

**«L'educazione finanziaria in Italia oggi e domani.
Il primo censimento nazionale delle iniziative
promosse sul territorio»**

ESPERIENZE A CONFRONTO: - ALTROCONSUMO -

Roma, 18 Gennaio 2017

Centro Azeglio Ciampi per l'educazione monetaria e finanziaria Banca d'Italia

Chi siamo? La prima e più diffusa organizzazione di consumatori italiana

ALTROCONSUMO è

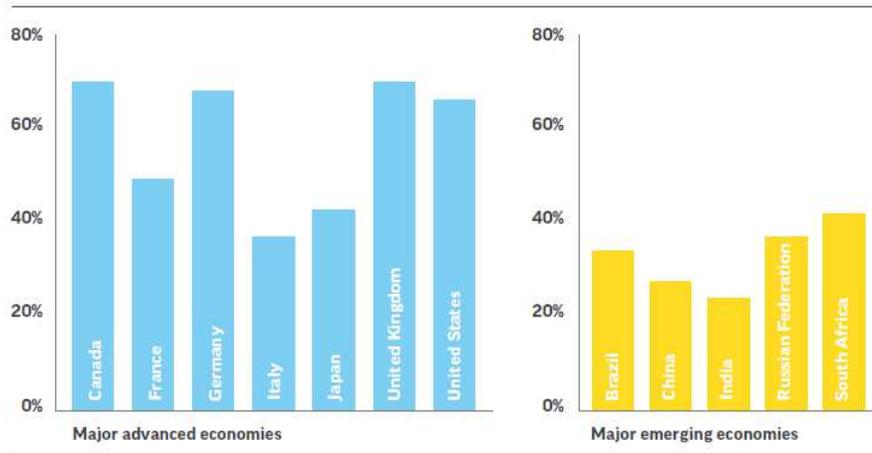
- ✓ un'organizzazione di consumatori **nata a Milano nel 1973**
- ✓ indipendente, efficace, rappresentativa
- ✓ riconosciuta per legge ai sensi dell'art. 137 del Codice del Consumo (Dlgs. 206/2005) e **membro CNCU**
- ✓ membro **BEUC** – federazione composta da 41 organizzazioni di consumatori di 31 paesi europei
- ✓ membro di **Consumers International** (240 associazioni per 120 paesi)

La nostra attività **in cifre (2016):**

- **396.000 soci**
- oltre 694.000 consulenze erogate
- 373 interventi pubblici, 24 denunce Antitrust, 72 dossier aperti
- oltre 7.500 citazioni sui media
- oltre 22.000 visite su www.altroconsumo.it
- oltre 29.000 follower su Twitter, 308.000 like su Facebook
- 6 pubblicazioni periodiche e numerose guide
- oltre 3.000 prodotti testati
- 340 professionisti al servizio dei consumatori

I DATI

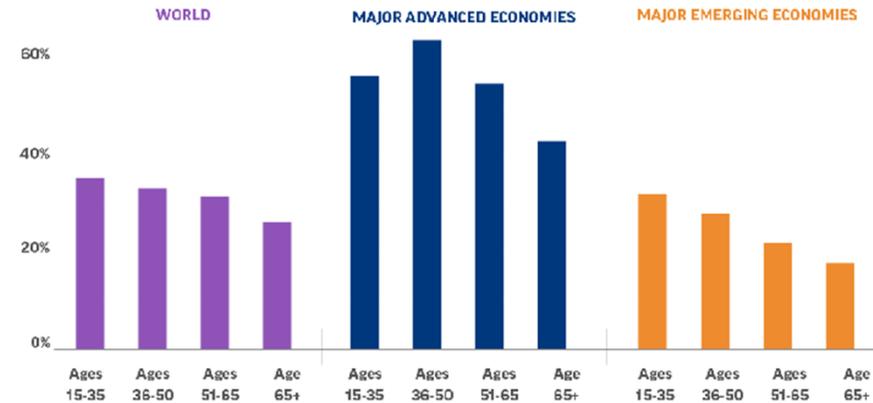
FIGURE 1: WIDE VARIATION IN FINANCIAL LITERACY AROUND THE WORLD
(% OF ADULTS WHO ARE FINANCIALLY LITERATE)



Source: S&P Global FinLit Survey

Percentuale di adulti con conoscenza finanziaria

Tra le economie avanzate, l'Italia è il paese con il più basso livello di alfabetizzazione finanziaria: solo il 37% degli italiani conosce i concetti fondamentali della finanza. Più che ai paesi del G-7, l'Italia assomiglia ai BRICS. Il nostro Paese si pone tra il Brasile, dove il livello della conoscenza finanziaria è altrettanto basso (35%) e il Sud-Africa che è al 42%



