

wvp

ISSN 2239-734

2014-1/15-COLSI

Istituto Universitario di Studi Europei
Working Papers Series

<http://workingpapers.iuse.it>

COLSI
Consumer Law
and Social Issues

Oreste M. Calliano

La formazione economico-finanziaria come strumento di sviluppo dei diritti dei consumatori europei e di vantaggio competitivo delle imprese consumer-oriented.

Il quadro istituzionale e organizzativo nelle principali esperienze europee





La formazione economico-finanziaria come strumento di sviluppo dei diritti dei consumatori europei e di vantaggio competitivo delle imprese consumer-oriented.

Il quadro istituzionale e organizzativo nelle principali esperienze europee

Oreste M. Calliano con la collaborazione di Cristina Barettoni e Cristina Poncibò

CEDIC: Centro Europeo di Diritto dell'Informatica e del Consumo dell'Università di Torino

1. La formazione economico-finanziaria; 2. I diversi approcci alle scelte del consumatore; 3. Il quadro internazionale istituzionale di riferimento; 4. Il quadro istituzionale e organizzativo comunitario; 5. L'esperienza britannica; 6. L'esperienza olandese; 7. L'esperienza francese 8. Le esperienze tedesca e austriaca; 9. I modelli di coordinamento; 10. Conclusioni per l'esperienza italiana

La crisi finanziaria ed economica ha evidenziato che i consumatori necessitano di più adeguate conoscenze in materia di prodotti bancari, finanziari, assicurativi, previdenziali. Infatti la complessità dei mercati finanziari, dei prodotti e servizi innovativi proposti ai clienti e delle scelte che i cittadini-consumatori sviluppano a fronte dei rischi connessi si è sviluppata molto più rapidamente di quanto siano aumentate le conoscenze, capacità e competenze dei consumatori.

Nei mercati bancari e finanziari i diritti del cliente, consumatore o investitore non professionale, può essere favorita dal combinarsi di tre differenti strumenti di tutela: una chiara e comprensibile informazione precontrattuale¹, la trasparenza delle condizioni contrattuali², un efficace sistema di risoluzione extragiudiziale delle controversie³ che presuppongono una adeguata formazione economico-finanziaria.

Occorre quindi fare chiarezza sugli approcci, sui metodi e sulle tecniche di formazione economico-finanziaria al fine di esaminare il quadro istituzionale ed organizzativo sviluppatosi nelle esperienze dei paesi europei, leader nell'approccio consumerista all'economia.

1. La formazione economico-finanziaria

Occorre distinguere vari livelli di formazione economico-finanziaria, partendo dalla constatazione che la **financial education**, sviluppatasi in USA⁴, ripresa dall'OCSE e poi dalla UE, non deve essere traslata in italiano con educazione, ma bensì con formazione a tutti i livelli sia di istruzione che di soggetti coinvolti.⁵ Infatti si tratta non solo di istruire, ma anche di formare una mentalità, di fornire strumenti ermeneutici e di sviluppare un'

¹Su cui A.Converso, *La concretezza dell'informazione finanziaria: comunicazione, interpretazioni costituzionalmente e comunitariamente orientate della disciplina vigente*, in O.M.Calliano, M.Losana, C.Poncibò (cur.), *Informazione e trasparenza nei contratti asimmetrici bancari, finanziari e assicurativi e diritti del consumatore europeo*, Torino, 2013, 33-67.

²Su cui O.M.Calliano, *Informazione e trasparenza nei contratti asimmetrici bancari, finanziari e assicurativi tra diritto dei consumatori e nuovo diritto europeo dei servizi finanziari*, op.cit., 1-29.

³Su cui O.Calliano, *Efficacia ed efficienza della mediazione di consumo. Esperienze europee a confronto*, in A.M.Gambino (cur.), *Rimedi e tecniche di protezione del consumatore*, Torino, 2011, 72-92.

⁴Negli Stati Uniti è stata istituita nel 2003 la *Financial Literacy and Education Commission*, che ha sviluppato un sito web di *financial education* (*MyMoney.gov*) ed ha elaborato nel 2006 un progetto strategico denominato *Taking ownership of the future: The National Strategy for Financial Literacy*, aggiornato nel 2011.



approccio critico alla lettura della realtà economico-finanziaria ed all'esame dei prodotti, servizi, contratti che il consumatore è tenuto a valutare prima di decidere. Occorre perciò distinguere tra:

a) **Istruzione economico-finanziaria** volta a fornire le informazioni e gli strumenti conoscitivi di base per effettuare scelte consapevoli.

b) **Educazione economico-finanziaria** volta ad esaminare i comportamenti dei consumatori indirizzandoli verso scelte economicamente consapevoli, sostenibili, efficienti ed efficaci.

c) **Aggiornamento economico-finanziario** volto ad adeguare le informazioni, conoscenze e comportamenti alle innovazioni proposte dal mercato (nuovi prodotti e servizi, nuove reti di vendita, internet) e alle nuove regole giuridiche di origine comunitaria e/o nazionale.

d) **Informazione sulla protezione economico-finanziaria** volta a sviluppare una cultura della prevenzione di base e strumenti di difesa e protezione per soggetti particolarmente vulnerabili sul piano economico-finanziario (adolescenti, anziani, extracomunitari, soggetti sovraindebitati)

2. I diversi approcci alle scelte del consumatore

L'analisi delle scelte di consumo è stata oggetto di diversi paradigmi scientifici che hanno evidenziato livelli e metodologie diverse di formazione economico-finanziaria.

a) Paradigma della presunta razionalità del consumatore.

Proprio dell'economia classica individua nelle scelte razionali e consapevoli la c.d. "sovranità del consumatore" che con scelte informate e consapevoli muove la concorrenza degli attori economici. La teoria delle decisioni e dei giochi contribuisce a fornire il quadro teorico delle situazioni di "fallimenti del mercato". Sono le asimmetrie informative il punto critico dello scambio economico nel quale il consumatore appare soggetto debole. Secondo tale approccio l'informazione completa, comprensibile e razionalmente valutabile costituisce l'elemento di riequilibrio. Quindi una istruzione economico-finanziaria che fornisca strumenti linguistici, conoscenze e informazioni di base e strumenti di comprensione appare adeguata al compito.

Ne sono esempio i percorsi di istruzione economico-finanziaria scolastici o sviluppati da alcuni operatori economico-finanziari per gli adulti a seguito della presenza di obblighi informativi imposti agli operatori finanziari con conseguente evoluzione di strumenti di informazione agli investitori con contenuti chiari e comprensibili⁶.

⁵Il termine inglese "education" si riferisce alle conoscenze che si acquisiscono nel corso degli studi sia curricolari che di formazione permanente e non ha nulla a che fare con la parola "educazione". Più corretto è il termine "formazione" che viene ritradotto in inglese con "education" v. Dizionario Hazon Garzanti Inglese alle voci "education" e "formazione".

