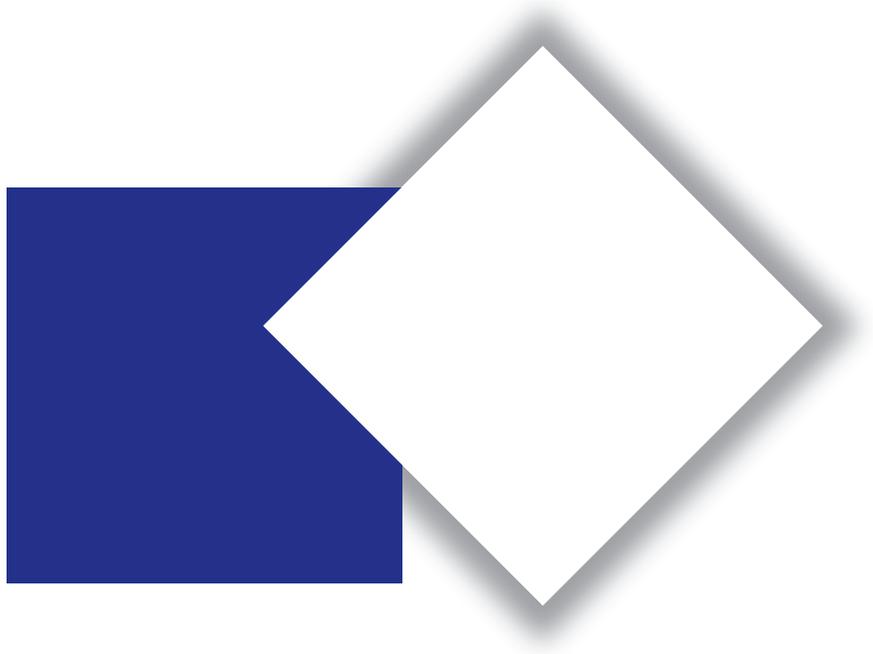


Fondazione
FIBA 

FIRST CISL
Federazione Italiana Reti dei Servizi del Terziario
BANCHE - ASSICURAZIONI - RISCOSSIONI - AUTHORITY

A cura di Emanuela E. Rinaldi

EDUCAZIONE FINANZIARIA E RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE BANCARIE



EDIZIONI **LAVORO**

Fondazione
FIBA 

 **FIRST CISL**
Federazione Italiana Reti dei Servizi del Terziario
BANCHE - ASSICURAZIONI - RISCOSSIONI - AUTHORITY

A cura di Emanuela E. Rinaldi

Educazione finanziaria e responsabilità sociale delle imprese bancarie

Gruppo di lavoro:

Federica Fortunato, Corrado Giani,
Paolo G. Grignaschi, Domenico Iodice,
Emanuela E. Rinaldi, Andrea Scaglioni,
Giovanni Sentimenti, Marcolina Sguotti

EDIZIONI **LAVORO**

© copyright 2022
Edizioni Lavoro Roma
via Lancisi, 25

progetto grafico di copertina: Fausto Bonasera

copertina e impaginazione: Typeface, Cerveteri (Roma)
finito di stampare nell'aprile 2022

SOMMARIO

1. Le competenze finanziarie in uno scenario incerto	7
1.1. Lo scenario	7
1.2. Perché educare alla finanza? Fattori strutturali e culturali	9
1.3. La definizione di <i>financial literacy</i>	16
1.4. L'impegno di First Cisl e Fondazione Fiba per la <i>financial literacy</i>	20
2. Il disegno della ricerca	21
2.1. Fasi della ricerca	21
2.2. Il metodo	25
3. I risultati: l'opinione dei dipendenti	29
3.1. Educazione finanziaria: questa sconosciuta	29
3.2. Percorsi e strumenti per l'educazione finanziaria	33
3.3. «Il cliente esigente fa la banca corretta»	36
3.4. Strumenti per rendere i risparmiatori alleati della banca	38
3.5. Difficoltà: educazione finanziaria e soft-skills	43
3.6. Le difficoltà del ruolo di educatore finanziario	46
3.7. Il questionario MiFid	47
3.8. La responsabilità sociale d'impresa	50
3.9. Il sistema di remunerazione dei dipendenti	53
3.10. Una sintesi: le parole chiave dei dipendenti	54
4. I risultati: l'opinione dei risparmiatori	57
4.1. Rapporto con la banca e iniziative di educazione finanziaria	57
4.2. Il rapporto con il dipendente bancario: fiducia e continuità	60

4.3. Il consulente bancario ideale	62
4.4. Il consulente bancario attuale	64
4.5. Il consulente di banca come educatore finanziario	65
4.6. Le criptovalute	67
4.7. Il cliente esigente fa la banca corretta?	69
4.8. La responsabilità sociale	70
4.9. MiFid: conoscenza e utilità percepita	73
5. Osservazioni conclusive	77
5.1. Una sintesi attraverso la matrice Swot	77
5.2. Per una MiFid a tutela di lavoratori e risparmiatori	85
5.3. Riflessioni per il futuro	88
Bibliografia	91
Allegato 1. Tabella intervistati	99
Allegato 2. Manifesto «AdessoBanca!»	101
Allegato 3. Il gruppo di lavoro	105

1. LE COMPETENZE FINANZIARIE IN UNO SCENARIO INCERTO

di Emanuela E. Rinaldi

1.1. Lo scenario

L'importanza di sostenere e aumentare il livello di competenze finanziarie della popolazione come strumento per tutelare e migliorare il benessere finanziario individuale e sociale è stata evidenziata da un'ampia letteratura a livello sia internazionale (tra i tanti contributi, citiamo: Lusardi e Mitchell 2011; Aprea et al. 2016; Oecd 2020; Nicolini, Cude 2022), sia nazionale (Invalsi-Oecd 2015; Rinaldi 2015; Invalsi-Oecd 2020; D'Alessio et al. 2020). Anche il numero di Paesi che hanno messo in atto politiche pubbliche inerenti all'educazione finanziaria, promosse da attori associativi, pubblici e privati, si è rapidamente moltiplicato negli ultimi anni. L'educazione finanziaria era persino all'ordine del giorno del G20 nel 2012 (Lazarus 2020), e nel 2015 nell'Oecd erano 59 i Paesi che avevano sviluppato strategie nazionali per l'implementazione di programmi di *financial education*, pur con livelli di articolazione diversi (Oecd 2022). Anche l'Italia si è dotata di una Strategia nazionale promossa dal Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale, e di specifiche linee guida per giovani e adulti.¹

L'obiettivo, da allora, dei diversi attori coinvolti è stato in primo luogo quello di sviluppare la consapevolezza dei cittadini su questi temi e poi di fornire loro informazioni, strumenti di simulazione e consigli per migliorarne le conoscenze e i comportamenti finanziari, obiettivo che è stato ricercato nonostante alcune critiche, che hanno evidenziato l'importanza di agire anche sul fronte regolato-

¹ Il documento è disponibile dal link <http://www.quellocheconta.gov.it/it/chi-siamo/strategia-nazionale/>. Si vedano anche le *Linee guida giovani* e le *Linee guida adulti*, elaborate dallo stesso Comitato (http://www.quellocheconta.gov.it/it/chi-siamo/linee_guida/index.html).

rio del sistema finanziario e di concentrarsi più sui produttori che sui consumatori (Lazarus 2020; Willis 2021).

In Italia, il discorso *mainstream* oggi sottolinea l'importanza del sostegno delle competenze finanziarie degli individui anche alla luce della recente crisi economica e occupazionale che alcuni Paesi, tra cui il nostro, hanno affrontato e stanno ancora affrontando a causa della pandemia da Covid-19 (Lusardi 2020; Bianco 2022). La situazione di elevata incertezza che attraversa il Paese è ulteriormente acuita dalla guerra tra Ucraina e Russia che – al momento di stesura del presente contributo (marzo 2022) – sta avendo significativi effetti sul nostro sistema economico (dall'aumento dei prezzi delle materie prime a quelli delle bollette, per citarne due) e finanziario (l'alta volatilità delle borse). Non sappiamo ancora gli effetti (e la durata) di questi cambiamenti, ma l'indagine commissionata dal Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria nella primavera del 2020 ha rivelato tra le famiglie una preoccupante diminuzione della capacità di rispondere a un eventuale shock finanziario, e un persistente basso livello di competenze finanziarie (in inglese *financial literacy*). A causa dell'emergenza sanitaria, infatti, sono aumentate di 12 punti percentuali rispetto alla rilevazione precedente le famiglie italiane che dichiarano di arrivare con difficoltà alla fine del mese: se prima della pandemia erano pari al 46%, a giugno 2020 si attestavano al 58%. Inoltre, secondo la stessa indagine, tre famiglie su 10 avrebbero difficoltà a reperire 2000 euro entro un mese per affrontare una spesa imprevista, come ad esempio la riparazione dell'auto, l'acquisto inaspettato di un elettrodomestico, una spesa medica o emergenze simili (Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria, ricerca 2020). Peraltro, la capacità di rispondere a uno shock finanziario costituisce uno degli elementi base per percepire un buon livello di benessere finanziario, secondo diverse ricerche (Consumer Financial Protection Bureau, 2015; Lusardi 2020) il che mina profondamente il senso di sicurezza di molte persone, con possibili ripercussioni anche a livello di scelte politiche (Pew Research Center 2017; Netemeyer et al. 2018). Tuttavia, questa stessa ricerca indica che disporre di un'elevata conoscenza finanziaria aiuta ad essere finanziariamente meno fragili, ossia capaci di fronteggiare meglio le difficoltà.

Al di là dei benefici per i singoli, è utile a questo punto riprendere gli elementi macro-sociali che rispondono alla domanda: perché è importante educare alla finanza?

1.2. Perché educare alla finanza? Fattori strutturali e culturali

Riassumendo alcuni contributi (Rinaldi 2015; Baglioni et al. 2019; Refrigeri et al. 2020) e volendo sintetizzare le motivazioni principali che supportano un potenziamento dei progetti di educazione finanziaria in Italia, possiamo riassumerle in due categorie: «strutturali» e «culturali».

Tra le ragioni «*strutturali*» ci sono le seguenti.

a. I cambiamenti demografici: il progressivo invecchiamento della popolazione, unito al calo delle nascite.

Secondo i dati Istat, la speranza di vita degli italiani è stata in sensibile incremento negli ultimi anni e si accompagna a un significativo calo delle nascite, dando vita a quello che Rosina chiama il «degiovanimento» del nostro Paese (2021). «Seppur» la sopravvivenza media nel corso del 2020 ha registrato una contrazione a causa della pandemia (82 anni), la denatalità è un fenomeno sempre più accentuato. Tali dinamiche indicano che la base del numero dei contribuenti per le pensioni del futuro (i giovani lavoratori) si sta riducendo, a fronte di un allungamento degli anni in cui vivranno le persone ritiratesi dal lavoro. Queste ultime, stante la configurazione degli attuali regimi previdenziali, per mantenere il proprio tenore di vita dovranno probabilmente attivare un sostegno economico extra (come forma di previdenza complementare) da affiancare alla pensione Inps. Secondo gli esperti (Mangiatori, Rinaldi 2008; Alemanni et al. 2013), la scelta di una pensione integrativa non sarà affatto semplice. Rispetto ad altre scelte di natura finanziaria, infatti, quelle previdenziali sono particolarmente difficili in quanto si riferiscono a un orizzonte temporale molto ampio, che si sviluppa nell'arco di alcuni decenni, e sono relative a strumenti complessi, giacché i fondi pensione e in generale i piani previdenziali incorporano in sé aspetti degli strumenti collettivi di investimento.

b. La riduzione delle rendite dei titoli di Stato e l'avvicinamento a prodotti più rischiosi.

Se in passato le famiglie italiane allocavano una buona parte dei propri investimenti in titoli di Stato, che assicuravano un rischio ridotto e buoni rendimenti, questi ultimi sono progressivamente diminuiti. Di conseguenza, molti risparmiatori hanno scelto di diversificare il proprio portafoglio inserendo prodotti potenzialmente

più redditizi, ma più rischiosi (Visco 2011). Dai dati più recenti dell'indagine sulle scelte finanziarie degli italiani si può notare un tentativo da parte degli italiani di incrementare i propri rendimenti scegliendo prodotti più rischiosi, a cui però non sempre corrisponde la consapevolezza dei maggiori rischi annessi, come ben evidenziano alcune clamorose perdite e frodi legate alle criptovalute (Consob 2021).

c. I cambiamenti nel regime contrattuale, la riduzione di contratti a tempo indeterminato e degli aiuti nel welfare.

Il mercato del lavoro ha subito negli ultimi 15 anni una metamorfosi radicale, con una sensibile diminuzione dei contratti a tempo indeterminato tra i giovani e delle garanzie statali in tema di occupazione e assistenza sociale. Ad esempio, oggi, rispetto a quindici anni fa, sono più diffusi contratti a tempo determinato, di collaborazione a progetto o occasionale, che creano condizioni occupazionali che necessitano di un tipo diverso di capacità e competenza di gestione del denaro, rispetto a quelle di chi ha un lavoro «fisso», e che accentuano il peso della precarietà nei processi decisionali (Gallino 2014). Peraltro, a causa di fallimenti e cessazioni di attività generati dalla crisi e dalla pandemia, anche molti di coloro che avevano un'occupazione regolare e a tempo pieno si sono trovati – inaspettatamente – in uno stato di disoccupazione prolungata o non ancora risolta (Istat 2021).

d. L'aumento di povertà e del rischio di vulnerabilità finanziaria.

I dati nazionali evidenziano come, a causa della congiuntura economica, si registri un costante incremento delle persone in condizioni di vulnerabilità finanziaria (Istat 2021) e di vera e propria esclusione dai circuiti finanziari classici. L'esclusione finanziaria, come processo storico che tocca alcuni gruppi della popolazione, è legata *in primis* al tramonto della società industriale fordista, che ha messo in crisi le tre istituzioni che la componevano: mercato del lavoro, famiglia e welfare. Questo cambiamento ha fatto precipitare la stabilità fino ad allora garantita, ampliando il rischio di vulnerabilità e creando una situazione di sospensione di progettualità che rende ancora più difficile una pianificazione per il proprio futuro finanziario, soprattutto in mancanza di competenze e conoscenze in questo settore (Negri, Saraceno 2003; Corrado 2012; Szopinski 2019; Dagnes 2020).

e. *L'aumento della gamma di prodotti finanziari offerti e la rapidità del loro cambiamento, anche a livello digitale.*

Un ulteriore elemento strutturale – frutto anche della *deregulation* del settore e della sua complessificazione a livello tecnologico – è l'aumento dell'offerta dei mercati finanziari, che ha reso disponibili sempre più prodotti molto diversi tra loro (si pensi al numero crescente di società che erogano mutui, agli abbinamenti tra mutui e polizze vita, ecc.). Questo ha reso più difficile, da parte dei risparmiatori e degli stessi operatori del settore bancario in alcuni casi (Iodice 2021), un aggiornamento adeguato delle proprie conoscenze necessario a fare scelte consapevoli e informate e anche delle proprie competenze digitali, non sempre raggiungendo il livello desiderato. Secondo autorevoli voci, inoltre, sebbene in Italia gli investimenti rappresentino una leva fondamentale per uscire dall'emergenza e mettere il Paese sul sentiero di una crescita sostenuta e inclusiva (Visco 2020), dal 1990 al 2019, ad esempio, la loro quota in rapporto al Pil è passata dal 22,3% al 18,1%, ampiamente al di sotto della media dell'area euro, che si attesta al 21,5%. In aggiunta, secondo la «Relazione sugli esposti dei clienti delle banche e delle finanziarie»² del 2020 di Banca d'Italia, sono proprio gli investimenti i prodotti che raccolgono la più alta percentuale di esposti, un problema segnalato anche da avvocati e associazioni di consumatori.

f. *L'elevata facilità di accesso di piccoli investitori al mercato e al credito anche attraverso canali «alternativi».*

I mercati finanziari registrano oggi, come già detto, un cambiamento per tipo di prodotti e modalità di offerta molto più accelerato rispetto al passato e i piccoli investitori accedono più facilmente a servizi finanziari una volta riservati agli esperti (si pensi all'esplosione di corsi e forum sul *trading on line* e sul ForEx, ai prestiti per gli acquisti o ai sistemi di pagamento a rate tramite carte di credito), accompagnati spesso da strategie di marketing più aggressive e in alcuni casi da vere e proprie frodi, che non trovano un adeguato livello di competenze finanziarie dei risparmiatori (Casnici 2019).

² Cfr: https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/relazione-esposti/2021/relazione_sugli_esposti_2020.pdf

Tra le principali ragioni «culturali», che spingono verso un maggiore sviluppo dell'educazione finanziaria (sempre riguardo al contesto italiano), troviamo invece le seguenti.

a. L'elevata incertezza che permea le traiettorie di vita dei singoli e la «società del rischio».

La precarietà delle relazioni, del mercato del lavoro e la scarsa prevedibilità del futuro costituiscono tratti tipici della cultura odierna, che rendono più difficile rispetto al passato – anche sul piano finanziario – orientarsi tra le diverse opzioni. Mentre nella società industriale prevaleva la logica della ricchezza, perseguita per liberarsi dalla povertà, nella società contemporanea (come sottolinea Beck 2012; Battiston 2010), domina la logica del rischio, dove in nome del progresso vengono compiute scelte con conseguenze imprevedibili verso le quali, ancora una volta, in molti cercano di tutelarsi attraverso l'accumulazione di capitale economico, non sempre sufficiente per mettersi al riparo dalle stesse (si pensi, ad esempio, ai pericoli ambientali). Un tratto fondamentale della società contemporanea è legato al rischio finanziario: molti economisti, secondo Ulrich Beck, ritenevano di disporre di un modello in grado di controllare e gestire le incertezze finanziarie e, su questa base, hanno introdotto sul mercato prodotti e operazioni estremamente rischiose. Oggi le incertezze fabbricate in campo finanziario hanno prodotto catastrofi. Il rischio finanziario, però, a differenza del passato, viene assunto soprattutto dal singolo, che si trova privo di garanzie statali forti e socializzato a «linee guida» della generazione appena precedente che, in larga misura, non sono più attuali e accentuano la sua preoccupazione (Moiso 2018). Nel complesso, considerati i cambiamenti nel welfare statale, gli italiani non sembrano preparati a pianificare razionalmente l'utilizzo durante la terza e la quarta età del capitale economico accumulato durante la fase attiva (in inglese *decumulation*).

b. Il basso livello di conoscenze finanziarie.

Come anticipato, sono numerose le indagini che mostrano come il livello di conoscenza finanziaria degli italiani sia particolarmente basso rispetto a quello dei cittadini di altri Paesi, soprattutto per alcune categorie come le donne, i residenti nel Sud Italia e le persone meno istruite (Klapper, Lusardi 2020; Oecd 2020).³ Diversi studi

³ La letteratura sulle differenze di genere nei livelli di competenze finanziarie è molto vasta, e conferma il livello di competenze finanziarie più basse delle donne

mostrano inoltre che gli individui che hanno un basso livello di *financial literacy* sono anche coloro che hanno minori probabilità di avere un libretto di risparmio, un fondo di emergenza, un piano pensione o delle azioni, che adottano mutui con alti costi, hanno livelli più alti di debiti e meno capacità di risposta a uno shock finanziario (Aprèa et al. 2016; Nicolini, Cude 2022). Esistono quindi dei «costi» dell'ignoranza finanziaria, che arrivano ad avere conseguenze gravi anche sulla salute delle persone, ad esempio per i livelli di stress che le problematiche finanziarie generano su alcuni individui (Keese, Schmitz 2011; La Bella 2014).

c. La scarsa fiducia nelle banche.

La fiducia nelle istituzioni bancarie si è assestata su livelli piuttosto bassi in Italia dopo la crisi del 2008, tanto che le banche si trovano – in termini reputazionali – tra gli ultimi posti dopo i partiti e il Parlamento. Tra le motivazioni citate dagli intervistati di un atteggiamento così difensivo, secondo alcune ricerche, si evidenziano: «la crisi ha messo in luce la loro debolezza», «cercano solo di spremere i clienti», «ho avuto esperienze dirette negative con le banche», «non danno una mano alle imprese» (9%; Swg 2013). Nonostante l'ultimo sondaggio Demos del 2021 evidenzi una lieve crescita di fiducia verso gli istituti bancari rispetto all'anno pre-pandemia, si registra pur sempre, da parte degli italiani, un marcato distacco.⁴ La sfiducia viene acuita dal fatto che la maggior parte dei consumatori avverte l'esistenza di numerosi ostacoli di tipo

rispetto agli uomini in molti casi. Si veda ad esempio Bottazzi e Lusardi (2021) e Consob (2021). Di recente, su questo tema, uno studio di Palladino (2022) ha però messo in discussione il tipo di questionario che viene utilizzato per misurare le competenze finanziarie, in quanto le parole e le modalità in cui sono poste le domande penalizzerebbe le donne rispetto agli uomini.

⁴ Secondo i dati Demos (2021) per il secondo anno dal 2019 si registra una crescita diffusa e generalizzata della fiducia: ad eccezione delle Forze dell'Ordine (-3 punti percentuali rispetto al 2019, ma sempre al primo posto con un gradimento che raggiunge il 70%), per tutte le altre categorie la pandemia ha portato a un assestamento (come per il Papa, 67%, +1) o, più di frequente, a una crescita della fiducia, seppur lieve. Stato (37%), Regione (42%) Unione Europea (44%) e Presidente della Repubblica (63%) marcano aumenti tra i più significativi (rispettivamente: +15, +12, +10 e +8). La lista delle istituzioni che hanno visto crescere la propria quota di fiducia rispetto al 2019 è lunga: Associazione degli Imprenditori (35%) e Sindacati (32%, +9); Comune (45%) e Chiesa (44%); Scuola (59%, +5) e Magistratura (39%); crescono persino Parlamento (23%, +8), Partiti (13%, +4) e Banche (26%, +7), che comunque rimangono agli ultimi posti.

oggettivo alla comprensione dell'informazione finanziaria, come il livello tecnico del linguaggio economico-finanziario, il ricorso a termini in inglese, una comunicazione non sempre chiara e la scelta tra un elevato numero di prodotti bancari (Sbankiamo 2012; Boggio 2020). La crisi economico-reputazionale del sistema bancario nel suo complesso è la conseguenza, secondo alcuni, della crisi dei modelli d'impresa adottati dalle aziende del settore (First Cisl 2018), che non hanno di certo favorito il rafforzamento di un rapporto di fiducia tra le parti. Nel porsi di fronte all'interlocutore «banca», insieme a una scarsa fiducia, vi è però anche un basso livello di sicurezza da parte di alcuni consumatori nelle proprie competenze. Le due tendenze possono accentuare la dimensione emotiva delle scelte finanziarie, per quanto si tratti di emozioni ambivalenti (diffidenza e deferenza allo stesso tempo).

d. La richiesta crescente di corretta informazione in ambito finanziario da parte dei risparmiatori.

