



# “Consulenza ed Educazione Finanziaria: due facce di una stessa medaglia”



# Perché è bene parlarne

- Consumer Markets Scoreboard, strumento di monitoraggio dei mercati della Commissione Europea (ottobre 2010)
- Analizza 50 mercati che rappresentano oltre il 60% del bilancio delle famiglie
- L'indice MPI misura il grado di **soddisfazione** e **fiducia** dei consumatori / utenti

... laddove fiducia e soddisfazione sono il bene più scarso (e prezioso)

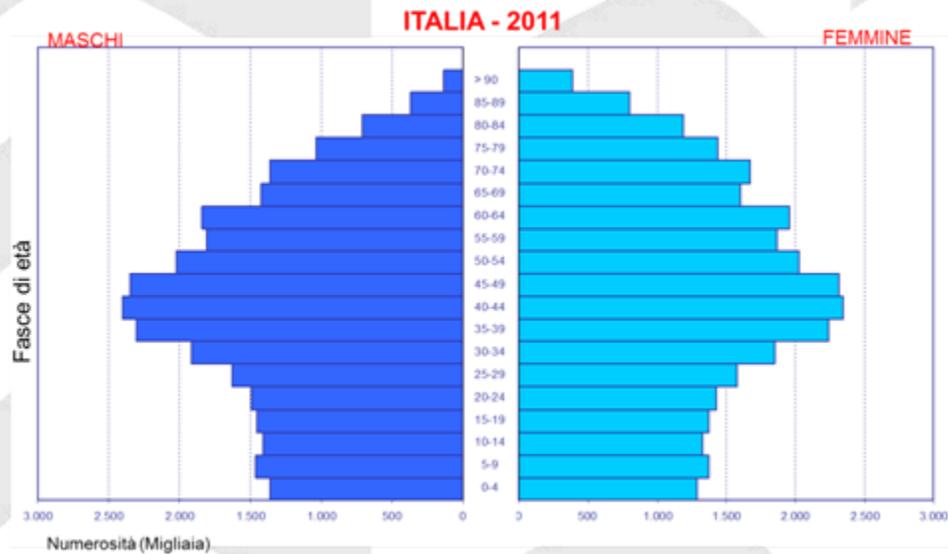
LA PERFORMANCE ITALIANA NEI VARI SETTORI

LIBRI, SETTIMANALI, QUOTIDIANI	85,6
SERVIZI DI ASSISTENZA ALLA PERSONA	85,0
MEDICINALI DA BANCO	81,7
SERVIZI SPORTIVI E PER IL TEMPO LIBERO	81,4
BEVANDE A NALCOLICHE	81,4
SERVIZI CULTURALI E INTRATTENIMENTO	81,4
ALIMENTARI - PANE, CEREALI, RISO	81,1
PRODOTTI PER LA CURA DELLA PERSONA	80,5
PICCOLI ELETTRODOMESTICI	80,2
SERVIZI FUNEBRI	80,2
BEVANDE ALDOLICHE	79,9
SISTEMAZIONI ALBERGHIERE	79,7
ARTICOLI PER IL TEMPO LIBERO	79,6
PRODOTTI ELETTRONICI (NON ICT/RICREATIVI)	79,4
GRANDI ELETTRODOMESTICI	79,3
SERVIZI DENTISTICI	79,3
PRODOTTI ICT	79,2
ALIMENTARI - CARNE	78,9
ALIMENTARI - FRUTTA E VERDURA	78,1
VIAGGI ORGANIZZATI	78,1
NOLEGGIO AUTOVEICOLI	78,0
RISTORANTI E BAR	77,6
BENI MANUTENZIONE IMMOBILIARE	77,6
MOBILI	77,5
ALIMENTARI - ALTRO	77,4
VENDITA AUTOVEICOLI NUOVI	77,3
GIOCHI, LOTTERIE, SCOMMESSE	77,0
ASSICURAZIONI PER LA CASA	76,9
MANUTENZIONE E RIPARAZIONE AUTOVEICOLI	76,7
LINEE AEREE	76,0
ASSICURAZIONI AUTO	75,9
ABBIGLIAMENTO E CALZATURE	75,0
SERVIZI POSTALI E CORRIERI	74,6
TRASLOCHI E STOCCAGGI	73,9
SERVIZI IDRICI	73,9
TRAM, BUS, METRO	73,1
ELETTRICITÀ	72,2
GAS	71,9
SERVIZI LEGALI, CONTABILI, NOTARILI	71,7
TELEFONIA MOBILE	71,0
SERVIZI MANUTENZIONE IMMOBILIARE	70,7
VENDITA AUTOVEICOLI USATI	70,2
CARBURANTI	69,2
BANCHE - CREDITO	68,8
FORNITURA SERVIZI INTERNET	68,4
TELEFONIA FISSA	67,7
BANCHE - CONTI CORRENTI	66,8
SERVIZI IMMOBILIARI	64,2
SERVIZI FERROVIARI	63,6
INVESTIMENTI, PENSIONI	63,5