⁶Nel 2009 la Banca d'Italia ha emanato le nuove Istruzioni di vigilanza in materia di "trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari e di correttezza tra intermediari e clienti" volte a stabilire nuove regole di comportamento per gli intermediari. Tale intervento regolamentare è teso sia a predisporre prototipi di documenti informativi, sia a delineare standard (rectius criteri) lessicali per la comunicazione con i clienti. In adempimento, o sotto lo stimolo, di tali regolamentazioni il 14 aprile 2011 è stato stipulato l'accordo ABI-Associazioni dei consumatori denominato, con sintagma evocativo, "Dimensione cliente" che concerta i contenuti del foglio informativo, del documento di sintesi periodica e dell'estratto conto. Partendo dalla constatazione che sin'ora veniva usato un linguaggio per iniziati, incomprensibile ai clienti si prevede che si applicheranno i criteri di:

a) Brevità: riduzione del 50% delle pagine del FI selezionando le informazioni, usando un linguaggio semplice ed immediato, se del caso accompagnato da un glossario esplicativo



b) Paradigma della constatata irrazionalità nelle scelte del consumatore.

Sviluppata dall'economia comportamentale⁷ che tiene conto delle acquisizioni della psicologia economica⁸ evidenzia i comportamenti intuitivi, istintivi, emotivi (i c.d. *animal spirits*) che spesso presenti endogenamente (i bisogni maslowiani: necessità, riconoscimento sociale) o indotti esogenamente (dalla pubblicità, dalle tecniche di marketing, dalle mode) portano a scelte non razionali, subottimali, non efficaci ed efficienti. Con tale approccio è il comportamento del consumatore ad essere oggetto di debolezza. Quindi è necessaria una educazione economico-finanziaria volta a sviluppare una *financial capability*, ad acquisire strumenti cognitivi e pratiche tese a decodificare i messaggi e i comportamenti inconsapevoli, nonché a sviluppare negli operatori economici pratiche di consulenza e di valutazione dell'adeguatezza dei rischi insiti nelle scelte del consumatore.

Ne hanno analizzato gli effetti sui comportamenti di investimento oltre al *Simposium on Financial Literacy*, alcuni seminari sviluppati da CONSOB⁹ al fine di sviluppare un percorso di acculturazione economico-comportamentale degli operatori economico-finanziari.

c) Paradigma della presenza di errori cognitivi e di processi di valutazione inconsapevoli del consumatore.

Sviluppato dalla neuroeconomia¹⁰, sulla base delle acquisizioni delle neuroscienze, individua nelle dissonanze cognitive (*biases*) e nei processi decisionali stereotipati e inconsapevoli (euristiche) la difficoltà, spesso l'impossibilità, per il consumatore di giungere a scelte razionali consapevoli, efficaci ed efficienti. Secondo tale approccio la scelte del consumatore devono essere guidate (consulenza) o inibite per certi prodotti particolarmente rischiosi (si pensi ai prodotti derivati utilizzati da piccoli enti locali) tramite interventi normativi o regolamentari. Quindi una sensibilizzazione e un aggiornamento economico-finanziario volto a far conoscere i rischi dei nuovi prodotti e servizi e le nuove normative di protezione in materia. (v.l' esperienza USA post-crisi).

Ne sono esempio alcuni corsi di formazione sviluppati da operatori finanziari per i loro clienti.

b) Chiarezza: immediatezza del linguaggio da gergale a linguaggio di uso comune

c) Ridondanza: invio del DSP solo in caso di variazione delle condizioni

d) Comparabilità: comprensibilità dei costi del fido e dell'eventuale sconfinamento e relative commissioni applicate

e) Formazione finanziaria: consegna di brevi guide esplicative ed impegno a sviluppare progetti di formazione economico-finanziaria per studenti ed adulti.

Trattasi di un "percorso nuovo", esteso ai mutui e al credito al consumo, in previsione della disincentivazione dell'uso del denaro contante ed della diffusione dei servizi bancari e finanziari on line.

⁷J. Yoang, *Behavioural economics and financial education*, in OECD-Bank of Italy, *Simposium on Financial Literacy, Improving Financial Education Efficiency*, OECD, 2011, 65-90

⁸V. R. De Mello Ferreira, *Can economic psychology and behavioural economics help improve financial Education?*

In *Improving Financial education*, cit., OECD, 2011, 103-147; v. anche, N.Olicero, V.Russo, *Manuale di psicologia dei consumi*, con introd. di D.F.Romano e L.Ferrari, Milano, 2009,

⁹Atti del Convegno Consob-LUISS, *La finanza comportamentale e le scelte di investimento dei risparmiatori. Le implicazioni per gli intermediari e le Autorità*. N. 68(maggio 2011).

¹⁰C. Schmidt, *Comment les neurosciences transforment l'analyse économique*, Odile Jacob, Paris, 2010, trad. It. Come le neuroscienze influenzano l'analisi economica, Codice ed., Torino, 2013.



d) Approccio della vulnerabilità del consumatore

Proprio dell'approccio "paternalistico" vede il consumatore particolarmente vulnerabile (anziani, adolescenti, sovraindebitati, extracomunitari) particolarmente indifeso di fronte alle tecniche di marketing, alle innovazioni, alle "seduzioni" del mercato e quindi volto a scelte inefficaci, inefficienti e spesso dannose alla salute, alla sostenibilità finanziaria, alla stessa società in quanto crea diseconomie esterne nella collettività (spese sanitarie, insostenibilità di scelte finanziarie, danni agli altri attori del mercato). Secondo tale approccio la creazione di norme cogenti di protezione e di centri di assistenza e consulenza costituiscono antidoti efficaci. Quindi una informazione per la richiesta di consulenza economico-finanziaria volta a far conoscere l'esistenza di tali centri, le sue procedure e metodologie e le modalità di accesso e di fruizione.

Ovviamente tali approcci e modalità di formazione economico-finanziaria non sono alternativi ma complementari e integrabili in processi più ampi di formazione dei cittadini-consumatori.

3. Il quadro internazionale istituzionale di riferimento

In tema di *financial education* si constata l'emergere di una regolamentazione di *soft law* costituita da principi, risoluzioni, comunicazioni, precedute sovente da fasi di consultazione, best practices, codici di condotta, network conoscitivi e valutativi, istituti pubblici o privati con funzioni pubbliche.

In ambito internazionale l'OCSE ha dedicato la maggior attenzione al tema della formazione finanziaria, sviluppando sin dal 2005 i *Principles and good Practices for financial Education and Awareness*, raccomandazioni rivolte principalmente ai Governi e alle istituzioni pubbliche dei paesi membri, ai rappresentanti delle categorie di imprese, consumatori e operatori del settore al fine di sviluppare un approccio d'azione complessivo finalizzato ad individuare gli strumenti di intervento di formazione più idonei. Il documento che ha ricevuto un formale riconoscimento da parte dei Ministri finanziari del G8¹¹, raccomanda alle autorità di sensibilizzare gli operatori finanziari, incentivando anche l'introduzione di codici di condotta, sui temi della *financial education*, che deve diventare strumento di trasparenza e *accountability* del loro operato.