In uno scenario digitale caratterizzato dalla sovrabbondanza informativa, molti risparmiatori sperimentano forti difficoltà a raccogliere informazioni corrette e preferiscono mantenere un profilo prudentiale (la liquidità sul conto corrente) piuttosto che prendere decisioni basandosi su dati ritenuti poco affidabili. Secondo un recente studio, molti intervistati concordano sul fatto che l'emergenza sanitaria ed economica ha acuito la paura di rischiare rispetto alle scelte finanziarie (85%) e che la pandemia ha evidenziato la necessità di una corretta informazione in tale ambito (73% - Forum Finanza Sostenibile, 2021).

e. Lo «scollamento» tra bisogni dei destinatari e obiettivi dei percorsi di educazione finanziaria.

Nonostante il già citato numero crescente di iniziative e percorsi di educazione finanziaria rilevato negli anni⁵ (si pensi all'istituzione del Mese dell'educazione finanziaria, alla *Global Money Week*, alla *World Investor Week*), alla disponibilità più ampia, rispetto al passato, di percorsi di educazione finanziaria online, fruibili anche da chi abita nelle regioni più remote d'Italia (Rinaldi 2020), il livello di competenze finanziarie degli italiani rimane basso e questo, secondo alcuni, anche a causa di una qualità ancora non sufficientemente

⁵ Argentin 2010; Rinaldi 2015; Rampazzi et al 2020; Refrigeri et al. 2020.

temente adeguata della progettazione degli interventi, della mancanza di attenzione al tema della valutazione di impatto, e di una scarsa aderenza tra bisogni informativi ed emotivi dei destinatari dei progetti, rispetto agli obiettivi dei progettisti, riscontrata anche all'estero (Agasisti, Cannistrà 2020; Nicolini, Cude 2022).

f. La bassa propensione alla partecipazione ad azioni collettive di difesa di diritti dei consumatori.

Nel contesto italiano, le associazioni di consumatori hanno da sempre sofferto di una certa debolezza in termini di numero di iscritti, di capacità di negoziazione contrattuale, di potere lobbistico, nonché di visibilità mediatica. Culturalmente, infatti, gli italiani non hanno una tradizione consolidata di associazionismo per i diritti dei consumatori, né di *consumer advocacy* (come invece hanno gli americani) e sovente affrontano cause legali relative a prodotti finanziari individualmente, senza l'ausilio di associazioni di consumatori, o comunque in una logica orientata prettamente alla risoluzione del problema del singolo, più che di quello di un gruppo con interessi comuni. Se agissero attraverso forme di *advocacy* collettive, il livello di competenze finanziarie richiesto al singolo potrebbe essere inferiore. In mancanza invece di questo tipo di comportamento, le competenze finanziarie (e legali) necessarie al singolo per la tutela del proprio interesse diventano ancora più importanti.

g. La forte «attrazione» verso il trading online e verso community di investitori non professionisti.

Diversi studi mostrano che, in Italia, le community online di investitori non professionisti negli ultimi anni hanno riscosso molto interesse tra il pubblico generale. Questi gruppi guardano spesso ai tradizionali soggetti finanziari (es: il sistema bancario) come fonti di informazione con diffidenza, essendo «compromessi» – secondo la loro opinione – da conflitti di interesse. Allo stesso tempo, però, i neofiti delle community non sempre hanno un livello di competenze finanziario elevato, elemento che li espone a più alti rischi di scelte errate (Casarin et al. 2015; Consob 2021).

Sintetizzando i fattori sopra enunciati, possiamo schematizzarli come illustrato nello schema 1.

Pur non dimenticando il fondamentale ruolo dei regolatori (Willis 2021), l'insieme dei fattori strutturali e culturali che è stato delineato

Schema 1. Fattori strutturali e culturali a supporto del potenziamento di percorsi di educazione finanziaria in Italia

Strutturali	Culturali
Cambiamenti demografici: progressivo invecchiamento della popolazione e calo delle nascite	Elevata incertezza che permea le traiettorie di vita dei singoli e «società del rischio»
Riduzione delle rendite dei titoli di Stato e disponibilità di prodotti più rischiosi	Basso livello di conoscenze finanziarie
Cambiamenti nel regime contrattuale in ambito lavorativo (incertezza)	Scarsa fiducia nelle banche e nelle proprie competenze finanziarie
Aumento della gamma di prodotti finanziari offerti e rapidità del loro cambiamento	Richiesta di corretta informazione in ambito finanziario
Elevata facilità di accesso di piccoli investitori al mercato e al credito anche in canali «alternativi»	«Scollamento» tra bisogni dei destinatari e obiettivi dei percorsi di educazione finanziaria
Introduzione di prodotti nuovi (criptovalute) non regolamentati dal sistema bancario	«Attrazione» verso il trading online

giustifica, a nostro parere, il costante investimento da parte di soggetti diversi nel realizzare iniziative di educazione finanziaria sul territorio nazionale. Appare però ancora poco studiato il ruolo dei dipendenti bancari all'interno del processo di educazione finanziaria dei risparmiatori. Ma prima di affrontare questo argomento, è necessario chiarire il significato della parola *financial literacy* stessa.

1.3. La definizione di *financial literacy*

La società contemporanea, definita talvolta «società dell'apprendimento», presenta un contesto in cui la conoscenza, la riflessività, la capacità di apprendimento durante tutto il ciclo di vita (*life-long learning*) sono considerate risorse essenziali da fornire agli individui se li si vuole capaci di progettualità, responsabilità e autonomia (Grifoni, Messy 2012). In questo ambiente, ove il

denaro regola gran parte delle relazioni sociali e crea nuovi spazi virtuali di scambio grazie alle innovazioni tecnologiche, le competenze finanziarie rimandano a una competenza di base fondamentale per il cittadino di oggi che voglia evitare di incorrere in fenomeni di esclusione finanziaria e spesso anche sociale. Ma che cosa significa competenza finanziaria? In Italia una definizione frequentemente utilizzata è quella proposta dall'Oecd che, nella rilevazione 2012 della tradizionale indagine Pisa, ha inserito un modulo appositamente dedicato alla *financial literacy*. Essa parte dal presupposto secondo cui l'educazione finanziaria è un processo e la *financial literacy* è un prodotto, la cui definizione operativa è: «la conoscenza e la comprensione dei concetti e dei rischi finanziari unite alle competenze, alla motivazione e alla fiducia in sé stessi per utilizzare tale conoscenza e comprensione al fine di prendere decisioni efficaci in un insieme di contesti finanziari, per migliorare il benessere finanziario delle singole persone e della società e consentire la partecipazione alla vita economica» (Oecd 2014, p. 2). Il processo di educazione finanziaria può essere invece definito come: la parte esplicitata e formalizzata del processo di socializzazione e comprende gli interventi intenzionalmente volti a fare acquisire all'individuo competenze, informazioni, orientamenti e valori inerenti alla finanza, di solito mediati da figure con autorità legittimata in materia.

Rielaborando quanto specificato dall'Oecd (2013), possiamo declinare il costrutto di *financial literacy* in tre dimensioni: il *contenuto* (che comprende l'area della conoscenza e della comprensione, punto-chiave della *literacy*); il *processo* (le strategie mentali, il set di valori e gli atteggiamenti che vengono attivati nella comprensione dei materiali-stimolo); il *contesto* (la situazione in cui le conoscenze, le abilità e le capacità di comprensione vengono applicate, spaziando dal personale al globale). In particolare, possiamo scomporre la definizione dell'Oecd nei seguenti blocchi.

La financial literacy

È un insieme mutevole, generalmente in espansione durante l'arco di vita degli individui, di conoscenze, competenze, motivazioni, atteggiamenti e strategie, che gli individui costruiscono durante la loro vita, piuttosto che una «quantità fissa» o una linea di demarcazione con l'«incompetenza» (*illiteracy*) o analfabetismo finanziario.

... è la conoscenza e la comprensione di concetti e dei rischi finanziari...

La *financial literacy* è quindi relativa a un tipo di conoscenza e di comprensione di elementi fondamentali del mondo finanziario in cui l'individuo vive, come le caratteristiche e le finalità dei prodotti finanziari di base (ad esempio un conto corrente, una carta prepagata, un prestito al consumo), di cui alcuni possono anche avere esperienza diretta. Include ugualmente il concetto di «rischio» finanziario che potrebbe minacciare il benessere di una famiglia.

... unita alle competenze...

Le abilità includono sia processi cognitivi generici, come l'accesso alle informazioni, il paragone, il confronto, l'estrapolazione e la valutazione – applicati in contesti finanziari –, sia abilità di alfabetizzazione matematica, come quella di calcolare una percentuale o di convertire una cifra da una valuta all'altra, sia abilità linguistiche come quella di leggere e interpretare un messaggio pubblicitario o un contratto di telefonia mobile.

... alle motivazioni e alla fiducia in sé stessi...

La *financial literacy* non riguarda solo la conoscenza, la comprensione e le abilità di trattare questioni finanziarie, ma anche attributi non cognitivi: la motivazione, ad esempio, a cercare informazioni e consigli per affrontare attività finanziarie e la sicurezza/fiducia in sé stessi nel fare ciò, insieme alle abilità di controllare almeno alcuni dei fattori emotivi e psicologici che influenzano il processo del *decision making*.

... per utilizzare tale conoscenza e comprensione al fine di prendere decisioni efficaci...

Si tratta dell'abilità di applicare la conoscenza e la comprensione in situazioni di vita reale e non solo in esercizi teorici puramente conoscitivi. Nel valutare la *financial literacy* questo si traduce nell'abilità delle persone di applicare quanto hanno appreso sulla finanza personale in processi decisionali efficaci. Dove il termine «processo decisionale efficace» (*effective decision making*) si riferisce a decisioni informate e responsabili che soddisfano un certo tipo di bisogno. Nella definizione, quindi, si notano due parti: una relativa al tipo di pensiero e comportamento che caratterizza l'am-

bito tematico, e una alle finalità dello sviluppo di quella particolare competenza.

... in un insieme di contesti finanziari...

Le decisioni finanziarie hanno un impatto sia su contesti della vita quotidiana «contemporanea», sia su scenari che probabilmente gli individui attraverseranno in futuro. Ad esempio, i giovani potrebbero fare oggi scelte semplici su come utilizzare i soldi a loro disposizione (mance, paghette, premi, borse di studio) che potrebbero avere importanti conseguenze finanziarie nel lungo periodo (attivare un Pip appena si inizia a lavorare oppure no?).

... per migliorare il benessere finanziario delle singole persone e della società...

Il concetto di *financial literacy* all'interno del programma Oecd-Pisa viene definito come un costrutto riferito a una dimensione personale, diverso da quello di *literacy* «economica», che include invece tematiche più ampie come le teorie della domanda e dell'offerta o la struttura dei mercati. Esso riguarda il modo in cui gli individui capiscono, gestiscono e pianificano i loro affari finanziari e anche quelli delle loro unità domestiche (che nella gran parte dei casi corrispondono alle loro famiglie di origine). Ma secondo l'Oecd una buona comprensione, gestione e pianificazione delle finanze individuali hanno un impatto positivo altresì sul livello collettivo, contribuendo quindi a migliorare la stabilità, la produttività e lo sviluppo nazionale e internazionale.

... e consentire la partecipazione alla vita economica...

Come in altre forme di *literacy*, secondo Oecd-Pisa la definizione di *financial literacy* implica l'importanza del ruolo degli individui come persone dotate di un pensiero riflessivo, membri impegnati nella società in cui vivono. Come già detto nel primo paragrafo, individui con un alto livello di conoscenze finanziarie sono meglio equipaggiati per attuare decisioni che siano utili per sé stessi e per supportare e criticare costruttivamente il mondo economico in cui vivono.

1.4. L'impegno di First Cisl e Fondazione Fiba per la *financial literacy*

All'interno dello scenario sopra descritto, First Cisl e Fondazione Fiba si impegnano da anni in una serie di interventi in tema di educazione al risparmio e all'investimento con azioni di ricerca, divulgazione e formazione, impegno che rappresenta l'espressione di una forte volontà di sostenere una riflessione approfondita sul ruolo della responsabilità sociale d'impresa.

Una descrizione più dettagliata di queste diverse proposte e delle motivazioni sottostanti è già stata fornita nell'e-book *AdessoBanca!*, sul sito www.adessobanca.it e, in sintesi, nell'omonimo manifesto, riportato nell'Allegato 2 del presente contributo. Ci limitiamo qui a sottolineare, tra le idee avanzate, l'ampia enfasi data all'educazione finanziaria unita alla proposta di un «Obbligo per le banche di approntare specifiche offerte formative per migliorare le competenze finanziarie dei clienti». La proposta si basa sull'idea di un patto forte di collaborazione tra risparmiatori e dipendenti di banca, in quanto entrambi cittadini portatori di interessi comuni: il lavoratore bancario-cittadino si preoccupa, in quest'ottica, del benessere del risparmiatore che è anche con-cittadino. Il recupero della reputazione sociale del settore bancario si fonda anche su questo patto.

A partire dal manifesto fino alla più recente tavola rotonda del 20 ottobre 2021 «Educazione finanziaria d'impresa: la tutela dei risparmiatori», l'impegno di First Cisl e Fondazione Fiba in Italia si differenzia significativamente rispetto alle numerose iniziative esistenti sul territorio nazionale rilevate da indagini precedenti (Rinaldi 2020; Rinaldi, Refrigeri, 2021) per un tratto distintivo: una particolare attenzione al ruolo degli intermediari finanziari come possibili agenti di cambiamento e promotori di processi di educazione finanziaria volti a favorire il benessere del risparmiatore. Tale aspetto è stato toccato di recente anche dal Governatore Ignazio Visco (2020) che ha richiamato proprio gli intermediari finanziari al rispetto, non solo formale, della normativa e dei doveri di correttezza e trasparenza.

Per indagare meglio il ruolo delle competenze finanziarie nel rapporto tra risparmiatori e dipendenti bancari, e le difficoltà che i dipendenti bancari sperimentano nella conciliazione tra interessi della banca e quelli dei clienti, First Cisl e la Fondazione Fiba hanno deciso di promuovere nel 2022 una ricerca che sarà descritta nei capitoli successivi.

2. IL DISEGNO DELLA RICERCA

di Federica Fortunato

2.1. Fasi della ricerca

Nel gennaio del 2022 First Cisl ha promosso un progetto di ricerca articolato in più fasi a partire dal modello di *ricerca-intervento*¹ (tavola 2.1). Questo è un particolare tipo di ricerca il cui obiettivo è quello di conseguire cambiamenti socialmente rilevanti attraverso un alto grado di collaborazione tra ricercatori e utenti-partecipanti (nel nostro caso, per «utenti-partecipanti» si intendono soprattutto i bancari).

Nello specifico, le fasi del progetto sono state: 1. rassegna della letteratura scientifica; 2. costruzione del gruppo di lavoro e definizione del focus della ricerca; 3. realizzazione di un'indagine qualitativa sociologica tramite interviste semi-strutturate; 4. elaborazione del rapporto di ricerca e discussione con il gruppo di lavoro; 5. pubblicazione dei risultati principali in un e-book. Si riporta di seguito una descrizione sintetica delle diverse fasi.

Fase 1. Rassegna della letteratura scientifica

La rassegna della letteratura scientifica si è concentrata soprattutto sulle pubblicazioni inerenti alle competenze finanziarie degli italiani, i processi di socializzazione e di educazione finanziaria, gli studi sul ruolo degli intermediari finanziari.

Fase 2. Costruzione del gruppo di lavoro e definizione del focus della ricerca

Il gruppo di lavoro che ha realizzato il presente studio è stato costituito da 5 rappresentanti di First Cisl, 1 responsabile scientifico

¹ Il progetto, tuttavia, non si configura con un modello puro di ricerca-intervento, ma si ispira a esso nel coinvolgimento attivo dei bancari ed ex bancari e dei rappresentanti dei sindacati in diverse fasi della ricerca.

Tavola 2.1. Cosa è la ricerca-intervento

La ricerca intervento

La ricerca-intervento è un particolare tipo di ricerca, il cui obiettivo è quello di conseguire cambiamenti socialmente rilevanti attraverso un alto grado di collaborazione tra ricercatori e utenti-partecipanti.

La ricerca deve quindi partire da:

- l'identificazione e la definizione operativa di problemi;
- successivamente deve avvenire la raccolta dei dati che permette di determinare gli obiettivi dell'intervento;
- gli obiettivi vengono tradotti in strategie o programmi d'azione nel gruppo;
- infine, avviene la valutazione degli effetti o dei risultati ottenuti dai programmi di intervento.

Nel modello classico di Cunningham (1976) lo schema procedurale della ricerca intervento è così articolato:

1. Sviluppo del gruppo di lavoro: discussione del problema all'interno del gruppo motivato al cambiamento, costituzione del gruppo di ricerca-intervento, precisazione di mete comuni.

2. Ricerca: formulazione delle ipotesi, determinazione del modo in cui raccogliere le informazioni e da chi, raccolta dei dati, analisi dei dati, presentazione del rapporto sulla ricerca agli altri membri dell'organizzazione o della comunità, ipotesi di intervento.

3. Intervento: pianificazione di un intervento collegato agli obiettivi e ai risultati della ricerca, organizzazione dell'intervento per stabilire risorse, mansioni, responsabilità, e scadenze di verifica, attuazione del progetto.

della ricerca, 2 ricercatori senior.² Il gruppo è stato coinvolto in un incontro («1° incontro di ricerca») finalizzato all'individuazione dei temi chiave da approfondire nel corso della ricerca. Durante la riunione (durata circa 2 ore), sono stati esplorati diversi temi relativi al rapporto dipendenti-risparmiatori, alle criticità di tale rapporto e ai processi di educazione finanziaria. Al termine dell'incontro, sono stati individuati 4 temi chiave:

- la rilevanza delle competenze finanziarie del cliente nel lavoro del dipendente bancario;
- il ruolo del dipendente di banca come educatore finanziario;
- le opinioni dei risparmiatori sui propri percorsi di educazione finanziaria;

² Nello specifico, il gruppo di lavoro era composto da: Federica Fortunato (ricercatore), Corrado Giani, Paolo Grignaschi, Domenico Iodice, Emanuela E. Rinaldi (Responsabile Scientifico), Andrea Scaglioni, Giovanni Sentimenti, Marcolina Sguotti (ricercatore) (cfr. Allegato 3).

- le opinioni sulla responsabilità sociale della banca nella tutela del risparmio.

Come è noto, il processo di socializzazione finanziaria³ coinvolge sia aspetti formalizzati sia aspetti non intenzionali di cui l'individuo non è sempre consapevole. Pertanto, al fine di approfondire i temi chiave con gli intervistati indagando anche le loro emozioni, preoccupazioni, contraddizioni, si è scelto con il gruppo di lavoro di procedere con una ricerca di tipo qualitativo. Occorre specificare che la ricerca quantitativa e quella qualitativa rappresentano due metodi complementari, che possono essere associati nelle indagini per ottenere risultati che siano al contempo dettagliati e approfonditi. Semplificando, i dati quantitativi forniscono le cifre che mostrano i punti generali di un fenomeno, mentre i dati qualitativi forniscono i dettagli e gli approfondimenti necessari per capirne a pieno alcune sfumature. In particolare, le ricerche di tipo qualitativo raccolgono quelle informazioni che tentano di «descrivere», in modo approfondito (cogliendo anche impressioni, emozioni, eventuali contraddizioni, linguaggio para-verbale) un argomento più che «misurarlo». Un'indagine qualitativa è meno strutturata di una quantitativa, ma mira ad andare più in profondità nell'argomento per raccogliere informazioni relative alle motivazioni, al pensiero e agli atteggiamenti delle persone intervistate. Tutto questo da una parte fornisce una comprensione profonda delle domande della ricerca, ma dall'altra può rendere più difficile la generalizzazione dei risultati (Cardano 2011; Amato 2012). Tuttavia, visto il tema ancora poco esplorato del rapporto tra dipendenti e risparmiatori nella cornice dell'educazione finanziaria, sebbene esistano interessanti contributi sul rapporto tra dipendenti e risparmiatori (es. Ferrari et al. 2019; Lozza et al.

³ Per socializzazione finanziaria si intende il processo che concorre – attivamente o passivamente, a livello formale e informale – all'inserimento dell'individuo nell'ambiente finanziario in cui vive e alla formazione della sua personalità avente rilevanza diretta nella sfera finanziaria, ovvero nella sfera di raccolta, utilizzo e allocazione del denaro (Rinaldi 2015). Attraverso la socializzazione finanziaria, in pratica, gli individui interiorizzano – sin dall'infanzia e nel corso di tutta la loro vita, in modo consapevole e inconsapevole – informazioni, valori, motivazioni, orientamenti e competenze che permettono loro di interagire nel sistema finanziario della società in cui crescono e che sono funzionali a strutturare le capacità di svolgimento di futuri ruoli finanziari adulti. Per approfondimenti: Sherraden 2013, Xiao e O'Neill 2016.

2022), al gruppo di lavoro è parsa la scelta più opportuna come metodo di lavoro, rimandando eventualmente in futuro un'analisi di tipo quantitativo per testare le ipotesi o le opinioni emerse in questa prima fase.

Fase 3. Realizzazione dell'indagine qualitativa

In funzione delle aree di interesse e di intervento emerse, si è proceduto alla definizione delle due tracce di intervista semi-strutturata, una per i «dipendenti bancari» e una per i «risparmiatori», sottoposte all'approvazione del gruppo di lavoro.

Contemporaneamente si è individuato un panel di 20 intervistati, suddiviso equamente tra risparmiatori e dipendenti bancari, per iniziare a prendere contatto e formalizzare la richiesta di collaborazione alla ricerca. Le tracce d'intervista, particolarmente articolate in termini di numero di domande, hanno previsto numerosi rilanci per approfondire a livello qualitativo i diversi temi di ambito finanziario individuati.⁴ Lo studio è stato condotto attraverso interviste semi-strutturate svolte dai ricercatori *senior*. Ulteriori dettagli sono forniti nel presente capitolo al paragrafo 2.2.

Fase 4. Elaborazione del rapporto di ricerca e discussione con il gruppo di lavoro

Le interviste sono state analizzate sul piano dei contenuti attraverso un approccio di analisi induttiva (*grounded theory*). Le indicazioni raccolte sono state successivamente discusse con il gruppo di lavoro, in un incontro («2° incontro di ricerca») al fine di individuare le aree prioritarie di intervento.