MPI = Market Performance Indicator

Rating alto  
Rating da medio ad alto  
Rating da medio a basso  
Rating basso

# L'Italia e i suoi temi demografici



demometro

popolazione  
totale mondiale

6.934.325.947

totale italiana

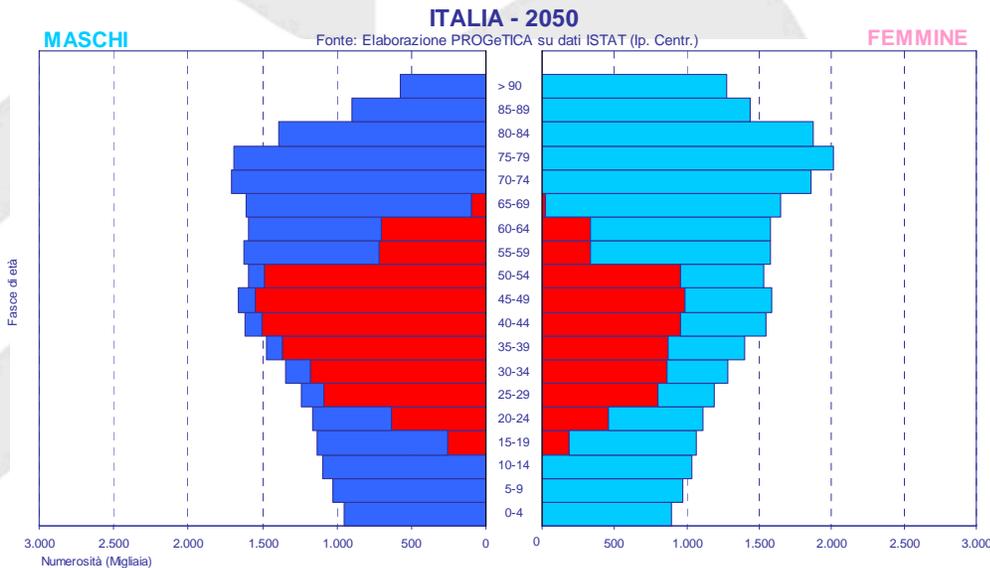
61.123.721

giovani (0 - 19 anni)

11.405.453

anziani (60+ anni)

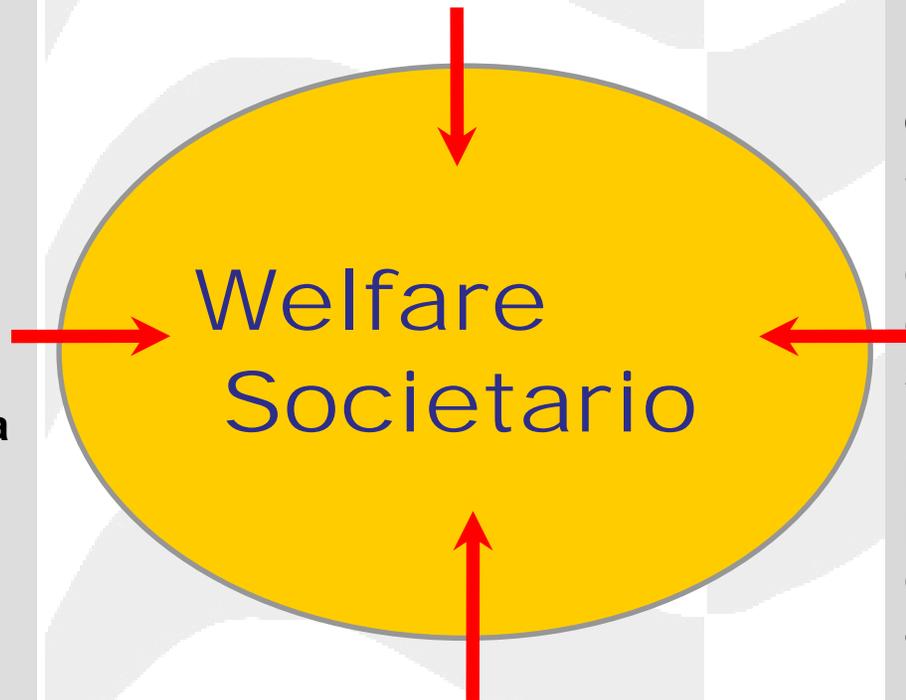
15.910.968



# Il welfare societario

**STATO:** burocrazia + limiti nella gestione della funzione redistributiva: prende iniziative a sostegno delle fasce di popolazione (e di elettorato) più ampie, in luogo di quelle più bisognose.