A seguito della crisi l'OCSE ha evidenziato¹² la presenza di una diffusa *financial illiteracy* (analfabetizzazione economico-finanziaria)¹³ tra i consumatori e la necessità di coordinare il ruolo e le responsabilità dei vari stakeholders: organismi pubblici (*Public Action*), operatori economici (*credit market players*), soggetti sociali (associazioni dei consumatori, sindacati, NGO, istituti indipendenti specializzati in temi economico-finanziari) (*other social and business partners*).

Le misure individuate per sviluppare una adeguata alfabetizzazione economico-finanziaria prevedono¹⁴, in relazione alle specificità nazionali:

- a) La copertura dei media (es. radio, televisione, giornalismo stampato, pubblicità d'affissione, internet) e la organizzazione di eventi per promuovere la

¹¹Cfr. <http://en.g8russia.ru/news/20060610/1153885.html>

¹²OECD *Strategic response to the Financial and Economic Crisis-Contribution to the Global Effort*, OECD, 2008.

¹³OECD, *Financial Literacy and Consumer protection: Overlooked Aspects of the Crisis*, OECD, June 2009.

¹⁴Idem, *Mechanisms and tools*, p. 19-20



consapevolezza dei temi economico-finanziari e l'importanza della *financial education*;

- b) Lo sviluppo della consapevolezza e delle conoscenze tramite i canali di informazione e istruzione (es. i media, gli insegnanti, gli educatori, i genitori);
- c) Lo sviluppo di fonti di informazione affidabile, obiettiva e libera che i consumatori possono contattare per ottenere informazione, formazione, assistenza e consiglio prima di sottoscrivere contratti finanziari (in particolare credito al consumo e mutui), quali i centri gratuiti di assistenza ai consumatori.
- d) Lo sviluppo di vari strumenti informativi (siti internet, guide, brochures, depliants) che consentano al consumatore di accedere a mezzi affidabili di comparazione dei prodotti e servizi offerti dai vari operatori economico-finanziari, per valutare il loro livello di rischio potenziale, la loro sostenibilità e appropriatezza in rapporto al personale specifico profilo di rischio e di situazione finanziaria.
- e) Lo sviluppo di social networks indipendenti volti ad assistere e informare i consumatori più vulnerabili, in particolare in caso di urgenti necessità finanziarie
- f) L'uso di un linguaggio chiaro e comprensibile (*plain language*). Ogni strumento o programma di *financial education* deve essere anzitutto testato tramite un gruppo di controllo per assicurare che il messaggio sia chiaro e comprensibile per il pubblico cui è rivolto

L'OCSE ha quindi promosso un network (*International Network on Financial Education, INFE*) di esperti a livello globale con il compito di esaminare e diffondere le migliori pratiche in materia.

Nel 2008 è intervenuta sui temi delle pensioni e dei fondi pensione individuando principi e buone pratiche per accrescere la consapevolezza dei cittadini sulle opportunità e i rischi legati alle scelte finanziarie relative al futuro post-lavorativo¹⁵.

Nel 2011 ha promosso con la Banca d'Italia un Simposio sull'alfabetizzazione finanziaria in cui sono stati affrontati i temi dello sviluppo dell'efficienza della *financial education* sotto il profilo del monitoraggio e della valutazione, dell'uso dell'economia comportamentale e della psicologia economica e della applicazione ai piani pensionistici¹⁶.

4. Il quadro istituzionale e organizzativo comunitario.

Secondo un sondaggio dell'Eurobarometro il 79% degli europei vorrebbe delle informazioni più standardizzate e maggiormente comparabili per i prodotti e servizi finanzia¹⁷.

Facendo riferimento all' articolo 153 del Trattato, in base al quale la Comunità europea contribuisce a promuovere il diritto dei consumatori all'informazione e all'educazione al fine di salvaguardarne gli interessi e adotta misure di sostegno, di integrazione e di controllo della politica svolta dagli Stati membri in tale ambito, la Commissione ha intrapreso alcune proprie iniziative.

¹⁵M.Trifilidis, *L'educazione finanziaria: le iniziative a livello internazionale*, Consumatori,Diritti e mercato, 2/2009 ,62s.

¹⁶OECD-Bank of Italy , *Simposium on Financial Literacy, Improving Finacial Education Efficiency-*, OECD, 2011.

¹⁷ec.europa.eu/italia/attualità/primo_piano/salute/dolceta_it.htm



Nel 2007 la Commissione ha emanato una Comunicazione che ha individuato i principi base per la realizzazione di programmi di *financial education*¹⁸: facilità di accesso alla formazione e continuità in tutte le fasi della vita, calibratura dei programmi sulla effettiva consapevolezza finanziaria dei consumatori accertata tramite preventive ricerche sociologico-comportamentali, inizio sin dalle scuole con possibilità di rendere la formazione finanziaria obbligatoria nei curricula scolastici, programmi offerti da operatori del settore impartiti in modo trasparente e obiettivo distinti da ogni forma di comunicazione commerciale, professionalità dei formatori (docenti, operatori sociali, operatori bancari ed intermediari finanziari, volontari e formatori delle associazioni dei consumatori) periodicamente aggiornata, risorse adeguate allo scopo.

Infine viene evidenziata la necessità di **favorire il coordinamento tra gli operatori economici su base nazionale** per realizzare una chiara definizione dei ruoli, facilitare lo scambio di esperienze, razionalizzare le risorse e definire le priorità.

La Commissione ha quindi costituito un gruppo di esperti di *financial education* tra i rappresentanti degli stati membri con l'obiettivo di promuovere *best practices* e condividere le rispettive esperienze nazionali, sponsorizzare le iniziative governative o private, organizzando conferenze, pubblicare un database di tutti i programmi formativi europei per facilitare scambi di informazioni, ricerche e materiali, estendere il programma di *financial education* DOLCETA promosso dalla Commission e gestito da EUCEN (Eur. Ass. For University Lifelong Learning) sviluppando gli strumenti didattici per i docenti delle scuole.

La Commissione ha poi avviato una consultazione sul tema dell'accesso da parte dei clienti ai servizi bancari di base (*financial inclusion*) con l'obiettivo di garantirlo a tutti i residenti nell'area euro, in particolare ai soggetti a basso reddito o con difficili trascorsi creditizi; tra le cause all'origine di tale fenomeno emergono barriere psicologiche o culturali che inducono alla autoesclusione/emarginazione da parte del sistema finanziario. Lo scopo sociale è quello dell'integrazione in particolare per le fasce più deboli della popolazione: le iniziative in materia di informazione ed educazione finanziaria di base sono quindi funzionali a garantire gli strumenti di base per accedere consapevolmente ai servizi offerti dal mercato.

