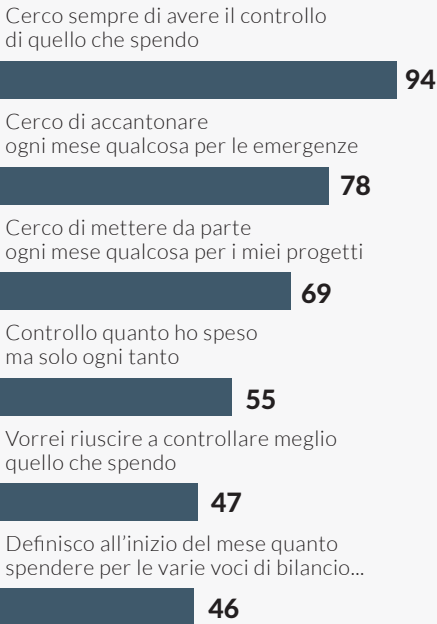
“facile” del denaro è riscontrabile, nelle forme più intense, nel 20% circa della popolazione. Ma essa è diffusa in forme più lievi su una fascia di popolazione ben più vasta: ben il 90% della popolazione, come dimostra il grafico qui sotto, afferma di avere un approccio più “spensierato” verso il denaro. Tuttavia, non bisogna dimenticare che questo dato coesiste con quello relativo al 100% del campione che si rico-

nosce in una gestione “controllante” del denaro, con quello relativo al 94% di intervistati che limitano il ricorso ai debiti solo agli acquisti più importanti, e a con quello che si riferisce al 95% di contemplare l'utilizzo del proprio risparmio in termini di progetti per il futuro. Possiamo quindi concludere che nella popolazione italiana coesistono sia tensioni verso atteggiamenti

Il 'credo' finanziario degli italiani: quale approccio alla gestione del denaro?

Su come le persone si comportano per gestire il proprio denaro abbiamo raccolto diverse posizioni e opinioni... quali di queste sono vicine o quello che tu fai o pensi?

CONTROLLO → 100%



PROGETTI E FUTURO → 95%



Fonte: Research Dogma 2024. Dati in %; era possibile dare più di una risposta.

menti più prudenti che verso attitudini più leggiadre nella gestione del denaro.

Una parte del lavoro di educazione finanziaria è forse proprio quello di mettere ordine in queste culture spontanee, in buona parte anche ricche di aspetti positivi, miscelati tuttavia con pulsioni caotiche ed estemporanee (figlie cioè di situazioni e stati d'animo del momento).

In sintesi, le strategie di gestione del denaro degli italiani ci mostrano un Paese connotato da una cultura del denaro abbastanza tradizionale, magari poco evoluta, ma sana. Bisognosa, più che di principi, di supporti concreti alle decisioni sull'impiego del denaro e sulla progettualità.

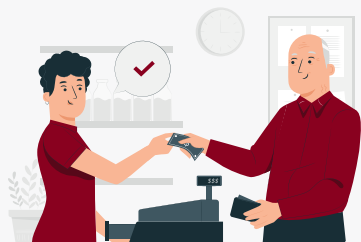
DEBITO (PRUDENTE) → 94%

Evito di ricorrere a finanziamenti e prestiti

82

Ricorro a finanziamenti solo per beni necessari o quasi

52



DENARO FACILE E A PORTATA → 90%

Cerco sempre qualche modo per guadagnare qualche soldo in più

71

Preferisco lasciare i soldi sul conto corrente perché mi sento più sicuro/a

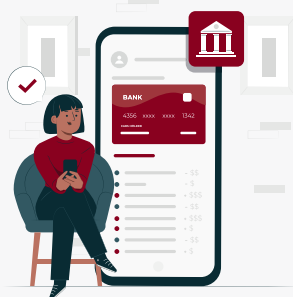
55

Mi capita regolarmente di giocare qualcosa in lotterie, gratta e vinci, scommesse sportive

29

Il denaro va e viene, meglio usarlo

23



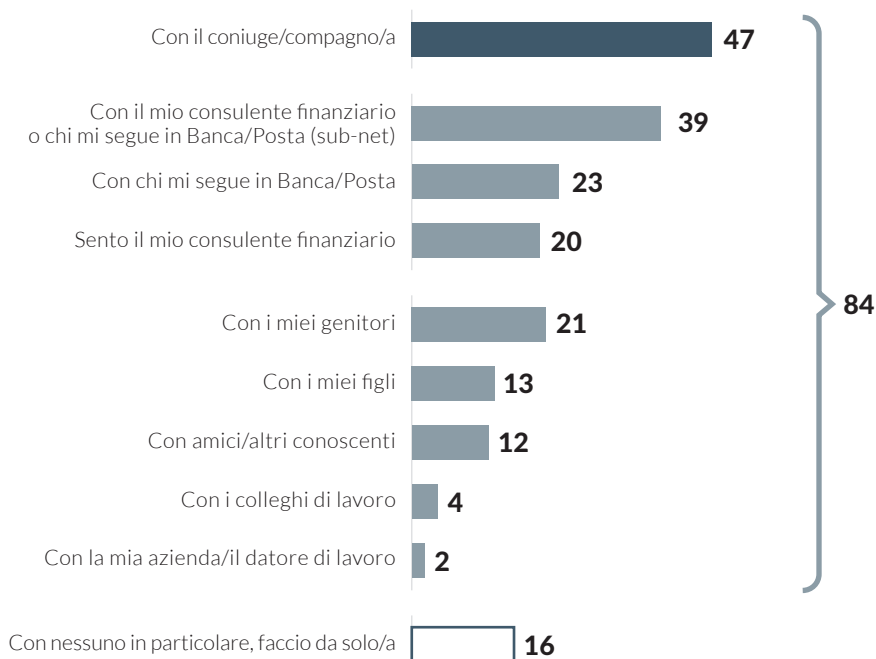
Chi influenza gli italiani in materia di denaro

Quando si tratta di prendere decisioni sul proprio denaro, pochi italiani lo fanno da soli. I principali fattori di influenza stanno nella rete primaria delle relazioni personali, a partire dal coniuge o dal partner. Sono soprattutto le donne (49%) a consultarsi con il compagno, ma anche la quota di uomini che si consultano con la compagna è tutt'altro che modesta (44%).

Se un tempo si individuava nella figura maschile il decisore primario delle questioni finanziarie famigliari, anche in quanto portatore di reddito prevalente o unico, oggi le famiglie sembrano molto più orientate al dibattito e alla consultazione. Ma la discussione non resta confinata in famiglia o nella sfera delle relazioni primarie. Ad esempio, nei processi di informazione e decisione contano anche, per molte famiglie, i professionisti della finanza, dall'operatore bancario o postale fino al consulente finanziario.

Gli influencer delle decisioni economiche

Quando devi prendere una decisione importante su come gestire il denaro, con chi ti consulti?



Fonte: Research Dogma 2024. Dati in %; era possibile dare più di una risposta.

Il ruolo dell'informazione economico-finanziaria

Solo una minoranza di italiani segue, con una certa regolarità, l'informazione finanziaria. Essa arriva, con una certa frequenza, al 27% degli intervistati, mentre ben il 40% dichiara di non seguirle.

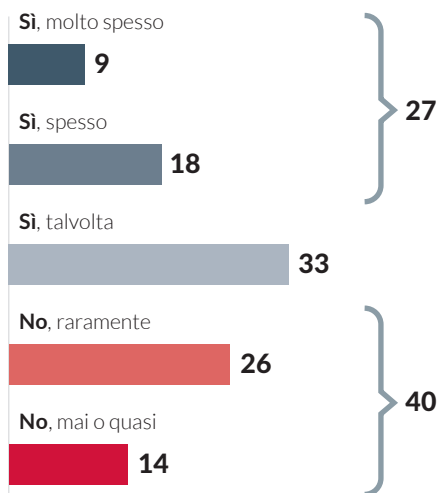
Inoltre, è significativo che fra i segmenti più refrattari a seguire le news economico-finanziarie vi siano le donne e la Next Gen, ovvero proprio chi ne avrebbe più bisogno, per intercettare i processi decisionali di una famiglia più partecipativa e meno monocratica. È vero che ormai la lettura di quotidiani e riviste (specializzate e non) appartiene a esigue minoranze, ma l'informazione finanziaria è oggi fortemente diffusa in tutto il pianeta digitale. Non sembra quindi un problema di disponibilità e di accesso all'informazione, ma più probabilmente di linguaggio e contenuti.