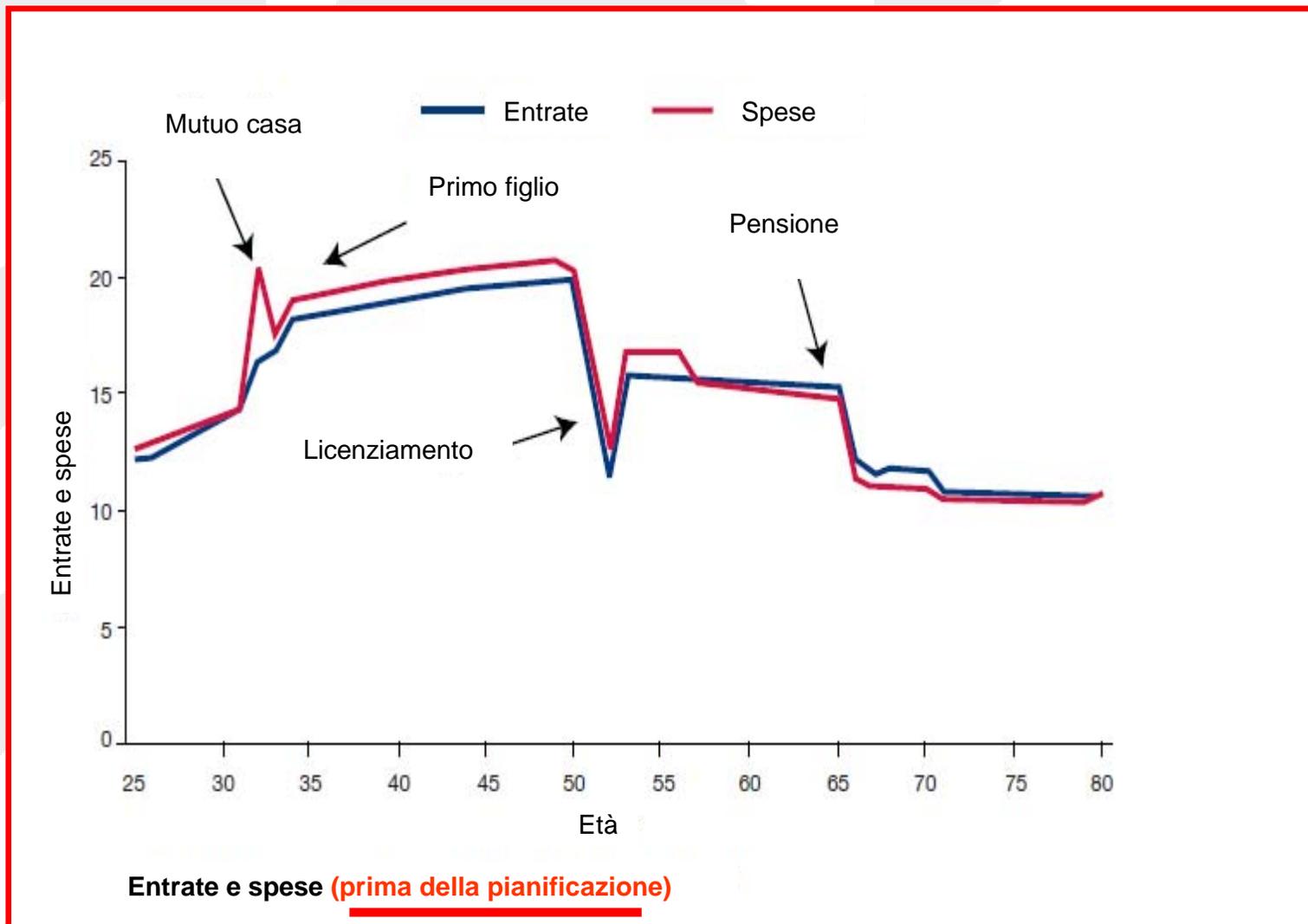
**Terzo Settore:** non può contare su flussi stabili di finanziamenti. Inoltre, l'orientamento non è universalistico: le azioni si orientano a colmare alcune lacune particolari e sono rivolte a gruppi limitati e particolari di cittadini.



**Mercato** riesce a produrre efficacemente soltanto una parte di beni necessari alla collettività. Inoltre, come è noto, gli scambi economici si basano spesso su informazioni imperfette e distribuite in modo asimmetrico tra produttori e consumatori.

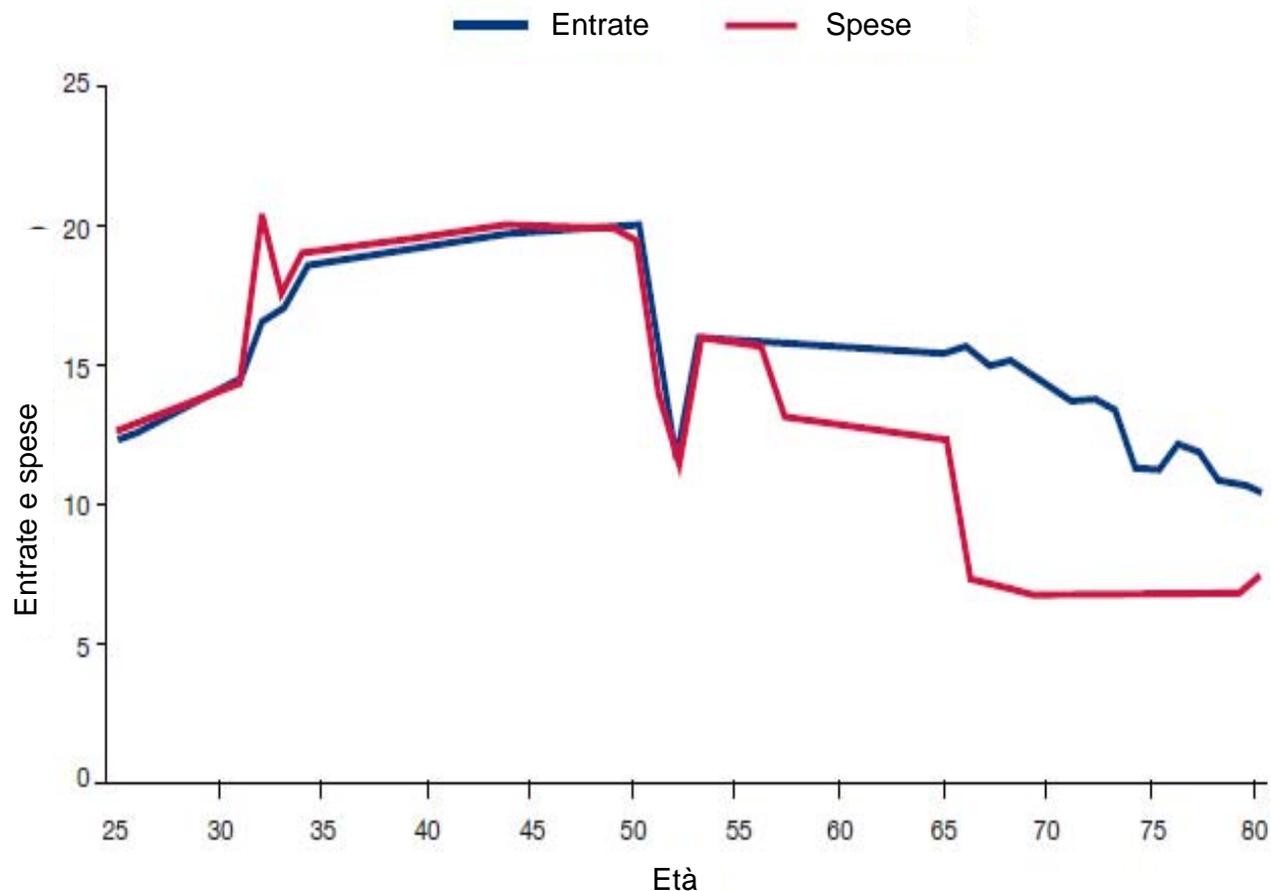
**FAMIGLIA:** quella M+F+f è sotto il 40% del totale. Il perno delle nuove famiglie è costituito dalle GMI e, se ci sono, dai nonni (la Nonni Spa)