Progetti concreti sono stati sviluppati a livello comunitario:

- il sito web Dolceta, per l'informazione dei consumatori adulti, dotato di un modulo specificamente dedicato ai servizi finanziari e ad argomenti quali la gestione del bilancio familiare, il credito al consumo, i mutui, gli strumenti di pagamento e gli investimenti;
- il "Diario Europa", un opuscolo distribuito a studenti delle scuole superiori per informarli dei loro diritti in quanto consumatori, che comprende una sezione sul denaro e i debiti, in cui vengono illustrati il funzionamento delle istituzioni e dei prodotti finanziari e i rischi di un indebitamento eccessivo

La BCE, in collaborazione con le Banche Centrali Nazionali ha predisposto uno strumento didattico sull'uso dell'euro veicolato tramite l'internet al fine di spiegare l'importanza della stabilità dei prezzi quale strumento per il conseguimento di una

¹⁸Cfr. COM(2007) 808 V. anche il *Libro verde sui servizi finanziari retail* COM (2007)226 e la risoluzione del Parlamento europeo sulle politiche in materia di servizi finanziari (P6- TA-PROV.(2007) 0338/a6-0248/2007)



prosperità economica duratura¹⁹. Ha inoltre realizzato la «Mostra dell'euro» organizzata a Roma nel 2009 destinata al pubblico ed in particolare agli studenti.

Nel 2001 Il Comitato economico e sociale europeo ha discusso il tema ed elaborato un articolato parere su «Educazione finanziaria e consumo responsabile di prodotti finanziari» rel. Carlos Trias Pinto.

L'analisi sul ruolo della cultura finanziaria, sulla necessità di promozione della trasparenza per migliorare la protezione degli utenti di servizi finanziari al fine di recuperarne la fiducia e sulla necessità di favorire l'inclusione finanziaria, si conclude concordando su alcune significative **proposte elaborate dall' INFE e dal gruppo di esperti istituito dalla Commissione:**

- a) Sviluppare una metodologia comune di analisi dei fabbisogni ed elaborazione di strategie nazionali seguite da verifiche e valutazioni di impatto,
- b) maggiore integrazione della formazione finanziaria nei programmi di studio valutati in termini di efficacia ed efficienza;
- c) intensificazione degli interventi presso gruppi specifici (giovani, donne ,immigrati, persone a basso reddito);
- d) promozione di una giornata europea di educazione finanziaria, di una conferenza annuale e di un premio alle migliori iniziative e alle migliori prassi formative;
- e) promozione di una « patente finanziaria»;

A questi si aggiungono **altre proposte specifiche** del CESE volte ad aumentare i livelli di protezione del consumatore di prodotti finanziari:

- f) Creazione di un organo indipendente dedicato a fornire gratuitamente ai consumatori consulenza sui prodotti finanziari, direttamente o mediante un servizio telefonico;
- g) Regolamentazione del ruolo degli intermediari finanziari al fine di agevolare una maggior accessibilità e comprensione delle informazioni finanziarie;
- h) Creazione di una Agenzia europea per la protezione dei consumatori di prodotti finanziari che vigili sulle prassi del settore bancario (in particolare sull'accessibilità, sulla trasparenza e sulla comparabilità dei prodotti finanziari);
- i) Introduzione negli strumenti informativi di avvertenze sui possibili rischi e sugli effetti collaterali di ciascun prodotto;
- j) promozione di prodotti finanziari specifici per i giovani (a partire dai 14 anni);
- k) Promozione dell'educazione finanziaria nei programmi televisivi e radiofonici, nelle iniziative multimediali e nei social network; suggerimenti per la messa a punto di giochi che, in chiave didattica, includano nozioni finanziarie;
- l) Maggior ricorso alle associazioni dei consumatori ed alle altre organizzazioni della società civile per attuare le iniziative di formazione finanziaria.

¹⁹Lo strumento didattico è denominato "La stabilità dei prezzi: perché è importante per te".



5. L'esperienza britannica

A giudizio degli esperti del settore²⁰l'esperienza del Regno Unito in materia di educazione finanziaria costituisce la *best practice* a livello europeo.

Nell'esperienza britannica le funzioni di indirizzo e coordinamento delle iniziative di educazione finanziaria sono state delegate ad un unico ente: l'**FSA** (*Financial Services Authority*), l'autorità indipendente di vigilanza sui mercati finanziari.

Nel Regno Unito, in base alle attribuzioni del *Financial Services and Markets Act* del 2000, l'**FSA** prevede tra le proprie finalità istituzionali, il mantenimento della fiducia nel sistema finanziario, la promozione della comprensione da parte del pubblico del sistema finanziario stesso, la garanzia di un adeguato grado di tutela dei risparmiatori e la riduzione del fenomeno delle frodi finanziarie. In tale contesto, spetta all'**FSA** il compito di definire le linee guida dell'educazione finanziaria per i risparmiatori, anche attraverso la collaborazione con i Ministeri dell'Istruzione e dell'Industria e il coinvolgimento delle istituzioni scolastiche e delle università.

Dal 2003, l'**FSA** ha intrapreso un processo di definizione, implementazione ed aggiornamento continuo di una strategia nazionale di lungo periodo coerente, coordinata e di ampio respiro, che ha portato, nel 2006, alla predisposizione del *National Strategy for Financial Capability*, sotto la guida di uno *Steering Committee* (Comitato di indirizzo) composto da membri del Governo, delle istituzioni finanziarie, delle associazioni dei consumatori e da uno dei maggiori media group del Paese, il quale, inoltre, supporta lo *Steering Committee* nella progettazione ed attuazione delle campagne più efficaci di comunicazione. Attualmente, l'**FSA** lavora anche a stretto contatto con il Ministero della giustizia, nella convinzione che, molto spesso, alla base di atti criminali e frodi finanziarie possano sottostare problemi di carenza di *financial education*.

Le principali aree di intervento riguardano i curricula scolastici, la formazione dei giovani e dei lavoratori dipendenti, l'informazione dei consumatori e la predisposizione di strumenti on-line in grado di assicurare la diffusione di informazioni di base per la gestione del proprio bilancio personale e familiare.

6. L'esperienza olandese

I Paesi Bassi rappresentano una delle economie più dinamiche d'Europa, che presenta un tasso di crescita stabilmente più alto della maggior parte dei paesi europei (per PIL sesta in Europa e sedicesima al mondo) ed ha l'organizzazione di consumatori più rappresentativa d'Europa in rapporto al numero di abitanti, il *Consumentenbond*.

Nel 2006 il Ministero della Finanze ha istituito una piattaforma - *CentiQ-Wiser in Money Matters*- con l'obiettivo di migliorare la comprensione e le competenze finanziarie dei cittadini olandesi. Sono state realizzate due indagini per tracciare le loro conoscenze e i loro comportamenti: una *public survey*, su 4280 consumatori di età superiore ai 18 anni e una *pupil survey* su 3941 giovani tra gli 8 e i 18 anni. In seguito è stato sviluppato uno studio per osservare le eventuali correlazioni tra il comportamento dei figli e dei genitori.