Gli italiani e il linguaggio finanziario

La ricerca di Fondazione Anima conferma l'ipotesi che la scelta del linguaggio sia di grande importanza. Solo il 5% degli italiani dichiara di capire bene il linguaggio che si usa nell'informazione di settore, mentre un altro 40% ritiene di capire "abbastanza bene" le informazioni e news finanziarie. Tuttavia, il 49% afferma di trovare "per niente o poco chiaro" il linguaggio usato in questi ambiti. Sarebbe quindi esistere una certa incomunicabilità fra lingua finan-

I media e la gestione del denaro

Ti capita di seguire le notizie in materia di gestione del tuo denaro, sull'economia o la finanza?



Fonte: Research Dogma 2024. Dati in %.

ziaria e l'italiano medio. Per fortuna, quando entrano in campo figure di "mediazione culturale" i margini per un superamento delle barriere linguistiche si ampliano. Tuttavia, gli spazi per un miglioramento ulteriore restano ancora vasti. I "mediatori culturali" più prossimi alle famiglie sono oggi le reti ed i front-end bancari e postali. Se solo il 45% degli italiani dichiara di capire il linguaggio finanziario, la percentuale di chi dichiara di comprendere i messaggi ricevuti dal proprio referente bancario o finanziario sale al 62%.

Il tema del linguaggio è importante anche per un altro motivo, più prossimo all'edu-

cazione finanziaria: le stesse domande che si usano per definire i livelli di educazione finanziaria (ad esempio nei test nazionali e internazionali) possono rappresentare un limite nella misurazione accurata delle competenze. Oggi, spesso, si misura la cultura finanziaria con domande che non vengono capite, nella loro formulazione, da almeno un quarto della popolazione.

Se riteniamo che cultura finanziaria e capacità linguistica corrispondano pienamente (come nel caso di concetti finanziari classici come il paradigmatico “interesse composto”⁴), la misurazione della letteratura internazionale è esatta. Se invece riteniamo che la cultura finanziaria si possa manifestare anche in forme pratiche (pensiamo alle culture popolari del risparmio o del controllo della spesa), senza avere necessariamente una sua formalizzazione linguistica corretta, sarebbe bene pensare anche ad altre forme di misurazione.

Un economista, probabilmente, concorderebbe con la prima ipotesi: la cultura finanziaria corrisponde alla comprensione dei concetti finanziari. Un antropologo invece, propenderebbe per la seconda ipotesi: la cultura finanziaria è costituita anche dalle buone pratiche finanziarie, anche senza una concettualizzazione linguistica, scritta e parlata, evoluta. La contrapposi-

zione è meramente teorica. In fondo, sono vere entrambe le ipotesi. L'importante, ci sembra, è tenere assieme le due visioni, in una sintesi “sistemica” e umanistica dell'educazione finanziaria.

Le iniziative di educazione finanziaria in Italia

Il 59% degli intervistati ricorda (se stimolato) almeno una iniziativa di educazione finanziaria e il 45% dichiara di aver partecipato ad almeno una. Il risultato, se da un lato testimonia la ricchezza delle attività svolte in questi anni, dall'altro certifica anche una certa capacità ricettiva da parte della popolazione.

Va detto che, prese singolarmente, le iniziative di educazione finanziaria risultano conosciute solo da una minoranza della popolazione (in media 10-15%) ed effettivamente sfruttate solo dal 7-8% del totale.

Solo una iniziativa si distacca dalle altre per visibilità e interesse: il portale INPS.

Organizzato in base ai bisogni del singolo cittadino e ricco di informazioni importanti e “personalizzate” (si pensi ai servizi relativi all'informazione ed alle stime sulla pensione di ogni italiano), esso rappresenta una iniziativa molto pratica e concreta. L'iniziativa più conosciuta ed apprezzata è dunque un portale che unisce concretezza e personalizzazione e che, per sua natura, non è centrato più di tanto sull'educazione ai concetti finanziari. Potremmo dunque concludere che l'ingaggio efficace di una

4 Ci si riferisce alle formulazioni utilizzate per la misura della “Financial Literacy” a livello mondiale. Ad esempio cfr. OECD/INFE 2023 international survey of adult financial literacy (www.OECD.org)

popolazione adulta passi, in primo luogo, attraverso una informazione che aiuti a decidere (informazione per fare/ottenere), più che a sapere (informazione per imparare/conoscere).

Questa ipotesi sembrerebbe confermata dall'ottimo posizionamento dei calcolatori web nella classifica delle iniziative di educazione finanziaria più conosciute ed usate. Questi calcolatori, pur presentando un basso livello di concettualizzazione, permettono anch'essi di ottenere risultati pratici immediati, calcoli personalizzati su progetti, utilizzi del denaro, costi, etc.

Nel complesso, i segmenti meno esposti alle iniziative oggi esistenti sono le donne, i cittadini con un livello di istruzione bassa e le persone più mature.

Le attuali iniziative di educazione finanziaria sembrano più alla portata delle persone che hanno già competenze, mentre faticano a raggiungere quelli che ne avrebbero, probabilmente, i benefici maggiori, più distanti da concetti e linguaggi del mondo finanziario.

Porsi il problema di come arrivare a ingaggiare le persone meno interessate ai temi finanziari sembra oggi più rilevante rispetto al "semplice" sviluppo di iniziative di for-

Le iniziative più conosciute

Ti è mai capitato di sentir parlare di qualcuna di queste iniziative di educazione finanziaria?



Fonte: Research Dogma 2024. Dati in %; era possibile dare più di una risposta.

mazione potenzialmente aperte a tutti, ma in realtà accessibili solo alle persone più motivate, quando non addirittura a chi è già dotato degli strumenti culturali necessari.

L'utilità delle iniziative di educazione finanziaria in Italia

Il giudizio sulle attuali iniziative di educazione finanziaria è nel complesso positivo per l'82% degli intervistati che hanno avuto modo di sperimentarle, benché solo il 12% si spinga a dichiararle "molto utili" (una valutazione che sale solo al 15% fra chi le ha usate). Le iniziative sono considerate "interessanti", ma sono anche "non molto pratiche" e di non facile fruizione. Nel complesso, c'è ancora parecchio lavoro da fare, soprattutto in tema di concretezza (trasformazione dell'educazione in azione), più che di valore informativo (sul quale i giudizi sono più positivi). Tuttavia, solo il criterio dell'utilità concreta sembra un driver in grado di generare attenzione.

Quali iniziative servono agli italiani?

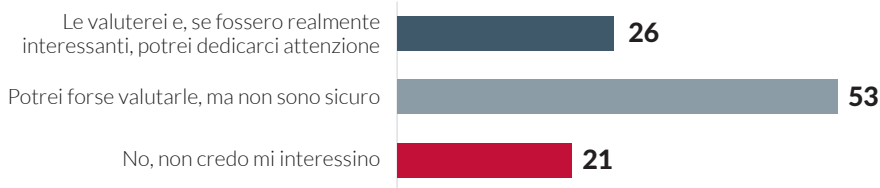
Alla luce di quanto detto, appare molto importante coinvolgere gli italiani nella definizione di cosa effettivamente potrebbe interessare loro. Quali iniziative, con quali contenuti e quali formati.

È quello che la ricerca di Fondazione Anima prova a fare, partendo da un punto di riferimento: quanti italiani adulti sono realmente interessati a prestare attenzione ad iniziative di educazione finanziaria. La risposta vera si riassume in una sola parola: dipende. Dipende dall'interesse suscitato dalle diverse iniziative.

Nel complesso, il 79% degli intervistati lascia aperta una porta alla propria partecipazione a iniziative promosse da un soggetto di fiducia, ma solo il 26% si dichiara realmente interessato. Il restante 53% è scettico sulla possibilità di trovare iniziative realmente coinvolgenti. Il 21% residuo, infine, dichiara di non essere affatto inte-

La disponibilità verso iniziative di educazione finanziaria

Se qualcuno di cui tu ti fidi ti proponesse delle iniziative per migliorare la tua competenza nella gestione del denaro, le prenderesti in considerazione, almeno per valutarle?



Fonte: Research Dogma 2024. Dati in %.



ressato. Questa posizione di rifiuto è più diffusa presso le persone di età più giovane, gli anziani e le donne, a testimonianza del fatto che bisogno e interesse non sempre procedono di pari passo.

Alla luce di queste risposte possiamo concludere che la conquista dell'attenzione e della disponibilità ad ascoltare rappresenta la chiave di volta dell'intero progetto di educazione finanziaria. Se non si ottiene l'attenzione, qualsiasi progetto – dal più colto al più pop – risulterà sostanzialmente inefficace.

Individuare il lavoro sulle forme di ingaggio come elemento fondamentale porta alla ricerca di Fondazione Anima a riflettere sul format, ancora prima che sui contenuti.