# La consulenza come strumento di welfare



Resolution Foundation: A NATIONAL DIVIDEND: The economic impact of financial advice.

# La consulenza come strumento di welfare



**Entrate e spese (dopo la pianificazione)**

Resolution Foundation: A NATIONAL DIVIDEND: The economic impact of financial advice.

# L'importanza della consulenza: Libro verde e Citizen Advice Bureau



COMMISSIONE EUROPEA

Bruxelles, 7.7.2010  
COM(2010)365 definitivo

Pensioni adeguate presuppongono decisioni basate su un'adeguata informazione. Quando si prendono decisioni in fatto di risparmio, è importante poter disporre di una buona possibilità di scelta. Potrebbe perciò essere opportuno definire esattamente quali caratteristiche devono avere le pensioni. Infatti, l'assenza di certe caratteristiche essenziali potrebbe non soltanto creare confusione, ma dar luogo a prestazioni insufficienti, ad esempio se un ritiro anticipato determina una riduzione del risparmio o se gli attivi accumulati non generano un reddito stabile. Gli Stati membri potrebbero esaminare la possibilità di creare un servizio affidabile di consulenza sulle pensioni per aiutare i consumatori nelle loro scelte.

## LIBRO VERDE

Verso sistemi pensionistici adeguati, sostenibili e sicuri in Europa

SEC(2010)830

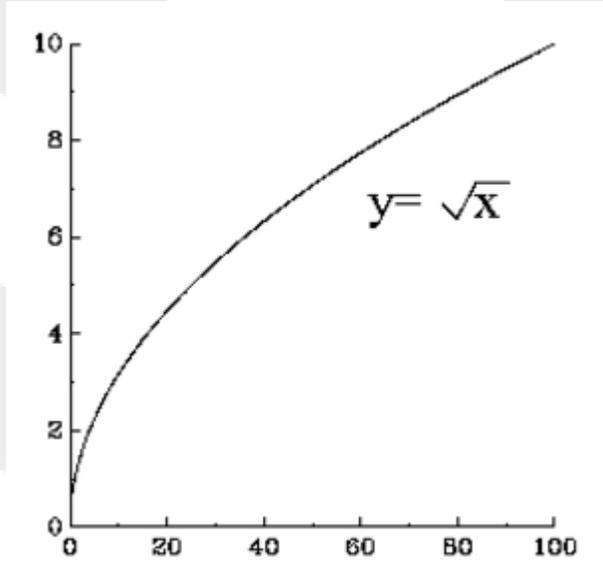
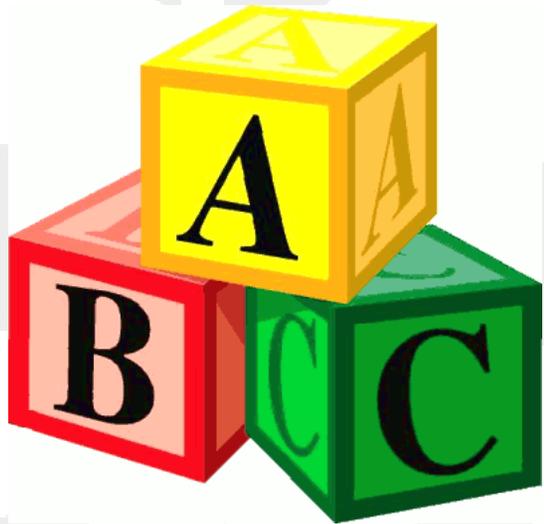


Valori in milioni di sterline		
Attori	Costi	Benefici
❖ Consumatori	da 594 a 988	16.400
❖ Industria	da 390 a 839	da 3.612 a 5.514
❖ Governo	da 390 a 839	da 4.650 a 6.000
❖ Economia	-	344