La piattaforma *CentiQ* è rivolta a 40 partner di origine governativa (Ministero della Finanza, Ministero degli Affari sociali e dell'impiego, l'*Authority for the Financial markets* (AFM), *ABP General pension Fund*, il *National Institute for Budget Information* (Nibud),

²⁰cf. *L'educazione finanziaria in Italia: riflessioni e proposte per migliorare la cultura finanziaria del Paese*, 2007, risultanze della ricerca realizzata da The European House-Ambrosetti, in collaborazione con il Consorzio Patti chiari.



la *Fortis Foundation*, il *Consumentenbond* – lo SLO – Sviluppo del *national curriculum*, e agli attori sociali e del mercato.

La piattaforma coordina, stimola, facilita e lavora come catalizzatore per lo sviluppo dei progetti di formazione economico-finanziaria.

È organizzata su più livelli:

- a) una commissione di governo responsabile delle strategie che stabilisce il piano e i report annuali
- b) il gruppo di gestione, costituito da alcuni membri della commissione di governo che è responsabile per la realizzazione degli obiettivi
- c) i partner responsabili della pianificazione e gestione delle attività
- d) l'ufficio progetti che supporta la commissione, il gruppo di gestione e i partner nello sviluppo dei progetti
- e) i gruppi di conoscenza volti a condividere e sviluppare nuove conoscenze
- f) i Reali del Paese. In particolare un membro della casa reale è *honorary chair* della piattaforma con il ruolo di sensibilizzare e coinvolgere i vari attori del mercato al fine di incrementare l'autosufficienza finanziaria dei cittadini.

Dall' *Action Plan* 2009-2013 sono emersi tre programmi²¹:

- a) *Finance in order*: programma di informazione finanziaria agli adulti;
- b) *Learning to deal with money early on*, programma rivolto ai ragazzi da 6 a 12 anni, con tre indirizzi: istruzione scolastica, educazione genitoriale, comunicazione giovanile;
- c) *Providing for the future*, programma rivolto alla consapevolezza e alla prevenzione dei rischi finanziari conseguenti a eventi imprevisti nell'arco della vita;

La piattaforma *CentiQ* è finanziata dal Ministero della Finanza (per il 75%); il restante 25% è finanziato dalle associazioni bancarie, associazioni delle assicurazioni e dal Ministero degli affari sociali.

Il governo nazionale e il settore finanziario (banche, compagnie di assicurazione) finanziano circa il 30% dei progetti del Nibud (*National Institute for Budget Information*). Il resto è finanziato direttamente dagli operatori economici.

7. L'esperienza francese

Nel 2006 l'*Autorité des Marchés Financiers* (AMF) ha fatto una attenta riflessione sul grado di consapevolezza finanziaria dei francesi: da una ricerca svolta emerge che circa l'80% dei cittadini ritiene di avere un livello di formazione economico-finanziaria inadeguato alle novità e dalle esigenze di una società in rapida evoluzione.

L'AMF in accordo con il NYSE Euronext, la società che gestisce i mercati borsistici in Francia, ha costituito l'**Institut pour l'éducation financière au public (IEFP)** volto a sviluppare la formazione finanziaria verso una pluralità di destinatari (bambini, giovani, adulti, pensionati).

²¹Su questi v. la ricerca della Fondazione Rosselli, a cura di S. Farsagli, F. Traciò, *Le esperienze di educazione finanziaria. Indagine sulla realtà italiana nel contesto internazionale* – Patti Chiari 2011, 64 ss. che ha esaminato anche le esperienze degli Stati Uniti, dell'Irlanda e della Repubblica Ceca, a cui si rinvia per approfondimenti.



L'IEFP ha instaurato rapporti di partenariato con i principali attori socio-economici (banche, media, editori, siti internet di informazione ed ha sviluppato azioni verso quattro destinatari prioritari: i giovani, i lavoratori attivi, i consumatori, le persone in difficoltà finanziarie.

È stato creato un sito internet, www.lafinancepourtous.com, fonte di informazioni contenente articoli ed commenti e frequentato mensilmente da circa 100.000 visitatori. Tratta in forma pedagogica i grandi temi della finanza personale (la banca, il risparmio e gli investimenti, l'immobiliare, l'assicurazione e la previdenza, il consumo familiare, la vita professionale, il pensionamento) e dell'economia (decodifica della crisi finanziaria, i meccanismi e gli attori dell'economia europea e internazionale) e presenta l'attualità finanziaria (notizie, parole chiave dell'economia, articoli e dossier). Su ciascuno dei temi trattati gli internauti sono invitati a porre questioni: esperti rispondono rapidamente e in modo preciso.

L'IEFP lavora a stretto contatto con *il Ministère de l'Éducation nationale* per sviluppare la formazione economico-finanziaria dei giovani attraverso lo studio della matematica, delle scienze economico-sociali, dell'economia gestionale e dell'educazione civica.

Dal 2011 l'IEFP collabora nella formazione dei docenti e nella sensibilizzazione degli allievi ed ha creato nel sito un'area destinata agli insegnanti e ai formatori: strumenti pedagogici sono stati elaborati in matematica, economia, storia e in educazione civica in collaborazione con gli insegnanti dell'*Éducation nationale*.

L'IEFP ha condotto studi sul comportamento dei giovani (15-20 anni) rispetto al denaro. Nel 2011 ha sviluppato con l'AMF un sondaggio sulla cultura finanziaria dei francesi, elaborato dal Crédoc. A livello internazionale l'istituto partecipa al reseau di esperti dell'OCSE.

8. Le esperienze tedesca e austriaca

In Germania in mancanza di provvedimenti legislativi ad hoc, hanno assunto il ruolo di promotrici di iniziative di *financial education* le Autorità di controllo del settore bancario e finanziario.

Inoltre ha sviluppato il progetto SchülerBanking.

In assenza di competenza legislativa federale in materia di istruzione scolastica, in Germania gli schemi educativi variano da Land a Land; anche in tema di educazione finanziaria non si riscontra una tradizione di trasmissione sistematica del sapere trasversale in tutto il Paese: l'intensità e la qualità dell'educazione finanziaria sono rimaste a lungo discordanti tra i Länder.

A questa disomogeneità ha da anni inteso sopperire **l'Associazione Bancaria (*Bankenverband*)**, stimolando l'educazione finanziaria nelle scuole tramite il programma *Schul/Bank* (scuola/banca), che prevede l'organizzazione di competizioni tra allievi e la fornitura di materiali didattici a insegnanti e studenti.

All'Associazione Bancaria si sono affiancati via via numerosi altri soggetti, segnatamente fondazioni, centri studi, casse di risparmio, che hanno avviato progetti formativi in materia finanziaria. Tra questi, "*SchülerBanking (Banking Scolari)*", un progetto amburghese proposto da *Institut für Finanzdienstleistungen e.V., Hamburger Sparkasse, Behörde für Schule und Berufsbildung Hamburg e Zentrum Schule und*



Wirtschaft, e a diffusione federale “*Fit für die Wirtschaft (In forma per l’economia)*”, proposto da *Targobank Stiftung* e *Institut der Deutschen Wirtschaft Köln*, e diffuso anche in Svizzera.