I format più interessanti per le iniziative di educazione finanziaria

L'86% degli intervistati trova motivi di interesse in almeno un format proposto, specialmente se basato su una logica di relazione face-to-face personalizzata, ovvero:

1. parlare con una persona che dedichi loro del tempo per aiutarli ad organizzare la gestione dei soldi (tipo CAF);
2. partecipare, all'interno di un piccolo gruppo di persone, a un incontro con un esperto sui temi di interesse.

Per contro, le proposte di app (o agenda cartacea), che fungano da memo per attività specifiche, e l'eccesso di *gamification* (pur ritenuta molto utile nelle situazioni di

apprendimento canonico), sono ritenuti meno promettenti. Insomma, la ricerca di risposte relative alla gestione del proprio denaro richiede discorsi molto seri, pragmatici e personalizzati.

Dunque, la disponibilità della popolazione adulta verso un processo di apprendimento sembra assai incentrata su iniziative di tipo *learning by doing*, finalizzate a individuare soluzioni pratiche per problemi concreti. L'apprendimento fine a sé stesso, o al limite concepito per migliorare il proprio livello di cultura finanziaria in vista di eventuali utilizzi futuri, interessa invece molte meno persone.

Iniziative di educazione finanziaria: quali contenuti attirano di più?

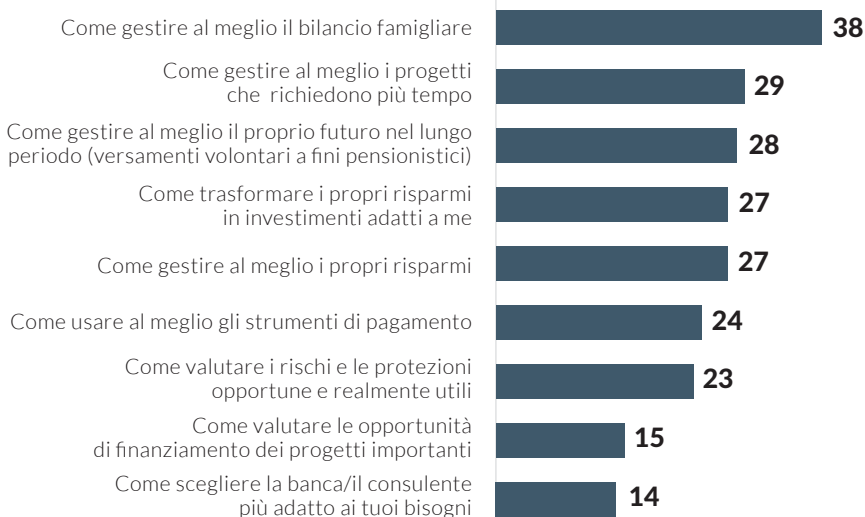
I contenuti più interessanti sono quelli che migliorano la gestione del budget familiare e/o della progettazione finanziaria familiare, incluso il tema previdenziale.

D'altro canto, i temi dell'indebitamento (che riguarda una platea più ristretta) e della scelta del consulente più adatto sono considerati meno avvincenti.

Il linguaggio dovrebbe essere il più concreto e comprensibile possibile, privo di tecnicismi. Per questo motivo, la questione del linguaggio finanziario deve restare al centro dell'attenzione degli operatori.

Le attese verso i contenuti di educazione finanziaria: i contenuti

Iniziative di educazione finanziaria: quali contenuti attirano di più?



Fonte: Research Dogma 2024. Dati in %; era possibile dare più di una risposta.

La fiducia nei diversi attori dell'educazione finanziaria

Secondo te chi sarebbe meglio proponesse queste iniziative?



Fonte: Research Dogma 2024. Dati in %; era possibile dare più di una risposta.

La scelta del miglior esperto di educazione finanziaria

Quale esperto ti sembra il migliore per questo tipo di formazione?



Fonte: Research Dogma 2024. Dati in %; era possibile dare più di una risposta.

A chi spetta promuovere l'educazione finanziaria

In materia di educazione finanziaria, gli italiani si aspettano innanzitutto un intervento "istituzionale". Secondo il 42% degli intervistati, dovrebbero essere le istituzioni nazionali e locali a pensarci; al secondo posto viene citato il sistema finanziario e bancario. Pur chiamato a rispondere a eventuali dubbi su possibili conflitti di interesse, esso è comunque considerato uno dei principali interlocutori, a causa della sua relazione "quotidiana" con le persone. È il ritratto dell'approccio pragmatico degli italiani: fra indipendenza e concretezza, vince la seconda (se e quando l'intento è virtuoso).

Non è un caso che, quando si chiede chi dovrebbe essere l'esperto incaricato di questa "consulenza/educazione" finanziaria, la

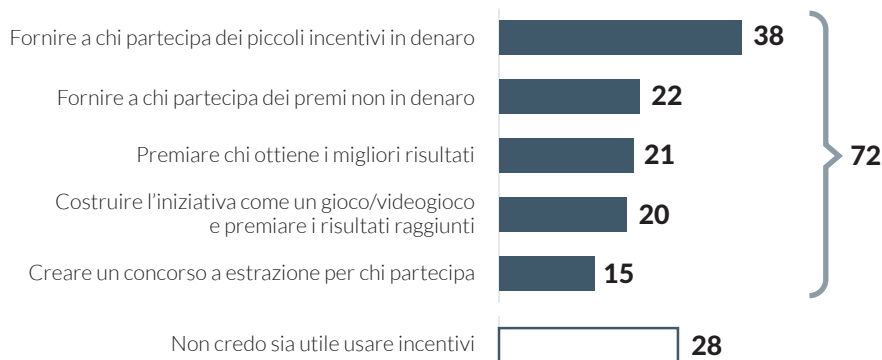
prima risposta sia "un esperto/consulente della mia banca" (38% degli intervistati), mentre il 20% risponde un "consulente di una banca diversa dalla mia". Seguono poi altri esperti indipendenti: formatori, docenti, esperti dei CAF, etc. Chiudono la classifica attori, comici e blogger finanziari. Per gli italiani l'educazione finanziaria è una materia seria, sulla quale è richiesta personalizzazione più che uno storytelling di intrattenimento.

La partecipazione alle iniziative di educazione finanziaria va incentivata?

Il 72% degli intervistati ritiene giusto incentivare i percorsi di educazione finanziaria. Poiché, come abbiamo visto, l'educazione finanziaria deve risolvere problemi concreti, il "premio" per la partecipazione

Le migliori modalità per incentivare la partecipazione

Qualcuna di queste forme ti sembrano più adatte di altre per invogliare persone come te?



Fonte: Research Dogma 2024. Dati in %; era possibile dare più di una risposta.

all'iniziativa dovrebbe essere legato alla risoluzione di un problema pratico.

Per incentivare le iniziative meno direttamente connesse alla soluzione di un problema di gestione del denaro, sembra invece interessante una ricompensa ulteriore: il 38% dichiara che sarebbe utile un incentivo in denaro, mentre un restante 34% preferirebbe formule di incentivo più variegata (dal catalogo di premi, al concorso, etc.).

In conclusione

Il problema dell'educazione finanziaria in Italia è reale e richiede un impegno corale e coordinato. Inoltre, richiede anche un approccio che potremmo definire di "marketing educazionale"⁵.

In primis, si potrebbe innanzitutto coinvolgere gli italiani, strutturare le proposte partendo da bisogni concreti e da modalità di ingaggio che massimizzino la partecipazione.

Già l'esperienza di ascolto e co-creazione costituita dal presente studio, pur nei limiti di una ricerca, offre spunti utili all'impostazione di una strategia di educazione finanziaria rivolta al mondo degli adulti (anche

se per la scuola ed i giovani valgono riflessioni parzialmente diverse).

Tale strategia potrebbe:

- ▶ rispondere a principi di utilità immediata, concretezza, personalizzazione e approccio relazionale;
- ▶ seguire modelli di interazione che le persone giudicano interessanti: il portale dell'Inps o i calcolatori finanziari, i riferimenti ai CAF per l'assistenza fiscale possono rappresentare dei buoni esempi, da intendersi sia come riferimenti concreti, sia come metafore di un approccio degno di attenzione;
- ▶ rinforzare la motivazione a partecipare: per questo è richiesta, oltre a un approccio di marketing, anche una comunicazione social coordinata e convincente.

Certo, dalla ricerca emerge che esiste un gruppo, minoritario ma non trascurabile (pari al 26% della popolazione), che si dichiara disponibile a seguire iniziative di educazione finanziaria se interessanti ed utili. Tuttavia, questo gruppo – composto in prevalenza da uomini, laureati, risparmiatori con patrimoni oltre i 50mila euro e già orientati ai temi di risparmio/investimento – rappresenta la punta dell'iceberg che cela un bisogno sociale sottostante, che non riesce ancora a esprimersi e a comprendere pienamente l'utilità di una formazione all'uso del denaro.