Fonte: Rapporto Thoresen 2008

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

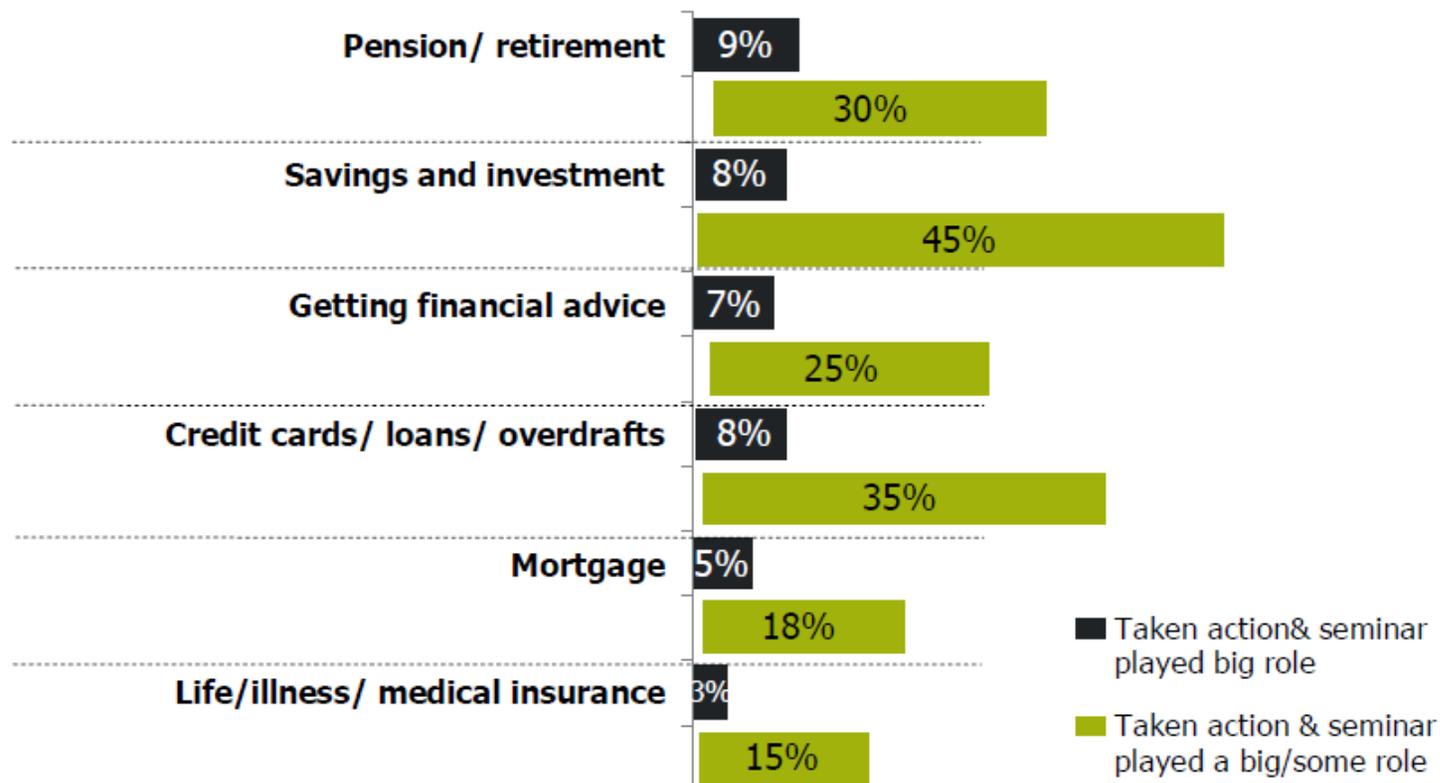
# Educazione Finanziaria e Consulenza. Cosa sono, cosa non sono?



# Il programma di education UK: prime evidenze

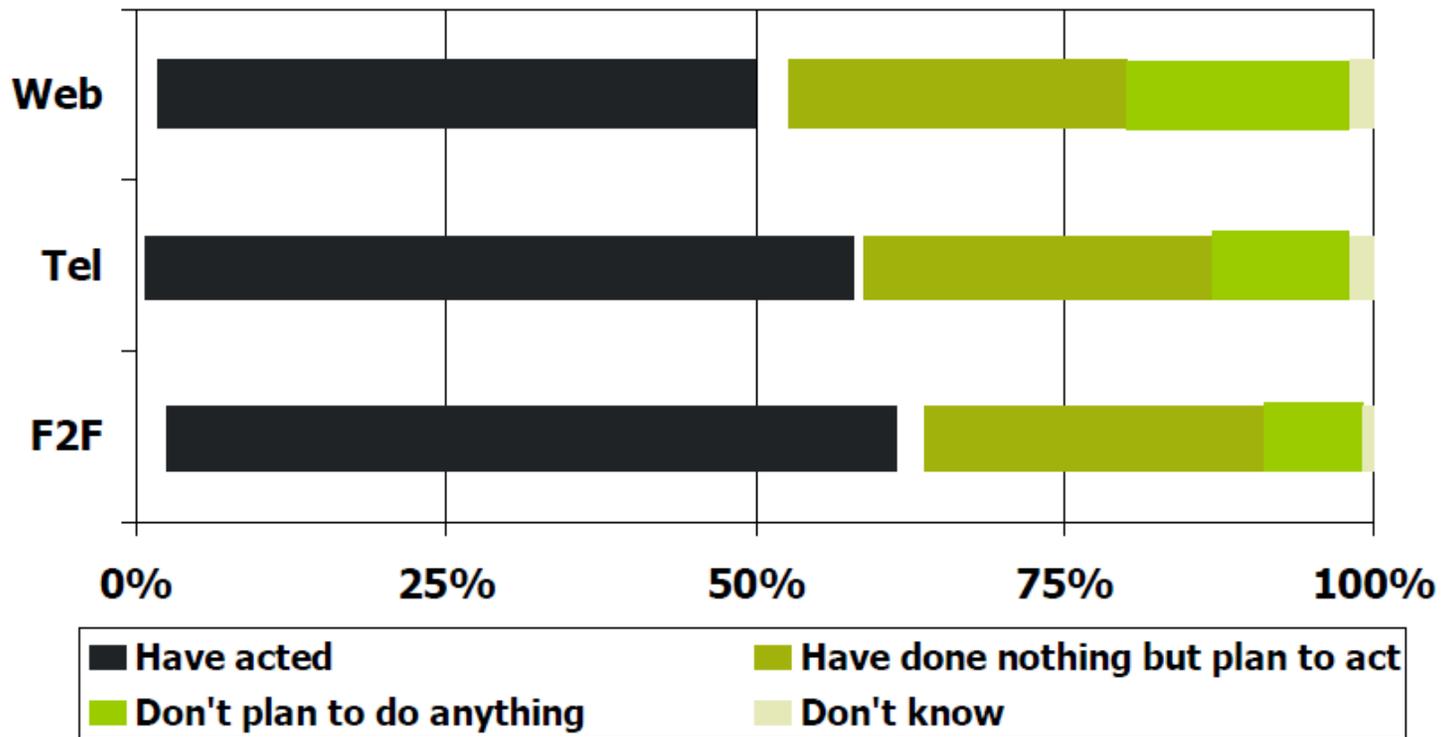
## Impact changing behaviour: (Hard) actions taken

