

TENDENZE

Le banche salgono in cattedra per i più piccoli

Diverse le iniziative per l'alfabetizzazione di ragazzi e adulti

di **Gaia Giorgio Fedi**

► Chi non ha avuto la paghetta da bambino ha una maggiore tendenza a finire con il conto in rosso in età adulta, secondo un'indagine internazionale di Ing Bank. Per estensione, si può dire quindi che l'educazione finanziaria (se possibile, fin dalla tenera età) è un elemento essenziale per creare risparmiatori consapevoli. Un concetto che ha indotto molte banche ad avviare iniziative di formazione su questi temi: Bnl ha lanciato nel 2008 il progetto di educazione economico-finanziaria EduCare Bnl, che ha già realizzato seminari gratuiti in tutta Italia. Recentemente la banca ha esteso il progetto ai più piccoli con il programma EduCare Scuola in collaborazione con Giunti Editore, un'iniziativa per portare una prima conoscenza dell'economia nelle scuole elementari. «Investire in maniera strutturata e continua in questo campo riveste un'importanza fondamentale per accrescere il benessere individuale e sociale», ha commentato l'ad Fabio Gallia al lancio dell'iniziativa. In questo modo «i più piccoli potranno familiarizzare con le conoscenze economico-finanziarie di base, sempre più necessarie nel loro percorso di crescita».

Punta sui giovani anche Mps, che con il progetto Young Factor è al fianco dell'Osservatorio Permanente Giovani-Editori in un'opera di alfabetizzazione economico-finanziaria

degli studenti italiani. Il gruppo bancario senese ha inoltre creato nel 2004 ConsumerLab, un tavolo comune con le associazioni italiane di consumatori per migliorare il dialogo con la clientela del gruppo Montepaschi e con i consumatori in generale. Da questa collaborazione è nato anche il progetto "bancAscua: conoscere a Monte per decidere", che ha coinvolto i ragazzi delle ultime classi delle scuole superiori.

Anche UniCredit ha lanciato un'iniziativa di cultura finanziaria, con il programma Informati, che da marzo 2011 a novembre 2014 ha coinvolto oltre 90 mila persone (tra cittadini e imprese), offrendo oltre 290 mila ore di formazione attraverso più di 2.900 sessioni in aula. Informati inoltre si è arricchito con nuovi corsi e con Young & Senior at School (Y&SS), un programma per gli studenti delle scuole secondarie e le loro principali figure educative (genitori e docenti) per far imparare ai ragazzi insieme agli adulti come scegliere in modo responsabile prodotti e servizi bancari.

Anziché andare in aula, **Intesa Sanpaolo** ha deciso di promuovere la cultura finanziaria creando nel 2012 a Torino il **Museo del risparmio**. «L'idea di creare un luogo fisico e non virtuale, è nata perché per imparare qualcosa occorre prestare attenzione. In un'attività fatta con un tablet ci si può distrarre, la visita al museo è un'esperienza dedicata», spiega la direttrice del museo, Giovanna Paladino. Il **Museo del risparmio** propone percorsi di visita differenziati per bambini, ragazzi e adulti. E racconta l'economia con filmati, videogiochi, cartoni. Ma anche con lo storytelling e i laboratori basati su giochi interattivi. «Abbiamo avuto l'ambizione di pensare a un pubblico molto ampio», commenta Paladino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA CULTURA FINANZIARIA SI FA ANCHE A TEATRO

AcomeA ha promosso «La verità, vi prego, sul denaro», un ciclo di incontri presso il Teatro Franco Parenti con attori, filosofi ed economisti.

«L'idea è di iniziare un dialogo nuovo sui temi dell'economia e la finanza», spiega il presidente Alberto Foà. «L'obiettivo è di far tornare la finanza a essere un mezzo a disposizione delle persone, fornendo loro nuovi strumenti per renderle più consapevoli e autonome nella gestione dei risparmi. Portare questi temi a teatro - aggiunge Foà - è un modo per abbattere quella patina di opacità del settore».