I membri di questo gruppo potrebbero essere attivati sin da subito come "ambascia-

5 Con il termine "Marketing Educazionale" intendiamo la possibilità di affrontare il tema specifico della educazione finanziaria per adulti partendo non dal "prodotto" (le forme codificate di educazione finanziaria) ma dai bisogni e dalle disponibilità del suo target di riferimento. Questo implica un processo bottom up piuttosto che top down nella definizione del problema, nello studio e messa a punto delle soluzioni, dei linguaggi e delle forme di coinvolgimento. Un approccio che, peraltro, è quello tentato da questa ricerca.

tori” nelle comunità, ma le iniziative non possono prescindere dal ragionamento sulle modalità di coinvolgimento degli altri gruppi sociali, meno disposti a partecipare ma non per questo meno bisognosi. In questo processo, i soggetti potenzialmente coinvolti sono molti: le istituzioni e lo stesso settore finanziario, ma anche i media ed il terzo settore.

E le aziende? La maggior parte degli italiani⁶ non le reputa un soggetto così utile, ma molti di quelli che sono già disponibili a seguire iniziative di educazione finanziaria le ritengono invece un soggetto da valorizzare.

Anche se molti sembrano temere una intrusione o un conflitto di interesse da parte della propria azienda, **il luogo di lavoro per molti segmenti potrebbe rappresentare anche un'utile sede del supporto e della formazione finanziaria.**

Sul posto di lavoro si potrebbero formare fasce importanti di popolazione, a costi più contenuti e con approcci personalizzati. Qui si potrebbe trovare il luogo ideale per quell'intervento relazionale e (quasi) one to one che sembra il più richiesto, anche per coloro che sono oggi più lontani dai temi della formazione e della gestione del denaro. In fondo, le aziende sensibili al tema potrebbero erogare iniziative di questo tipo come forma di welfare aziendale.

Dal momento che un approccio top-down rischierebbe di non funzionare, sarebbe auspicabile costruire formule nuove e creative, da co-ideare con i diretti interessati e tutti gli stakeholder istituzionali, sistema aziendale compreso.

L'educazione finanziaria è un tema di cui si parla da diversi anni. Tuttavia, oggi vi sono opportunità nuove per favorire l'inclusione dei segmenti di popolazione meno preparati su questi temi, nonché di quelli più attivi e centrali, che rappresentano la spina dorsale socioeconomica del nostro Paese e delle sue risorse di risparmio.

⁶ Solo il 7% indica la propria azienda come un soggetto da cui ci si attende iniziative di educazione finanziaria: è la percentuale più bassa fra tutti i soggetti testati

I DATI DELLE RILEVAZIONI



Estratto tavole

Luglio 2024

n	AREA GEOGRAFICA				GENERE		ETÀ						TITOLO			PROFESSIONE		FIGLI	RISPARMI-INVEST. FAMILIARI (IN MIGLIAIA DI EURO)		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	Maschi	Femm.	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65-75 anni	Laurea	Diploma	Infer./elem.	Lavora	Non lavora	Si	Fino a 10K	10-51K	Oltre 51K
1006	275	199	187	344	515	491	124	141	167	219	219	137	282	543	181	654	352	594	377	292	209

La solidità finanziaria delle famiglie italiane

Per la tua famiglia, la situazione è...

Molto problematica, siamo in vera difficoltà																						
%	8,3	7,4	2,4	9,5	11,7	8,5	8,0	6,0	9,4	9,1	8,7	10,6	3,8	4,7	8,1	14,3	9,4	6,2	7,6	16,2	5,9	1,9
Abbastanza problematica, siamo costretti a risparmiare su diverse voci (anche di prima necessità) del nostro budget familiare																						
%	29,0	25,0	28,4	20,5	37,1	27,0	31,0	14,9	21,4	34,1	38,2	32,1	23,4	21,3	31,0	34,8	30,3	26,5	34,9	43,7	29,7	8,9
Poco problematica, riusciamo a gestire la situazione con qualche taglio di spese superflue o rimandabili																						
%	43,7	47,8	42,3	49,4	38,2	42,5	45,0	47,9	56,8	39,6	39,3	42,5	40,3	47,6	45,1	33,3	43,5	44,0	41,2	33,0	48,2	47,8
Non problematica, con le risorse esistenti ce la facciamo senza particolari problemi o rinunce																						
%	19,1	19,9	26,9	20,6	13,1	22,0	16,0	31,3	12,3	17,2	13,9	14,8	32,5	26,4	15,8	17,6	16,8	23,3	16,3	7,0	16,2	41,3
Media																						
%	2,3	2,2	2,1	2,2	2,5	2,2	2,3	2,0	2,3	2,4	2,4	2,4	2,0	2,0	2,3	2,5	2,3	2,2	2,3	2,7	2,3	1,7

La capacità di risparmio delle famiglie italiane

Negli ultimi 12 mesi, tu/la tua famiglia siete riusciti a risparmiare qualcosa del reddito guadagnato?

Sì																						
%	63,8	69,2	62,0	64,2	60,3	68,3	59,0	78,0	80,3	72,8	55,0	50,2	58,6	74,6	60,9	55,6	67,6	56,7	59,9	44,7	73,4	85,9
Sì, ma con grande fatica																						
%	12,3	13,3	11,7	8,8	13,9	11,9	12,8	9,5	14,1	17,1	12,7	12,4	6,5	10,5	13,4	11,9	13,9	9,4	13,6	13,7	14,4	9,4
Sì, con qualche sacrificio																						
%	32,8	34,3	24,6	38,1	33,4	35,0	30,4	42,2	44,8	35,3	28,8	24,8	28,0	35,5	33,2	27,3	35,0	28,6	30,5	23,4	41,0	37,9
Sì, senza particolari problemi																						
%	18,7	21,7	25,8	17,2	13,0	21,4	15,8	26,3	21,4	20,4	13,5	13,0	24,1	28,6	14,3	16,3	18,7	18,7	15,8	7,7	18,0	38,6
No, non siamo riusciti																						
%	34,1	29,0	35,1	33,9	37,7	30,5	37,9	12,4	19,1	24,8	44,5	48,6	41,0	24,3	37,6	39,0	31,2	39,5	39,4	54,7	25,7	14,1
Non sa, non indica																						
%	2,1	1,7	2,9	2,0	2,0	1,2	3,0	9,6	0,6	2,4	0,5	1,2	0,4	1,1	1,5	5,4	1,1	3,9	0,7	0,6	0,9	

n	AREA GEOGRAFICA				GENERE		ETÀ					TITOLO			PROFESSIONE		FIGLI	RISPARMI-INVEST. FAMILIARI (IN MIGLIAIA DI EURO)			
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	Maschi	Femm.	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65-75 anni	Laurea	Diploma	Infer./elem.	Lavora	Non lavora	Si	Fino a 10K	10-51K	Oltre 51K
1006	275	199	187	344	515	491	124	141	167	219	219	137	282	543	181	654	352	594	377	292	209

Il 'credo' finanziario degli italiani: quale approccio alla gestione del denaro?

Su come le persone si comportano per gestire il proprio denaro abbiamo raccolto diverse posizioni e opinioni... quali di queste sono vicine o quello che tu fai o pensi?