**cfeb** consumer  
financial  
education  
body



# Il programma di education UK: esito sull'agire

Proportion of users acting within two months of using the service



# L'alfabetizzazione finanziaria

- Una quota rilevante della popolazione possiede un **basso livello** di alfabetizzazione finanziaria: in media, soltanto il **47 per cento delle famiglie** risponde in maniera corretta, mentre circa il 34 per cento dichiara di non saper rispondere.
- Appena il 60 per cento calcola correttamente la variazione del potere d'acquisto di una somma e circa metà è in grado di leggere correttamente un estratto conto bancario, di comprendere l'andamento dei corsi azionari e le caratteristiche di diversi tipi di mutuo.

$$M_{t+1} = M_t + iM_0 = M_t + iC$$

Pertanto si ha:

$$M_1 = M_0 + iC = C + iC$$

$$M_2 = M_1 + iC = C + iC + iC = C + 2iC$$

$$M_t = M_{t-1} + iC = C + (t-1)iC + iC = C + tiC = C(1 + ti)$$



*MAESTRO DI RISPARMIO CERCASI di  
Elsa Fornero , Annamaria Lusardi e Chiara Monticone*

# L'educazione finanziaria orientata a concetti e prodotti finanziari

- **Bell, Gorin e Hogarth**, nel 2009, hanno dimostrato che i soldati che hanno ricevuto educazione finanziaria obbligatoria sui prodotti hanno capacità di organizzazione del proprio budget minore di quella che avevano in precedenza
- **Cole e Shastry** nel 2008 hanno mostrato che gli adulti ai quali è stato richiesto di frequentare corsi di educazione finanziaria a scuola non hanno risultati finanziari dissimili da quelli che conseguono gli adulti che non hanno frequentato percorsi di educazione finanziaria
- Il processo educativo **JumpStart** (2006) di educazione finanziaria per gli studenti delle scuole superiori, ha dimostrato che gli studenti che avevano effettuato tali corsi evidenziavano nei test di educazione finanziaria performances peggiori di quelle degli studenti che non li avevano frequentati
- Nel 2001 **Brauvcher** mostra che i corsi di educazione finanziaria a debitori andati in bancarotta hanno come esito un comportamento nei piani di recupero o una capacità di ripianarli peggiore di quello iniziale.



*Lauren  
Willis*

# Chi può/deve fare educazione finanziaria

Disegno di legge 1288, dicembre 2008  
getti con bassa propensione di rischio. Si rende quindi necessario prevedere un modello di educazione finanziaria che venga realizzato da soggetti qualificati a spese delle stesse società che vendono prodotti destinati al credito e al consumo. Tra i soggetti qualificati possono senz'altro individuarsi le associazioni di consumatori riconosciute dalle singole regioni e che hanno una conoscenza ed un rapporto molto stretto con il territorio e gli utenti; oltre ad esse, l'attività di educazione finanziaria può essere demandata a professionisti in possesso di conoscenze specifiche.

Lusardi 2010, Il Sole 24 Ore Plus 18/9/2010

scuola. Ma il punto è chi entra in classe per parlare di queste cose: secondo noi non può essere un bancario, come invece accade in Italia con le iniziative dell'Abi. Chi vende prodotti finanziari infatti non può insegnare ai giovani come comprarli: sarebbe come metter le volpi a guardia delle galline. Si rischia di minare la credibilità stessa dell'alfabetizzazione finanziaria. È opportuno in-

What are some alternatives to using financial education to regulate the financial market? One is to provide consumers with pro bono professional assistance to help them navigate the market. Given that effective education would need to be individually tailored and given in a one-on-one setting, replacing the educators with professional advisors seems a more cost-effective route. Regulating professional advisors well would be expensive, but regulating financial educators well would be no less expensive. We do not ask people to be their own doctors, lawyers, auto mechanics, food safety inspectors, etc., and, given the current marketplace, we should not ask them to be their own financial advisors.

Willis, The Financial Education Fallacy, 2011

# La consulenza generica

Consiste in servizi e strumenti che utilizzano le informazioni relative alle circostanze delle persone per aiutarle a identificare e a comprendere i propri bisogni finanziari, economici e patrimoniali e a pianificare le proprie finanze.

La consulenza generica aiuta i consumatori a identificare:

- a) le **scelte e le possibili priorità** per le azioni appropriate ai loro bisogni;
- b) una **pianificazione ideale delle risorse** nonché le **tipologie** di prodotti/strumenti/servizi coerenti con i bisogni;
- c) come **affrontare i passi successivi**, indirizzando le priorità;
- d) come accedere ad altre fonti di informazione e di **consigli pertinenti**.