Fase 5. Pubblicazione dei risultati principali in un e-book

Una sintesi delle indicazioni emerse nelle fasi precedenti sono state elaborate per iscritto in un rapporto di ricerca, sintetizzato all'interno del presente contributo.

Nei paragrafi seguenti verranno descritti in modo dettagliato il metodo, il campione e le analisi condotte sulle informazioni raccolte.

⁴ Si pensi in particolare agli ultimi numeri di riviste *Autonomie Locali* (2018, fascicolo 2, - es Romito 2018), dedicati alla finanziarizzazione della società e al rapporto con il denaro delle persone, ma anche al *Qualitative Research in Financial Markets*.

2.2. Il metodo

L'indagine di tipo sociologico che ha coinvolto dipendenti e risparmiatori, come anticipato, si è basata su un metodo qualitativo e ha previsto la realizzazione di 20 interviste con traccia semi-strutturata, su un campione di dipendenti bancari e clienti di banca. Le tracce delle interviste sono state diverse per dipendenti e risparmiatori. Illustriamo brevemente i temi chiave trattati dalle 2 tracce, che verranno poi commentati nei capitoli dedicati all'analisi dei risultati.

I temi sottoposti agli operatori di banca sono i seguenti (Tavola 2.2).

Tavola 2.2. Principali temi-chiave della traccia di intervista per dipendenti bancari

Dipendenti bancari

- Opinioni sui servizi di educazione finanziaria in essere e futuri (osservazioni su punti critici, punti di forza, proposte);
 - Opinioni sul tema: «Il cliente esigente fa il fornitore corretto»;
 - Opinioni sul tema: «Il dipendente bancario come educatore finanziario»;
 - Opinioni sul questionario MiFid (pro e contro);
 - Opinioni sul tema del conflitto di interesse tra banca e risparmiatori;
 - Opinioni sul tema della responsabilità sociale della banca.
-

Quelli per i risparmiatori sono invece illustrati in Tavola 3.

Tavola 2.3. Principali temi-chiave della traccia di intervista per i risparmiatori

Risparmiatori

- Pratiche di fruizione dei servizi bancari;
 - Modalità di raccolta delle informazioni in ambito finanziario;
 - Rapporto con i dipendenti/consulenti della banca (attuale e ideale);
 - Percezione del rapporto fiduciario con la banca e con il consulente bancario;
 - Opinioni e *desiderata* sui servizi di educazione finanziaria;
 - Approfondimento sulla percezione del proprio consulente bancario nel ruolo di educatore finanziario;
 - Opinioni sul questionario MiFid;
 - Opinioni sul tema della responsabilità sociale della banca.
-

Il campione e le interviste

Il campione coinvolto – conformemente alle indicazioni relative al metodo qualitativo della ricerca sociale (Corbetta 1999) – è stato volutamente definito con la massima eterogeneità rispetto a variabili quali età, genere, residenza (nord, centro e sud Italia), livello di istruzione, pur non essendo rappresentativo della distribuzione a livello nazionale. Le caratteristiche sociodemografiche del campione sono quelle indicate in Tavola 2.4 e 2.5. I requisiti per poter rientrare nel campione dei risparmiatori erano: 1) avere un conto in una banca con sede/filiale fisica; 2) aver terminato gli studi ed essere entrati nel mondo del lavoro per la fascia di età 18/35. I risparmiatori erano clienti di banche diverse. I dipendenti provenivano da banche di diversa categoria e dimensione, comprese le Banche di Credito Cooperativo.

Tavola 2.4. Campione risparmiatori intervistati. Valori assoluti⁵

	Maschi	Femmine
Classe d'età		
18-35 anni	2	2
36-55 anni	2	2
56 anni e più	1	1
<i>Totale</i>	<i>5</i>	<i>5</i>

Tabella 2.5 Campione dipendenti bancari intervistati. Valori assoluti⁶

	Maschi	Femmine
Classe d'età		
18-35 anni	2	2
36-55 anni	2	2
56 anni e più	1	1
<i>Totale</i>	<i>5</i>	<i>5</i>

⁵ Maggiori informazioni sui risparmiatori sono contenute nell'Allegato 1.

⁶ Maggiori informazioni sui dipendenti sono contenute nell'Allegato 1.

I nominativi sono stati forniti dal gruppo di lavoro allargato oppure tramite rete di contatti dei membri del gruppo di ricerca (*snowball technique*). Dopo l'iniziale contatto e la formalizzazione della richiesta di collaborazione, si è proceduto alle interviste, realizzate tra l'1 e il 26 febbraio 2022, un periodo caratterizzato dal persistere della pandemia da Covid-19; nello scenario del fronteggiamento dell'emergenza sanitaria, è stato ritenuto opportuno condurre le interviste telefonicamente. Le interviste sono state audio registrate, salvo quando l'intervistato ha preferito diversamente, e trascritte sinteticamente. Le tracce d'intervista, particolarmente articolate (la durata media è di circa 35 minuti, più brevi quelle dei risparmiatori, più lunghe quelle dei dipendenti) hanno previsto numerosi rilanci per approfondire i diversi temi in ottica prettamente qualitativa, in linea con alcuni recenti studi sui processi di socializzazione finanziaria degli individui.

Le interviste e l'analisi dei risultati

Durante il periodo di svolgimento delle interviste, i ricercatori hanno condiviso momenti di *debriefing* (sessioni interpretative di pre-analisi dei risultati emersi) per l'individuazione dei concetti più frequentemente emersi e per l'approfondimento degli stessi. I testi prodotti sono stati analizzati sul piano dei contenuti attraverso un «approccio tematico aperto», ispirato all'impostazione di analisi induttiva della *grounded theory* (Strauss, Glaser 2009). In seguito, ci si è avvalsi del programma NVivo⁷ per raccogliere ulteriori dettagli sia attraverso la *content analysis* sia con l'*analisi delle co-occorrenze*. L'ultima fase ha permesso la costruzione di una matrice Swot (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

⁷ Nvivo è un software professionale utilizzato in ricerca qualitativa per individuare schemi logici nei testi che vengono elaborati attraverso l'individuazione di *trend, pattern* e tratti salienti. Attraverso delle «queries» (delle interrogazioni) indicate dal ricercatore è possibile creare dei cluster o delle categorie da dati non strutturati e altresì, attraverso la *occurrence analysis*, individuare quelle parole che emergono correlate con maggiore frequenza a livello lessicale. Sono state condotte tali analisi sia sulle interviste ai dipendenti di banca sia su quelle dei risparmiatori per l'individuazione delle parole chiave e per definire i dati di partenza della *swot analysis* (condotta, al contrario, manualmente dai ricercatori).

Elaborazione del rapporto di ricerca

I risultati sono stati elaborati e discussi con il gruppo di lavoro al fine di individuare le aree prioritarie di intervento. In seguito, il materiale finale è stato rielaborato in forma di report e riportato, in forma sintetica, nel presente saggio.

3. I RISULTATI: L'OPINIONE DEI DIPENDENTI¹

di Federica Fortunato ed Emanuela E. Rinaldi

3.1. Educazione finanziaria: questa sconosciuta

Il primo degli aspetti approfonditi nelle interviste con i dipendenti di banca è stato il livello di competenze finanziarie dei loro clienti. Si è chiesta loro una valutazione del livello di competenze medie, opinioni sul modo ottimale per proporre percorsi e risorse di educazione finanziaria e sui percorsi già in essere. Il quadro che emerge sulle competenze medie dei risparmiatori – dalle loro parole – è generalmente basso seppur in lieve miglioramento, specialmente per i più giovani, in linea con i risultati degli studi di settore (Oecd 2020; Consob 2021).

Tutti concordano sull'utilità di una diffusione più capillare di percorsi e strumenti di educazione finanziaria e di un potenziamento a livello «politico» di iniziative per aumentare la consapevolezza dei risparmiatori in merito agli investimenti che intendono fare. Infatti, ad oggi, spesso il consulente bancario deve farsi carico dell'alfabetizzazione finanziaria prima ancora di essere educatore e consulente.

Le parole di un dipendente, in finanza da circa vent'anni, delineano un quadro di riferimento di «ignoranza diffusa» confermato anche da tutti gli altri intervistati.

¹ Nel presente saggio, si intendono per «dipendenti» e «risparmiatori» le persone di entrambi i sessi (e quindi anche «le dipendenti» e «le risparmiatrici»). Come fatto in altri studi (es: Linciano, Soccorso 2017), e dalla Banca di Italia (es: *L'alfabetizzazione finanziaria degli italiani*, D'Alessio et al. 2020) la scelta di declinare il termine «dipendenti» o «risparmiatori» per riferirsi a donne e uomini non intende sottostimare le importanti differenze di genere che caratterizzano i percorsi di socializzazione finanziaria (indicate anche nel paragrafo 1.1), ma è legata piuttosto alla necessità di non appesantire la lettura del presente saggio. Lo stesso vale per il termine «ricercatore».

[Sulla proposta di introduzione di percorsi e strumenti]² Sicuramente è una cosa che va fatta. Partendo dal mio lavoro di consulenza, devo spiegare ai clienti perché gli investimenti vengono fatti in un certo modo, perché devono ragionare per obiettivi di investimento, per obiettivi familiari. Qualcosa c'è già [riferendosi ai percorsi e agli strumenti al momento già in essere]. Va sicuramente affrontato in modo serio, anche a livello politico. Ci troviamo di fronte a «un'ignoranza» finanziaria ed economica della stragrande maggioranza delle famiglie, che poi rischia di far fare loro delle scelte scellerate (D1).

Alle sue parole fanno eco quelle di una collega:

Sono d'accordo perché questo tipo di percorsi non è molto diffuso. A volte mi interfaccio con clienti non più giovani a cui mancano le nozioni di base. Arrivare in banca con una conoscenza di base potrebbe aiutarli nelle scelte finanziarie. So di alcuni istituti che hanno già da diversi anni avviato un'attività del genere, corsi che partono dalle medie o dalle superiori per trasmettere loro concetti di base come il risparmio e l'indebitamento. È giusto che fin da piccoli ci sia questa consapevolezza finanziaria per essere più autonomi anche durante l'adolescenza (D10).

Nella sua risposta, questo intervistato sottolinea l'importanza di corsi di educazione finanziaria precoci, perché il risparmiatore maggiorenne sviluppi insieme al bancario e nel sistema bancario in cui si muovono una reale *capability* (Sherraden 2013; Rinaldi 2015). L'importanza di colmare il «vuoto» di conoscenze finanziarie nei percorsi tradizionali di istruzione risulta in modo evidente da altre interviste:

Penso che l'educazione finanziaria sia fondamentale per i clienti. Diciamo che questo argomento lo dovrebbero insegnare nelle scuole dato che, come noi vediamo quotidianamente, la clientela è molto poco informata. Probabilmente c'è una carenza da qualche parte (D7).

È un tema che bisogna sicuramente sviluppare. I clienti della nostra banca hanno un livello di cultura finanziaria medio basso, per cui l'idea di sviluppare progetti che possano aumentarne le competenze è un modo per renderli più consapevoli delle scelte che fanno, dei loro investimenti (D2).

² In tutto il capitolo 3 e nel capitolo 4, all'interno dei testi di trascrizione delle interviste, sono riportate *in corsivo* le domande del ricercatore. Tra parentesi quadre, invece, sono riportate delle locuzioni che agevolano la comprensione del testo.

Alcuni corsi esistenti vengono valutati dai dipendenti come troppo specifici e rivolti a consumatori già piuttosto informati, rispetto alla clientela generale che invece avrebbe bisogno di interventi più generici.

Negli ultimi due anni noi abbiamo cominciato ad offrire convegni a cui partecipano sia la clientela sia il personale di banca. Ma vertono su temi molto specifici: ad esempio l'economia dell'Est europeo. Sono percorsi pensati soprattutto per una clientela depositante, che ha un certo quantitativo di investimenti. A mio avviso, questi incontri andrebbero estesi alla clientela media, perché spesso le persone con più disponibilità sono quelle che si interessano già in maniera autonoma di certi investimenti, magari hanno più banche, quindi più occasioni di formazione. Il cliente medio basso, invece, spesso è mono-banca, non ha queste stesse possibilità. Però è quello che più si affida al consulente di banca. Spesso si affida proprio perché non ha le conoscenze per fare un certo tipo di scelta (D2).

Ad oggi, ammette, non esiste un sistema informatizzato che permetta di identificare dei target specifici: l'invito a meeting o convegni è lasciato alla libera iniziativa del consulente bancario, che contatta e invita i clienti che ritiene potrebbero nutrire interesse per il tema. Inoltre, a volte, i giovani consulenti vengono «gettati nell'arena senza un adeguato affiancamento, perché manca il tempo».

La formazione dei clienti che si avvicinano al mondo degli investimenti per la prima volta è un valore aggiunto e dà un aiuto a noi operatori nel fare consulenza e far crescere il cliente. [...] I corsi attuali di educazione finanziaria, rivolti sia ai consulenti che alla clientela, sono un supporto utile anche per i dipendenti junior, perché spesso non c'è il tempo da parte dei senior di formare i giovani; quindi, si dovrebbe pensare a corsi puntuali rivolti ad entrambi (D3).

Vedrei come una cosa molto positiva la possibilità di allargare le competenze anche a livello dei risparmiatori, perché oggi purtroppo tutte le controversie bancarie nascono da «equivoci», in cui il cliente dice: «Ah tu me l'avevi detto ma io non avevo capito. Dovevi spiegarmi meglio». Spesso [*i clienti*] hanno competenze minime. Ben vengano anche dei percorsi formativi per la controparte. Io andrei sul base: azionario, fondi comuni, differenziazione tra obbligazioni, azioni ordinarie, Sicav estere, gestioni patrimoniali e contenuti delle Sicav. Sostanziose, ma anche finanza di base. Non farebbe male anche al consulente (D6).

Alcuni si spingono a dire che questi corsi dovrebbero essere proposti anche ai dipendenti, per aggiornarli su nuovi prodotti, processi, ricerche:

Non dovrebbe essere solo per i consumatori ma anche per i dipendenti, perché oggi non è semplice. Quello che c'è stato nel passato non basta (D9).

In pochi casi nelle banche degli intervistati sono stati organizzati degli incontri e, anche quando in essere, l'emergenza sanitaria ha scombinato i piani e non sono ancora ripartiti. È molto importante notare che solo un intervistato ha rivelato di conoscere i siti istituzionali di educazione finanziaria (edufin.it, quellocheconta.gov.it) mentre la maggior parte³ non conosce le risorse disponibili in rete. I percorsi messi a punto in passato non sembrano comunque esauritivi, perché orientati a risparmiatori con solide basi pregresse non solo di finanza, ma anche di competenze digitali:

Qualcosa è stato fatto in passato, nel senso che a volte si sono fatti dei *webinar* che noi possiamo «sponsorizzare» con i clienti, più che altro sono rivolti ai professionisti. I nostri clienti non è appunto che possano seguirli, perché il singolo, il privato non ha la minima competenza in quel settore [*e non è in grado di seguirlo*] (D4).

Interessante la proposta che è partita da una banca di proporre format televisivi per il sociale e le tv locali che trattano i concetti di base e si pongono come veri corsi di educazione finanziaria per tutti (non solo per i clienti).

Noi stiamo facendo dei format televisivi che distribuiamo sui social e sui canali delle tv locali, sono rivolti a tutti e stanno avendo un buon riscontro. Affrontano i concetti di base della finanza per poi proporre prodotti e servizi che una banca può offrire in termini generali; quindi, non sono legati specificamente al nostro istituto (D10).

³ Si tenga presente che il nostro è un campione di una ricerca qualitativa di soli 20 individui, pertanto, i termini «maggioranza» o «minoranza» vanno letti ricordando che non si tratta di indicazioni di tipo quantitativo, ma piuttosto di informazioni che suggeriscono ulteriori approfondimenti in futuro.

3.2. Percorsi e strumenti per l'educazione finanziaria

Quale potrebbe essere il modo ottimale di proporre dei percorsi e degli strumenti per educare i risparmiatori alla finanza? Su quali contenuti si potrebbe puntare e sulla base di quali caratteristiche si potrebbero differenziare i target a cui sono destinati? C'è chi partirebbe con la proposta di corsi di base, semplici, destinati alla clientela più anziana e meno acculturata, per rispondere anche al *digital divide* tra gli utenti dei servizi bancari.

Oggi spesso le persone non sanno cosa scegliere per paura e perché non conoscono. Ci vorrebbero interventi sui prodotti base. Magari sulle persone dai 60 in su, con poca istruzione. Il nostro istituto è piccolo, tra i nostri clienti abbiamo tanti contadini e loro da soli non si informano e preferiscono tenere i soldi sotto il materasso. Invece con gli strumenti giusti potrebbero ottenere più risultati. Anche le persone avverse alla tecnologia che non hanno possibilità di leggere e informarsi. I ragazzi non saprei, perché comunque non hanno molti soldi da investire (D5).

Dai più giovani fino agli under 50 vanno per la maggiore i social, mentre per una clientela più adulta potrebbe essere utile predisporre eventi in presenza. Probabilmente sarebbe utile partire da concetti di base per poi passare a tutti i prodotti e servizi che una banca può offrire, portando casi pratici per rendere più comprensibile e facile l'apprendimento (D6).

Come si evince da recenti indagini condotte dal Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria⁴ il divario di genere nel livello di educazione finanziaria esiste in tutte le classi d'età: gli uomini dichiarano maggiore interesse e conoscenza dei temi finanziari, più capacità di risparmio e di propensione all'investimento delle donne.

[...] Io preferisco gli uomini a livello finanziario, perché sono un po' più appassionati di finanza; di signore o professioniste competenti non ne ho. Magari sono amiche di scuola che mi dicono «Fai te, è una cosa che non mi interessa, so cosa sono ma fai tu». La passione da parte delle donne non c'è (D6).

⁴ «Rapporto edufin 2021» di Doxa per il Comitato. Consultato da http://www.quellocheconta.gov.it/export/sites/sitopef/modules/quaderni_ricerca/Rapporto-Edufin-2021.pdf

La determinante di diversificazione di percorsi e contenuti è fondamentalmente l'età, indice non solo della situazione familiare del momento, ma soprattutto di un diverso approccio al denaro e al futuro. Nelle parole dell'intervistato qui sotto possiamo rintracciare l'incertezza di ruoli e di prospettive caratterizzante l'epoca di grande cambiamento che stiamo vivendo (Giddens 2000). Questo «interregno», secondo gli studiosi, è connotato da un ripiegamento dell'individuo su sé stesso, da un'attenzione al presente sia come mentalità da sopravvivenza («l'io minimo»), sia da un narcisismo che divora il presente (il «tutto e subito»), che gli preclude la possibilità di posporre la gratificazione in un futuro sempre più indeterminato e nebuloso (Lash 1984; Bauman 2008). La declinazione di questa incertezza la si ritrova a maggior ragione nel rapporto con il denaro:

La differenza di età crea delle grosse particolarità. I giovani oggi non hanno il concetto di risparmio che avevano i loro genitori. Non hanno proprio un concetto di risparmio. La maggior parte ha il concetto di spesa dell'immediato. Fino ai 30-35 anni, vedo che manca proprio la necessità del risparmio. C'è anche molto fatalismo sul futuro, basta pensare alla pensione: quanti ragazzi dicono «tanto io non ci andrò mai, cosa risparmio a fare?» (D1).

La fase della vita che si sta vivendo – giovani appena entrati nel mondo del lavoro, coppie che desiderano acquistare una casa o allargare la famiglia, adulti con figli in età scolare o non ancora economicamente indipendenti, giovani anziani vicini alla pensione o pensionati – è la prima delle variabili sociali che permetterebbero di stratificare i risparmiatori per fare dei corsi di educazione finanziaria a cui si aggiungono parametri che entrano in gioco in seconda istanza, come la propensione al rischio.

[*Parlando di percorsi di educazione finanziaria da costruire*] Andrebbero diversificati principalmente per età, perché la persona che inizia a lavorare, giovane, deve affrontare spese magari di crescita della famiglia, magari ha un mutuo su un immobile, ha esigenze diverse dalla persona a fine vita lavorativa, che ha una liquidazione, ha i figli sistemati che hanno meno bisogno. Ha altre esigenze. Differenzerei le informazioni proprio per età anagrafica: a partire dal piano pensione per i giovani. La nostra cultura in Italia è previdenziale e non si pensa a sufficienza al privato; invece, i giovani ne avrebbero molto bisogno (D2).

Secondo me [*prioritarie per questi interventi sono*] le persone più anziane, diciamo dai 60 anni in su, che si avvicinano alla pensione – i pensionabili – sono quelli che magari da una cattiva consulenza hanno più vertenze e rimangono più fregate, per cui bisognerebbe pensare a dei percorsi per loro (D6).

Assolutamente l'età. Nel senso che se un'informazione è rivolta a una persona anziana gliene si parla con termini un pochino più semplici e più concreti e con canali adatti, non il web per capirci. Ecco, il classico incontro che si fa di persona. Se pensassi ai nostri clienti, con certe persone sarebbe impossibile pensare di fare un *webinar* e parlare usando determinati termini, cioè, dipende ovviamente dalle persone, dal grado di cultura che hanno sempre (D4).

Interessante anche la proposta sul ruolo di segmentazione del questionario MiFid (di cui parleremo estesamente in uno dei paragrafi successivi):

I percorsi andrebbero differenziati sulla base del questionario MiFid, ogni categoria con una fascia di età particolare. Relativi a diversi argomenti, come i mutui, la raccolta di soldi da parte dei clienti (D9).

Altri propongono la differenziazione per patrimonio, livello di istruzione, stato civile, o dall'attività svolta.

Se si ha a che fare con laureati o persone competenti c'è qualcosa di più [come competenze finanziarie], però è veramente poco. Poi, ma questo è di tutta evidenza, i grossi patrimoni sono quelli dove è anche più «facile» lavorare perché non ci sono richieste di rendimento, ma di tutela del patrimonio, allora si entra in un ambito più complesso ma anche più interessante. È il piccolo risparmiatore quello che, paradossalmente, guarda di più al rendimento immediato. «Quanto mi ha reso? Quanto sto guadagnando? Io voglio guadagnare x, ma se x è impossibile voglio guadagnarlo lo stesso». Da qui parte tutto un mondo di errori comportamentali (D1).

Io differenzierei i percorsi in base al patrimonio. Anche perché non è detto che due persone laureate o due persone che fanno lo stesso lavoro hanno lo stesso patrimonio, lo stesso orizzonte temporale o le stesse esigenze. In primo luogo, lo farei per patrimonio disponibile e poi all'interno di quello farei dei *cluster* diversi. Ma sicuramente come criterio differenziante principale prenderei il patrimonio. Successivamente come criterio utilizzerei lo stato civile cioè analizzerei quella che è la famiglia di cui fa parte, quello sì... quindi se la persona in questione ha figli piccoli, medi o grandi, per-

ché poi alla fine i criteri sono quelli. Oppure se si prende cura dei genitori o quant'altro, quindi la situazione familiare; in terzo luogo, l'attività svolta perché un conto è se è lavoratore dipendente e un conto è se è un imprenditore. Quindi farei queste macrocategorie all'interno di un patrimonio di un milione di euro, per ciascuno differenzierei sia per l'attività svolta che per la situazione familiare, per cui se il patrimonio è destinato a figli che siano piccoli o medi o grandi [...] questa è la classificazione che farei (D7).