%	99,8	99,2	100,0	100,0	100,0	99,7	99,8	99,3	100,0	100,0	100,0	99,0	100,0	99,9	99,2	100,0	99,4	100,0	99,6	100,0	100,0	
Almeno un comportamento																						
%	99,5	98,1	100,0	100,0	100,0	99,4	99,5	99,3	100,0	100,0	99,3	100,0	97,9	100,0	99,9	97,6	100,0	98,6	99,8	99,2	99,5	100,0
Controllo (Net)																						
%	94,1	92,5	93,2	93,8	96,1	94,7	93,6	93,9	87,8	96,5	94,6	97,0	92,5	94,0	95,1	91,4	94,3	93,8	96,2	94,0	94,2	94,4
Cerco sempre di avere il controllo di quello che spendo durante il mese																						
%	77,6	82,6	75,4	75,6	76,0	78,0	77,2	82,5	85,7	82,2	77,9	71,1	69,2	85,1	76,1	70,3	79,0	75,1	74,5	69,6	81,6	86,3
Cerco di accantonare ogni mese qualcosa per possibili imprevisti/emergenze																						
%	68,9	73,3	69,6	68,3	65,5	70,5	67,3	82,1	77,2	75,8	67,4	58,9	58,6	78,6	67,6	58,1	71,6	64,0	64,7	54,3	76,8	83,1
Cerco di mettere da parte ogni mese qualcosa per i miei progetti prossimi o futuri																						
%	55,1	53,9	49,4	59,3	57,1	58,4	51,7	55,2	55,6	58,7	52,2	51,2	61,2	53,5	55,8	55,8	55,9	53,7	55,0	50,9	57,8	59,5
Controllo quanto ho speso ma solo ogni tanto, alla fine del mese o del trimestre																						
%	47,2	44,2	40,6	43,8	55,4	47,7	46,7	49,9	43,0	49,4	50,7	46,2	42,6	38,8	49,1	54,8	47,3	47,1	49,1	56,9	49,0	28,6
Vorrei riuscire a controllare meglio quello che spendo ma alla fine non ci riesco																						
%	45,7	41,0	39,5	44,3	53,8	42,1	49,5	44,0	50,0	51,3	44,3	44,2	40,6	40,5	46,4	51,7	45,3	46,5	47,5	52,2	48,9	34,5
Definisco all'inizio del mese quanto spendere per le varie voci del bilancio familiare (affitto, bollette, spesa, etc.) e metto da parte i soldi che mi servono per le varie voci																						
%	30,9	31,7	22,5	30,6	35,3	34,1	27,6	31,5	32,1	34,4	27,3	29,6	32,7	28,7	32,1	30,8	31,2	30,4	30,8	29,7	34,6	32,5
Le spese del bilancio familiare sono più o meno sempre uguali, per cui non le verifico più																						
%	93,5	93,1	94,8	95,2	92,0	93,4	93,5	91,8	90,9	93,4	91,4	96,4	96,3	95,0	93,4	91,2	92,6	95,0	95,3	93,1	92,1	96,9
Debito (Net)																						
%	82,0	83,9	80,6	83,3	80,5	80,4	83,6	83,1	78,0	81,3	78,3	85,5	86,0	84,9	80,3	82,4	79,2	87,0	82,6	78,3	81,5	86,1
Evito di ricorrere a finanziamenti e prestiti, piuttosto non acquisto qualcosa ed aspetto di avere i soldi																						
%	52,3	49,9	49,5	52,4	55,7	53,8	50,6	49,1	52,0	57,0	58,0	48,4	46,8	53,0	51,9	52,2	54,8	47,6	57,0	56,7	56,2	47,9
Ricorro ai finanziamenti solo per beni necessari o quasi(es. automobile, cellulare ...)																						
%	94,7	94,3	94,7	95,8	94,3	95,2	94,1	99,3	95,6	95,1	95,8	90,6	93,6	95,9	95,1	91,4	95,7	92,7	94,6	91,7	96,3	97,7
Progetti e futuro (Net)																						
%	75,5	77,2	75,0	75,4	74,6	78,1	72,9	71,4	75,2	73,6	80,0	79,0	69,3	72,5	78,9	70,1	77,6	71,6	77,6	72,1	74,7	83,0
E' importante mettere da parte soldi per la pensione (pensione integrativa)																						
%	68,9	73,3	69,6	68,3	65,5	70,5	67,3	82,1	77,2	75,8	67,4	58,9	58,6	78,6	67,6	58,1	71,6	64,0	64,7	54,3	76,8	83,1
Cerco di mettere da parte ogni mese qualcosa per i miei progetti prossimi o futuri																						
%	55,0	58,5	56,9	50,4	53,7	57,2	52,8	65,8	57,2	53,7	53,4	52,5	51,1	58,6	55,8	47,3	56,1	53,1	55,4	48,0	58,7	62,9
Penso che una buona polizza assicurativa per proteggere le cose e le persone a cui tieni sia un investimento importante																						
%	53,0	58,0	52,7	53,0	49,0	57,5	48,2	55,9	47,1	55,4	51,9	49,3	60,7	60,0	53,5	40,3	54,5	50,1	55,0	38,6	53,6	79,2
I soldi messi da parte, pochi o tanti che siano, è meglio investirli (per farli rendere, per evitare di spenderli, per alimentare i propri progetti)																						
%	90,0	87,2	87,3	88,8	94,5	89,3	90,7	96,9	93,5	94,4	93,6	83,0	80,4	88,2	90,1	92,6	92,0	86,3	87,9	93,9	92,5	83,0
Il denaro facile e a portata (Net)																						
%	70,5	71,7	62,5	67,7	75,8	69,4	71,7	72,6	73,5	80,7	77,0	62,5	55,7	71,4	70,2	70,1	73,7	64,7	69,5	74,4	69,0	68,2
Cerco sempre qualche modo per guadagnare qualche soldo in più																						
%	54,9	49,6	50,2	55,7	61,5	54,5	55,4	73,1	61,4	53,5	53,2	49,3	45,3	51,2	55,5	58,7	53,7	57,2	51,2	60,9	57,6	37,8
Preferisco lasciare i soldi sul conto corrente perchè mi sento più sicuro/a nell'averne dei soldi sempre disponibili																						
%	28,6	20,1	21,9	27,9	39,7	33,7	23,3	24,1	28,9	33,1	35,7	24,7	21,9	22,4	30,2	33,6	32,3	21,9	30,7	28,6	36,9	23,0
Mi capita regolarmente di giocare qualcosa in lotterie, gratta e vinci, scommesse sportive, etc. per divertimento e per provare a guadagnare qualcosa in più																						
%	22,7	21,4	16,6	21,7	27,8	25,2	20,1	28,1	27,0	27,5	22,0	17,4	17,2	19,6	23,0	26,5	25,2	18,1	22,4	23,9	26,0	20,7
Il denaro va e viene, meglio usarlo e non pensarci																						
%	0,2	0,8				0,3	0,2	0,7					1,0		0,1	0,8		0,6		0,4		
Nessuno di questi																						

n	AREA GEOGRAFICA				GENERE		ETÀ						TITOLO			PROFESSIONE		FIGLI	RISPARMI-INVEST. FAMILIARI (IN MIGLIAIA DI EURO)		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	Maschi	Femm.	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65-75 anni	Laurea	Diploma	Infer./elem.	Lavora	Non lavora	Si	Fino a 10K	10-51K	Oltre 51K
1006	275	199	187	344	515	491	124	141	167	219	219	137	282	543	181	654	352	594	377	292	209

Gli influencer delle decisioni economiche

Quando devi prendere una decisione importante su come gestire il denaro, con chi ti consulti?

Almeno una citazione (Net)																						
%	83,7	83,0	84,2	87,5	82,0	83,4	84,1	87,7	87,6	82,5	82,1	88,0	73,4	86,1	83,4	81,1	86,3	79,0	85,6	77,9	89,8	88,8
Mi consulto con il mio cf o la persona che mi segue in banca/posta (sub-net)																						
%	39,1	40,3	44,0	42,2	33,6	43,2	34,8	30,7	35,8	36,3	41,7	43,5	42,2	43,7	41,9	23,6	42,4	32,9	42,4	26,3	42,2	60,0
Sento la persona che mi segue in Banca/Posta																						
%	23,4	24,1	23,1	22,6	23,5	23,5	23,3	18,5	15,6	24,9	24,8	25,6	28,4	21,8	27,0	15,2	24,4	21,6	25,3	18,7	25,7	32,7
Sento il mio consulente finanziario																						
%	20,3	20,8	27,0	23,8	14,3	24,6	15,8	17,7	22,6	16,2	22,5	21,7	19,9	26,8	20,3	10,3	23,3	14,8	21,8	10,0	21,7	35,6
Ne parlo con il coniuge compagno/a																						
%	46,6	45,6	46,2	43,9	49,0	44,5	48,7	17,1	39,0	51,7	51,1	59,5	46,8	48,6	46,8	42,7	49,2	41,6	58,3	43,6	51,4	48,7
Ne parlo con i miei figli																						
%	12,7	8,8	12,5	13,2	15,6	12,9	12,5	4,7	5,9	8,0	9,6	21,2	23,7	9,6	14,6	11,6	11,8	14,2	19,5	11,8	16,6	9,6
Ne parlo con i miei genitori																						
%	21,4	18,5	22,6	25,6	20,6	19,4	23,4	60,5	45,4	17,6	14,2	6,3	1,2	26,1	16,4	29,0	20,6	22,7	10,0	22,3	26,3	12,2
Ne parlo con amici/altri conoscenti																						
%	11,5	10,2	11,1	12,2	12,5	13,1	9,9	26,1	10,9	11,5	8,6	7,9	9,3	11,6	10,8	13,6	10,5	13,4	8,4	10,4	10,8	14,4
Ne parlo con colleghi di lavoro																						
%	3,8	4,7	2,3	4,1	3,8	5,3	2,2	8,3	3,1	3,3	5,6	1,7	1,7	6,8	2,1	4,2	5,1	1,4	3,8	3,7	6,6	2,2
Ne parlo con la mia azienda/con il datore di lavoro																						
%	1,5	1,7	1,4		2,1	1,6	1,3	2,7	1,4	1,2	1,4	1,3	0,8	1,4	1,6	1,1	1,9	0,6	1,5	1,5	2,1	0,8
Altro																						
%	0,3	0,7	0,4			0,2	0,3		1,4			0,4		0,6	0,2		0,4		0,2			1,4
Nessuno in particolare, faccio da solo/a																						
%	16,3	17,0	15,8	12,5	18,0	16,6	15,9	12,3	12,4	17,5	17,9	12,0	26,6	13,9	16,6	18,9	13,7	21,0	14,4	22,1	10,2	11,2

Il media e la gestione del denaro

Ti capita di seguire le notizie in materia di gestione del tuo denaro, sull'economia o la finanza?

