

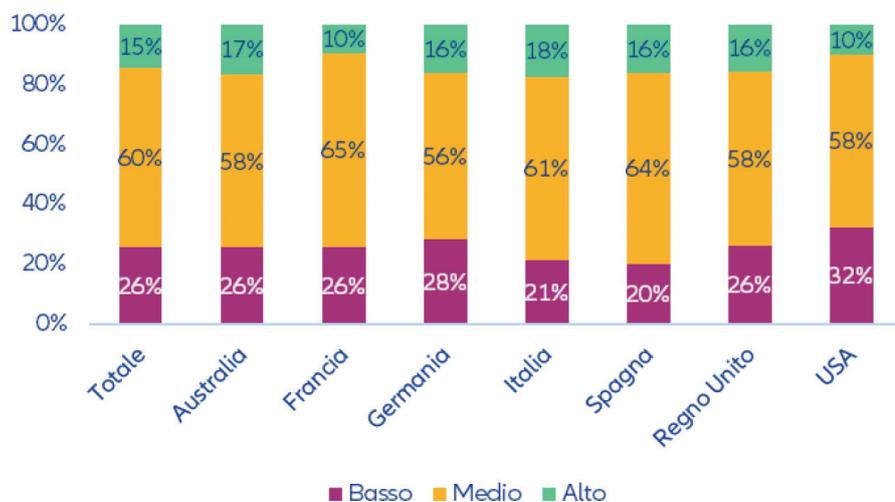


I costi di una scarsa alfabetizzazione finanziaria

A cura della Redazione

La mancanza di adeguate nozioni di base costa alle persone non solo fiducia in sé stesse, ma anche molto denaro. Per questo Allianz scende in campo per migliorare l'alfabetizzazione finanziaria, specie tra donne e giovani.

Figura 1 - **Livelli di financial literacy per paese**, in %



Fonte: Allianz Research, Qualtrics

Anche se in termini di alfabetizzazione finanziaria le famiglie italiane se la passano relativamente meglio di quelle degli altri principali Paesi, le limitate conoscenze di cui dispongono in questo campo rischiano di costare loro non poco. È quanto emerge chiaramente da uno studio Allianz esteso a sette Paesi, tra cui appunto l'Italia, dal titolo "Playing with a squared ball: the financial literacy gender gap"¹, realizzato allo scopo di mettere in luce in questo campo non solo le differenze tra Paesi, ma anche e soprattutto i divari tra uomini e donne e tra generazioni diverse.

Secondo lo studio, una scarsa alfabetizzazione finanziaria potrebbe costare alla famiglia media italiana circa 2.150 euro l'anno – potenzialmente circa 27.800 euro in 10 anni – rispetto alle famiglie che comprendono le basi della finanza.

Questa è, però, una situazione che si presenta in tutti i Paesi considerati: Stati Uniti, Francia, Germania, Italia, Regno Unito, Spagna e Australia. E,

anzi, dal confronto emerge che l'Italia, in proporzione, ha la più elevata percentuale di individui con alte conoscenze finanziarie (18%) (Vedi figura 1).

La situazione dell'alfabetizzazione finanziaria a livello globale "deve essere affrontata con urgenza", ha sottolineato il **Chief Economist di Allianz SE, Ludovic Subran**, che ha diretto lo studio, esprimendo la raccomandazione di mettere in primo piano il tema dell'alfabetizzazione finanziaria.

«Speriamo che il rapporto sia interessante per più segmenti della popolazione, non solo per i responsabili politici»², ha detto Subran, ricordando che «il rapporto fa parte di uno sforzo più ampio per contribuire ad aumentare l'alfabetizzazione finanziaria e l'istruzione nei gruppi vulnerabili, come le donne e i giovani»³.

Lo studio mette infatti in evidenza come l'obiettivo di aumentare le conoscenze in campo finanziario sia complesso e sfidante, come sottolinea il titolo del rapporto, che fa riferimento

La situazione dell'alfabetizzazione finanziaria a livello globale deve essere affrontata con urgenza, secondo il capo economista di Allianz SE, Ludovic Subran, che ha diretto lo studio.