Le persone le profilerei in base alla propensione al rischio e alle loro conoscenze finanziarie e alla disponibilità del portafoglio fermo sul conto corrente. Far capire innanzitutto che prodotti a zero rischio non esistono, cercando di disabituare il cliente ad avere la garanzia del capitale e adeguarsi ai tassi di rendimento delle borse (D3).

In generale le informazioni di base in ambito finanziario sembrano ancora mancare – secondo l'opinione dei dipendenti – a larga parte dei risparmiatori.

3.3. «Il cliente esigente fa la banca corretta»

Qualcuno dice che migliorare le conoscenze finanziarie dei risparmiatori creerebbe un circolo virtuoso, in relazione al rapporto tra banche e clienti. In che modo sarebbe possibile, attraverso il miglioramento delle competenze dei clienti, generare un'alleanza tra il consulente bancario e i propri clienti? Sono molti gli aspetti positivi che vengono sottolineati dai dipendenti nel trovarsi di fronte una persona finanziariamente competente. In primo luogo, la riduzione di tempi e la possibilità di poter esercitare nella pratica il proprio ruolo di consulenza. In una parola, semplificherebbe il processo:

Se il cliente fosse formato il nostro lavoro potrebbe essere più semplice, perché spesso dobbiamo partire dalle basi per proporre alcuni strumenti semplici (D8).

Un risparmiatore consapevole – sostengono inoltre – comprenderebbe il rischio e la responsabilità dei propri investimenti e si sgombrerebbe il campo da malintesi se l'investimento non dovesse seguire il percorso che il cliente aveva idealmente costruito. Il cliente dovrebbe essere sempre esigente:

Si, il cliente deve essere esigente, curioso e chiedere per essere certo delle scelte che fa. Noi ci possiamo mettere al servizio di queste scelte, dare delle indicazioni. A volte dobbiamo saper dire dei no nelle gestioni dove ci sono delle richieste rischiose dovute a una mancata conoscenza. Io mi trovo ancora a parlare con clienti che pensano che un titolo di Stato o un Btp rendano il 4%, sono cose che risultavano vere quindici o vent'anni fa, c'è un imprinting durissimo da scalfire. Quando si compie una scelta fra quanto mi rende questa obbligazione alla cedola, ma non va a vedere chi è l'emittente, non va a vedere che tipo di rischio sta correndo, cioè questa tendenza è ancora troppo forte. Mentre ci si dovrebbe spostare sul rischio che si sta correndo e che cosa si porta a casa (D1).

Quasi tutti concordano che molto spesso i propri clienti non sono aggiornati sull'evoluzione del mercato finanziario, soprattutto quelli più anziani, che si accorgono a posteriori del tipo di investimento che hanno fatto e delegano la responsabilità delle perdite alla cattiva gestione o al cattivo consiglio del proprio consulente. Sono situazioni frequenti, che impediscono la creazione del circolo virtuoso:

Io lo apprezzo, perché il cliente formato è più impegnativo da gestire, ma spesso è il cliente che poi accetta meglio anche il percorso che faranno i suoi investimenti. All'inizio è un cliente preparato che vuole capire chi ha davanti, se ha un consulente di un certo spessore, però è anche il cliente che nel futuro poi rimane fidelizzato. Se tu dipendente della banca sei preparato può essere una cosa favorevole, perché chi hai di fronte capisce quello che gli stai dicendo e puoi dare delle informazioni più tecniche, parlare con qualcuno che capisce quello che dici e che alla fine, se investe, è cosciente di quello che sta facendo. Nella maggior parte dei casi non è così. Si spendono ore a parlare con delle persone che non capiscono e che magari fanno l'investimento però rimangono un po' col dubbio, quindi se qualcosa non va bene poi la colpa è tua. Se il cliente è cosciente, invece, fa insieme a te l'investimento e alla fine avete scelto «insieme» (D3).

In secondo luogo, il cliente esigente rappresenta una leva motivazionale per la banca e per il consulente: la necessità di essere sempre un passo avanti, sia in termini di offerta di prodotti sia di qualità della consulenza. In questo modo si attua il circolo virtuoso, in quanto vengono spronate competenza e motivazione di ambo le parti, il cui risultato è una sinergia di scelte consapevoli che mirano ad un obiettivo comune.

Sono d'accordo sul fatto che creerebbe un circolo virtuoso, perché avere davanti a sé un cliente che comprende le spiegazioni fa sì che non ci sia solo fiducia da parte del cliente, ma che poi si percorra insieme una strada. Non è solo un affidarsi ciecamente alla persona, ma essere partecipi e consapevoli della scelta. E questo è un circolo virtuoso, perché poi si evitano situazioni non positive nelle quali magari il cliente era convinto di aver fatto un certo tipo di investimento e poi si accorge di avere dell'altro nel portafoglio titoli (D2).

Sono d'accordo perché il cliente più esigente necessita di un'offerta migliore da parte nostra, qualitativamente superiore (D10).

Il cliente difficile è quello che ti dice «fai te, mi fido di te» e poi però se i risultati non ci sono, si scaglia contro di te. O ci capisce il giusto, ma si vuole sollevare da certe responsabilità e le addossa a te come consulente (D6).

Dall'ultima osservazione riportata si evidenzia che, paradossalmente, in alcuni casi il cliente difficile non è quello esigente, ma quello che delega in toto al dipendente bancario, e che alla fine poi si lamenta se il rendimento non è stato positivo.⁵

3.4. Strumenti per rendere i risparmiatori alleati della banca

A partire da questo possibile circolo virtuoso, si è poi chiesto agli intervistati quali strumenti potrebbero essere utilizzati per far diventare i risparmiatori «alleati» della banca e renderli più informati ed esigenti. Le proposte emerse spaziano da cose semplici, come partire da «un po' di cultura, di storia finanziaria», alla necessità di

⁵ Peraltro, questo tipo di atteggiamento di «eccesso di delega» o «eccesso di fiducia» può essere elemento facilitante di pratiche scorrette come quelle di *churning*. In finanza, con questo termine si indica una «pratica perseguita da un broker finanziario, consistente in un flusso eccessivo di transazioni attive e passive nel portafoglio titoli del cliente, senza vantaggio per quest'ultimo ma al solo scopo di generare alti costi commissionali a suo carico. In molti Paesi, tra cui l'Italia, il *churning* è considerato illegale e non conforme al codice etico che regola l'operato degli intermediari finanziari. Questo fenomeno si può verificare solo quando il broker è in grado di effettuare direttamente le operazioni di investimento da parte del cliente, attraverso un accordo scritto formale. Una prova della pratica di *churning* può essere data da frequenti operazioni di compravendita di titoli, non giustificate dalla tipologia e dagli obiettivi di investimento del cliente» (fonte: www.truccani.it).

rinforzare il questionario MiFid, all'organizzazione di eventi tematici – in presenza o da remoto – fino alla proposta di veri e propri format televisivi informativi.

Un consulente bancario evidenzia come la «buona volontà deve esserci a tutti i livelli». Per quanto numerosi o ben pensati, gli strumenti che possono essere messi a disposizione non riescono a raggiungere la piena efficacia se a livello di istruzione non si introducono dei percorsi di alfabetizzazione finanziaria sin dall'infanzia perché il risparmiatore abbia già una minima competenza di partenza.

La banca può fare degli incontri coi clienti, dei forum, invitare degli esperti, fare delle serate, creare dei percorsi di educazione finanziaria. Non può però sostituirsi a un'educazione finanziaria un po' più approfondita che dovrebbe partire già dai percorsi scolastici non dico elementari e medie, però già lì si può lavorare sul concetto di denaro. Però, sicuramente, alle superiori dovrebbe essere una materia di studio, perché altrimenti poi ci troviamo veramente di fronte ad «un'ignoranza diffusa». E il risparmio è un elemento che fa parte della vita delle famiglie, di tutti (D1).

Interessanti anche altri temi messi a fuoco in alcune interviste, come quello di parlare dei prodotti vecchi e nuovi (e delle loro differenze), della sfiducia, e di come il rapporto di collaborazione banca-risparmiatore dovrebbe partire da un impegno reciproco:

Bisognerebbe fare cultura finanziaria anche sul passato, perché molti faticano a capire, parlando di investimenti, come si è arrivati al mondo finanziario presente. Quando sono entrata io era il mondo, specialmente in Italia, del «bottismo» [*bot*]. E poi agirei anche sulla sfiducia che c'è verso il sistema, perché ovviamente c'è. Le persone, non capendo bene la materia, non si fidano, non sono convinte di avvicinarsi a quel mondo. Anche le persone dovrebbero avere un po' di conoscenza della materia, dovrebbero studiare, non dipende solo dalla banca (D3).

Il dipendente di banca come educatore finanziario

Il rapporto Consob indica che nel 2021, rispetto agli anni precedenti, è aumentata la quota di investitori che si affida a un professionista (28% a fronte del 17% nel 2019), sebbene l'*informal advice* rimanga lo stile più diffuso (37% - Consob 2021). Questa esigenza si pone in rottura con il trend che era seguito ai disastri finanziari degli ultimi anni, in cui si evidenziava una perdita di fiducia nei confronti della banca in quanto istituzione.

Anche dalle parole dei nostri intervistati si evince la difficoltà vissuta dai consulenti bancari per riuscire faticosamente a recuperare il proprio status:

Un tempo eravamo visti veramente come consulenti e quindi davamo un valore aggiunto alla nostra clientela. Poi abbiamo vissuto, come si sa benissimo, dei periodi molto bui per diverse operazioni che sono state fatte... La storia delle banche, di Banca Etruria, delle difficoltà del Monte dei Paschi, per quanto riguarda la Toscana, diciamo che c'è stato un allontanamento e/o non considerarci più alleati (D3).

Accanto al rapporto di consulenza, il bancario può avere l'opportunità di porsi a pieno titolo come educatore finanziario perché manca una figura deputata a questo ruolo: in genere è la famiglia o in pochi casi la scuola ad occuparsi di trasmettere le principali nozioni finanziarie ai giovani, perché non esiste un agente di educazione finanziaria istituzionale (nel nostro Paese – Rinaldi 2015; Refrigeri et al. 2020). Eppure, diversi studi (es: Nicolini, Cude 2022) hanno dimostrato che esiste una correlazione positiva tra *financial literacy* e benessere finanziario, il quale a sua volta è positivamente correlato ad un minor livello di *financial concerns*, ossia quelle emozioni come la paura e l'ansia, che l'individuo sperimenta quando il suo status finanziario non è buono. In virtù della sua posizione di intermediazione tra il risparmiatore e la banca, tale ruolo potrebbe essere svolto, anche secondo i nostri intervistati, proprio dal bancario. Da un lato il dipendente rappresenta la banca stessa agli occhi del risparmiatore in quanto a livello pratico è lui a mantenere il rapporto coi clienti, dall'altro la sua professionalità gli permette di tutelare il risparmio e in questo si esplicita la sua etica.

Lo considero proprio il primo mattone della finanza, prima di orientare un cliente verso un certo tipo di mercato o di prodotto, il nostro ruolo dovrebbe essere di educazione e approccio... «la pietra miliare». A me dà soddisfazione e viene molto apprezzato. Prima io spiego proprio la finanza, poi magari vendo, io prima faccio conoscere. Da parte della clientela viene molto apprezzato, crea «fiducia» (D6).

Lo è, in definitiva, perché riveste un ruolo che non è coperto da nessun altro, a parte l'autoformazione da internet e Google. Per fortuna i clienti si affidano ancora a noi (D8).

Secondo me c'è una sorta di fidelizzazione che il cliente fa con il dipendente e io ho fatto sempre così nelle filiali, che sono molto piccole. Magari è un cliente fidelizzato, viene spesso, e se c'è il rapporto, lui sa che se gli do un consiglio o gli faccio la proposta, gliela fai in un certo modo perché conosci le sue esigenze (D5).

La fiducia è data dal rapporto che il cliente ha con il consulente bancario: spesso, soprattutto nelle piccole realtà, prima di conoscere il risparmiatore in quanto tale, lo si conosce all'interno della comunità, e questo fattore gioca a favore soprattutto delle banche fortemente territoriali, vicine alla cittadinanza e sensibili ai bisogni e alle problematiche locali.

[...] Perché alla base comunque c'è sempre la fiducia personale. Nelle piccole realtà come la nostra chi hai di fronte è ancora fondamentale, così come il rapporto umano e la conoscenza della persona con cui stai parlando. Conosci sempre la persona prima, non dal punto di vista finanziario, ma la conosci perché ha un'attività, o perché lavora vicino a te comunque non è la prima volta che la vedi, quindi c'è un rapporto di fiducia instaurato tra te e lei e fondamentalmente si fida di quello che le dici (D4).

Posizione scomoda o privilegiata?

Uno dei temi centrali emersi dalla riunione con il gruppo di lavoro è il ruolo della banca come impresa commerciale, il cui obiettivo è quello di sviluppare la rete di vendita e di collocare i propri prodotti. Tuttavia, i prodotti/servizi finanziari sono diversi da quelli degli altri settori, perché l'oggetto della tutela è il risparmio. Il problema dell'intermediario bancario è quello di trovarsi esattamente nel mezzo: fa «da parafulmine» – per riprendere le espressioni usate da più componenti del gruppo di lavoro e degli intervistati – rispetto agli obiettivi della legge, che sono quelli di tutelare i risparmiatori facendo loro una consulenza ampia e le esigenze dell'impresa commerciale, che è quella di massimizzare i profitti attraverso la vendita. Vi sono molti aspetti che devono essere affrontati relativi a questo contrasto. Dal punto di vista interno, ad esempio, è necessario parlare della responsabilità dei dipendenti rispetto alla legge, che li porta ad essere esposti a sanzioni penali, disciplinari, patrimoniali. Per tale motivo occorrerebbe mettere a matrice comune questi interventi normativi coinvolgendo i lavoratori, che sono la prima forma di tutela del risparmio. Ciò va fatto soprattutto, secon-

do gli intervistati, attraverso la negoziazione collettiva, anche se con grande difficoltà. I risparmiatori dovrebbero diventare dei veri alleati dei consulenti.

Riuscire a fare educazione finanziaria in maniera chiara, semplice, partendo dai ragazzi, ma andando in ogni ambiente, è un modo per avvicinare in un fronte comune risparmiatori e lavoratori come difensori di un'idea di banca che oggi non c'è (D1).

Per scavare ulteriormente nelle dinamiche che possono influire sul rapporto con i risparmiatori per divenire promotori di educazione finanziaria, abbiamo chiesto ai dipendenti in che modo potrebbero svolgere il ruolo di educatore finanziario con il risparmiatore e rispettare allo stesso tempo gli obiettivi della banca. Il tema del conflitto di interesse è emerso in molte risposte, ma quasi sempre parlando di esperienze vicarie, di colleghi o di altre realtà.

Una delle facilitazioni che permettono al consulente bancario di rispettare il suo impegno etico con i clienti è in funzione all'ampiezza dei prodotti:

Nella mia banca, da questo punto di vista, siamo fortunati perché abbiamo la possibilità di offrire al cliente un ventaglio di proposte veramente molto vasto e la banca non ci spinge a proporre dei prodotti piuttosto che altri. Ci sono prodotti che hanno caratteristiche comuni, ma magari investono su mercati differenti e ricoprono le classi di rischio dalla 2 alla 6 per cui adatti per qualsiasi tipo di cliente. Questo ci permette di essere anche un po' educatori finanziari, nel senso che l'obiettivo è proprio quello, un passo alla volta, di far ragionare il cliente e portarlo a dirci lui di che cosa necessita. Noi diciamo sempre che ogni prodotto ha in sé un rischio. Non esiste il rischio zero. E questo è fare educazione. Ho in mente colleghi di altre realtà dove magari essendoci più una certa pressione verso certi tipi di prodotto fanno più fatica a fare l'educatore finanziario, perché hanno un ventaglio ristretto (D2).

Altri, forse, in ragione della loro esperienza, sono più diretti quando parlano del conflitto di interessi: concordano che sono soprattutto gli junior che incontrano queste difficoltà ad individuare il limite oltre al quale non devono (eticamente) spingere.

Nonostante il discorso della finanza sia ripartito nelle banche, stiamo faticando a fare consulenza sul portafoglio perché siamo ancora sulla consulenza di prodotto. Nonostante il MiFid abbia molto schermato, stoppato

il discorso della consulenza per prodotto, ancora nel sistema non ci siamo e quindi sarebbe un punto da rivedere, perché ognuno cerca di vendere i prodotti di casa propria, e se hai una buona esperienza riesci a mettere d'accordo le due cose: l'esigenza della rete e mettersi nei panni del cliente. Le persone con meno esperienza, pur essendo anche molto più preparate come titolo di studio, non riescono a gestire bene l'esigenza dell'azienda senza perdere mai di vista il limite oltre il quale, comunque, devi capire le esigenze del cliente, devi soddisfarle. L'altra cosa è che c'è molta cannibalizzazione della clientela. È noto che questo sistema ha creato la tendenza a vendere prodotti un po' sforzati per la persona che ho davanti e magari poi dalle altre parti questa attenzione non c'è (D3).

Dobbiamo essere bravi noi, come consulenti, fare scendere la pressione che c'è per tutti, e poi però la conoscenza da fare. Io ormai ho più di 50 anni e non subisco la pressione, mentre i più giovani la subiscono. Il direttore commerciale della banca vede chi è terreno morbido e chi non lo è. Il futuro è dei più giovani ma loro proprio non scindono la pressione da una giusta educazione della clientela, loro sono soggiogati, ma anche quelli che hanno una posizione contrattuale forte, tipo 40-45 anni. C'è un report da fare giornalmente, ne abbiamo una marea, rispetto a come era prima, [ora la situazione] è inaudita alcuni vanno dallo psicologo, non li vedo sereni, può portare dal punto di vista finanziario a dei disastri, fino a che non ci sono delle norme che tutelano questa cosa diventa difficile (D6).

Da recenti indagini (Yildirmaz, Klein 2020) emerge come il settore finanziario sia quello in cui i lavoratori nel 93% dei casi denunciano stress a causa dell'ansia del risultato e di una eccessiva mole di lavoro. Pesa sulla loro coscienza anche l'etica, perché si vorrebbe tutelare i risparmiatori, ma spesso i lavoratori stessi ne parlano con misura, temendo ripercussioni sulla propria carriera.

3.5. Difficoltà: educazione finanziaria e soft-skill

A volte i dipendenti sostengono che è difficile insegnare determinati concetti ai clienti perché, magari, loro stessi non hanno le conoscenze o le competenze comunicative o relazionali adatte per insegnarli ad altri, specialmente ad alcuni tipi di risparmiatori – come gli anziani o i più giovani e meno istruiti – che non capiscono. È lecito a questo punto indagare sulla percezione della modalità di preparazione offerta al dipendente bancario e sulla possibilità che gli viene offerta di seguire corsi specifici per fare educazione finan-

ziaria e per avvicinarsi al risparmiatore non solo dal punto di vista finanziario.

A livello di preparazione finanziaria emergono delle criticità perché i dipendenti – che sono tenuti a frequentare dei corsi di aggiornamento con test valutativi annualmente – spesso hanno poco tempo da dedicarvi e segnalano difficoltà legate anche alla modalità con cui vengono proposti e affrontati questi percorsi:

Io sono stato molto preparato perché ho tutti gli attestati per vendere i prodotti. Quelli che faccio sono corsi obbligatori per tutte le banche, tarati sulle esigenze della banca legate alle normative vigenti. Assolutamente positivi perché permettono di essere aggiornati, è importante che abbiano giorni specifici e orari specifici non durante l'attività lavorativa, altrimenti non si è concentrati (D9).

Ci sono dei giovani non formati che sudano. Nei corsi di aggiornamento, ora poi è tutto online, non è come essere in un'aula a interagire con un professore, che ti spiega la materia e se hai un dubbio ti risponde (D3).

No, non mi sento adeguatamente preparata. Sicuramente mi piacerebbe fare dei corsi, anche se non è semplice. Farlo una volta in aula, come si facevano, ora invece tutto è in call e digitale, magari non si segue. Noi facciamo corsi di aggiornamento che sono un tot di ore annue obbligatorie ma non li segui davvero, fai solo il test e via, risposte scopiazzate. Andrebbero fatti corsi in presenza o interattivi, ma si dovrebbe fermare la filiale, noi siamo in 2 e sarebbe difficile fare il corso, anche altre filiali piccole hanno solo 3-4 dipendenti (D5).

Da queste prime risposte emerge la difficoltà di conciliare l'orario di lavoro con il tempo da dedicare ai corsi. Inoltre, i dipendenti – come i risparmiatori, d'altro canto – preferiscono la «presenza» anziché un corso «mediato». La compresenza è fondamentale per l'apprendimento, per poter avere un *feedback* immediato sulla comprensione, ma anche per ritagliarsi del tempo di concentrazione da dedicare alla propria preparazione.

La banca raramente propone ai dipendenti corsi di preparazione alla relazione e alla psicologia economica (es. finanza comportamentale, *coaching* finanziario e psicologia positiva), a parte alcuni corsi propedeutici alla vendita, e spesso i corsi sulle *soft-skill* non vengono ritenuti molto utili dai responsabili di filiale; esiste ancora la consuetudine di demandare ai consulenti senior l'affiancamento dei nuovi arrivati, per cui spesso sono le doti comunicative innate,

l'empatia, l'esperienza personale a definire la capacità relazionale dei dipendenti:

La formazione che ho ricevuto dalla mia banca non è stata né rilevante né importante e la capacità di relazionarmi con quella fascia di clientela dipende dall'operatore. Esprimersi con un linguaggio molto semplice per far in modo che il cliente capisca dipende dalla sensibilità. Io ho fatto quasi tutto da sola. In alcuni ambiti sì, sulla parte del risparmio. Vorrei che fosse approfondita anche la parte dei finanziamenti che è la seconda attività di cui ci occupiamo (D10).

Io, per l'età, sono diventata una delle persone che affianca, che fa tutoraggio ai nuovi, ma il tempo da dedicare è poco, perché magari stanno vicino a noi mentre noi dobbiamo anche comunque fare la giornata, quindi poi c'è il cliente che magari non gradisce che ci sia una terza persona. Le confermo che spesso c'è poca preparazione, vengono un po' gettati nell'arena, e si vede la differenza perché quando magari hai avuto l'opportunità di crescere una persona per 6 o 7 mesi e poi la mandano in un'altra filiale, quella è molto più sicura e indipendente (D3).