Sì																						
%	60,5	60,3	57,3	62,7	61,3	69,6	50,9	55,5	60,6	64,8	60,2	60,6	59,9	70,1	60,0	46,9	64,7	52,6	61,6	50,4	65,3	80,2
Sì, molto spesso																						
%	8,5	7,4	11,3	8,3	7,9	12,9	3,9	13,4	9,2	9,8	6,7	7,8	5,8	11,2	7,3	8,1	9,6	6,6	8,9	6,5	9,0	15,1
Sì, spesso																						
%	18,4	20,8	15,6	17,0	18,7	21,0	15,6	10,6	18,8	22,0	19,3	17,9	19,6	20,6	18,8	13,4	22,1	11,4	21,3	13,1	20,9	31,1
Sì, talvolta																						
%	33,6	32,0	30,4	37,4	34,6	35,6	31,5	31,5	32,6	33,0	34,1	34,8	34,5	38,3	33,9	25,4	33,0	34,7	31,4	30,8	35,5	33,9
No																						
%	39,5	39,7	42,7	37,3	38,7	30,4	49,1	44,5	39,4	35,2	39,8	39,4	40,1	29,9	40,0	53,1	35,3	47,4	38,4	49,6	34,7	19,8
No, raramente																						
%	25,7	26,4	27,7	21,6	26,2	21,9	29,7	32,3	25,6	20,0	27,0	26,6	23,2	19,3	27,4	30,6	24,1	28,7	24,9	30,1	25,5	15,8
No, mai o quasi																						
%	13,8	13,3	15,0	15,7	12,5	8,5	19,4	12,3	13,8	15,2	12,8	12,8	16,9	10,7	12,6	22,5	11,2	18,6	13,5	19,5	9,2	4,0

n	AREA GEOGRAFICA				GENERE		ETÀ					TITOLO			PROFESSIONE		FIGLI	RISPARMI-INVEST. FAMILIARI (IN MIGLIAIA DI EURO)			
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	Maschi	Femm.	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65-75 anni	Laurea	Diploma	Infer./elem.	Lavora	Non lavora	Si	Fino a 10K	10-51K
1006	275	199	187	344	515	491	124	141	167	219	219	137	282	543	181	654	352	594	377	292	209

Le iniziative più conosciute

Ti è mai capitato di sentir parlare di qualcuna di queste iniziative di educazione finanziaria?

	Almeno un'iniziativa (Net)																					
%	58,6	58,0	56,4	55,2	62,2	65,5	51,4	73,8	61,4	57,5	58,1	57,9	45,3	64,2	57,9	51,9	63,4	49,7	59,0	53,0	67,3	63,7
	Iniziative di Banca d'Italia: sul territorio o sul suo sito web																					
%	10,7	9,0	11,8	9,4	12,2	13,0	8,4	19,1	11,9	13,4	8,5	7,2	8,0	11,8	10,6	9,5	11,7	8,9	11,5	10,1	11,7	13,3
	"Mese dell'Educazione Finanziaria": ogni anno, durante il mese di ottobre, vengono organizzati eventi gratuiti e di alta qualità per aumentare le conoscenze di base su temi assicurativi, previdenziali e di gestione delle risorse finanziarie personali e familiari																					
%	14,0	12,4	12,5	9,4	18,7	17,2	10,7	21,2	18,1	15,0	12,6	11,6	8,1	16,5	14,9	7,6	17,3	7,9	13,7	12,0	17,4	17,7
	"Quello che conta": il portale dell'educazione finanziaria del Ministero dell'Economia e del Comitato per l'educazione finanziaria																					
%	8,7	6,6	8,5	6,6	11,5	8,1	9,3	14,3	9,0	10,3	6,5	7,8	6,0	11,0	7,9	7,3	9,2	7,7	9,2	7,0	11,8	9,9
	Altre Iniziative sul territorio del Comitato per l'Educazione Finanziaria (creato dal Ministero Economia con il supporto di tutte le principali istituzioni del mondo finanziario.)																					
%	2,7	2,8	4,3	2,0	2,2	3,7	1,7	2,1	1,6	5,0	2,3	2,9	2,1	2,1	2,8	3,5	3,2	1,9	3,3	2,0	4,6	2,7
	Il Salone del Risparmio (a Milano ogni anno in primavera)																					
%	9,8	11,4	7,4	8,6	10,7	11,9	7,7	20,0	8,5	10,8	8,4	7,2	7,5	12,4	8,9	8,6	9,5	10,4	7,7	6,9	9,5	13,4
	Iniziative Consob (online e sul territorio)																					
%	5,0	4,7	6,6	2,9	5,3	5,9	4,0	9,5	2,1	4,1	6,3	4,7	3,1	6,2	4,5	4,3	5,4	4,0	4,2	3,5	6,9	6,3
	Altre conferenze, webinar, seminari e spettacoli orientati ad educare gli italiani a scelte finanziarie consapevoli																					
%	5,9	6,6	7,4	6,5	4,1	7,4	4,3	10,1	5,1	2,9	7,1	5,5	5,2	7,9	5,1	5,1	6,3	5,0	5,7	4,5	4,7	9,8
	Materiali sul web (filmati, materiali informativi) di editori (quotidiani, mensili, sia economici che di altri settori: femminili, etc.)																					
%	11,1	11,2	14,3	9,8	9,9	13,1	9,0	9,0	15,0	7,6	11,3	13,2	9,6	13,2	11,3	7,0	11,9	9,6	10,9	6,7	12,6	16,5
	Filmati (es. su Youtube, Instagram, Tik Tok o altri social) che insegnano come usare meglio il denaro, o spiegano aspetti di economia o finanza																					
%	14,2	11,9	17,8	15,4	13,4	16,7	11,7	22,9	20,3	10,8	15,1	10,6	8,9	17,6	13,2	12,2	13,8	15,1	10,7	11,9	16,6	13,4
	Materiali (filmati, brochure) o iniziative (incontri...) della tua banca o di società finanziarie che ti sono vicine] In Italia ci sono state alcune iniziative per aiutare persone come te a migliorare la cultura finanziaria e la gestione del proprio denaro, o spiegano aspetti di economia o finanza																					
%	7,9	12,0	10,3	4,1	5,4	10,2	5,6	5,1	6,3	7,1	6,4	11,7	9,6	9,4	8,4	4,3	8,3	7,2	9,0	4,0	9,5	12,9
	Attività di formazione ed educazione finanziaria delle istituzioni locali della tua zona (comune, regione, etc.)																					
%	3,2	4,2	4,3	2,1	2,5	3,9	2,5	4,5	0,6	3,8	4,3	3,7	1,6	4,7	3,2	1,1	3,9	2,0	3,5	3,2	3,4	3,6
	Le iniziative (sul territorio o sul web) di qualche onlus/società no profit impegnata in questo campo																					
%	2,8	2,4	4,6	1,1	3,1	2,6	3,1	3,9	2,6	3,6	1,4	4,1	1,2	2,7	2,6	3,5	3,4	1,7	3,1	2,0	4,5	3,7
	Calcolatori disponibili sul web per potersi fare calcoli da soli per la gestione del proprio denaro (es calcolare quanto potrebbe costare una rata di un mutuo/prestito; calcolare quando si potrebbe andare in pensione e con quanto, etc.)																					
%	9,7	10,2	11,5	8,6	8,8	10,5	8,8	7,5	9,4	7,9	12,0	11,7	7,0	12,0	8,2	10,2	12,0	5,3	11,3	6,9	13,3	11,5
	Il sito INPS e le informazioni su quanto tu hai versato e quando potrai andare in pensione																					
%	19,1	18,4	20,4	17,6	19,8	20,2	18,0	12,7	16,4	14,3	22,8	25,8	17,1	21,6	20,1	12,4	21,1	15,4	21,2	18,0	22,0	19,0
	Altro																					
%	0,3		1,5			0,4	0,1		1,2	0,7				0,2	0,4		0,4	0,2	0,2		0,4	0,6
	No nessuna di queste																					
%	41,4	42,0	43,6	44,8	37,8	34,5	48,6	26,2	38,6	42,5	41,9	42,1	54,7	35,8	42,1	48,1	36,6	50,3	41,0	47,0	32,7	36,3

n	AREA GEOGRAFICA				GENERE		ETÀ						TITOLO			PROFESSIONE		FIGLI	RISPARMI-INVEST. FAMILIARI (IN MIGLIAIA DI EURO)		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	Maschi	Femm.	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65-75 anni	Laurea	Diploma	Infer./elem.	Lavora	Non lavora	Si	Fino a 10K	10-51K	Oltre 51K
Totale	275	199	187	344	515	491	124	141	167	219	219	137	282	543	181	654	352	594	377	292	209