La **Deutsche Bundesbank** offre, tramite il proprio sito internet, alcuni contenuti educativi destinati alle scuole e rivolti ai docenti di materie economiche nonché agli studenti, distinti nei vari segmenti.

Anche il **Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht** (BAFIN) è intervenuto predisponendo sul suo sito una sezione nella quale vengono fornite, sotto forma di FAQ, informazioni riguardanti specifici aspetti dei contratti bancari ed è stata costituita una linea telefonica dedicata.

Attualmente sta assumendo il ruolo di cabina di regia dell’educazione finanziaria nelle scuole a livello federale la “**Kultusministerkonferenz (KMK)**” (Conferenza dei Ministri dell’Istruzione). Si tratta dell’Assemblea dei Ministri dell’Istruzione, della Ricerca e della Cultura dei Länder tedeschi, un’assemblea volontaria, che non fa parte del Governo federale, e le cui direttive non entrano in vigore che dopo il recepimento nel diritto dei singoli Länder.

Il 12 settembre 2013 la KMK ha emanato la Decisione “*Verbraucherbildung an Schulen* (Educazione al consumo nelle scuole), in cui l’educazione finanziaria occupa una posizione primaria. La Decisione definisce obiettivi e principi della formazione al consumo nelle scuole e dà indicazioni per una sua più pervasiva integrazione nell’insegnamento scolastico. Le disposizioni dei Länder (per esempio i programmi didattici e formativi, i curricula, le direttive per la formazione permanente e la specializzazione degli insegnanti e degli altri operatori scolastici) sono tenuti a rispettare gli obiettivi e i principi definiti da tale Decisione. La prima tematica di educazione al consumo presa in considerazione dalla Decisione è quella dell’educazione finanziaria, specificamente per quanto riguarda impiego consapevole del denaro, prodotti finanziari, investimenti, forme di prestiti e meccanismi pensionistici privati.

Le Amministrazioni dei Länder competenti in materia di educazione e le politiche formative dei Länder sono tenute a favorire la cooperazione degli esperti per l’educazione finanziaria degli scolari, a radicare nel lungo periodo piani di formazione permanente degli insegnanti qualificata dal punto di vista tecnico e didattico, a integrare nell’insegnamento progetti, competizioni e azioni in tema di educazione finanziaria e ad incentivare il coinvolgimento di partner extrascolastici provenienti dal mondo delle imprese, dei consulenti finanziari, delle associazioni e degli enti pubblici, purché ne sia garantita la neutralità. Si ipotizzano in via esemplificativa contatti con le seguenti tipologie di Istituzioni: Istituti pedagogici, Ministeri del Consumo dei Länder, Agenzie di formazione politica federale e dei Länder, scuole superiori, Agenzie del consumo, istituzioni di formazione continua, organizzazioni dei lavoratori e dei datori di lavoro, Camere dell’industria, del commercio e dell’artigianato, operatori sociali, organizzazioni non governative.

In Austria, nel quadro dell’iniziativa per la prevenzione dell’indebitamento “*Debt-free-through-life*” dell’Agenzia per la consulenza sull’indebitamento dell’IfS, lo Stato federale del Vorarlberg ha avviato già nel 2001, in collaborazione con la Camera di Commercio del Vorarlberg e con il Servizio per il mercato del lavoro AMS (Arbeitsmarktservice Vorarlberg) la “*Finanzführerschein «Fit für’s Geld»*”(Patente finanziaria «In forma per il denaro»), finanziata da banche locali ed operante solo nel Vorarlberg.



La Banca nazionale Austriaca ha promosso un progetto di Economic and Financial Literacy Promotion.

L'Autorità per il mercato finanziario austriaco un progetto di Consumer and Financial education

9. I modelli di coordinamento

Dall'analisi delle esperienze dei principali paesi europei leader nell'approccio consumerista all'economia emergono quadri istituzionali e organizzativi differenziati che si possono sistematizzare, sia pure in prima approssimazione, su vari modelli organizzativi

- a) **Modello dell'autocoordinamento degli operatori economici** Interventi e progetti ad opera di imprese bancarie e finanziarie, associazioni di categoria (in Germania, in Italia), di associazioni di consumatori, organismi di formazione degli adulti, osservatori sull'indebitamento delle famiglie, (in Italia) individualmente e autocoordinate o in raccordo con operatori finanziari, di media (giornali, RAI TV, siti internet, social networks) che si autocoordinano.

Vantaggi: Non vincolatività degli interventi, possibilità di sviluppo graduale da parte degli operatori formativi.

Svantaggi: Ripetitività degli interventi, mancanza di individuazione di priorità e di strategie formative, risorse finanziarie limitate autoprodotte o se derivanti da operatori finanziari suscettibili di presunzione di "conflitto di interessi".

- b) **Modello di indirizzo centralizzato**: Ruolo dei Ministeri: Economia e finanza, Istruzione e università, Lavoro e affari sociali (nei Paesi Bassi il Ministero della Finanza), delle Autorità garanti e di controllo (in Gran Bretagna l'FSA), di Istituti nazionali ad hoc (l'IEFP in Francia) che determinano le linee guida per lo sviluppo nel territorio della formazione economico-finanziaria.

Vantaggi: strategie di sviluppo dell'attività formativa e individuazione di priorità, distinzione dei ruoli, ingenti risorse dedicate.

Svantaggi: standardizzazione della formazione, rischi di "paternalismo burocratico".

- c) **Modello di coordinamento nell'ottica della sussidiarietà**: Ruolo di coordinamento centrale e di coordinamento a livello regionale con autonomia degli operatori (Esperienza austriaca del Vorarlberg, proposta del KMK tedesco per il 2014, esperienza del tavolo di lavoro dell'USR della Regione Lombardia).

Vantaggi: tenuta in conto delle specificità locali, avanzamento graduale in funzione della diversa capacità organizzativa e delle risorse delle singole regioni, coordinamento più efficace con gli operatori in sede locale.

Svantaggi: senza un adeguato coordinamento centrale e risorse comuni possibilità di sviluppo a macchia di leopardo, ritardo nelle regioni e realtà meno sviluppate in cultura consumerista.

10. Conclusioni per l'esperienza italiana

Una recente indagine sulla alfabetizzazione finanziaria in Italia ha dato risposte sconcertanti: il 41,2% dei cittadini-consumatori non sa leggere un estratto conto, il 34,4%



non sa cos'è un bilancio familiare mensile, il 40,2% non sa cosa è un interesse, il 30,8% cos'è una carta-bancomat²².

L'esperienza italiana²³, pur ricca di realtà formative di origine imprenditoriale, scolastica, consumerista, di organismi di consulenza alle famiglie sovraindebitate, richiede un coordinamento ed un impulso ulteriori.