1 2023-07-27-Financial-Literacy.pdf (allianz.com)

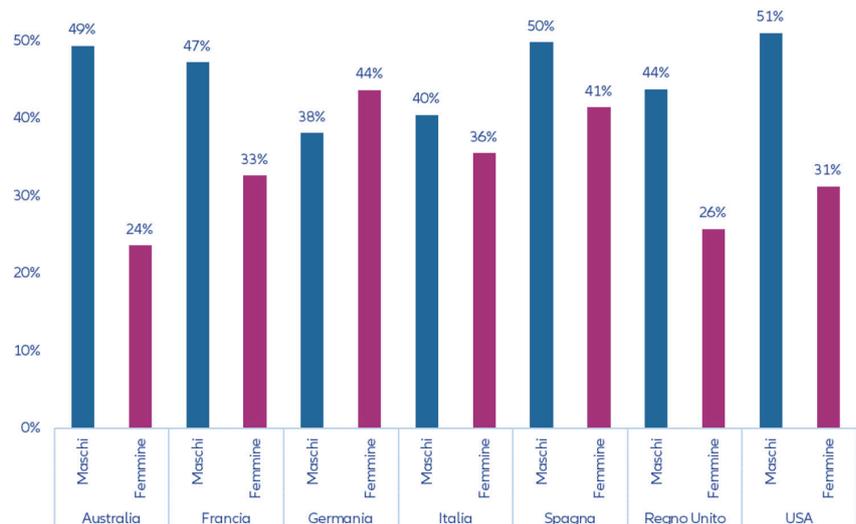


Per leggere il Report
scansiona il QR code

2 Fonte: Intervista a Ludovic Subran "Allianz Survey: women have significantly lower financial literacy than men", Insurance Business Mag del 17 agosto 2023 Allianz survey: women have significantly lower financial literacy than men | Insurance Business Australia (insurancebusinessmag.com)

3 In ibidem

Figura 2 - **Livelli di fiducia finanziaria: quanto ti senti sicuro/ sicura della tua situazione finanziaria?**



Fonte: Allianz Research, Qualtrics

Aumentare le conoscenze in campo finanziario è un compito complesso e sfidante, è un po' come giocare con una "palla quadrata".

al giocare con una "palla quadrata" (squared ball"). E Allianz sta, non a caso, aumentando i propri sforzi di educazione finanziaria in modo che i prodotti siano più facili da capire e più adatti a gruppi specifici.

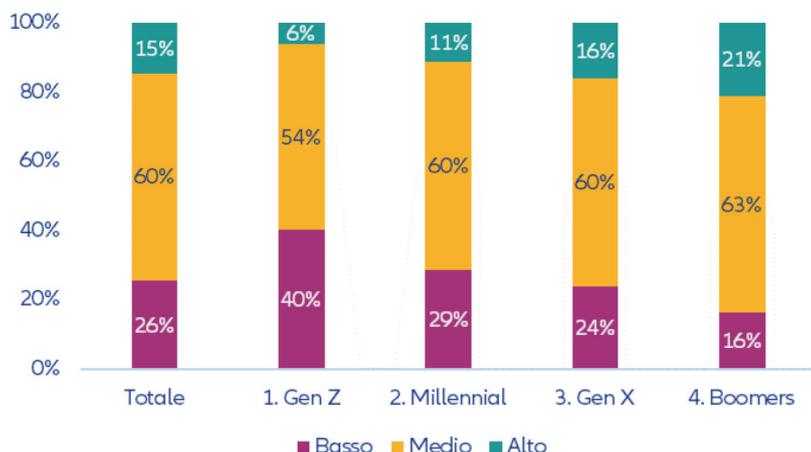
Mancanza di fiducia

Considerato il difficile contesto economico, l'indagine ha chiesto ai partecipanti anche opinioni sul loro futuro finanziario. In Italia, come negli altri sei Paesi, circa il 70% giudica le prospettive economiche generali negative o molto negative e il 50% circa, cioè chi si colloca nella fascia di media alfabetizzazione finanziaria, afferma lo stesso riguardo alle proprie prospettive economiche. Tra le persone con competenze finanziarie elevate, infine, è solo il 4% a sentirsi sicuro della propria situazione economica. Questa mancanza di fiducia è particolarmente elevata fra le donne: in media il 66% delle intervistate (Vedi