La disponibilità verso iniziative di educazione finanziaria

Se qualcuno di cui tu ti fidi ti proponesse delle iniziative per migliorare la tua competenza nella gestione del denaro, le prenderesti in considerazione, almeno per valutarle?

No, non credo mi interessino																						
%	20,7	20,1	21,0	19,4	21,6	19,7	21,7	21,2	17,4	18,3	19,6	19,6	29,9	14,0	22,0	26,8	17,1	27,2	21,7	27,1	18,7	12,1
Potrei forse valutarle, ma non sono sicuro																						
%	53,3	50,7	52,0	53,8	56,0	52,7	54,0	54,8	53,9	57,9	55,0	53,7	42,6	51,0	54,0	55,0	56,0	48,4	53,4	52,6	55,4	51,8
Le valuterei e, se fossero realmente interessanti, potrei dedicarci attenzione																						
%	26,0	29,3	27,0	26,8	22,4	27,6	24,3	24,0	28,7	23,8	25,5	26,7	27,6	35,0	24,0	18,2	26,9	24,3	24,9	20,2	25,9	36,1

Le attese verso i contenuti di educazione finanziaria: i contenuti

Iniziative di educazione finanziaria: quali contenuti attirano di più?

Almeno una caratteristica (Net)																						
%	98,7	99,0	97,7	99,4	98,7	99,1	98,4	100,0	99,4	97,1	97,8	100,0	98,4	99,8	98,4	98,1	99,0	98,3	98,5	98,3	99,4	99,4
Come gestire al meglio i soldi del bilancio familiare, come tenerlo sotto controllo ogni mese																						
%	37,7	37,2	36,1	33,2	41,5	36,8	38,7	37,1	39,0	32,0	42,7	36,3	38,1	36,9	36,0	44,2	38,0	37,2	39,2	43,5	40,3	25,2
Come usare al meglio gli strumenti di pagamento (il contante ma anche le carte e gli altri strumenti diversi dal contante), per aumentare il proprio controllo sulle spese																						
%	24,3	22,3	24,4	21,7	27,4	27,5	20,9	30,4	26,4	27,5	25,2	22,1	15,0	22,4	24,9	25,6	27,5	18,3	25,3	26,8	28,9	18,4
Come gestire al meglio i progetti che richiedono più tempo (mettere da parte soldi per acquisti importanti, etc.)																						
%	28,6	29,7	31,0	29,3	26,0	29,6	27,7	34,6	39,5	31,3	30,5	19,3	20,7	30,8	28,7	25,0	31,7	22,8	26,4	24,4	34,2	29,2
Come gestire al meglio il proprio futuro nel lungo periodo (il tema della pensione, ma anche il riscatto della laurea per i laureati, o altre forme di versamenti volontari per avere vantaggi pensionistici, etc.)																						
%	28,4	30,5	34,1	22,0	26,9	31,2	25,4	35,7	36,1	26,3	30,5	28,4	13,0	37,5	24,6	25,5	31,3	23,0	25,2	22,7	32,1	34,4
Come gestire al meglio i propri risparmi (decidendo cosa tenere sul conto e cosa e quando investire secondo le proprie esigenze)																						
%	26,8	29,0	34,9	30,3	18,4	24,2	29,5	24,7	24,2	20,5	28,3	25,2	39,2	31,8	26,7	19,1	24,6	30,8	27,3	17,6	27,4	39,5
Come trasformare i propri risparmi in investimenti adatti a te, come gestire al meglio questi investimenti																						
%	26,9	29,8	29,5	28,3	22,5	29,0	24,8	26,3	33,9	24,7	23,3	27,6	27,9	35,2	25,0	19,8	25,7	29,3	24,3	19,2	25,2	40,3
Come scegliere la banca/il consulente più adatto ai tuoi bisogni (cosa chiedere e controllare per capire se le offerte sono realmente interessanti, per capire se il consulente fa i miei interessi, etc.)																						
%	13,7	16,1	13,5	12,5	12,4	13,3	14,1	18,1	12,5	7,5	14,5	10,8	21,4	15,2	13,0	13,2	12,5	15,9	13,7	12,1	13,8	17,1
Come valutare le opportunità di finanziamento dei progetti importanti per te e la tua famiglia (acquisti a rate, cambiare l'auto, la scelta di un mutuo, etc.)																						
%	14,6	14,8	14,1	14,3	14,7	14,6	14,6	17,9	19,5	11,3	14,7	14,1	11,1	17,9	14,0	11,1	15,9	12,0	13,7	14,1	18,4	13,4
Come valutare i rischi e le protezioni opportune e realmente utili ed alla portata della tua famiglia																						
%	22,5	22,0	21,3	23,0	23,5	19,6	25,7	18,6	18,6	19,0	21,9	25,8	30,2	21,3	23,6	21,4	18,9	29,3	22,5	25,2	17,8	20,6
Altro																						
%	1,4	1,8	1,4	1,5	1,1	1,2	1,6	1,1	1,8		0,4	2,4	3,2	0,6	1,8	1,6	1,1	2,0	1,8	2,8		1,9
Non saprei																						
%	1,3	1,0	2,3	0,6	1,3	0,9	1,6		0,6	2,9	2,2		1,6	0,2	1,6	1,9	1,0	1,7	1,5	1,7	0,6	0,6

n	AREA GEOGRAFICA				GENERE		ETÀ						TITOLO			PROFESSIONE		FIGLI	RISPARMI-INVEST. FAMILIARI (IN MIGLIAIA DI EURO)		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	Maschi	Femm.	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65-75 anni	Laurea	Diploma	Infer./elem.	Lavora	Non lavora	Si	Fino a 10K	10-51K	Oltre 51K
Totale	275	199	187	344	515	491	124	141	167	219	219	137	282	543	181	654	352	594	377	292	209

La fiducia nei diversi attori dell'educazione finanziaria

Secondo te chi sarebbe meglio proponesse queste iniziative?