Nella 16^a legislatura la 10^a Commissione permanente del Senato propose un progetto di legge sull'educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale che nel nuovo testo unificato del 27/10/2010 prevedeva la creazione di un **Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale** promosso dal Ministero dell'economia e delle finanze di concerto con il Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca, il Ministero del lavoro e delle politiche sociali e con il Ministero dello sviluppo economico.

Il Comitato ha il compito di programmare iniziative, promuovere l'attivazione di programmi di educazione finanziaria, stabilire criteri oggettivi di accreditamento dei soggetti realizzatori dei progetti di formazione, valutare la congruità dei progetti con riferimento alle migliori pratiche nazionali e internazionali, verificare l'efficacia dei progetti realizzati presentando annualmente una relazione alle Camere.

Tale proposta di legge è decaduta con la fine della legislatura e si pone la necessità di riproporla e di aggiornarla anche in relazione al perdurare della crisi economica.

Si propone pertanto un **modello di coordinamento misto**, che tenga conto sia delle esperienze europee che delle specificità italiane.

- a) **Una cabina di regia nazionale** (denominabile Comitato) promossa da un Soggetto capofila (ad es. il Ministero dell'economia e delle finanze), cui partecipino:
Rappresentanti dei Ministeri interessati; rappresentanti della Conferenza delle Regioni; rappresentanti delle associazioni dei consumatori; rappresentanti del mondo accademico esperti in nella formazione economico-finanziaria; esperti accreditati presso la Commissione europea e/o il Parlamento europeo e presso l'OCSE; rappresentanti di BANKITALIA, IVASS, ABI, ANIA, CONSOB, COVIP, AGCM; rappresentanti degli enti accreditati per la formazione degli adulti e presso il MIUR; rappresentanti del sistema delle Fondazioni bancarie; rappresentanti dei gestori di sistemi di informazioni creditizie, delle società di gestione del risparmio e dei promotori finanziari oltre ad altri eventuali soggetti vocati alla formazione economico-finanziaria, in particolare rappresentanti degli insegnanti e dei formatori.
- b) **Comitati regionali di coordinamento**, presenti in una prima fase nelle Regioni interessate, cui partecipino i rappresentanti in sede regionale dei soggetti sopraindicati, con il compito di coordinare le iniziative in sede locale e realizzare sinergie tra attori pubblici, sociali e operatori economici.

²²La voce.info, cit. da L. Guiso, *Finanza questa sconosciuta in famiglia*, in Il Sole 24ore, 28 aprile 2011, p.14.

²³Esaminata ampiamente da alcuni studi cui si rinvia: The European House-Ambrosetti-Consortio Patti chiari, *L'educazione finanziaria in Italia: riflessioni e proposte per migliorare la cultura finanziaria del Paese*, marzo 2007; The European House-Ambrosetti – Consortio PattiChiari, *L'Educazione Finanziaria in Italia. Lo stato dell'arte e possibili linee di azione*, novembre 2007; The European House-Ambrosetti – Consortio PattiChiari, *L'Educazione Finanziaria in Italia. La prima misurazione del livello di cultura finanziaria degli italiani*, novembre 2008; Fondazione Rosselli, a cura di S. Farsagli, F. Traciò, *Le esperienze di educazione finanziaria. Indagine sulla realtà italiana nel contesto internazionale* – Patti Chiari 2011.



- c) **Creazione di un sito internet e di linea telefonica dedicata** rivolti al pubblico con compiti di informazione, diffusione di notizie, consulenza, scambio di esperienze tra consumatori
- d) **Creazione di una piattaforma di Knowledge management**, dedicata ai formatori, per scambio di informazioni, esperienze e materiali didattici, best practices, momenti di formazione e aggiornamento professionale dei formatori, collegamenti con le esperienze e innovazioni internazionali in materia di formazione economico.-finanziaria.
- e) **Creazione di una PATENTE ECOFIN**, certificativa di conoscenze economico-finanziarie (in analogia con le certificazioni di conoscenze informatiche e linguistiche, già diffuse nelle scuole secondarie) , strutturata su più livelli:

Patente A: certificativa dell'istruzione economico-finanziaria acquisita nei percorsi scolastici (da 10 a 15 anni)

Patente B: certificativa della educazione economico-finanziaria degli adulti , acquisita nei corsi di formazione sviluppati da organismi pubblici e privati accreditati

Patente C: certificativa dell'aggiornamento e delle competenze conoscitive economico-finanziarie dei clienti risparmiatori e investitori non professionali nello sviluppo dei rapporti contrattuali con gli istituti bancari e assicurativi.

Bibliografia e Sitografia

A.Converso, *La concretezza dell'informazione finanziaria:comunicazione,interpretazioni costituzionalmente e comunitariamente orientate della disciplina vigente*, in O.M.Calliano M.Losana, C.Poncibò (cur.), *Informazione e trasparenza nei contratti asimmetrici bancari, finanziari e assicurativi e diritti del consumatore europeo*, Torino, 2013,

O.M.Calliano, *Informazione e trasparenza nei contratti asimmetrici bancari, finanziari e assicurativi tra diritto dei consumatori e nuovo diritto europeo dei servizi finanziari*,op.cit.

O.Calliano,*Efficacia ed efficienza della mediazione di consumo. Esperienze europee a confronto*, in A.M.Gambino (cur.), *Rimedi e tecniche di protezione del consumatore*,Torino, 2011

J. Yoang, *Behavioural economics and financial education* , in OECD-Bank of Italy , Symposium on Financial Literacy, *Improving Financial Education Efficiency-*, OECD, 2011 , 65-90.

V. R. De Mello Ferreira, *Can economic psychology and behavioural economics help improve financial*

Education? In Idem, OECD, 2011, 103-147.

Atti del Convegno Consob-LUISS, *La finanza comportamentale e le scelte di investimento dei risparmiatori. Le implicazioni per gli intermediari e le Autorità*. N. 68 (maggio 2011)

N.Olicero,V.Russo, *Manuale di psicologia dei consumi*,con introd. di D.F.Romano e L.Ferrari, Milano,2009,

C. Schmidt,*Comment les neurosciences transforment l'analyse économique*, Odile Jacob, Paris, 2010, trad. It. Come le neuroscienze influenzano l'analisi economica,Codice ed., Torino, 2013

Quaderno Consob, *Per investire. Regole e suggerimenti pratici nei rapporti con gli intermediari*, Roma,maggio,2002.