figura 2) (in Italia il 64%) non nutre fiducia nella propria situazione finanziaria ed è stato inoltre riscontrato un maggior numero di donne con una bassa alfabetizzazione finanziaria rispetto agli uomini (il 30% rispetto al 12%), con l'eccezione della Germania. Sotto il profilo generazionale, lo studio mostra, in modo non sorprendente, che le conoscenze e le competenze finanziarie aumentano con l'età. Ci sono infatti più persone altamente alfabetizzate sotto il profilo finanziario tra i baby boomer (21%) che tra gli appartenenti alla Gen Z (6%) o ai Millennial (11%) (Vedi figura 3).

«La scarsa alfabetizzazione finanziaria fa davvero male», dice **Ludovic Subran**. «In effetti, su lunghi periodi d'investimento, come quando si risparmia per la pensione, può costare letteralmente una fortuna. Ma, fortunatamente, saper prendere decisioni finanziarie intelligenti non è per nulla trascendentale; acquisendo le

Figura 3 - Livelli di financial literacy per età, in %



Fonte: Allianz Research, Qualtrics

conoscenze e le competenze di base le persone possono passare da un'alfabetizzazione bassa a una media e ottenere così un netto vantaggio economico»⁴.

Per contribuire a colmare questo divario e a creare condizioni di parità per tutti, Allianz ha lanciato un hub online di alfabetizzazione finanziaria che fornisce informazioni e spiegazioni di facile comprensione e strumenti interattivi di budgeting. Inoltre, una volta registrati è possibile ricevere un coaching gratuito dagli esperti finanziari Allianz (per maggiori informazioni consultare il Financial Literacy Hub).

Italiani meglio, americani male

Dallo studio Allianz emerge inoltre, un po' a sorpresa, che gli italiani mostrano caratteristiche migliori di alfabetizzazione finanziaria se confrontati con gli altri sei Paesi, specie gli Stati Uniti. Il sondaggio dichiara addirittura che "l'Italia è probabilmente la nazione finanziariamente più esperta al mondo", con la più alta percentuale di

4 Fonte: Comunicato Stampa Allianz "La mancanza di nozioni finanziarie di base costa alle persone non solo fiducia in se stesse, ma anche molto denaro" del 3 agosto 2023

"individui altamente alfabetizzati finanziariamente"⁵. Di fronte a qualche possibile dubbio su tale conclusione, **Subran** ha notato che «Non viene dato abbastanza credito agli italiani. Nel nostro rapporto annuale in cui guardiamo alle attività finanziarie delle famiglie, gli italiani risultano tra i più ricchi, che investono in modo più intelligente»⁶. Infatti, i portafogli degli italiani, rispetto ad altri cittadini, contengono attività a più alto rendimento, probabilmente perché ci sono più "interventi" educativi sull'alfabetizzazione finanziaria.

Per contro, gli Stati Uniti hanno ottenuto alcuni dei risultati più bassi nel sondaggio. Solo il 10% degli intervistati ha, infatti, riportato alti livelli di alfabetizzazione finanziaria. «È lo stesso risultato che abbiamo osservato nel nostro lavoro precedente», ha detto **Subran**. «Negli Stati Uniti non vi è alcun requisito per la finanza

5 Fonte: 2023-07-27-Financial-Literacy.pdf (allianz.com)

6 Fonte: Intervista a Ludovic Subran "Who understands insurance documents best? An Aussie, a German or an Italian? | Insurance Business Australia", Insurance Business Mag dell'8 settembre 2023

La mancanza di fiducia è particolarmente elevata fra le donne. In Italia e negli altri sei Paesi in media il 66% delle intervistate non nutre fiducia nella propria situazione finanziaria.

Obiettivo: educazione finanziaria

È in via di pubblicazione una Guida alla Finanza curata da FIRST Online e REF Ricerche con il supporto di Allianz Bank.