I clienti hanno diverse esigenze e appartengono a diverse generazioni quindi il nostro compito consiste nell'adattarci, sia in termini lessicali sia di contenuti. Questo è qualcosa che impariamo sul luogo di lavoro, è anche relazionale, non si trova su un manuale. Noi facciamo comunque tantissimi corsi, che sono anche obbligatori, si tratta di 60 ore annuali che sono sicuramente utili, ma non facciamo corsi specifici sull'educazione finanziaria. Poi ognuno di noi ci mette il 50% di suo. Sui temi della finanza avanzata, quindi analisi di mercato e argomenti di questo tipo (D8).

Un punto delicato, sollevato da un intervistato che in banca ci lavora da più di trent'anni, è quello delle politiche incentivanti e dello *shift* degli ultimi anni verso il settore assicurativo, che distolgono l'attenzione dalla possibilità di fare una seria educazione finanziaria nei confronti dei clienti:

Le politiche incentivanti hanno creato problemi con la clientela, frizioni, non viene mai incentivata la parte sana della finanza e questo non va bene. Quindi purtroppo ognuno tende a vendere i propri prodotti con le proprie commissioni [...] si guadagna solo su prodotti della casa madre, ormai le banche sono società assicurative. L'assicurazione *non* è il cuore della finanza, la finanza è una cosa, l'assicurazione è altro (D6).

3.6. Le difficoltà del ruolo di educatore finanziario

La mancanza di tempo si rivela una criticità anche nel ruolo di educatore finanziario e contribuisce a rendere faticoso il compito di creare la relazione con i risparmiatori, come sottolineano quasi tutti:

Si fa molta fatica. A mio avviso ci sono almeno due situazioni che creano fatica ad arrivare a questo obiettivo. Uno è il fattore tempo: come consulenti il nostro tempo è sempre meno, spesso abbiamo molti clienti da seguire in poco tempo, perché ci sono altre cose da fare che portano via tempo al dialogo col cliente. Questo rappresenta un limite, perché per spiegare certe dinamiche al cliente ci vuole tempo. Dall'altro lato, ci sono alcune tipologie di clienti che pensano che l'incontro con il consulente sia un incontro dove si fa l'operazione punto. Non pensano che prima ci sia una fase di consulenza per capire perché si fanno certe scelte e non altre. Pensano in maniera molto concreta: in 5 minuti faccio l'operazione e me ne vado. Oppure ci sono clienti che dietro il voler affidarsi alla banca celano un certo disinteresse o un non voler impegnarsi nel comprendere perché il consulente propone il tal prodotto piuttosto che un altro (D2).

Parallelamente, anche il disinteresse della materia rende il processo più difficile.

C'è anche un aspetto, soprattutto nelle persone giovani-adulte, dalle quali ti aspetteresti di discutere, di arrivare insieme a fare certe scelte, di disinteresse per la materia. Almeno finché le cose vanno bene, perché poi tutti si interessano quando le cose non vanno tanto bene. Forse ci vorrebbe maggiore impegno anche da parte loro, perché non è semplice capire certe dinamiche, però dovrebbe essere la base quando si decide di investire. Anche quando il consulente cerca di spiegare, dall'altra parte c'è un po' la fretta di voler arrivare subito alla conclusione (D1).

Se avessi a disposizione più tempo e meno responsabilità potrei dedicarmi di più ai clienti, riuscendo ad aiutarli meglio. C'è una despecializzazione, mentre invece servirebbe una specializzazione per poterli aiutare. Se c'è uno specialista solo per i finanziamenti, il risparmiatore potrebbe ricevere più attenzioni e una migliore consulenza, ad esempio (D10).

Il tema della despecializzazione torna, come aspetto critico, in più interviste:

Tendenzialmente adesso – in passato no – si cerca di assumere personale che ha conoscenze nell'ambito economico, magari senza una specifica co-

noscenza dell'ambito finanziario, però ci arriva Nella nostra struttura ormai consulenti siamo un po' tutti, perché l'obiettivo della banca è che tutti i dipendenti al front office debbano essere capaci di far tutto. Dei colleghi si lamentano di questo indirizzo, perché prima tutto era molto settorializzato, c'era chi si occupava di finanza, di crediti e chi faceva il marketing. Adesso invece tutti devono conoscere tutto, nel senso che prendi il cliente e lo gestisce a 360 gradi (D4).

3.7. Il questionario MiFid

Dal 3 settembre 2018 è entrata in vigore in Italia la direttiva 2014/65/UE MiFid II (*Markets in Financial Instruments Directive*) emanata il 3 gennaio dello stesso anno a livello europeo e volta a sostituire la precedente MiFid I e ad agire su diversi aspetti del sistema bancario. Il fine, oltre alla ridefinizione della responsabilità sociale bancaria che affronteremo nel prossimo paragrafo, è quello di aumentare la chiarezza del rapporto tra risparmiatori e intermediari attraverso una maggiore informazione sui costi dei prodotti e la coerenza tra i prodotti finanziari in base al profilo di rischio del cliente (si veda Iodice 2021).

Il questionario MiFid è per tutti i dipendenti uno strumento valido. Ciò su cui gli intervistati non concordano è il modo in cui viene compilato insieme al cliente. Spesso, come si evince anche dalle interviste ai risparmiatori, questo strumento viene aggirato, oppure compilato in maniera frettolosa, senza dedicargli i giusti tempi e la corretta attenzione. Perché?

La maggior parte dei dipendenti sostiene che, proprio per le forti lacune di *financial literacy* dei risparmiatori, il linguaggio tecnico utilizzato nel MiFid disorienta, spaventa i più inesperti o, al contrario, viene sottovalutato da chi ritiene di potersi assumere un rischio più alto di quello che viene effettivamente validato e chiede aiuto all'intermediario per compilare il questionario correttamente. Quando si parla di finanza ciò che il risparmiatore non prende in considerazione è l'intervento di euristiche che ne precludono il corretto giudizio. Parte dall'errata convinzione che la finanza sia qualcosa di oggettivo e razionale. Eppure, come sottolinea Linciano: «Il rischio non è solo un concetto matematico e statistico ma anche un costrutto psicologico: il ruolo dei fattori psicologici e delle euristiche utilizzate dagli individui possono determinare, quindi,

sia significativi disallineamenti tra la percezione soggettiva e una data misura oggettiva del rischio sia una percezione distorta della relazione rischio/rendimento» (Linciano, 2010). L'intervento di *bias* cognitivi nel processo di compilazione del questionario costa tempo e fatica aggiuntivi al consulente bancario: tempo e fatica che potrebbero essere ottimizzati se il ruolo di educatore finanziario potesse partire da solide basi condivise di finanza. Ce lo illustrano bene le parole dei nostri intervistati:

Ci sono dei «pro» nel senso che negli anni passati qualche errore è stato fatto dal sistema bancario e il fatto di settorializzare la clientela per propensione al rischio è ottimo perché permette di dare, anche se in modo incanalato, consulenza solo su alcune tipologie di prodotti. «Pro» che si lavora per la consapevolezza del cliente. L'aspetto negativo riguarda la parte burocratica, richiede tante ore e tante firme. È comunque un momento in cui si fa formazione ai clienti, si cerca di far comprendere ai clienti tutti gli aspetti del rapporto rischio/rendimenti dei prodotti sottoscritti (D8).

I «pro» ci sono tutti, però va fatto bene. Il questionario MiFid va spiegato al cliente, va fatto insieme al cliente e non deve essere fatto in fretta, diciamo «metta una firma qui». Ma tante volte so che viene fatto così. Questo è uno strumento a tutela del cliente ma tutela anche il consulente, che può dare un punto di vista perché ha già un'idea di quelle che sono le conoscenze finanziarie della persona con cui ci si sta confrontando. Già presentando il questionario MiFid ai clienti e spiegarlo bene hai fatto un buon lavoro di educazione finanziaria (D1).

Credo sia indispensabile affinché la banca possa offrire una consulenza calata sulle sue esigenze e sul suo profilo di rischio. I contro: per la clientela con profilatura bassa o medio-bassa le domande spesso non sono facilmente comprensibili, sono complesse. In questo caso io lo compilo con loro altrimenti non riescono a comprenderlo (D10).

In generale tutti concordano che sia un ottimo strumento, ma allo stesso tempo tutti sottolineano che deve essere fatto bene per essere tale:

MiFid è un ottimo strumento se viene utilizzato bene, perché purtroppo molto spesso avviene che il cliente che risponde ce l'hai davanti, ma sei te che rispondi per lui, perché la burocrazia è talmente tanta che dovresti tenere il cliente davanti a te quattro ore prima di aprire un dossier. Quindi lo strumento è valido, perché ti inquadra in qualche modo il cliente, dice

cosa tu puoi vendere a quel cliente. Sì, è giusto, è uno strumento valido purché venga usato bene (D4).

Io dico sempre che è a tutela del risparmiatore, ma deve essere compilato in modo onesto. [Serve] per avvicinare a un certo tipo di mercato, o te lo vieta. Tu risparmiatore devi essere onesto. Io *non* devo collocare cose che la mia banca mi dice, ma profilo il rischio (D6).

Un secondo punto di forza del MiFid è il fatto che aiuta ad avere dei paletti per orientare il cliente, paletti che possono anche essere uno spunto per un intervento di educazione finanziaria.

I «pro» sono diversi. Prima era la chiacchierata e l'andare un po' a braccio sulle esigenze e i paletti venivano fissati dal cliente, mentre il MiFid è un po' un libro aperto e ci aiuta anche ad avere dei paletti fissati dal MiFid quando magari dei prodotti non sono mirati per fascia di età o per altre esigenze (...). L'altra cosa è dal punto di vista culturale. Essendo domande molto tecniche, c'è la fatica di far comprendere al cliente, anche perché a volte se il cliente non viene un po' accompagnato – con questo non voglio dire che devi cambiare il profilo di rischio, sia chiaro – però con fatica si arriva al punto (D3).

Proprio in relazione al fatto che il questionario MiFid deve essere utilizzato come strumento oggettivo, nel gruppo di lavoro – in linea con il già citato manifesto AdessoBanca! – è emersa la proposta dell'introduzione di un questionario MiFid unico valido e identico per tutte le banche e gestito da un'unica centrale MiFid nazionale. Abbiamo chiesto l'opinione dei dipendenti in relazione a questa possibilità. È quasi l'unanimità a concordare sull'estrema utilità dell'introduzione di uno strumento unico: esso rappresenterebbe un vantaggio sia per il cliente, sia per il consulente e soprattutto per la tutela del risparmiatore.

Infatti, ad oggi, i questionari possono differire nei contenuti e nel numero delle domande e questo anziché far sentire il risparmiatore tutelato, lo insospettisce, soprattutto quando è un cliente che ha investimenti in più istituti:

Dovrebbe essere uniformato! Almeno per l'Italia, poi magari anche a livello europeo. Noi a volte troviamo delle differenze tra banca popolare e altre: il tipo e il numero di domande non sono gli stessi. Ci sono clienti che hanno rapporti con tre banche e ti dicono: «Di là non me l'hanno chiesto, perché tu me lo chiedi?» Sennò, non ha senso! Lo stesso cliente che ha tre banche fa tre questionari diversi (D6).

Sarebbe utile per fare un discorso delle esigenze proprio reali, perché partiamo dal fatto magari che qui da me il cliente è risultato medio-alto e poi dall'altra parte il cliente è medio-basso. Mi è capitato di vederlo. Penso che sarebbe una maniera di chiarire a noi operatori e che sarebbe anche più utile al cliente (D3).

Sarebbe l'ideale visto i due mondi che abbiamo, mondo Abi e credito cooperativo che si contendono i clienti per questo motivo (D9).

Magari! perché in questo modo sarebbe alla stregua dell'attestato di rischio della Rca auto, che è unico e valido a livello nazionale (D8).

Il riferimento all'attestato di rischio delle Rca esprime la persistenza di forti criticità in merito all'utilizzo attuale del questionario MiFid stesso.

3.8. La responsabilità sociale d'impresa

Uno dei problemi che caratterizza il sistema bancario è la regolazione delle asimmetrie informative tra i suoi tre attori principali: gli operatori che definiscono il *pricing* dei prodotti, il management delle banche e i clienti, laddove i manager – a causa dei sistemi di incentivi alla performance denunciati da più voci (Baranes, Becchetti 2008; First Cisl 2018; Iodice 2021) – spingono sovente i collaboratori all'assunzione di rischi più elevati del necessario o alla vendita di prodotti non adeguati alla clientela (come raccontato anche dai nostri intervistati e dal gruppo di lavoro).

Il già citato sociologo Ulrich Beck indica che la «società del rischio» nasce dalla perdita della sicurezza esistenziale e nelle istituzioni, e la possibile soluzione a tale insicurezza sta proprio nell'assunzione di responsabilità per gli effetti collaterali che le nostre azioni determinano. È in questa logica che si inserisce, dunque, la responsabilità sociale d'impresa e del sistema bancario, *in strictu sensu*. La revisione dei parametri formali e informali della responsabilità sociale, se da un lato è stata indotta da una normativa sempre più stringente sugli obblighi di trasparenza e di chiarezza indicati dalle direttive MiFid (potremmo dire di «circostrizione» del rischio), nasce anche dal ripensamento di un'istituzione considerata a volte solipsistica, anacronistica e spesso lontana dalle reali istanze dei risparmiatori. Da qui, la proposta avanzata da alcuni di

un sistema bancario che sia non solo più chiaro e trasparente, ma anche più attento e sostenibile attraverso investimenti in fondi Sri (*Sustainable and Responsible Investment*) che mirano a creare valore per l'investitore e per la società nel suo complesso attraverso una strategia di investimento orientata al medio-lungo periodo che, nella valutazione di imprese e istituzioni, integra l'analisi finanziaria con quella ambientale, sociale e di buon governo,⁶ o Esg (*Environmental Social Governance*) che vincolano il gestore dei fondi a considerare solo gli *asset* che fanno riferimento alle imprese e agli enti (pubblici o privati) impegnati nella salvaguardia dell'ambiente, e che rispettano alcuni parametri sociali e gestionali. Vediamo come ci hanno risposto nello specifico gli intervistati sul tema della responsabilità sociale e del conflitto di interesse tra risparmiatori e intermediari.

Uno di loro ha usato un'espressione forte per definire il ruolo della banca e la responsabilità che ha nei confronti dei risparmiatori: «la banca vende fiducia più che vendere soldi». Più precisamente:

Sicuramente la responsabilità della banca sta nell'offrire un servizio trasparente, perché la banca vende fiducia più che vendere soldi. Quindi alla base di tutto è importante che la banca dimostri di essere trasparente nel rapporto con il cliente. Quello sicuramente è un pilastro. E poi c'è una responsabilità nel gestire i soldi del cliente e avere un processo di gestione del denaro che sia controllato e costante perché è necessario, per continuare a operare nel miglior modo possibile (D2).

Altri parlano del ruolo costituzionale della banca, cioè quello di farsi garante del risparmio (un ruolo sottolineato da più voci nel dibattito corrente – es. First Cisl 2018; Colombani 2021) che, però, a volte si scontra con le pressioni commerciali (il «cancro» dalla finanza):

I nostri istituti [*credito cooperativo*] operano principalmente in un'ottica di responsabilità sociale, rispettando il contesto di riferimento locale, ma anche quello ambientale, tenendo conto del benessere della popolazione

⁶ Gli investimenti Sri sono caratterizzati da anche altri parametri, tra cui ad esempio le «esclusioni» (approccio che prevede l'esclusione esplicita di singoli emittenti o settori o Paesi dall'universo investibile, sulla base di determinati principi e valori. Tra i criteri più utilizzati: le armi, la pornografia, il tabacco, i test su animali. Cfr. <https://investiresponsabilmente.it/cose/>).

locale. In generale, la banca dovrebbe avere come responsabilità sociale il benessere della propria clientela, favorendo lo sviluppo dell'impresa, dando ad essa supporto finanziario e sostenendo le famiglie finanziandone le esigenze. La banca si dovrebbe fare garante dei risparmiatori, perché il risparmiatore si dovrebbe sentire al sicuro, invece quando esce dice «magari mi hanno fregato»; dovrebbe avere una funzione di garanzia, invece ora si dubita della banca. Ci dovrebbe essere un garante sulle politiche commerciali, altrimenti diventa difficile. Dall'altro bisogna curare questa specie di «malattia», un cancro della finanza io lo considero, specialmente quelle che vengono fatte mensilmente come politiche commerciali per 2-3 mesi, in cui per quei 2-3 mesi devi solo parlare di quella cosa (D6).

Altri sottolineano il ruolo del dipendente in quanto rappresentante della responsabilità che la banca ha nei confronti dei propri clienti, introducendo a pieno titolo il rapporto di fiducia che si instaura tra il risparmiatore e il proprio consulente di banca grazie anche alla trasparenza e all'onestà, distinguendo però tra i diversi tipi di banca che non hanno lo stesso approccio alla responsabilità sociale, secondo gli intervistati:

Ritorniamo al discorso umano: se mi dai qualcosa che non va bene, dopo sei te che me l'hai dato, non è la banca; quindi, si tende ad essere trasparenti. È quello che accade nella nostra banca. A me non è mai stato chiesto di vendere roba, perché comunque è fondamentale il rapporto con il cliente, che così rimane a lungo termine, è ancora così ad oggi e quindi non si vende mai qualcosa se non si è convinti del prodotto (D4).

Dipende dalla territorialità, il mondo del credito cooperativo è nato per gestire le piccole medie imprese completamente diverse dal mondo Abi che dovrebbe avere responsabilità sociale più vicina anche ai piccoli commercianti, pensionati (D9).

Il credito cooperativo fa un po' di sociale ed è ben visto per questo motivo, per noi è un vantaggio l'essere molto attivi per tutte le iniziative che portiamo avanti a livello di filiale e ci fa percepire molto vicini presso la nostra clientela (D8).

Un intervistato avanza la proposta di controlli maggiori sia sulle banche, sia sui clienti:

Secondo me [noi come credito cooperativo] riusciamo a portare avanti obiettivi di carattere sociale e commerciale [allo stesso tempo]. Oggettivamente però il sistema potrebbe essere disciplinato con maggiore vigilanza,

maggiori controlli, soprattutto sulla parte del credito, sulle condizioni di finanziamento, campionando anche la clientela e facendo ispezioni che la coinvolgono. Vengono fatti controlli sui tassi dell'usura, sì, ma magari ai clienti vengono date linee di credito di cui non avevano bisogno, mentre ora il controllo è univoco, solo sulle banche e non vengono interpellati i clienti (D1).

3.9. Il sistema di remunerazione dei dipendenti

Una delle ultime domande dell'intervista esplorava la possibilità di dare ai dipendenti, accanto a uno stipendio fisso, una parte variabile in funzione delle performance positive dei clienti. Cosa pensano i nostri intervistati a proposito? La maggior parte è in disaccordo, perché è la qualità della gestione e non il risultato, il fulcro del lavoro:

Anche no, a mio discapito, si andrebbe a incanalare la retribuzione verso delle performance che possono essere positive o negative e non dipendono dal lavoro del dipendente perché ci sono tante variabili che non sono controllabili. La valutazione non si deve basare sulle performance ma sulla qualità del nostro lavoro, dalla qualità del nostro servizio (D8).

No, soprattutto se pensassi a un premio variabile sul rendimento del portafoglio, questo potrebbe portare a spingere troppo l'acceleratore su determinate posizioni e comporterebbe un rischio eccessivo per i clienti. E poi, facciamo un altro esempio: un portafoglio ha perso il 10% in un anno e il mercato di riferimento ha perso il 20%. Sicuramente il portafoglio è andato meglio, rispetto al mercato, quindi il consulente ha fatto un buon lavoro. Il cliente dice: «comunque io ho perso, perché ti devo pagare?» Questo è figlio del fatto che manca completamente un'educazione finanziaria da parte del cliente. Il cliente dirà sempre che vuol guadagnare e non vuole perdere. Sono due cose che non stanno insieme. Entrano in gioco la competenza, le nozioni che ha il cliente nel comprendere bene (D1).

Il disaccordo può anche essere legato all'approccio che viene penalizzato (il lavoro di squadra) o allo sfavorire le posizioni di alcuni dipendenti che non hanno possibilità di vendere alla clientela:

Io non la condivido, ci deve essere sempre un obiettivo di gruppo su cui tutti rimano insieme, se no crei una competizione. Insieme ai colleghi stessi, invece, bisogna formare una squadra. Uno può sempre avvalersi di un promotore finanziario esterno e confrontare chi lo consiglia meglio (D6).

No, perché comunque non tutti hanno accesso cioè non tutti potrebbero essere valutati con questo strumento. C'è chi vende, c'è chi prende e chi fa gli impieghi e chi fa la raccolta, quindi sarà difficile poterlo applicare (D4).

Non sono d'accordo, perché poi magari farei dipendere il mio lavoro da quanti soldi faccio prendere al cliente, e non in base alla mia qualità del mio lavoro (D11).

Altri (tre dipendenti) mostrano invece apertura verso la proposta, a patto che esistano dei controlli e delle verifiche periodiche:

Chi colloca prodotti dovrebbe avere un sistema premiante collegato al budget del cliente. Io sono favorevole perché così il dipendente sarebbe più tutelato su quello che propone ai clienti. In questo modo guadagnerebbero tutte e 3 le parti: banca [*colloca e fa budget*], cliente e dipendente (D9).

Sono d'accordo ma bisognerebbe poi verificare le qualifiche incentivanti, dovrebbero esserci dei controlli puntuali (D10).

Sono d'accordo, saremmo più incentivati nel fare il lavoro nel modo adeguato. Che poi io sono avvelenata verso alcuni colleghi, perché io ho dato il 110%, loro no, e prendiamo uguale. È giusto che abbiano una retribuzione diversa rispetto a chi fa il minimo indispensabile (D5).

3.10. Una sintesi: le parole chiave dei dipendenti

Attraverso le analisi delle co-occorrenze, si è proceduto a una sintesi dei concetti-chiave emersi più frequentemente nelle interviste, riportate nella Figura 1. La prima è *educazione finanziaria*, abbinata alla *consulenza* e alla *tutela del risparmio*, tre termini strettamente collegati alla responsabilità sociale che, secondo i dipendenti, è cardine del rapporto di *fiducia* con i clienti. Trasparenza dei costi di gestione, trasparenza dei costi dei prodotti, *chiarezza* nella comunicazione degli intermediari, perché in questo modo il rapporto con la banca diventa più duraturo e anche la base del processo di educazione finanziaria in cui il cliente diventa *alleato* (e non *nemico* – in quanto cliente insoddisfatto) del dipendente.