Percentuale di adulti con conoscenza finanziaria per classi di età

Nei Paesi dove la conoscenza finanziaria è alta, ha anche un andamento a U rovesciata, ovvero gli adulti (età 35-54) sanno più dei giovani (età 15-34) e degli anziani (con più di 55 anni). In Italia, invece, la conoscenza è più alta in assoluto fra i giovani e decresce con l'età; il 47% dei giovani italiani ha una (buona) conoscenza finanziaria, mentre fra gli anziani è solo il 35%, similmente a quando accade nei Paesi del BRICS

Cos'è «Educazione Finanziaria» per Altroconsumo

- Cultura
- Rendere utilizzabili e concreti gli strumenti educativi
- Elaborazione di un modello di consumo definendo i desideri e la loro sostenibilità economica basandosi concretamente sul REDDITO DISPONIBILE, la sua valutazione, sui CONSUMI e dunque sul RISPARMIO
- FARE EDUCAZIONE AL RISPARMIO IN FUNZIONE DELL'EDUCAZIONE AL CONSUMO
- Economia comportamentale negli investimenti
- Stimolare le scelte consapevoli e favorire un mercato migliore e più concorrenziale (immobilismo consumatore e «paura»)
- Formare non solo i consumatori/risparmiatori ma anche gli operatori del settore

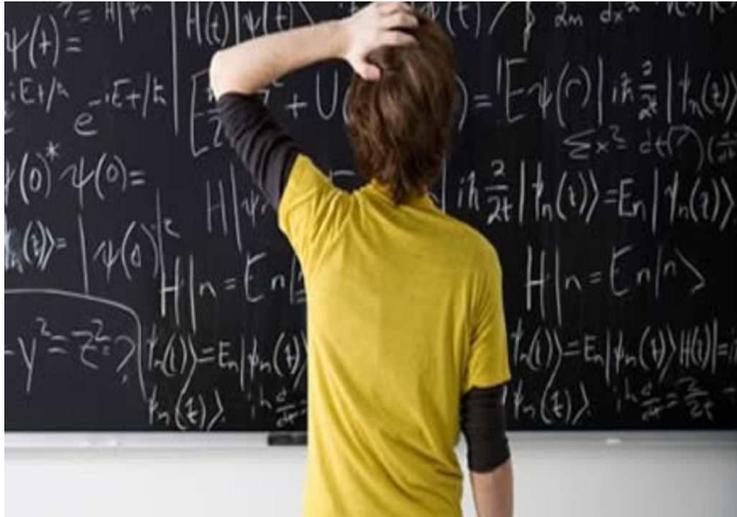
Come fa «Educazione Finanziaria» Altroconsumo

- **TEST COMPARATIVI:** prodotti finanziari; conti correnti; mutui; prestiti per rendere i consumatori più consapevoli nel fare scelte corrette comparando e confrontando.
 - **INFORMAZIONE** : su riviste cartacee e on-line (Altroconsumo Finanza e Soldi e Diritti); Inchieste e mystery shopping ; social ; App «Ora basta»; Canale You Tube, ecc..
 - **BANCHE DATI:** strumenti interattivi per confrontare e trovare rapidamente i migliori prodotti personalizzati sul singolo profilo (mutui; conti correnti; prestiti)
 - **CONSULENZA e TUTELA** : ascolto e problem solving singole problematiche consumatori (fonte importate)
 - **AZIONI LOBBY** : presenza istituzionale; confronto costruttivo; FEDUF
 - **NUOVE FORME DI COMUNICAZIONE** : Festival Altroconsumo (Ferrara 2014-2015 e Milano 2016); spettacoli teatrali per adulti per affrontare in maniera più dinamica tematiche complesse con un coinvolgimento attivo delle persone anche in «giochi».
- (Il Festival di Altroconsumo è stato citato come best practice di educazione finanziaria da Banca d'Italia)

CONCLUSIONI

- Come associazione a tutela dei consumatori, puntiamo essenzialmente a fare un'educazione finanziaria tramite strumenti educativi concreti ed utilizzabili mediante forme di comunicazioni innovative ed accattivanti.
- Non vogliamo che l'educazione finanziaria sia solo didattica e piena di tecnicismi lontani ed inutili per consumatori.
- L'educazione finanziaria deve formare i consumatori al confronto, alla concorrenza e al rispetto dei loro diritti, rendendo il risparmiatore più attivo e consapevole.
- **Educare deriva dal latino educere (trarre fuori): dunque non trasferire delle conoscenze, ma sviluppare capacità e competenze.**

...IN SINTESI



VIDEO Festival di Ferrara (2015)

<https://www.youtube.com/watch?v=X-xwyvPAtLE>

VIDEO Sig. Investo

https://www.youtube.com/watch?v=YCsm_29mZEI

Grazie per l'attenzione !

Silvia Castronovi

Relazioni Esterne Istituzionali

Email : silvia.castronovi@altroconsumo.it

Cell.335-375326