Conversazione tra Marcello Messori e Luca Paolazzi

L'educazione finanziaria di risparmiatori e investitori è, in Italia come altrove, un tema sempre più rilevante, a causa della sua crescente importanza nei vari momenti della vita delle persone e nei diversi ruoli nella società. Per questo motivo, Allianz Bank Financial Advisors, rinnova il proprio impegno a fornire strumenti chiari ed efficaci che, insieme al ruolo dei consulenti finanziari, conducono il risparmiatore verso giuste scelte di gestione del risparmio.

Nel mese di ottobre, "Mese dell'Educazione finanziaria", la Banca ha sostenuto "Guida alla Finanza", un'innovativa iniziativa di educazione e formazione promossa da FIRSTOnline, sito indipendente e interamente digitale di economia e finanza, fondato da Ernesto Auci e Franco Locatelli. La Guida sarà realizzata dall'istituto REF Ricerche, società indipendente che opera nell'ambito di ricerche e consulenze personalizzate per processi conoscitivi e decisionali, presieduta dal professor Angelo Baglioni, docente dell'Università Cattolica di Milano. Il progetto, curato dal prof. Angelo Baglioni e da due esponenti di REF Ricerche, Fedele De Novellis e Luca Paolazzi, consiste in 24 uscite editoriali online, nell'arco di un intero anno, dedicate a comprendere il risparmio gestito, la finanza personale e a

indagare concetti base della finanza. Ogni puntata sarà pubblicata su FIRSTonline due sabati al mese e a conclusione della loro completa pubblicazione digitale, tutti gli articoli di "Guida alla Finanza" saranno raccolti in una collana editoriale sottoforma di e-book o libro cartaceo.

Un'iniziativa che mira a spiegare i concetti della finanza in modo semplice, chiaro e tecnicamente ineccepibile, rivolgendosi a risparmiatori, investitori e, soprattutto, ai Consulenti Finanziari della Rete di Allianz Bank affinché questa "Guida" diventi un valido strumento di supporto nel dialogo con la clientela. In questa conversazione, il professor Marcello Messori, il Presidente di Allianz Bank, e l'economista Luca Paolazzi, Direttore di REF Ricerche, presentano "Guida alla Finanza", spiegandone logiche e motivazioni.

Marcello Messori. Siamo di fronte a un programma di educazione finanziaria in cui sono coinvolti REF Ricerche, FIRSTonline e Allianz Bank con al centro la stesura di un dizionario di finanza. Nessuno può negare l'importanza dell'educazione finanziaria nel nostro Paese, e soprattutto per le giovani generazioni; si può, in effetti, notare un fiorire di iniziative a riguardo. Perché ci sono buone ragioni per varare un dizionario di finanza?

Luca Paolazzi. È molto importante ribadire l'importanza dell'educazione economico-finanziaria. L'Italia da questo punto di vista è un Paese che ha ancora molto da fare. Per spiegare come questa iniziativa possa essere un valido strumento per favorire l'alfabetizzazione finanziaria, userei tre parole, antidoto, potere e sostenibilità. L'educazione economico-finanziaria è un antidoto contro l'incertezza sui mercati e contro la moltiplicazione di inganni e frodi dovuta a mezzi di comunicazione via internet sempre più pervasivi. Per evitare di cadere nei trappoli è importante avere strumenti. Anche grandi investitori come Ray Dalio ritengono che questa sia la fase storica più turbolenta e difficile per investire denaro. È un antidoto anche per le persone più giovani, le quali hanno maggiore difficoltà a capire che l'investimento economico-finanziario non è una scommessa, ma occorre avere conoscenze per calibrare al meglio la gestione dei risparmi. La seconda parola è il potere, poiché l'educazione economico-finanziaria ti dà strumenti per capire quanto spendere in base al tuo reddito e anche quanto indebitarsi e risparmiare, in base a mezzi presenti e aspettative di reddito futuro. Sappiamo che i sistemi previdenziali pubblici non ci garantiscono lo standard di vita cui siamo abituati. Questo tipo di educazione è anche sostenibile perché aiuta a ridurre il divario tra le persone, particolarmente importante per l'inclusione sociale; le donne oggi sono più fragili economicamente e quindi con maggior sudditanza rispetto al genere maschile; l'educazione ci rende più consapevoli anche per giudicare le politiche di un governo. È vero che vi sono molte iniziative al riguardo, ma questa si distingue per motivi sia di metodo che di merito: in primis la ricerca utilizza le linee guida delle autorità monetarie e finanziarie per essere indipendente da marketing