Figura 1. Keywords e occurrence analysis



Più problematico invece il *tempo*, essendo spesso molto poco per curare la relazione con il cliente (la *reperibilità*), comunicare *vicinanza*, aggiornarsi e compilare tutta la reportistica richiesta ai dipendenti. Quando il dipendente sperimenta una forte difficoltà nella conciliazione tra le aspirazioni del risparmiatore e di quelle della banca, si sente allora «parafulmine», con conseguenze anche a livello psico-fisico.

4. I RISULTATI: L'OPINIONE DEI RISPARMIATORI

di *Marcolina Sguotti*

4.1. Rapporto con la banca e iniziative di educazione finanziaria

Nelle interviste ai risparmiatori, abbiamo in primo luogo esplorato i processi di socializzazione finanziaria correnti: il vissuto generale del rapporto con la banca, il grado di interesse verso i temi finanziari e la conoscenza di strumenti di educazione finanziaria. A tal proposito, tutti gli intervistati si sono dimostrati disponibili a condividere il loro vissuto e le loro esperienze con la banca, nonostante, secondo alcuni di loro, il tema sia risultato particolarmente impegnativo e non abituale rispetto alle proprie riflessioni quotidiane.

In generale, sono pochi quelli che si interessano attivamente di finanza, pur avendo tutti un buon livello di cultura generale. Ad esempio, solo un'intervistata ha dichiarato di leggere regolarmente giornali di finanza o le sezioni economiche dei quotidiani, e un intervistato di controllare gli andamenti dei mercati quotidianamente online: si tratta di due soggetti entrambi molto interessati anche al *trading online*, un trend in crescita secondo diverse ricerche (es: Casnici 2019; Consob 2021).¹

Per il resto è emersa una forma di «ignoranza diffusa» in merito a percorsi e strumenti di educazione finanziaria esistenti in Italia (anche quando i risparmiatori hanno in essere delle gestioni patrimoniali di importo significativo) a conferma di quanto emerso anche in altri studi (Consob 2021).²

¹ Secondo il rapporto Consob (2021), in ambito domestico, soprattutto a seguito dello scoppio della pandemia, risulta in crescita l'interesse verso i mercati azionari e il *trading online*, come testimonia anche la più intensa attività di negoziazione degli investitori specie con riferimento agli strumenti azionari. È inoltre aumentato l'interesse verso le cripto-attività, in un mercato mondiale in continua espansione.

² Ad esempio, nel già citato rapporto Consob del 2021 (basato su un'indagine quantitativa su un campione di 2.695 individui, rappresentativo della popolazione dei decisori finanziari italiani, definiti come il primo percettore di reddito familia-

Conosce qualche iniziativa di educazione finanziaria?

No, personalmente no, non so bene cosa siano... forse sono cose che fanno a scuola, ma personalmente non ne conosco. Anche i miei figli, che vanno al liceo, non mi risulta che abbiano mai fatto questo tipo di percorsi (R4).

Ricordiamo che, nel confronto internazionale, gli italiani hanno competenze finanziarie inferiori rispetto alla media dei Paesi Oecd (Oecd 2020) e questo rischia di essere un ulteriore fattore che aggrava il rischio di esclusione sociale quando, all'opposto, il sostegno alla *financial literacy* tramite percorsi e risorse di educazione finanziaria di facile accesso alla popolazione potrebbe permettere scelte finanziarie più consapevoli, ad esempio in materia di risparmio, assicurando maggiore resilienza, consentendo di affrontare più efficacemente gli shock economici e finanziari (Bianco 2022).

Nel nostro campione, spesso, le ridotte competenze in materia di finanza sono attribuite alla difficoltà della materia finanza, in particolare per la clientela più anziana che è quella che ha maggiori disponibilità ma una scolarizzazione più bassa. La fatica è anche legata al rapido e incessante mutamento in corso nel mondo della finanza e della tecnologia a partire dagli anni Novanta ad oggi segnalata da più autori (Iodice 2021; Willis 2021).

Questa trasformazione, in atto in tutti gli ambiti della nostra vita quotidiana, porta a superare i limiti del mondo tradizionale, per definizione «solido» e caratterizzato da certezze in ambito occupazionale e assistenziale (Bauman 2011; Casnici 2019) per approdare ad una maggiore incertezza dei percorsi di vita e della definizione identitaria (il cosiddetto «sé multiplo») accompagnato anche da una smaterializzazione della moneta (Maniscalco 2002) e da una pervasività sempre più spiccata delle nuove tecnologie (Candela, Prado 2021). Tale processo ha avuto una forte accelerazione con i *lockdown* e lo *smart-working* attuati da marzo 2020 in seguito all'emergenza sanitaria da Covid-19, e ha di fatto stravolto le abitudini di molte persone, rendendole sempre meno legate alla territorialità geografica e coinvolgendo tutte le fasce d'età. Per questo

re, di età compresa tra i 18 e i 74 anni), si legge: «Tra le istituzioni che tutelano il risparmio e si occupano di educazione finanziaria, gli intervistati mostrano di conoscere la Banca d'Italia (70%) e la Consob (più del 40%), seguite a grande distanza da Ivass, Covip, Ocf e Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria (con percentuali tra il 10% e il 3%); più di un quarto dei decisori finanziari non conosce nessuna delle istituzioni proposte».

motivo, la nostra indagine ha esplorato anche i comportamenti e i vissuti del rapporto con la banca fisica, quindi chiedendo ai risparmiatori la frequenza con cui si recano in banca e i tipi di servizi che prevalentemente utilizzano.

A tal proposito, anche se è possibile ravvisare un'attitudine più spiccata a recarsi fisicamente allo sportello nella maggioranza delle donne da noi intervistate, la variabile che determina la propensione all'uso dei servizi bancari locali è prevalentemente l'età: ciò non stupisce, considerando il minor grado di alfabetizzazione digitale delle fasce più mature (Facchini, Sala 2019), ancora propense a recarsi fisicamente in banca.

[Vorrei]... un consulente in grado di costruire un rapporto personale. Secondo me l'incontro fisico è necessario, anche se con il discorso Covid in realtà la consulenza finanziaria è andata avanti lo stesso online, con la possibilità di condividere lo schermo e parlarsi in videochiamata. L'aspetto che caratterizza questo tipo di rapporto idealmente è la vicinanza e il non essere un semplice «passacarte» (R2).

Come confermato da altri studi (Cetif 2017; Consob 2021), le nuove generazioni sono più orientate verso l'utilizzo delle nuove tecnologie per raccogliere informazioni anche in materia finanziaria ma, nel nostro campione, non a discapito del rapporto *vis a vis* con un consulente bancario. L'avanzare del digitale e del *fintech* (termine che nasce dalla contrazione di *finance e technology*, che sta ad indicare un qualunque utilizzo di strumenti digitali applicati in ambito finanziario) non vuol dire perciò «non umano». Per i giovani da noi intervistati rimane rilevante la necessità del rapporto umano, la possibilità quindi di richiedere il supporto di uno specialista, in remoto o fisicamente, ogni qualvolta ve ne sia la necessità. Questa soluzione è quella che viene riassunta nei modelli di *robot-advisor* ibridi, che non prevedono che la totalità delle azioni sia automatizzata, ma riservano al rapporto tra individui una parte significativa della propria esperienza utente. Il modello ibrido rappresenta quindi un vantaggio competitivo non indifferente e rimane ad oggi il modello, secondo i nostri intervistati più giovani, con maggiori opportunità di sviluppo nel nostro Paese. La necessità di rapportarsi con una persona e non solo con un computer soddisfa infatti il bisogno di fiducia e di assicurazione che oggi rimane un requisito imprescindibile.

Io ho due conti correnti, uno è per l'accredito di stipendio, bollette e tutto il resto delle cose ordinarie, in cui è tutto automatizzato. L'altro conto corrente è per gli investimenti, su questo mi confronto con il consulente. Questo lo guardo quasi tutti i giorni (R4).

Interessante, come riporta questo intervistato, la divisione in conti correnti diversi, uno per le spese correnti (tutto automatizzato), l'altro (per il quale c'è anche un consulente bancario) per gli investimenti, e viene controllato quasi tutti i giorni, come spesso succede rispondendo a una logica di *mental accounts* diversi (Thaler 1999).

4.2. Il rapporto con il dipendente bancario: fiducia e continuità

Le crisi economiche e i dissesti bancari degli ultimi anni hanno influito profondamente sulla percezione della banca come custode di uno dei beni più preziosi per gli individui: il risparmio. Questo ha portato a un calo della fiducia nei confronti del sistema bancario in generale, come si evince anche da quanto scritto nel capitolo precedente e in altri contributi (Ampudia, Palligkinis 2018). Tuttavia, dalle nostre interviste con i risparmiatori è emerso che le qualità umane e professionali del dipendente possono essere la base della costruzione di un rapporto di fiducia solido e persistente nel tempo, soprattutto se coltivato dal dipendente con una comunicazione costante e non «opportunistica».

[Parlando del dipendente della banca che è il suo consulente]. Ci sentiamo una volta ogni 2-3 mesi, non è che ci sentiamo tutti i giorni, solo se ho dubbi macro, ad esempio fondi o cose del genere chiedo a lui. Mi affido [...] però non è una persona che mi pressa, non è che si fa sentire solo quando deve vendere dei prodotti (R1).

Tale relazione in alcuni casi si tramanda in famiglia, dai genitori ai figli:

Come ha scelto il Suo consulente bancario?

È subentrato al precedente consulente di mio padre e fa una sorta di porta a porta, si sposta sul pacchetto di clienti che ha, andandoli a trovare sul luogo di lavoro piuttosto che a casa, quindi gioca molto su questo rapporto confidenziale, se ha fogli da farti firmare te li porta sul lavoro, è sempre reperibile tramite WhatsApp, agevola i clienti in tutti i modi (R2).

Come ha scelto il Suo consulente bancario?

Siccome anche mio padre è cliente di quella banca, è lo stesso che segue anche mio padre.

È sempre la stessa persona?

Sì.

Da quanto tempo?

Da quando avevo 17 anni [quindi da 11 anni, n.d.r] (R3).

Come ha scelto il Suo consulente bancario?

È lo stesso consulente della mia famiglia, è sempre lo stesso, da 5-6 anni (R6).

Anche chi non ha un rapporto di lunga data è in generale soddisfatto del rapporto con il proprio consulente bancario:

È una brava persona, è calmo, disponibile. Mi trovo bene, mi spiega le cose nel dettaglio, mi presenta i rischi e le opportunità. Sì, mi fido, è una persona perbene (R1).

Riconosco l'autorevolezza della figura e mi fido di lei nel momento in cui ho bisogno di informazioni e devo espletare qualche pratica. So che se mi serve qualcosa mi rivolgo al mio consulente che è lì apposta per quello (R6).

Tra i punti critici, viene segnalato come il *turnover* costante dei consulenti di riferimento impedisca la conoscenza reciproca e il consolidamento del rapporto:

[Parlando del rapporto con il consulente] inutile, marginale, non mi dà nessun apporto, se non ci fosse non cambierebbe nulla, perché non mi conosce abbastanza (R4).

Una volta che la relazione è instaurata, comunque, tutti gli intervistati sottolineano il ruolo giocato dalla fiducia: questo è un elemento fondamentale che, nel rapporto tra risparmiatore e dipendente, dà sicurezza, costituisce una leva per capire meglio anche alcuni prodotti e servizi, e permette di fare scelte più consapevoli. I risparmiatori apprezzano inoltre che non ci sia pressione a vendere prodotti interni della banca. Dalle loro parole:

[Parlando del suo consulente finanziario] io sono partito con un rapporto di fiducia con il mio consulente che, quando è andato in pensione, mi ha segnalato un suo collega che poi ho mantenuto nel tempo. Con lui ho ini-

ziato a investire in fondi d'investimento, a volte da solo, a volte chiedendo chiarimenti a lui e chiedendo informazioni, però non mi è mai successo che mi proponesse prodotti interni standard. Se lo facesse, mi allarmerei ma lui non lo fa (R1).

[Parlando della sua consulente finanziaria] è positivo, mi permette di avere un accesso rapido alle informazioni, è un punto di riferimento costante, è un rapporto uno a uno che funziona, mi ha supportato per il mutuo, mi indirizza lei nelle altre filiali qui dove abito, a Milano, se devo fare qualche operazione, anche per una cosa legale, legata a una questione di famiglia e a un'eredità, mi ha dato consigli utili (R2).

Da un bilancio tra i punti critici e quelli di forza della relazione dipendente-risparmiatore appare evidente come, per il risparmiatore, la fiducia non si limiti alle competenze formali del proprio consulente, ma includa anche la relazione in senso stretto e i bisogni non esclusivamente economici di ascolto e partecipazione attiva alla realizzazione degli obiettivi familiari e professionali.

4.3. Il consulente bancario ideale

Con la domanda: *Che tipo di consulente bancario vorrebbe per tutelare i suoi interessi?*, abbiamo avuto modo di proporre uno stimolo proiettivo ai nostri intervistati per sondare i bisogni concreti ed emotivi che il proprio consulente bancario dovrebbe soddisfare. Quali sono le caratteristiche di questo rapporto? A quali paure, esigenze e desideri dovrebbe dare risposta?

L'aspetto che caratterizza il rapporto [con il consulente] idealmente è la vicinanza e il non essere un semplice passacarte.

Per vicinanza che cosa intende?

Il non esserci solamente quando ti contatto io, quando mi serve una carta, ma una proattività nel dire: «al tuo investimento è successo questo», «hai fatto questa operazione, parliamone, commentiamola, se ti serve qualcosa io sono qui». Quindi la proattività nell'iniziare un dialogo che non sia finalizzata a un'operazione di routine (R3).

Dalle parole di questo giovane risparmiatore, che ha un consulente bancario «ereditato» dai genitori, si evince come la vicinanza e

la proattività siano le fondamenta perché il rapporto con il proprio consulente sia un reale rapporto di fiducia, ossia una «relazione».

Ma non è l'unico ad aver segnalato, come *desiderata*, una disponibilità non solo circoscritta alla necessità di fare operazioni. La vicinanza, dunque, non deve essere unicamente strumentale, ma idealmente legata al vissuto personale, a quello familiare, a costruire un progetto di investimento a lungo termine e deve essere in grado di fornire una consulenza basata sulla conoscenza profonda, sull'ascolto oltre che su una competenza professionale.

Una persona che capisce chi ha davanti e non applichi pedissequamente dei target e delle direttive che gli hanno dato, vorrei che fosse uno che mi conosce in profondità (R4).

Ad un consulente del genere, ci si affiderebbe volentieri ad occhi chiusi:

Una persona a cui demando tutto, che mi sollevi completamente da qualsiasi cosa. Se io potessi, lascerei tutto in mano a lei (R2).

Lo stralcio di intervista riportato qui sopra, tuttavia, evidenzia un aspetto particolarmente critico già citato nel capitolo precedente, ovvero come in alcuni intervistati esista una tendenza alla «delega» che può essere, alla lunga, pericolosa. In parte per uno scarso interesse verso la finanza, in parte per l'impegno significativo che richiede lo studio dei termini e dei processi finanziari. Per questi intervistati la soluzione sarebbe proprio affidare al consulente *in toto* il patrimonio. In tali casi, come ben sottolinea lo studio del *Consumer Financial Protection Bureau* sul benessere finanziario degli individui (2015), è fondamentale ricordare ai risparmiatori che il controllo delle proprie finanze (flussi di entrate e flussi di uscita) periodico (anche solo una volta ogni 6 mesi) risulta cruciale per la tutela del proprio patrimonio, anche per evitare casi di frodi, truffe o – in famiglia – di violenza economica, denunciata da più esperti (Cadmi - Global Thinking Foundation 2018; Pellizzone 2021).

Al proprio consulente bancario ideale si richiede anche la possibilità di soddisfare i propri bisogni conoscitivi: nella giungla della burocrazia si vorrebbe poter avere, grazie al consulente ideale, una chiarezza e una comprensione maggiore relativamente anche agli

aspetti più burocratici delle decisioni finanziarie (costi e commissioni spesso nascosti, clausole aleatorie e rendimenti incerti).

[Parlando del consulente ideale] Una persona preparatissima, che mi facesse fare un piccolo investimento dimostrandomi con i fatti che è un buon investimento. Quella che ho è discretamente preparata. Mi piacerebbe una persona esperta anche di geopolitica, che mi facesse un quadro generale anche dei prossimi anni (R5).

Dovrebbe essere competente, con buone doti comunicative perché deve essere in grado di trasmettermi gli aspetti tecnici in maniera chiara (R6).

Nel complesso, la richiesta è quella di un consulente bancario che combini aspetti tecnici di preparazione con competenze di empatia, ascolto, comunicazione (*soft-skill*).

4.4. Il consulente bancario attuale

Quanto differisce il consulente bancario ideale da quello attuale? Per quanto riguarda i bisogni cognitivi, non sono state rilevate forti discrepanze. La maggior parte dei nostri intervistati è soddisfatta dalla preparazione del proprio consulente, che considera competente e in grado di semplificare i concetti più complessi.

Il suo consulente bancario è chiaro quando le parla dei prodotti/servizi finanziari?

Sì, molto. È preciso, valutiamo insieme cosa fare anche se poi l'ultima decisione la prendo io.

Come definirebbe la qualità delle informazioni che le fornisce in merito ai suoi investimenti [anche futuri]?

Utili, dettagliate, mi fanno sentire abbastanza tutelata. Mi dà sempre dei prospetti che io posso valutare e se sono interessata li acquisto. A volte mi dà delle stampe da portare a casa, altre volte decidiamo lì al momento se c'è da fare degli investimenti: se devo disinvestire qualcosa per reinvestire si decide insieme (R1).

Il suo consulente/bancario è chiaro quando le parla dei prodotti/servizi finanziari?

Sì, è molto chiara, quando ho compilato il questionario MiFid che mi era scaduto l'abbiamo fatto insieme al telefono. Quando ho scelto l'investimento che ho stipulato, mi ha illustrato tutti i prospetti e mi ha spiegato i principali rischi collegati all'investimento (R2).

Il punto in cui il reale si discosta maggiormente dall'ideale è la disponibilità di tempo e di conseguenza la qualità della relazione come emerso nell'analisi dei punti critici.

[Tra i punti critici del consulente] La reperibilità, nel senso che al telefono fisso non risponde, al cellulare non risponde oppure risponde il giorno dopo, a volte questo è un ostacolo (R3).

Come al solito [nelle banche] si sta facendo prevalere il risparmio di tempo sulla relazione, dedicando al cliente il minimo tempo possibile di impegno per avere maggiori margini di guadagno. Diciamo che i funzionari o comunque gli sportellisti in banca dedicano meno tempo ai clienti... (R2).

L'impatto della disponibilità e del tempo dedicato alla costruzione di un rapporto di fiducia è determinante o secondario? In base a una ricerca condotta su clienti business di una banca italiana (Maizza, Iazzi 2012), sembrerebbero prioritarie, perché un approccio improntato alla disponibilità determina una maggiore «apertura» del cliente nella condivisione dei propri progetti e di informazioni che lo riguardano. Tale atteggiamento attiva un circolo virtuoso atto ad incrementare il potenziale relazionale tra le parti (maggiore apertura, maggiore conoscenza, maggiore condivisione, migliori condizioni del rapporto). Tra le componenti di un rapporto di fiducia vi sono inoltre, come in parte già sottolineato, la capacità di ascolto e la rapidità di risposta, con cui può intendersi, tra l'altro, l'efficienza dell'interlocutore finanziario. Peraltro, elevati livelli di fiducia determinano, all'interno della relazione, una sostanziale riduzione del rischio percepito, una diminuzione dei costi di transazione e una maggiore propensione per la condivisione di informazioni riservate che spesso aiutano a scelte finanziarie ritenute più soddisfacenti (Cunningham, Turnbull 1982; Kumar 1996).

4.5. Il consulente di banca come educatore finanziario

Come abbiamo visto nell'analisi delle interviste dei dipendenti di banca, il ruolo di consulente bancario spesso travalica la sua funzione di fornire informazioni e indicazioni sui prodotti e sul portafoglio, e il bancario si accolla anche l'onere di impartire i primi rudimenti di alfabetizzazione finanziaria ai propri clienti. Questa sorta di «ruolo di

educatore finanziario» è in molti casi propedeutico all'inizio della gestione patrimoniale (o dell'investimento) fatta insieme al risparmiatore, e questo ultimo la apprezza. Di fatto, alcuni risparmiatori vorrebbero che fosse proprio il consulente a fare da tramite e da agente di educazione finanziaria, cosa che abbiamo visto essere limitata dalla scarsità del «tempo» a disposizione, ma che viene comunque assolta, in alcuni casi, grazie all'etica e alla dedizione di alcuni dipendenti. In generale, l'apertura ai percorsi di educazione finanziaria è buona da parte della maggior parte degli intervistati.

Vorrebbe seguire dei corsi di educazione finanziaria?

Se ne avessi bisogno preferirei appoggiarmi a un consulente, e non farli da solo, perché ognuno è competente nel suo ambito (R1).

Conosce percorsi o strumenti di educazione finanziaria?

No.

Vorrebbe seguire dei corsi di educazione finanziaria?

Li farei se me li proponessero, perché sono sempre utili per tutelarsi e avere un rapporto paritario con l'istituto finanziario, per parlare la stessa lingua (R2).

Conosce percorsi o strumenti di educazione finanziaria?

No, non me ne vengono in mente.

Vorrebbe seguire dei corsi di educazione finanziaria?

Sì, molto, perché potrebbe essere un'occasione di guadagno, per investire meglio i miei soldi e imparare qualcosa di utile in generale (R5).

La banca può svolgere il suo ruolo nell'ambito dell'educazione finanziaria non solo attraverso i suoi dipendenti, ma anche attraverso strumenti innovativi e interessanti, come podcast o video, già conosciuti da alcuni intervistati:

Il suo consulente le ha mai proposto dei corsi di educazione finanziaria?

No, non me li ha mai proposti. Però seguo già dei podcast in merito di un'altra banca. Se mi proponesse dei materiali, dovrebbero essere considerati e adeguati ai miei interessi e alle mie competenze [...], però leggerei volentieri del materiale se me lo fornisse (R4).

Per coloro che dichiarano di non averne bisogno, sembra ci sia l'attivazione di un particolare *bias* cognitivo, ovvero l'*overconfidence* (Kahneman 2011). Ricordiamo che questo *bias* porta a un'eccessiva sicurezza di sé che induce a sovrastimare le proprie capacità e a

produrre una distorsione definita di «ottimismo pervasivo», per cui si tende a sopravvalutare le proprie capacità e le proprie conoscenze e a effettuare scelte molto rischiose. Infatti, secondo Kahneman, non ci si rende conto della complessità della situazione e si basa la propria scelta su un numero di parametri troppo limitato.