Almeno una citazione (Net)																						
%	89,9	89,2	89,6	87,6	91,8	93,2	86,4	95,3	92,4	85,6	93,3	89,2	83,3	91,6	89,8	87,5	92,7	84,5	89,8	88,8	93,2	93,8
Le istituzioni (il governo e le istituzioni nazionali: Banca Italia, Consob, etc.)																						
%	41,5	40,9	45,9	39,0	40,9	46,2	36,7	38,0	52,3	35,8	44,4	39,6	39,0	50,3	37,5	40,2	43,8	37,3	39,3	36,0	45,3	46,0
Le banche / Le Poste/Bancoposta / La tua bancav (sub-net)																						
%	53,7	52,5	51,7	51,6	56,9	57,9	49,2	60,8	50,5	54,3	59,2	49,8	47,0	55,7	56,3	42,9	55,8	49,7	53,3	48,3	61,0	59,6
Le banche, il sistema bancario																						
%	29,6	33,2	33,6	23,6	27,6	31,6	27,4	36,7	30,6	28,2	31,2	29,7	21,0	31,7	30,8	22,7	31,6	25,9	27,9	22,8	34,5	35,8
Le Poste/Bancoposta																						
%	19,0	12,9	10,4	19,1	28,8	20,6	17,3	19,4	16,7	24,5	18,0	18,4	16,8	16,1	20,5	18,9	20,1	17,0	19,0	21,3	26,5	10,5
La tua banca																						
%	25,7	26,7	27,8	26,2	23,3	28,1	23,1	20,4	21,3	22,6	33,0	23,4	30,5	28,3	27,9	14,9	27,7	21,8	27,4	19,4	27,5	36,7
Le onlus, le fondazioni e le associazioni senza scopo di lucro esterne al mondo bancario e finanziario																						
%	14,2	17,4	12,8	10,8	14,4	13,9	14,6	15,2	19,6	11,7	13,3	12,8	14,8	15,3	13,4	15,1	15,1	12,6	14,1	14,5	14,7	13,9
Le onlus, le fondazioni e le associazioni senza scopo di lucro anche di provenienza bancaria o finanziaria																						
%	10,2	10,9	10,0	12,5	8,6	10,9	9,6	17,3	14,1	7,8	7,6	10,3	7,0	8,4	10,6	11,9	11,0	8,7	9,4	7,5	11,1	15,7
La tua azienda																						
%	7,4	8,2	7,3	6,5	7,2	7,8	6,8	6,9	13,1	11,2	6,8	5,4	1,2	9,9	6,1	7,2	9,3	3,7	5,6	7,9	6,7	8,7
Il tuo comune (o altri enti simili del tuo territorio)																						
%	18,2	17,6	24,5	18,3	15,1	16,7	19,8	21,1	18,9	14,7	19,1	17,5	19,0	19,7	17,3	18,7	15,6	23,1	17,6	17,3	20,1	16,8
I Media: radio, giornali, tv																						
%	10,5	6,2	9,0	16,9	11,5	9,3	11,9	19,4	15,1	5,0	5,9	11,2	10,8	10,7	9,5	13,2	9,9	11,7	8,3	11,3	9,3	9,9
Altro																						
%	0,5	0,3	1,5		0,2	0,3	0,6		0,8	0,5	0,4	0,8		0,5	0,6		0,5	0,4	0,4	1,1		0,3
Nessuno in particolare																						
%	10,1	10,8	10,4	12,4	8,2	6,8	13,6	4,7	7,6	14,4	6,7	10,8	16,7	8,4	10,2	12,5	7,3	15,5	10,2	11,2	6,8	6,2

n	AREA GEOGRAFICA				GENERE		ETÀ						TITOLO			PROFESSIONE		FIGLI	RISPARMI-INVEST. FAMILIARI (IN MIGLIAIA DI EURO)		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	Maschi	Femm.	16-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65-75 anni	Laurea	Diploma	Infer./elem.	Lavora	Non lavora	Si	Fino a 10K	10-51K	Oltre 51K
1006	275	199	187	344	515	491	124	141	167	219	219	137	282	543	181	654	352	594	377	292	209

La scelta del miglior esperto di educazione finanziaria

Quale esperto ti sembra il migliore per questo tipo di formazione?

Almeno un tipo di esperto (Net)																						
%	89,3	91,3	88,6	87,8	88,9	91,3	87,2	93,6	89,0	87,2	92,0	89,5	83,6	90,9	91,1	81,3	93,0	82,5	90,2	85,4	94,0	95,8
Un esperto/consulente della mia banca (che comunque garantisce di non proporre prodotti offerti dalla banca stessa)																						
%	38,4	40,9	37,5	34,8	39,0	40,1	36,7	40,3	42,2	33,8	39,7	38,9	35,9	43,4	40,9	23,2	40,6	34,5	38,8	32,3	42,1	44,8
Un esperto consulente di un'altra banca diversa dalla mia (che comunque garantisce di non proporre prodotti offerti dalla banca stessa)																						
%	19,5	19,7	18,3	19,3	20,1	23,1	15,8	23,1	21,6	29,6	19,8	14,8	8,8	17,7	21,4	16,9	23,7	11,7	19,6	15,7	25,0	24,5
Un attore/personaggio noto (es. un presentatore della tv, un divulgatore scientifico alla Alberto Angela, etc.)																						
%	8,1	6,6	5,1	6,4	12,0	10,3	5,8	16,5	10,8	8,5	6,6	5,1	4,5	7,7	7,2	11,5	9,6	5,3	7,7	7,6	12,1	7,1
Un comico noto (personaggio web, personaggio tv)																						
%	3,4	1,9	2,1	4,1	4,8	4,5	2,1	5,7	4,7	5,3	2,6	0,5	3,2	2,1	4,0	3,5	3,5	3,1	2,8	2,1	6,8	1,3
Un blogger esperto di temi di gestione del denaro																						
%	8,9	7,6	6,9	9,4	10,7	8,2	9,5	15,9	15,8	8,6	6,9	6,1	3,2	11,9	7,3	8,9	9,1	8,4	5,1	7,2	10,6	11,2
Un esperto che lavora per le istituzioni (es. un esponente del Ministero dell'Economia)																						
%	26,4	27,8	29,6	26,4	23,4	26,6	26,2	32,1	29,7	21,9	23,8	25,2	29,3	32,0	24,3	24,1	24,5	29,9	24,1	21,8	27,7	30,3
Un docente universitario/un formatore esperto in comportamenti economici delle persone																						
%	29,1	29,9	35,9	30,4	24,0	30,4	27,8	28,4	34,9	23,5	26,2	33,0	29,4	41,4	26,6	17,6	29,2	29,0	28,1	21,8	28,5	40,1
Un operatore di una fondazione senza scopo di lucro																						
%	16,6	16,6	13,5	17,2	18,1	16,9	16,3	9,2	14,0	12,0	20,6	20,1	19,8	17,1	17,0	14,6	16,8	16,2	17,5	18,1	13,9	17,5
Un operatore esperto Patronato/ Caf																						
%	17,8	18,4	20,5	20,2	14,3	14,3	21,4	8,8	16,5	11,5	20,1	20,6	26,3	16,0	17,5	21,3	16,4	20,3	19,1	21,2	14,3	19,0
Altro																						
%	0,3	0,3	0,9		0,2	0,5	0,2		0,8	0,5	0,4	0,3		0,5	0,4		0,3	0,4	0,2	0,4	0,4	0,3
Nessuno in particolare																						
%	10,7	8,7	11,4	12,2	11,1	8,7	12,8	6,4	11,0	12,8	8,0	10,5	16,4	9,1	8,9	18,7	7,0	17,5	9,8	14,6	6,0	4,2

Le migliori modalità per incentivare la partecipazione

Qualcuna di queste forme ti sembrano più adatte di altre per invogliare persone come te?

Almeno un'iniziativa (Net)																						
%	71,6	70,0	72,1	66,8	75,3	75,9	67,2	84,3	80,6	75,0	75,1	67,5	47,9	72,4	71,2	71,8	77,6	60,6	68,4	71,4	80,2	70,1
Fornire alle persone che partecipano attivamente alla formazione da loro scelta dei piccoli incentivi in denaro																						
%	37,8	38,8	35,5	31,0	41,9	40,0	35,5	34,2	46,9	38,1	44,4	35,5	24,4	41,4	37,9	31,8	42,4	29,1	35,2	39,4	40,1	35,6
Creare un concorso ad estrazione per chi partecipa con un premio più importante																						
%	15,4	10,2	16,3	16,4	18,6	17,0	13,8	22,9	18,1	19,8	15,9	9,7	9,2	13,8	15,4	18,1	17,2	12,2	14,7	14,3	17,9	17,0
Costruire l'iniziativa di formazione come un gioco di abilità /videogioco e premiare quelli che raggiungono un certo punteggio																						
%	19,5	20,0	20,9	15,3	20,6	22,9	16,0	22,8	30,8	18,4	18,4	16,7	12,7	26,1	16,2	19,2	21,9	15,0	17,2	18,4	26,1	19,1
Fornire a chi partecipa dei premi non in denaro (es. punti da raccogliere con un catalogo premi a chi dimostra di attivare certi comportamenti)																						
%	21,9	22,9	23,3	19,4	21,5	23,2	20,5	27,4	24,2	20,8	29,0	17,1	12,1	21,7	24,1	15,4	24,4	17,2	20,6	20,6	25,8	22,5
Premiare le persone che ottengono i migliori risultati nel corso di un evento																						
%	20,5	19,0	23,2	19,6	20,5	22,0	18,8	21,9	21,3	18,4	20,8	21,6	18,6	19,3	20,1	23,4	20,9	19,7	20,8	20,7	19,1	23,1
Altro																						
%	0,1		0,4			0,2							0,6		0,1			0,2	0,1			0,4
Non credo sia utile usare incentivi																						
%	28,4	30,0	27,9	33,2	24,7	24,1	32,8	15,7	19,4	25,0	24,9	32,5	52,1	27,6	28,8	28,2	22,4	39,4	31,6	28,6	19,8	29,9



Fondazione ANIMA
Corso Garibaldi, 99 – 20121 Milano
Tel. +39 02 80638283
www.fondazioneanima.it