e terzi; le voci sono state costruite ascoltando i consulenti finanziari, persone che hanno una relazione diretta con i risparmiatori; abbiamo, infine, creato voci di lunghezza omogenea, facilmente leggibili anche dai non addetti ai lavori.

Messori. Quali, più nello specifico, le caratteristiche del dizionario?

Paolazzi. Il dizionario consiste in 24 voci con uscita cadenzata ogni 15 giorni su FIRSTonline, iniziata ai primi di ottobre, che saranno poi alla fine raccolte in una collana unica. Ogni voce verrà accompagnata da uno o più grafici per facilitarne la comprensione.

Messori. La peculiarità dell'iniziativa è che si cerca non solo di fornire un'informazione adeguata agli utenti, ossia ai detentori di ricchezza che devono effettuare l'investimento, ma vi è anche l'idea di "formare i formatori". È corretto?

Paolazzi: Sì, in effetti abbiamo l'ambizione di formare i formatori. La finanza è uno dei settori più innovativi in termini di strumenti e veicoli ed è importante tenersi aggiornati. È importante saper consigliare i risparmiatori, quindi i consulenti finanziari devono essere sempre aggiornati. Possiamo creare un dialogo con loro per avere un flusso continuo di domande e risposte su questi temi.

Per approfondire il progetto e seguire tutte le uscite di "Guida alla Finanza", visita la sezione dedicata sul sito di FIRSTonline



Dal rapporto emergono chiaramente gli svantaggi e i danni derivanti da una bassa alfabetizzazione finanziaria in tutti i Paesi

personale nei curricula delle scuole superiori o medie. Ma quelli che si impegnano in interventi di alfabetizzazione finanziaria mostrano livelli più elevati»⁷.

È invece interessante notare che a mostrare un impressionante livello di alfabetizzazione finanziaria, ben superiore a quella degli uomini, sono le donne tedesche. «Un risultato davvero sorprendente», **ha commentato Subran.** «Speravamo di vedere un divario di genere limitato in termini di conoscenza finanziaria, ma non necessariamente un divario di genere positivo, e questo è uno sviluppo benvenuto»⁸.

Stimolare il cambiamento

In definitiva, dal rapporto emergono chiaramente gli svantaggi e i danni derivanti da una bassa alfabetizzazione finanziaria in tutti i Paesi, così come dal divario di conoscenze e di fiducia nel mondo femminile rispetto a quello maschile e di quello delle giovani generazioni rispetto a quelle più anziane.

Ludovic Subran ha concluso mettendo in evidenza che Allianz spera di utilizzare la ricerca per aiutare a progettare interventi di alfabetizzazione finanziaria. Assicuratori responsabili come Allianz possono, infatti, sfruttare l'esperienza del settore per stimolare il cambiamento, coinvolgendo i responsabili politici e fornendo un facile accesso pubblico a queste informazioni: «È importante andare sul campo e aiutare a rispondere alle domande che la popolazione può porsi su come iniziare un percorso finanziario e organizzare le proprie finanze», ha detto **Subran.** «L'intento è di consentire alla popolazione di cercare informazioni, porre domande, discutere problemi, incuriosirsi e conoscere tutte le opzioni disponibili per migliorare la propria posizione finanziaria»⁹.

7 In ibidem

8 Fonte: Intervista a Ludovic Subran "Allianz Survey: women have significantly lower financial literacy than men", Insurance Business Mag del 17 agosto 2023

9 Intervista a Ludovic Subran "Who understands insurance documents best? An Aussie, a German or an Italian? | Insurance Business Australia", Insurance Business Mag dell'8 settembre 2023