Il suo consulente le ha mai proposto dei corsi di educazione finanziaria?

No.

Li vorrebbe?

Tipo dei corsi su come investire le proprie finanze? Io non lo seguirei mai un corso di educazione finanziaria, perché non ne sento l'esigenza, poi magari mi scoppia il portafogli e mi pento di non aver fatto il corso (...) infatti, con le criptovalute, seguendo un mio amico, non ho chiesto consiglio al mio consulente finanziario, e ho perso un bel po' (R4).

Spesso, come dimostra quest'ultimo commento, l'effetto dell'*overconfidence* si traduce in scelte di investimento sbagliate che portano a perdite significative.

4.6. Le criptovalute

Un'attenzione particolare meritano le criptovalute che, pur non essendo tra i temi-focus definiti dal gruppo di lavoro, è emerso come un argomento importante per i risparmiatori coinvolti nella ricerca. Tra di essi, ci sono molti incuriositi dal mondo delle criptovalute, pur non essendo investitori professionisti. La metà dei nostri intervistati, distribuiti in tutte le classi di età e senza differenze rilevanti riguardo al genere, afferma di essere incuriosito dal fenomeno e che sarebbe interessato a saperne di più:

Vorrebbe essere invitato a degli incontri webinar o in filiale con ospiti che approfondiscono determinate tematiche di finanza?

Sì.

Ad esempio?

Sulle criptovalute e tutti gli investimenti alternativi alla finanza tradizionale (R6).

Vorrebbe essere invitato a degli incontri webinar o in filiale con ospiti che approfondiscono determinate tematiche di finanza?

Sì.

Ad esempio?

I nuovi investimenti, come i bitcoin, la nuova finanza, gli spazi sul Meta-verso³ (R10).

Ci preme sottolineare che tra coloro che si sentono maggiormente competenti in ambito finanziario e dicono di non necessitare di educazione finanziaria fornita dalla banca, si rileva una sorta di «diffidenza» o «ritrosia» a parlare di criptovalute con il proprio consulente finanziario. In parte, sembrerebbe, perché i clienti li percepiscono come prodotti che entrano in «conflitto di interesse» con quelli proposti dalla banca, in parte perché si ascrivono a un campo di rischio, di azzardo (se non vero e proprio *gambling* - Casnici 2019) e che pertanto esulano da un confronto «razionale» con il proprio interlocutore finanziario. L'attrazione per questa forma di investimento è molto diffusa soprattutto tra i maschi, affascinati dalla possibilità di ottenere grandi rendimenti nel breve periodo (ed effettivamente in passato questo è accaduto), dimenticando però i rischi ad essa connessi (cfr. citazione sopra «ho perso un bel po'»). Se l'*informal advice* è la strategia di acquisizione più diffusa nel campo degli investimenti online, ovvero la richiesta di informazione ad amici o membri «fidati» delle *community* online a cui ci si è iscritti, sembrerebbe esserlo a maggior ragione nell'ambito delle criptovalute (Jennings 2022). In futuro saranno probabilmente necessari più risorse e strumenti di educazione finanziaria dedicati a questo tipo di *asset*, essendo molto volatili e rischiosi.⁴

³ Il Metaverso è un termine coniato da Neal Stephenson in *Snow Crash*, libro di fantascienza *cyberpunk*, descritto come una sorta di realtà virtuale condivisa tramite internet, dove si è rappresentati in tre dimensioni attraverso il proprio *avatar*. Questo termine si è diffuso molto nel discorso corrente perché utilizzato da Mark Zuckerberg di recente per parlare di un suo ampio progetto di implementazione di un mondo di realtà virtuale in cui trasferire una parte crescente delle nostre attività quotidiane (Signorelli 2022).

⁴ Sulla rischiosità e la scarsa tutela legale degli utenti che acquistano criptovalute, si legga il rapporto Consob che esplicita: «L'assenza di un quadro giuridico preciso determina l'impossibilità di attuare un'efficace tutela legale e/o contrattuale degli interessi degli utenti, che possono, pertanto, trovarsi esposti a dover subire ingenti perdite economiche, ad esempio in caso di condotte fraudolente, fallimento o cessazione di attività delle piattaforme online di scambio presso cui vengono custoditi i portafogli digitali personali (i cosiddetti *e-wallets*). (...) Sussistono, inoltre, rischi di controparte, di mercato, di liquidità e di esecuzione. Priva di ogni garanzia è d'altronde la futura possibilità di un'immediata conversione dei bitcoin e delle altre criptovalute in moneta ufficiale a prezzi di mercato (<https://www.Consob.it/web/investor-education/criptovalute>).

4.7. Il cliente esigente fa la banca corretta?

I dipendenti di banca scorgono nel cliente preparato, come visto nel capitolo precedente, soprattutto un alleato, un interlocutore che permette loro la semplificazione del proprio lavoro, la diminuzione dei malintesi e, non ultimo, una leva motivazionale per esprimere il proprio potenziale sia a livello personale, sia a livello di banca di appartenenza. In sintesi: «il cliente esigente, fa la banca corretta». Dalle risposte dei risparmiatori, invece, la correttezza della banca è considerata innanzitutto un prerequisito per poterle affidare il proprio risparmio:

[Commentando la frase «il cliente esigente, fa la banca corretta»] Mi sembra troppo comodo cavarsela in questo modo, ognuno ha le sue responsabilità; quindi, la banca deve essere corretta sempre, a prescindere dal livello di «esigenza» dei clienti (R10).

Secondo me il rispetto del cliente dovrebbe far parte dell'etica professionale e questo dovrebbe includere anche la consulenza del funzionario dando delle risposte al cliente, ma se, come si sente spesso dire, la banca è un furto, allora sarebbe meglio tenersi i soldi che si risparmiano sotto il materasso, come si faceva una volta. Se si interrompe la fiducia tra cliente e fornitore, allora tanto vale cambiare, direi che l'importante è il funzionario con cui ci si interfaccia, più che la banca (R2).

Dovrebbe essere eliminata la possibilità di avere il conflitto di interesse, l'interesse di venderti la «sola», assolutamente sì, è da eliminare (R7).

Da alcune interviste emerge una critica nei confronti del sistema bancario e della sua de-responsabilizzazione rispetto alla tutela dei capitali depositati, specialmente dei piccoli risparmiatori, evidenziato anche da altri autori (es: Dagnes 2018). C'è però, nel nostro campione, anche chi si allinea al punto di vista espresso dai dipendenti in merito:

[Commentando la frase «il cliente esigente, fa la banca corretta»] Sono d'accordo con questa affermazione, se pretendi la correttezza, poi loro si devono adeguare. Io non ho mai fatto investimenti da sola e chiedo e pretendo che quando mi vengono sottoposti degli investimenti mi dia tutte le indicazioni necessarie. Io sono esigente e vorrei che si comportassero come se fossero loro al posto mio, come se fosse il loro investimento, come se fossero le loro operazioni. Avendo io un'alta pretesa, mi hanno

sempre indirizzato su investimenti in linea con la mia propensione al rischio che è bassa e mi hanno sempre fornito dei prodotti in linea con le mie necessità (R6).

D'altro canto, chi ha avuto brutte esperienze è un fervido sostenitore dell'importanza del «cliente esigente» e lo motiva in questo modo:

Si, è corretto. Se uno è passivo e si affida troppo alla banca senza conoscere, senza controllare, loro poi fanno quello che vogliono. Vengono prima i loro interessi, nel senso che magari ti vendono quello che a loro rende di più, i prodotti su cui hanno dei margini più alti. Invece se tu sei attivo non possono farlo, gli poni delle condizioni. In passato sono stata scottata – come la maggior parte delle persone penso – con le *Argentina*, le *Parmalat*, le *Cirio*... e allora di conseguenza... sono certa che ci fosse la malafede da parte della banca soprattutto, e del mio consulente non lo so, ma sicuramente qualcosa sapeva.

Come ha fatto a riacquistare la fiducia?

Sono passata ad un'altra banca (R1).

In questi casi, come si legge da quest'ultima considerazione, a fronte di comportamenti scorretti il rapporto di fiducia con la banca si interrompe definitivamente e il cliente arriva a cambiare banca.

4.8. La responsabilità sociale

Spesso la fiducia da parte di un istituto di credito non si può più riacquistare, una volta persa, proprio perché è l'*asset* intangibile più importante su cui si fonda il rapporto con il cliente. La fiducia tra banca e cliente, infatti, si conquista non solo con elevati requisiti patrimoniali o indici di liquidità o di leva finanziaria, ma anche con l'estrema correttezza dei comportamenti adottati nei confronti della clientela, che secondo molti costituisce il miglior investimento di marketing che un qualsiasi intermediario possa effettuare.

Abbiamo visto che la fiducia nella propria banca rappresenta una forma di difesa reciproca per banca e clientela, rispetto al generale sentimento di sfiducia nei confronti del sistema bancario (Ampudia, Palligkinis 2018). A questa considerazione si aggiunge il tema della responsabilità sociale che, secondo alcuni (es: First Cisl 2018), dovrebbe essere il termine principale di valutazione dell'attività

bancaria. Ci è sembrato interessante, quindi, indagare se e come la responsabilità sociale fosse colta dai risparmiatori, ponendo la seguente domanda: *Secondo alcuni, il dipendente di banca dovrebbe tutelare il benessere finanziario del cliente. Lei cosa ne pensa?* L'affermazione ha trovato un accordo parziale degli intervistati:

Sì, sono d'accordo ma il dipendente di banca ha due obiettivi: uno è raggiungere gli obiettivi della banca, l'altro prendersi cura del benessere del cliente. Quindi lo ritengo difficile. Il dipendente non può farti sempre vincere, perché non può andare contro quello che gli viene detto dalla direzione (R9).

Mah sì, sono d'accordo, però il dipendente [fa l'interesse] anche della banca. Se è un dipendente, deve fare quello che gli dicono i suoi superiori. Quindi io mi sento tutelata al 50%. E l'altro 50% mi tutelo da sola! (R1).

Penso che sia corretto e che faccia parte dell'etica del dipendente (R6).

C'è anche chi esprime palesemente la sua perplessità nei confronti dell'etica del dipendente:

Dovrebbe, ma c'è molta sfiducia e c'è sempre la sensazione che non lo faccia.

Tu perché nutri sfiducia?

Perché sono scettico nella vita, so che dietro c'è un interesse più ampio del vendermi una cosa che interessa a me. So che ci sono dinamiche dietro che portano i dipendenti a proporti un certo prodotto piuttosto che un altro (R8).

Abbiamo posto in seguito una domanda di approfondimento: *Secondo alcuni esperti, la responsabilità sociale della banca nei confronti della tutela del risparmio dei clienti confligge con i suoi interessi commerciali. Se anche secondo Lei esiste questo conflitto, come andrebbe disciplinato?* A tal proposito, la maggior parte dei risparmiatori intervistati percepisce questa tensione e questo conflitto:

Ho un'amica che lavora in banca e spesso non può supportare le richieste dei clienti riguardo a mutui e prestiti perché non hanno determinati requisiti ed è difficile per lei far capire ai clienti perché le richieste non possono essere accettate. Quindi, primariamente la banca guarda i suoi interessi con certi tipi di clienti (R7).

Sì, questo conflitto in parte esiste perché [le banche] sono enti privati che devono guadagnare. Da un lato se si offre troppa educazione, troppa informazione al cliente questo rischia di diventare troppo informato e prende delle decisioni che magari vanno contro l'interesse della banca. Per cui, anche se sarebbe la cosa giusta, forse non è la soluzione che adotterebbero le banche. Quindi un'idea potrebbe essere quella di puntare di più sulla consulenza piuttosto che sul modello di business bancario tradizionale, che è un modello vecchio, più istituzionale, legato ad interessi estranei a quelli dei clienti. Il dipendente-consulente dovrebbe essere più centrato sull'andamento delle performance del cliente, e questo porterebbe il cliente a vincere un po' di più, così si potrebbe costruire un rapporto migliore con i clienti (R8).

In questo caso, la riflessione porta l'intervistato a intravedere una possibile soluzione nello sviluppo del ruolo dell'impiegato bancario da «passacarte» (un termine comparso più volte) a consulente. Un'altra proposta per superare questo conflitto la riscontriamo nelle parole di un'intervistata che ha un rapporto molto stretto con la consulente bancaria di riferimento:

Questo conflitto esiste perché la banca propone degli investimenti che permettano maggiore redditività alla banca stessa. Mentre un consulente finanziario indipendente per definizione è indipendente, la banca invece propone investimenti collegati ai suoi partner e alle sue necessità e questo può andare in conflitto con la responsabilità che ha verso il cliente, solo che tiene per sé queste informazioni e il cliente non lo sa. Su questo secondo me la banca non è chiara. Questo conflitto potrebbe essere superato nel momento in cui il consulente di banca non ti dia un prodotto già preconfezionato ma su misura per te, facendosi anche pagare una fee che lo renda indipendente al 100%. Anche una parte della remunerazione legata alla performance potrebbe essere qualcosa di utile a questo scopo (R6).

Secondo me l'ideale sarebbe andare in banca con la stessa fiducia con la quale si va dal medico, che dovrebbe tutelare il benessere fisico del suo paziente, e non solo il proprio, perché avere una comunità in salute giova a tutti. Allo stesso modo i dipendenti di banca devono tutelare il benessere finanziario dei risparmiatori (R5).

Il parallelismo tra benessere finanziario e salute, ripreso anche da altri esperti, sottolinea come, secondo alcuni intervistati, un reale rapporto caratterizzato dalla responsabilità sociale della banca verso i cittadini e gli *stakeholder* comunitari (e non solo gli azionisti,

gli *shareholder*) giovi a tutta la società. Tuttavia, il tema degli Esg e degli Sri, parlando di responsabilità di impresa, non è emerso nel campione dai nostri intervistati (né tra i risparmiatori, né tra i dipendenti). Al di là del limite della numerosità del campione, questo potrebbe essere legato al fatto che tali temi non sono ancora molto diffusi nel discorso comune, nonostante alcune indagini evidenzino una certa sensibilità sul tema (Forum Finanza Sostenibile e Bva 2021) all'interno delle filiali bancarie. Concludiamo con un'ultima riflessione di un risparmiatore con un livello di competenze finanziarie piuttosto alto, che lavora in una multinazionale:

Io penso che per fare in modo che il dipendente tuteli il benessere del risparmiatore, si dovrebbe fare come in alcune società, una valutazione a tre livelli: quella del tuo capo, dei tuoi collaboratori (...), e quella dei tuoi clienti. In questo modo, si bilancerebbe il peso delle diverse componenti che entrano in gioco anche nella definizione delle performance del dipendente di banca (R9).

La proposta, pur presa con le cautele del caso (tra cui il fatto che i dati dovrebbero essere presi e gestiti in modo trasparente), potrebbe fornire uno spunto interessante nella formulazione di eventuali modifiche nel sistema di valutazione dei dipendenti del settore bancario; dipendenti che – come evidenziato sopra e da più voci (First Cisl 2018; Yildirmaz, Klein 2020) – a volte percepiscono un peso eccessivo, se non schiacciante, rispetto ai meri obiettivi di natura commerciale.

4.9. MiFid: conoscenza e utilità percepita

A distanza di quindici anni dalla sua introduzione, il questionario MiFid è ormai parte integrante dell'esperienza di ogni investitore ma vi sono pareri discordanti in merito alla sua fruizione e alla sua utilità. Viene ritenuto a volte troppo generico, a volte troppo superficiale, a volte eccessivamente burocratico per quanto riguarda la compilazione:

Cosa ne pensa dal questionario MiFid?

Penso che sia uno strumento molto pesante dal punto di vista burocratico. È corretto, ma la profilazione fatta sui grandi numeri a volte fa perdere delle sfumature. Mi ricordo di aver dato una risposta che era in linea con il mio profilo, ma bloccava la mia consulente dall'effettuare determinate operazioni.

Come avete superato questa cosa?

La consulente mi ha «costretto» a cambiare quel punto, sulla base delle sue indicazioni, in modo da poter effettuare gli investimenti che avevo deciso di fare (R6).

È molto superficiale, come non averlo fatto, è troppo generico e per com'è fatto non serve a nulla (R10).

È troppo generico, la domanda generica per individuare la propensione al rischio per come è formulata tende a generare risposte erranee. Mi è venuto da rispondere bassa, mentre in realtà non è proprio così, la parola rischio io la associo al rischio di morte, mi ha indotto un senso di colpa a causa dell'utilizzo della parola «rischio» (R5).

Oltre a trovarsi in difficoltà nel momento della compilazione, per la quale comunque i risparmiatori intervistati dichiarano di aver ricevuto l'aiuto del consulente, in alcuni casi sembra essere messa in discussione anche la sua effettiva utilità:

L'idea è ragionevole, solo non mi è chiarissima l'applicazione, mi è sembrata quasi ritorsiva nei confronti di chi è preparato che quindi si può assumere dei rischi in più (R9).

Tali informazioni mettono profondamente in discussione lo scopo principale del questionario MiFid, ovvero quello di essere uno strumento di tutela del consumatore, che impone agli istituti bancari, finanziari o di credito una serie di obblighi in termini di trasparenza, chiarezza, comprensibilità e adeguatezza dei servizi offerti alla clientela. In definitiva, la percezione che è stata raccolta tramite le interviste è quella di essere uno strumento di tutela più della banca che del risparmiatore:

Mi sembra che sia più volto alla tutela della banca che del risparmiatore (R9).

Nei casi di risparmiatori più esperti viene, solitamente, ritenuto una zavorra che può impedire di compiere determinate scelte di investimento, e non una tutela per sé. In questi casi, comunque, da soli o con l'aiuto del proprio consulente di banca, si trova facilmente il modo per aggirarlo, come ammette qualche intervistato:

[È uno strumento di] tutela soprattutto per chi ha una scarsa conoscenza finanziaria, perché impedisce investimenti rischiosi. È un po' limitativo per le persone che hanno un background più avanzato in materia di cultura finanziaria (R6).

Io bleffo su tutto, così posso operare e dico, anche oggi stesso l'ho rifatto e ho letto l'avviso sulla mia pagina dell'home banking «devi aggiornare», c'erano domande mai viste, strumenti vari (...) warrant (...) e li ho risposto a «caso». Io a volte rispondo a caso o cerco su internet e bleffo (R4).

I consulenti ti permettono lo stesso di fare l'investimento se tu insisti.

Può spiegarmi meglio?

Se tu vuoi un certo tipo di prodotto, che però non è linea con il tuo MiFid, il consulente, comunque, in un modo o nell'altro, ti aiuta con il questionario, cioè ti permette di acquistarlo (R1).

Un ultimo aspetto curioso, ma molto indicativo, è il fatto che nessuno dei risparmiatori intervistati era al corrente che il questionario MiFid fosse diverso tra banca e banca, e che i dati dei questionari non vengono elaborati a livello centrale.

[Parlando di questionario MiFid] Non sapevo che fossero diversi da banca a banca! Ma allora, che senso ha? Andrebbe centralizzato (R1).

In definitiva, possiamo dire che l'introduzione di un questionario unico elaborato a livello centrale da un ente indipendente, proposta appoggiata da diversi esponenti del mondo bancario, appare a molti intervistati come uno strumento valido per una maggiore tutela del consumatore. Inoltre, alla luce delle esperienze raccolte, lo stesso questionario – se accompagnato da una reale funzione di educazione da parte del dipendente (che quindi «non» deve aiutare il cliente a «bluffare») – potrebbe essere uno strumento per promuovere maggiore consapevolezza delle proprie competenze finanziarie e, in alcuni casi, di sollecitazione ad un maggiore interesse verso la comprensione di alcuni aspetti della finanza di base e avanzata e un punto di partenza per un'attività di educazione finanziaria.

5. OSSERVAZIONI CONCLUSIVE

di Federica Fortunato, Corrado Giani, Paolo G. Grignaschi, Domenico Iodice, Andrea Scaglioni, Giovanni Sentimenti

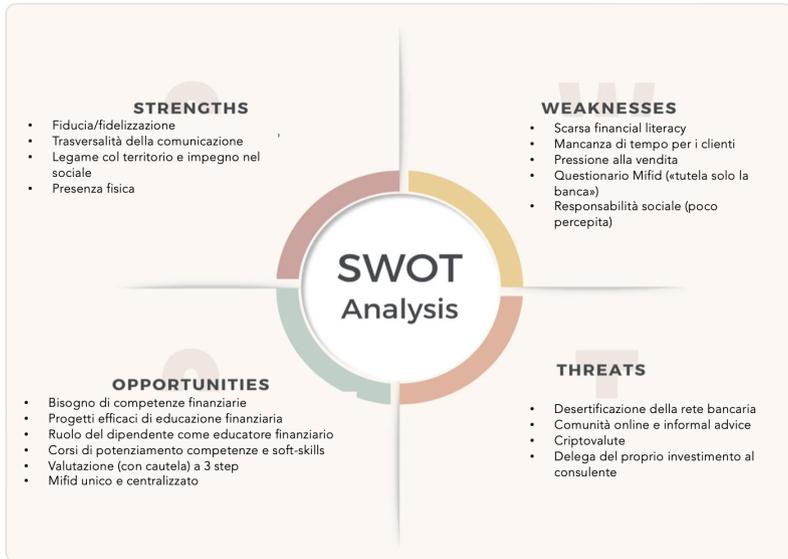
5.1. Una sintesi attraverso la matrice Swot

Il percorso di ricerca qui sintetizzato, che ha previsto più incontri con il gruppo di lavoro e una serie di interviste semi-strutturate con dipendenti e risparmiatori, ha permesso di elaborare alcune riflessioni che possono costituire validi spunti per introdurre cambiamenti o proporre strumenti che migliorino il rapporto della banca con i diversi *stakeholder* con cui interagisce, tra cui i clienti *in primis*, realizzando appieno la sua responsabilità sociale di impresa.¹ Per riassumere le principali osservazioni emerse ci riferiamo alla matrice Swot,² avendo come soggetto dello schema il sistema bancario (cfr. Figura 2).

¹ Nella lettura del capitolo, pur in maniera sintetica, è bene comunque ricordare che il nostro studio è di tipo qualitativo e presenta i limiti tipici della ricerca qualitativa (es: Cardano 2011; Amaturò 2012). Ad esempio, come tipico di questi studi, i dipendenti più disposti a essere intervistati telefonicamente (e quindi non in forma del tutto «anonima») sono spesso anche quelli che hanno un rapporto meno conflittuale con la banca. Oppure, il fatto che i risparmiatori – per effetto di un meccanismo di desiderabilità sociale – abbiano sottostimato il proprio bisogno di educazione finanziaria. Tuttavia, non avendo il tempo di procedere con un metodo di verifica quale la «Convalida del rispondente» (Blasi 2010), la validità della ricerca è stata testata attraverso la discussione delle indicazioni emerse con i membri del gruppo di lavoro, discussione che ha portato altresì alla costruzione della presente matrice Swot. In futuro, tali limiti potrebbero essere superati proponendo un'indagine quantitativa – come già indicato – che misuri alcune delle indicazioni emerse nel presente studio.