# Le alternative di indirizzo

Riduzione  
Asimmetria  
informativa

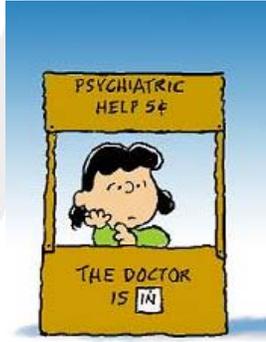
Supportare  
Decisioni



Saperi veloci  
e semplici

Saperi cruciali e  
professionali

# Non c'è consulenza effettiva senza qualità



1. Instaurazione e definizione del rapporto tra cliente ed il pianificatore

2. Raccolta dati dei clienti e determinazione degli obiettivi e delle aspettative

3. Analisi e valutazione della situazione finanziaria del cliente

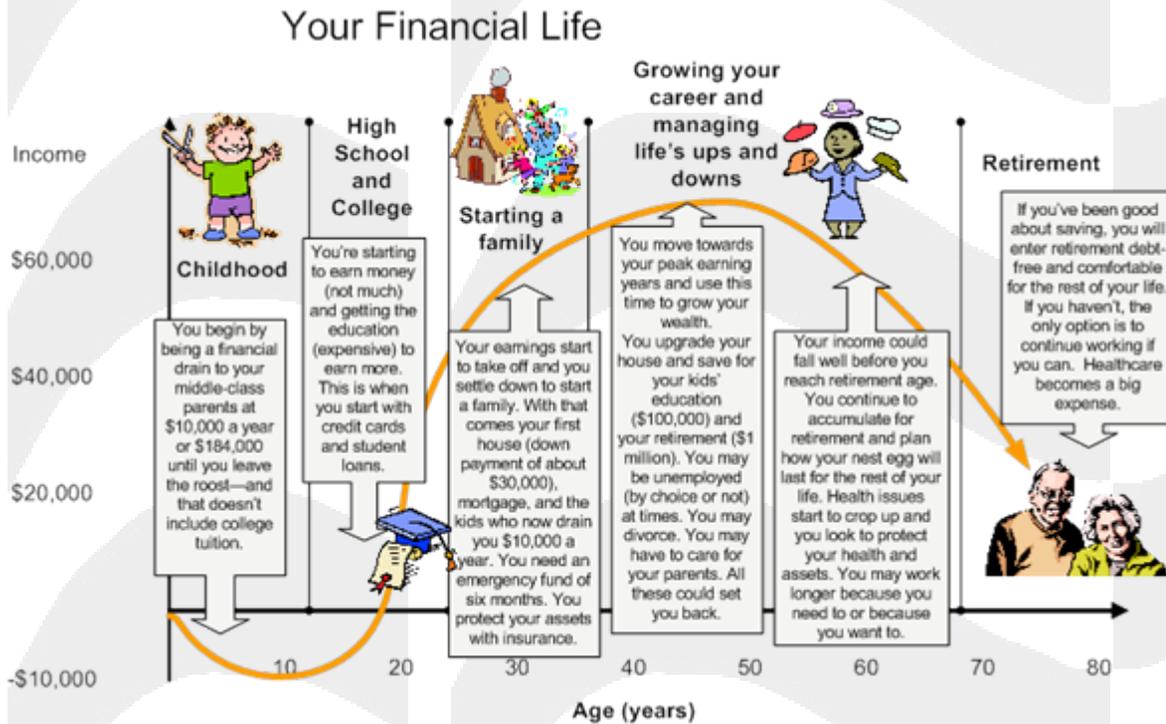
4. Sviluppo e presentazione del piano

5. Applicazione delle raccomandazioni della pianificazione

6. Monitoraggio del piano finanziario e del rapporto di pianificazione



# Essere «comprehensive»



- assicurazione
- liquidità
- riserva
- investimento
- indebitamento
- pensione

## Due facce di una stessa medaglia: la definizione OCSE

- L'educazione finanziaria è 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 una **consulenza oggettiva\***, 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 consulenza** e mettere in atto altre azioni efficaci per migliorare il loro benessere finanziario.

\* Nota: secondo la norma tecnica di qualità UNI **UNI 11402 «Educazione Finanziaria del cittadino – requisiti del servizio»** pubblicata in febbraio 2011 *identificabile come attività di consulenza generica*

# Educazione e consulenza servono quando...

Fasi della vita  
(età)



Eventi

(acquisto casa,  
educazione figli)



Situazioni  
(riduzione reddito,  
separazione)



Utenti  
(giovani, coppie, migranti,  
donne con figli,  
pensionati)



# Unicuique Suum

- Consulenza ed educazione finanziaria dovrebbero essere progettati e realizzati a **diversi segmenti di utenti**, ciascuno dei quali caratterizzato da preferenze consapevoli per il ruolo assunto e/o dal grado di cultura finanziaria posseduto.



# Ruoli, Compiti, responsabilità. Il «faidate»

Attività	Ruolo Utente	Ruolo Operatore	Strumento prevalente nell'educazione finanziaria
<p>a) Ricezione e trasmissione di ordini/Mera esecuzione</p>	<p><b>“FaidaTe”:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E' consapevole dei propri obiettivi e delle proprie risorse.</li> <li>• Conosce i prodotti che sono funzionali e coerenti con la strategia.</li> <li>• Agisce in maniera indipendente</li> <li>• Ha cultura finanziaria eccellente.</li> <li>• <b>Rinuncia alle tutele previste ed è responsabile dell'appropriatezza/ adeguatezza dei prodotti scelti.</b></li> </ul>	<p><b>“Esecutore”:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riceve gli ordini di acquisto/vendita del cliente ovvero della loro trasmissione ad un altro intermediario per l'esecuzione.</li> <li>• <b>È responsabile della migliore esecuzione degli ordini del cliente in quanto fornita</b></li> </ul>	<p><b>L'informazione</b>, che consiste nella proposta di fatti, dati e analisi per rendere l'utente consapevole delle tipologie di opportunità finanziarie disponibili, delle scelte possibili, nonché delle relative conseguenze.</p>

