



Il valore strategico dell'educazione finanziaria per fare banca oggi

Igor Lazzaroni, Monica Rivelli, FEduF

Nell'ultimo vertice di Seul della Global Partnership for Finance Inclusion (GPI) del G20 l'inclusione e l'educazione finanziaria si sono confermate come due temi centrali e di sicura priorità per quanto riguarda le politiche del nostro Governo.

I temi dell'inclusione e dell'educazione finanziaria arrivano in un momento decisivo per l'evoluzione del fare banca oggi, dove la tendenza del cliente verso la digitalizzazione è confermata dal report World FinTech Report 2021 di EfmaCapgemini che rileva come il 68% dei clienti delle banche sia disposto a provare l'offerta unicamente digitale della propria banca di riferimento.

Mai come oggi è quindi necessario per le banche focalizzarsi sui punti di forza, primo fra tutti la fiducia, mettendo la clientela al primo posto con offerte tailor-made dedicate a mercati specifici. In questo scenario appare evidente come la sfida dell'alfabetizzazione, che ha caratterizzato gli insegnamenti della scuola nel secolo scorso, non abbia affatto perso la sua attualità: se insegnare l'italiano e la matematica erano la priorità negli anni del boom economico (a metà novecento circa il 60% della popolazione era priva di ogni titolo scolastico e perfino la lingua nazionale era privilegio di una minoranza), oggi i clienti devono imparare nuovi linguaggi e affrontare nuovi contesti.

Giovani generazioni e tecnologia

In media a 7,7 anni di età bimbe e bimbi iniziano a utilizzare il tablet, se invece consideriamo gli smartphones questa sale a 9,1 anni. Il tablet secondo è lo strumento più usato tra i 7 e i 9 anni, il 72% secondo gli intervistati nella ricerca condotta da AstraRicerche per l'Osservatorio sulle giovani generazioni, mentre parallelamente alla crescita anagrafica aumenta la frequenza di utilizzo dello smartphone, che a ridosso della maggiore età – tra i 16 e i 18 anni – raggiunge la quasi totalità con il 99%. Analogamente anche PC e Laptop sono sempre più usati all'aumentare dell'età, specialmente per esigenze scolastiche.

Accanto alla frequenza di uso è opportuno analizzare anche come questi strumenti sono utilizzati, soprattutto in relazione agli acquisti. Smartphone

e tablet sono impiegati dal 38,5% dei figli degli intervistati su siti di e-commerce, ciò avviene prevalentemente dai 16-18enni (76%), ma circa un bimbo/a su 5 dai 7 ai 9 anni adopera la tecnologia per acquisti online.

Ciò che sorprende è che circa 1 giovane su 3 effettui l'operazione da solo mentre il 66,5% insieme ai genitori. Questi dati confermano come l'allargamento della platea di potenziali utenti dei servizi finanziari, in particolare a quelli più giovani, imponga insieme all'educazione al Tech, un'educazione al Fin, dove per Fin si intendono tutte le conoscenze e competenze finanziarie sulle quali, ad esempio, i quindicenni italiani (dati Ocse Pisa), non raggiungono la media riscontrata nei pari età dei tredici Paesi Ocse sui quali è stata effettuata l'indagine. Gli studenti italiani scarsi in materia sono 6,4 punti percentuali in più rispetto alla media (il 21,7% contro 15,3%). Per contro abbiamo 7,6 punti percentuali in meno rispetto alla media di ragazzi altamente preparati (il 2,1% contro 9,7%).



Educazione finanziaria e risparmio

La navigazione nel mare dell'economia contemporanea non può contare solo sull'intuito e sui pochi strumenti sufficienti prima della digitalizzazione: mai come oggi servono conoscenze applicate alla capacità di decidere consapevolmente. Un esempio su tutti: le pensioni. Un tempo la pensione non riservava sorprese ai lavoratori, oggi invece ognuno di noi è personalmente responsabile del proprio livello di vita e di benessere economico dopo la cessazione dall'attività lavorativa. Ed è qui che entra in gioco il valore dell'educazione finanziaria perché, come si usa dire nel mondo anglosassone, nessun pasto è gratis o, come si usa alle nostre latitudini, chi sbaglia paga.

In Italia circa 1 giovane su 3 effettua acquisti online con smartphone e tablet da solo, mentre il 66,5% insieme ai genitori