Caterina R., *Psicologia della decisione e tutela del consumatore: il problema delle "pratiche ingannevoli"*. Sistemi Intelligenti, n.2, Edizioni il Mulino, Bologna, 2010

Legrenzi P., *I soldi in testa. Psicoeconomia della vita quotidiana*, Laterza, 2011

M.Trifilidis, *L'educazione finanziaria: le iniziative a livello internazionale*, Consumatori, Diritti e mercato, 2/2009 ,58-69



- OECD, *Improving Financial Literacy. Analysis of issues and policies*, 2005
- OECD, *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*, 2005
- OECD, *The Importance of Financial Education*, 2006
- OECD, *Draft good practices on financial education and awareness relating to credit*, 2008
- OECD, *Improving financial education and awareness on Insurance and private pensions*, 2008
- OECD, *Strategic response to the financial and economic crisis: contributions to the global effort*, 2009
- OECD/INFE, *Guide to evaluating financial education programmes*, 2010
- OECD/INFE, *Guidelines on financial education at school and guidance on learning framework*, 2010
- O'Connell A., *Evaluating the Effectiveness of Financial Education Programmes*, OECD 2008
- Commissione Europea, *Financial Services Provision and Prevention of Financial Exclusion*, marzo 2008
- DG Internal Market and Services, *Review of the Initiatives of the European Commission in the Area of Financial Education*, 2011
- Roccia M., *Wide-ranging national programme for financial education involving multiple stakeholders, Increasing Financial Capability*, European Commission, Brussels, 28 marzo 2007
- Herzog P., *Implementing a financial education policy: pension schemes, long term investment, savings, Increasing Financial Capability*, European Commission, Brussels, 28 marzo 2007
- National Steering Group on Financial Education, *Improving Financial Capability: a multistakeholder approach*, 2009
- Ricerca della Fondazione Rosselli a cura di S. Farsagli , F. Traciò, *Le esperienze di educazione finanziaria. Indagine sulla realtà italiana nel contesto internazionale – Patti Chiari*, 2011.
- Servizio Studi del Senato, Ufficio ricerche sulla legislazione comparata, *L'educazione finanziaria: esperienze internazionali a confronto*, num. 135, giugno 2009
- L. Guiso, *Finanza questa sconosciuta in famiglia*, in *Il Sole 24ore*, 28 aprile 2011, p.14
- CentiQ, *Summary of Financial insight among the Dutch*, 2008
- CentiQ, *Summary of Action Plan: Wiser in Money Matters*, 2008
- The European House-Ambrosetti-Consortio Patti chiari. *L'educazione finanziaria in Italia: riflessioni e proposte per migliorare la cultura finanziaria del Paese*, marzo 2007
- The European House-Ambrosetti – Consortio PattiChiari, *L'Educazione Finanziaria in Italia. Lo stato dell'arte e possibili linee di azione*, novembre 2007
- The European House-Ambrosetti – Consortio PattiChiari, *L'Educazione Finanziaria in Italia. La prima misurazione del livello di cultura finanziaria degli italiani*, novembre 2008
- Mieli S., *La strategia della Banca d'Italia per rafforzare il rapporto fiduciario tra banche e clientela*, Roma, 10 marzo 2009
- Nuovo testo unificato dei Disegni di Legge nn. 1288, 1477, 1593, 1626 e 1796. *Disposizioni in materia di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale*

Sitografia

- Eurofinas. European Federation of FinanceHouse Associations: www.eurofinas.org
- OECD: www.oecd.org
- OECD, I.G.F.E. Internation Gateway for Financial Education: www.financial-education.org
- EDFE - European Database for Financial Education:
http://ec.europa.eu/internal_market/fesis/index.cfm?action=home
- Gran Bretagna*
- Bank of England: www.bankofengland.co.uk



BBC: www.bbc.co.uk

Financial Services Authority: www.fsa.gov.uk

OFSTED: www.ofsted.gov.uk

Paesi Bassi

Ministero della Finanza: www.minfin.nl

Autoriteit Financiële Markten: www.afm.nl

National Institute for Budget Information: www.nibud.nl

Francia

Institut pour l'Éducation Financière du Public: www.lafinancepourtous.com

Germania

BaFin. Federal Financial Supervisory Authority:

www.bafin.de/cln_152/EN/Home/homepage__node.html?__nnn=true

Deutsche Bundesbank: www.bundesbank.de

Culturministerkonferenz: www.kmk.org

Institut der Deutschen Wirtschaft: www.iwkoeln.de

Targobank Stiftung: www.targobank.de

Institut für Finanzdienstleistungen: www.Iff.hamburg.de

Austria

Austrian National Bank: www.oenb.at

Austrian Financial Market Authority: www.fma.gv.at

Italia

ABI. Associazione Bancaria Italiana: www.abi.it

ACRI. Associazione di Fondazioni e di Casse di Risparmio Spa: www.acri.it/files/default.asp

AEEE. Italia Associazione Europea per l'Educazione Economica: www.aeeitalia.it

ANASF. Associazione Nazionale Promotori Finanziari: www.anasf.it/index1.asp

ANCI. Associazione Nazionale Comuni italiani: www.anci.it

ANIA. Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici: www.ania.it

Assofin. Associazione del Credito al Consumo ed Immobiliare: www.assofin.it

Assogestioni – Associazione italiana del risparmio gestito: www.assogestioni.it

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato: www.agcm.it

Banca d'Italia: www.bancaditalia.it

Borsa italiana: www.borsaitaliana.it/homepage/homepage.htm

CNCU. Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti: www.tuttoconsumatori

Consob: www.consob.it

Consorzio PattiChiari: www.pattichiari.it

Consumers' Forum: www.consumersforum.it

COVIP: www.covip.it

Forum ANIA-Consumatori: www.forumaniaconsumatori.it

MEF. Ministero dell'Economia e delle Finanze: www.tesoro.it

Ministero del lavoro, salute politiche sociali: www.lavoro.gov.it/Lavoro

Ministro dello sviluppo economico: www.sviluppoeconomico.gov.it

MIUR. Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della ricerca:

www.istruzione.it/web/hubFinanze

Senato della Repubblica: www.senato.it

Sitografia dei principali Programmi e Scuole

DOLCETA: www.Dolceta.eu; http://ec.europa.eu/italia/attualità/primo_piano/salute/dolceta_it.htm



Italia

Cultura finanziaria a scuola - prepararsi a scegliere: www.osservatorionline.it/index.php?id=702&page=Cultura+finanziaria+a+scuola#content

Economiascuola: www.economiascuola.it/formazione/educazionefinanziaria/in-europa

Economic@mente. Metti in moto il tuo futuro:
www.anasf.it/pagine/formazione/economic@mente.asp

EduCare: educare.bnl.it

Educazione finanziaria: Conoscere per decidere: www.bancaditalia.it/servizi_pubbl/conoscere

Guadagnamo il futuro/Open Mind: www.unicreditgroup.eu/it/events/Event0564.htm

Io&irischi: www.ioeirischi.it

Regno Unito

National strategy for financial capability: www.fsa.gov.uk/financial_capability

Pounds and pence: www.bankofengland.co.uk/education/poundsandpence

Paesi Bassi

CentiQ: www.CentiQ.nl

www.wijzeringeldzaken.nl

Germania

Schülerbanking: www.schuelerbanking-hh.de

Behörde für Schule und Berufsbildung: www.hamburg.de/bsb/bsb

Zentrum Schule & Wirtschaft: www.schule-wirtschaft-hamburg.de