# Ruoli, Compiti, responsabilità. II

## «sottoscrittore»

Attività	Ruolo Utente	Ruolo Operatore	Strumento prevalente nell'educazione finanziaria
<p>b) Collocamento/ Appropriatelyzza</p>	<p><b>“Sottoscrittore”:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• È consapevole dei propri obiettivi e delle proprie risorse.</li> <li>• È incerto sulla definizione della strategia</li> <li>• Necessita di spiegazioni e approfondimenti circa le caratteristiche dei prodotti.</li> <li>• Dovrebbe avere una cultura finanziaria superiore alla media.</li> <li>• <b>È responsabile della funzionalità e della coerenza dei prodotti verso i propri obiettivi qualitativi e quantitativi.</b></li> </ul>	<p><b>“Collocatore”:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Offre alla clientela un'ampia gamma di prodotti e procede alla vendita illustrandone le relative caratteristiche e funzionalità.</li> <li>• <b>È responsabile della potenziale appropriatezza o non appropriatezza dei prodotti collocati, definita esclusivamente in funzione del grado di conoscenza ed esperienza del cliente per consentirgli di comprendere i rischi del prodotto.</b></li> </ul>	<p>L'<b>istruzione</b>, finalizzata ad acquisire le competenze necessarie per comprendere le funzionalità ed i rischi connessi alle tipologie di prodotti e per effettuare confronti e valutazioni.</p>

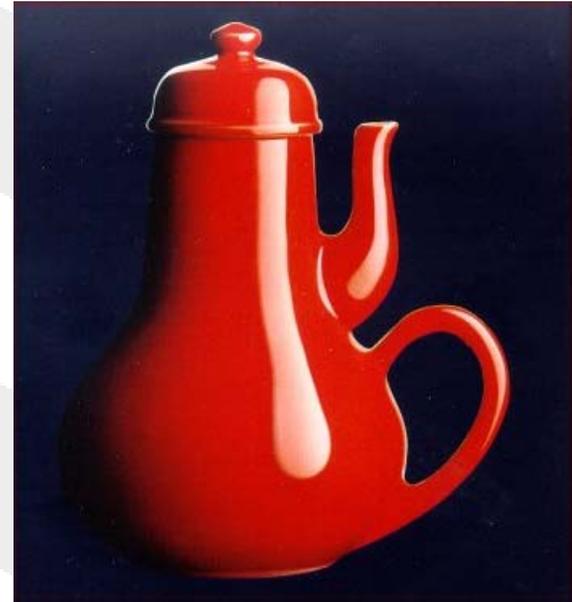
# Ruoli, Compiti, responsabilità. Il «delegante»

Attività	Ruolo Utente	Ruolo Operatore	Strumento prevalente nell'educazione finanziaria
c) Consulenza/Adeguatezza	<p><b>“Delegante”:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necessita di un supporto per la definizione dei propri obiettivi e delle proprie risorse.</li> <li>• Non ha orientamenti verso la strategia.</li> <li>• Necessita della individuazione di prodotti per l'implementazione del piano.</li> <li>• Necessita di supporto periodico per il monitoraggio e la individuazione dei correttivi del piano.</li> <li>• Dovrebbe avere una cultura finanziaria normale.</li> <li>• <b>È responsabile della determinazione dei suoi obiettivi finanziari quantitativi.</b></li> </ul>	<p><b>“Consulente”:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presta raccomandazioni personalizzate al cliente in quanto adeguate agli obiettivi della pianificazione, alla situazione finanziaria ed al grado di conoscenza ed esperienza del cliente.</li> <li>• <b>È responsabile dell'indicazione degli obiettivi qualitativi nonché dell'adeguatezza delle proposte verso gli obiettivi qualitativi e quantitativi.</b></li> </ul>	<p>La <b>consulenza generica</b>, che consiste nel supporto attivo per la pianificazione finanziaria, economica e patrimoniale personale in relazione al proprio ciclo di vita nonché come supporto alla valutazione dei requisiti di qualità relativi agli operatori.</p>

# Comunic\_Azione

## L'impatto della soggettività:

- insicurezza sociale
- procrastinazione
- pensiero deterministico
- eccesso di fiducia in sé
- fatalismo
- avversione alla perdita
- sovraccarico di scelta
- tendenza alla gratificazione immediata
- comportamenti "ingenui": diversificazione semplice, eccessiva fiducia nelle previsioni e nel sentimento di mercato



# La comunicazione nell'epoca dell'insicurezza sociale: i supporti decisionali

SECNODO UN PFROSSEORE  
DLEL'UNVIESRITA' DI  
CMABRDIGE, NON IMORPTA  
IN CHE ORIDNE APAPAINO  
LE LETETRE IN UNA PAOLRA,  
L'UINCA CSOA IMMORPTATE  
E' CHE LA PIMRA E L'ULIMTA  
LETETRA SINAO NEL PTOSO  
GITUSO. IL RIUSTLATO PUO'  
SERBMARE MLOTO CNOFSUO,  
MA NOONSTATNE TTUTO  
SI PUO' LEGERGE SEZNA  
MLOTI PRLEOBMI.

- E' compito comunicativo del mercato **spingere gli individui in una direzione che possa migliorare le loro condizioni di vita**, stimolando alla riflessione ed alla consapevolezza.
- Il passaggio da ruolo economico a ruolo sociale impone una grande responsabilità di supporto alle **scelte**.



# “Consulenza ed Educazione Finanziaria: due facce di una stessa medaglia”

*Sorgi*