² La matrice Swot è uno strumento di pianificazione strategica usato per valutare i punti di forza (*Strengths*), le debolezze (*Weaknesses*), le opportunità (*Opportunities*) e le minacce (*Threats*) di un progetto o in un'impresa o in ogni altra situazione in cui un'organizzazione o un individuo debba prendere una decisione per il raggiungimento di un obiettivo. L'analisi può riguardare l'ambiente interno (analizzando punti di forza e di debolezza) o esterno di un'organizzazione (analizzando minacce e opportunità).

Figura 2. Analisi Swot applicata al sistema bancario nel rapporto con i risparmiatori



Strengths (punti di forza)

• *La fiducia* è l'elemento decisivo del rapporto tra dipendenti e risparmiatori. Tra questi ultimi, laddove essi sentano di potersi fidare del proprio consulente, c'è apertura a far sì che il rapporto sia duraturo, eventualmente tramandandolo di generazione in generazione. Il livello di «infedeltà» alla banca (cambiarla con frequenza) si riduce significativamente quando c'è fiducia. Tuttavia, questa forma di capitale sociale va costruita nel tempo, e richiede dedizione, ascolto, proattività da parte dei dipendenti. La fiducia incondizionata, però, può trasformarsi in un'arma a doppio taglio sia per il dipendente sia per il risparmiatore quando il rapporto implica una delega totale. Questo aspetto verrà approfondito nel quadrante relativo alle minacce (vedi: delega).

• *La trasversalità della comunicazione* (i.e. parlare non solo di questioni patrimoniali) viene apprezzata dai risparmiatori. La percezione di un interlocutore «reale», disposto a dialogare su più aspetti della vita corrente (dal risparmio agli investimenti, da questioni fa-

miliari del cliente a quelle legali), viene apprezzata come un interesse rivolto alla vita privata del risparmiatore in senso complessivo.

- *Il legame con il territorio.* La presenza della banca sul territorio viene percepita ancora da alcuni risparmiatori come un valore aggiunto importante, specialmente quelli adulti o anziani, e alcuni apprezzano l'impegno sociale delle banche nelle diverse attività delle comunità locali o grazie ai canali social.

- *La presenza fisica della banca,* un basso *turnover* dei dipendenti, la percezione di scarse pressioni commerciali aiutano il processo di costruzione della fiducia, soprattutto nelle cittadine più piccole.

Weaknesses (punti di debolezza)

- *Scarsa financial literacy:* i dipendenti lamentano una scarsa alfabetizzazione finanziaria dei risparmiatori che si rivolgono loro per gli investimenti; d'altro canto, i clienti percepiscono il tema della finanza come ostico, di difficile comprensione, dal linguaggio troppo tecnico. Inoltre, nel percepito dei risparmiatori, vi è anche la convinzione che non ci sia un reale interesse della banca ad acculturarli su determinati temi, che potrebbero ridurre le asimmetrie informative a sfavore della banca stessa.

- *Mancanza di tempo:* i risparmiatori percepiscono come i dipendenti abbiano poco tempo da dedicare loro, all'ascolto, alla spiegazione e alla consulenza (i piccoli risparmiatori) e, parallelamente, anche i dipendenti lamentano questa mancanza di tempo, sommersi spesso dalla compilazione di report o da procedure burocratiche da espletare.

- *Pressioni alla vendita.* Alcuni dipendenti raccontano, senza parlare in prima persona ma riferendosi a colleghi del proprio o di altri istituti, di pressioni commerciali molto forti, che arrivano a causare un malessere psico-fisico (alcuni vanno dallo psicologo). Le cause potrebbero ascriversi, secondo l'analisi del gruppo di ricerca, a due prassi di matrice comune: 1. agli obiettivi commerciali, che promuovono l'idea di «tenere in pugno il cliente» per massimizzare profitti e vendite immediate; 2. al tema delle campagne prodotto,

che sono oggi ristrette ad un arco temporale troppo limitato, e che determinano, per tali costrittive modalità, eccessive pressioni commerciali sui dipendenti per il conseguimento indiscriminato dei risultati.

- *Il questionario MiFid (tutela solo la banca).* Il questionario MiFid potrebbe essere uno strumento valido di tutela di risparmiatori e dipendenti, ma al momento è visto da alcuni solo come strumento di «tutela della banca» da parte dei risparmiatori, e di «noioso» vincolo burocratico per alcuni dipendenti. È curioso che quasi nessun risparmiatore da noi intervistato sappia che è diverso da banca a banca e che i dati non siano trattati a livello centrale. La diversità del questionario MiFid tra banca a banca, e il fatto che a volte venga «bypassato» dal risparmiatore grazie all'aiuto dell'intermediario, possono essere fattori che generano il fenomeno del *dumping* normativo, cioè, di rendere possibile la vendita di prodotti che altrimenti non risulterebbero adeguati (cfr. anche il *churning* commentato nel cap. 3).

- *Il tema della responsabilità sociale ad oggi è poco percepito dai risparmiatori, o percepito in modo vago.* Esso viene letto soprattutto come responsabilità nella tutela degli interessi dei clienti ma, proprio su questo punto, i risparmiatori pensano che ci siano dei conflitti tra gli interessi della banca (profitto per gli azionisti, vendita di prodotti «sponsorizzati») e quelli del cliente.³ Nessun risparmiatore ha parlato di sostenibilità. Su questo tema, recenti studi indicano la presenza in una parte della popolazione di una forte sensibilità sui prodotti Sri (dall'inglese, *Sustainable and Responsible*

³ Come sottolineato da alcuni interventi (es: First Cisl, 2018; Ronchetti 2019) il tema della sostenibilità e della responsabilità sociale è divenuto di grande attualità alla luce delle catastrofi naturali e degli scandali che continuano ad avere effetti sempre più evidenti (come i danni ambientali e all'economia reale) e richiedono, secondo molti, un importante «cambio di rotta» nella *governance* di industrie private e pubbliche. La risposta dell'industria del risparmio gestito si è tradotta nell'introduzione di nuovi servizi e processi, per quali le parole e le sigle *Esg*, *Sri* e *Impact Investing*, da quasi sconosciute che erano qualche anno fa, sembrano oggi divenute di moda, quasi «un mantra» (Ronchetti 2019). Il vero quesito è come questa nuova filosofia di investimento possa trovare terreno fertile anche presso chi la propone direttamente (banche, reti dei consulenti finanziari e asset manager) e soprattutto per l'investitore finale, individuandone i punti di forza da enfatizzare e le eventuali barriere da superare.

Investment) e sui temi Esg (sempre dall'inglese, *Environmental, Social and Governance*),⁴ ma ciò non è stato rilevato nel nostro campione. Tuttavia, come già accennato, al di là del numero limitato di intervistati, è doveroso sottolineare che il tema degli Esg potrebbe essere poco sentito sia per uno scarso interesse, sia perché a livello operativo sono ancora pochi i corsi e gli opuscoli informativi che ne parlano ai dipendenti delle banche e, di rimando, ai risparmiatori.

Opportunities (opportunità)

- In primo luogo, emerge un chiaro bisogno di *maggiori competenze finanziarie per i risparmiatori*, come sottolineano i dipendenti delle banche. Colmare questa lacuna permetterebbe infatti agli intermediari bancari di guidare i clienti in scelte consapevoli e informate, e di accogliere meno reclami da parte di chi firma senza aver capito. Anche i clienti esprimono questo tipo di bisogno, sebbene alcuni – ed è un dato che dovrà essere tenuto in considerazione nell'elaborazione di strumenti di educazione finanziaria per questo tipo di persone – dicono che la finanza sembra loro una materia troppo ostica e preferirebbero delegare *in toto*. Le categorie più importanti, secondo i bancari intervistati, sono i «pensionabili»; anche i giovani – sebbene con alcune eccezioni – sembrano avere un livello di *financial literacy* ancora scarso.

- Secondo i dipendenti e il gruppo di lavoro coinvolto nella ricerca, i *progetti di educazione finanziaria dovrebbero essere progettati con una particolare attenzione alla loro efficacia*. Nel campione di risparmiatori da noi coinvolto non sono state espresse preferenze per specifici tipi di risorse per fare educazione finanziaria (online, *de visu*, corsi, video). Tuttavia, come sottolineato da più autori (es: Baglioni et al. 2019), il suggerimento che emerge è che i progetti dovrebbero essere fatti avendo in mente un target specifico e i suoi bisogni, dovrebbero essere pianificati nel lungo termine, prevedendo almeno un monitoraggio se non una vera e propria valutazione

⁴ Si veda ad esempio il rapporto di ricerca «Finanza sostenibile in tempo di crisi: la percezione dei risparmiatori» di Forum Finanza Sostenibile e Bva (2021) <https://finanzasostenibile.it/wp-content/uploads/2021/11/Finanza-sostenibile-in-tempo-di-crisi-WEB.pdf>

(si vedano anche i «15 Indicatori per migliorare la qualità della progettazione delle attività di educazione finanziaria»,⁵ sottoscritti da numerosi esperti italiani).

- In generale, *il ruolo del dipendente bancario come educatore finanziario riceve un goodwill positivo sia da parte dei dipendenti sia dai risparmiatori* intervistati. Questa propensione costituisce un'opportunità che di certo andrà colta in futuro, valorizzando la fiducia e la correttezza da parte dei dipendenti. Una proposta, coerente con quanto esposto nel manifesto «AdessoBanca!», potrebbe essere quella di creare – a livello comunicativo, organizzativo e istituzionale – un'alleanza più forte tra risparmiatori e consulenti bancari e utilizzare questa leva perché i bancari, da lavoratori cittadini, siano percepiti come in grado di tutelare gli interessi dei risparmiatori (e non solo quelli della banca) come concittadini di cui loro stessi sono espressione.

- Alcuni dipendenti sono anche disponibili a seguire *corsi specifici per potenziare il loro ruolo di educatore finanziario*, purché ci sia del tempo dedicato (non eccessivamente lungo) e la possibilità di interagire con il docente (con l'online, non è sempre così). Un'ulteriore opportunità è quella di promuovere dei corsi per i dipendenti che potenzino le loro *soft-skill* (capacità di ascolto attivo, dialogo empatico, processi di distorsione cognitiva) molto apprezzate da parte dei risparmiatori. La mancanza di una «cultura di promozione dell'educazione finanziaria dei cittadini», nelle banche, fa sì che spesso non vengano promossi corsi o strumenti su questi temi, o che altrettanto frequentemente vengano percepiti come poco utili sul piano sostanziale.⁶ Questo è un elemento di attenzione importante per il futuro, e per cogliere le opportunità che l'educazione finanziaria può fornire al sistema bancario.

- La *valutazione a 3 step* (ovvero fare valutare le performance del dipendente da tre soggetti - clienti, collaboratori e responsabile del

⁵ Cfr. Documento «15 Indicatori per migliorare la qualità della progettazione delle attività di educazione finanziaria», consultato a <https://oneef.unimib.it/i-15-indicatori-oneef/>

⁶ Si veda anche il già commentato «Punto 2 del manifesto AdessoBanca!» (Obbligo per le banche di affrontare specifiche offerte formative per migliorare le competenze finanziarie).

dipendente) rappresenta una proposta interessante per diminuire il conflitto di interesse che a volte caratterizza il rapporto tra clienti e dipendenti, ma da vagliare con cautela rispetto alla trasparenza delle valutazioni e alla condivisione dei diversi dati.

- *Il questionario MiFid* potrebbe essere, a detta dei dipendenti e dei risparmiatori, un valido strumento di tutela del risparmiatore e di aiuto al dipendente bancario, purché venga gestito in modo corretto e centralizzato, con un questionario unico per più banche. Anche la proposta di usarlo per segmentare i percorsi di educazione finanziaria è un'opportunità interessante da valutare.

Threats (minacce)

- *La desertificazione della rete bancaria* è una delle possibili minacce al rapporto fiduciario tra la banca e i risparmiatori, specialmente gli adulti e gli anziani ma, secondo la nostra indagine, anche tra alcuni giovani. Recenti dati indicano come grandi gruppi bancari abbiano deciso di ridurre significativamente la presenza di sportelli sul territorio, soprattutto in alcune regioni del sud Italia (laddove invece ciò non si riscontra nelle regioni a statuto speciale).⁷ Dalla nostra indagine, al contrario, abbiamo visto come la presenza sul territorio sia al momento uno dei punti di forza che permette l'instaurarsi di un rapporto di continuità fondato sulla fiducia, tant'è vero che le banche territoriali, nel percepito dei risparmiatori intervistati, risultano più affidabili come soggetto per i loro investimenti.

- *Il mondo delle criptovalute costituisce un polo di attrazione forte per alcuni, specialmente investitori maschi adulti o giovani*, e non viene discusso affatto con i dipendenti bancari, quasi a creare un «settore altro» in cui i clienti spostano i soldi «di nascosto» dal proprio consulente. Questa minaccia potrebbe essere affrontata in futuro con specifiche risorse o interventi di educazione finanziaria che spieghino opportunità e i (molti) rischi del settore crypto. Nel percepito dei risparmiatori, di fatto, il settore non è del tutto assi-

⁷ Sulla riduzione della presenza delle banche sul territorio, si veda: Sentimenti 2022, «Analisi delle presenze della presenza delle filiali di banche sul territorio italiano», rapporto di ricerca a uso interno, Fondazione Fiba.

milabile a quello del «gioco d'azzardo» (pur essendo caratterizzato da notevoli rischi come questo), ma come un canale alternativo a quello finanziario con risvolti di «sovversione» delle logiche classiche del capitalismo finanziario. Tale fattore dovrà essere, a nostro parere, oggetto particolare di attenzione in futuro.

- Uno dei problemi giurisprudenziali più sentiti è quello della «delega». È un tema strettamente connesso alla fiducia e risulta particolarmente pernicioso se riferito a due tipi di situazioni: 1. La *delega in toto al proprio consulente bancario*. Il cliente che dice: «Fai te, mi fido», può generare un problema etico nel dipendente onesto e che desidera sinceramente tutelare gli interessi del proprio cliente, che si trova in una posizione di «parafulmine» tra gli interessi dell'azienda, quindi della banca e quelli del risparmiatore; 2. la *delega a congiunti e la tutela della privacy*. Anche in questo caso, la fiducia tra risparmiatori e dipendente bancario può creare problemi in casi di conflitti familiari (es: quando un coniuge non dice al dipendente che si sta separando e chiede al dipendente alcuni dati patrimoniali dell'altro coniuge e questi, in buona fede, glieli fornisce).

Le indicazioni emerse dalle interviste, dalle riunioni del gruppo di lavoro e dall'analisi *Swot* potranno essere sviluppate in futuro su più fronti. Ad esempio, con un'indagine quantitativa che misuri il peso delle diverse componenti emerse, oppure utilizzate per la costruzione di appositi progetti, iniziative o risorse⁸ di educazione finanziaria per i risparmiatori, o corsi di formazione per dipendenti interessati a migliorare il rapporto con la clientela anche attraverso il proprio ruolo di «educatore finanziario» o, ancora, strumenti di comunicazione volti ad aiutare i risparmiatori ad affrontare l'incertezza dello scenario finanziario contemporaneo con consapevolezza e adeguate informazioni.

Un ulteriore obiettivo di questi cambiamenti sarebbe anche quello di promuovere una società finanziariamente più inclusiva, superando quello che secondo Rowe e colleghi (2015) sono le difficoltà maggiori nel raggiungere tale obiettivo: 1. lo *spazio* – intendendo le barriere fisiche e digitali all'accesso); 2. il *labirinto* – l'insieme delle procedure burocratiche a volte complesse; 3. la *nebbia* – ossia

⁸ Per la differenza tra *progetti*, *iniziative* e *risorse* di educazione finanziaria, si veda Rinaldi 2020.

l'assenza di trasparenza e di informazioni semplici e chiare – che rende problematica la comprensione a chi si affaccia agli strumenti finanziari. Tali elementi sono emersi anche nella nostra ricerca.

5.2. Per una MiFid a tutela di lavoratori e risparmiatori⁹

In sede di esposizione delle conclusioni, vogliamo approfondire qui il ruolo di MiFid, ampiamente citata dai nostri intervistati, come strumento per una reale tutela di risparmiatori e lavoratori, riprendendo quanto già esposto altrove (Iodice 2021). L'implementazione di tale strumento passerebbe dalle seguenti proposte:

1. Valutazione e incentivazione MiFid compliant.

Il lavoratore dipendente che espleta un servizio di consulenza, nell'applicazione della normativa MiFid, deve essere valutato esclusivamente in base a dati endogeni alla prestazione, in applicazione di criteri normativi esplicativi del concetto di impegno, dedizione, professionalità, capacità di giudizio e senso di responsabilità e non in base al dato, del tutto esogeno e imponderabile *ex ante*, del raggiungimento di budget di vendita predeterminati. In concreto, occorre dunque intervenire sia sul sistema di valutazione delle prestazioni, sia sulla definizione della natura del sistema di incentivazione economica, oggi di fatto slegato dalla retribuzione *ratione temporis* e costruito, per l'appunto, in larga parte sui risultati commerciali.

2. Passaporto europeo del dipendente/consulente.

Occorre intervenire sulla certificazione delle competenze del dipendente che presta servizio di consulenza. In analogia alla figura del consulente finanziario iscritto agli albi professionali, essa deve tradursi in una sorta di passaporto europeo, capace di favorire la mobilità geografica e funzionale.

3. Statuto della consulenza nel lavoro subordinato e presidio di compliance.

Occorre intervenire sul presidio di indipendenza del lavoratore subordinato dalle pressioni commerciali, sia introducendo uno «statu-

⁹ Il paragrafo è stato scritto da Domenico Iodice. Esso è ripreso quasi integralmente da Iodice 2021 (pp.83-87).

to» dei diritti e delle tutele di chi fa consulenza, sia implementando le funzioni di compliance, che devono essere estese al controllo attivo sulle prassi organizzative e distributive aziendali, a supporto di ciascun lavoratore o di gruppi di lavoratori che avanzino richiesta di assistenza. Sarebbe importante garantirne anche l'interlocuzione organica con le rappresentanze dei lavoratori.

4. Separatezza del Responsabile unico sulla salvaguardia dei beni dei clienti.

Occorre garantire adeguate risorse, specifico percorso formativo e soprattutto ampia libertà di azione e massima efficacia operativa alla nuova ed interessante figura del «responsabile unico sulla salvaguardia dei beni dei clienti», designato dalla banca o dall'intermediario finanziario (secondo le Linee Guida Esma e le indicazioni delle autorità di vigilanza nazionali) per la salvaguardia degli strumenti finanziari e delle disponibilità liquide dei clienti. Tale funzione non può limitarsi a presidiare la separazione patrimoniale tra patrimoni dei clienti e patrimonio dell'intermediario, ma deve poter garantire i diritti dei clienti *tout court* sui beni da questi affidati alla gestione dell'intermediario.

5. Digitalizzazione e piattaforme inclusive per consulenti «aged».

La precarizzazione del lavoro è una conseguenza della digitalizzazione, che investe anche la consulenza in materia finanziaria (...). Tale trasformazione rischia di generare esclusione, cioè esodo anticipato, per i lavoratori anziani vittime del *digital divide*, oltre che (per tutti) senso di smarrimento e di straniamento individuale. Tali effetti scaturiscono dall'azione integrata della tempificazione delle attività e della misurazione algoritmica dei risultati delle attività, che rischia di tradire i valori più profondi della MiFid: il conseguimento del migliore interesse del cliente.

È tutta una questione di *performance* (e di connessa ansia da prestazione): i sistemi di *scoring* e *rating* tengono conto, ai fini della valutazione dell'eccellenza, dei tempi di risposta del lavoratore e di altri elementi, non necessariamente di natura qualitativa. In realtà, e in controtendenza con i precedenti assunti empirici, le stesse piattaforme digitali sarebbero potenzialmente idonee a fornire supporto consulenziale anche al cosiddetto *cliente interno*, ovvero a quel lavoratore chiamato a gestire il rischio di impresa. Si tratterebbe di utilizzare un algoritmo semplicemente diverso, costruito sulle

caratteristiche personali del lavoratore *aged*, che ha l'attitudine (per sensibilità, esperienza di vita, prudenza, conoscenza dei processi e dei rischi operativi e reputazionali) di supportare il lavoratore che opera all'esterno (e che a sua volta assume in prima persona rischi operativi non gestibili con le competenze e i tempi di cui dispone). Nuovi algoritmi e sistemi di rating, insomma, in quanto negoziati dalle parti collettive, costruiti e «adattati all'uomo» (secondo i dettami della Direttiva 89/391/Cee), potrebbero valorizzare e presidiare, oltre e più che i tempi di risposta agli stimoli del cliente esterno, la qualità dell'assistenza e consulenza fornita direttamente al cliente interno.

6. Questionario MiFid unico per tutti gli intermediari – Centrale MiFid gestita dalla autorità di vigilanza nazionale.

È determinante, per assicurare efficacia alla misura introdotta dal legislatore comunitario, la rilevazione della tolleranza al rischio del risparmiatore realizzata attraverso il questionario che gli intermediari distributori rivolgono alla clientela. Rispetto alla corretta rilevazione da parte degli intermediari distributori del profilo di rischio associato al cliente/risparmiatore, oggi ciascun intermediario predispone il proprio set di domande, rappresentanti il cosiddetto «questionario MiFid», senza alcun vincolo di asseverazione preventiva del set, e anzi in assenza di un questionario-tipo.

La prima conseguenza di tale situazione fattuale consiste in una possibile diversa classificazione, sotto il profilo della tolleranza al rischio, del risparmiatore/investitore avente rapporti con più intermediari, anche per effetto della disomogenea formulazione delle domande o delle aggregazioni di domande, e conseguentemente dei diversi algoritmi di decodifica delle informazioni, in uso presso i vari intermediari.

La seconda conseguenza, potenzialmente nefasta, consiste in rilevazioni della tolleranza al rischio potenzialmente non coerenti con la reale sopportazione del rischio e delle perdite da parte dei risparmiatori/investitori. Sarebbe pertanto necessaria la previsione normativa di adozione di un questionario unico europeo, o almeno a livello nazionale, secondo un modello realizzato dalla autorità di vigilanza, nonché l'adozione di un unico algoritmo per la decodifica delle informazioni assunte dai clienti. Inoltre, potrebbe essere istituita una Centrale MiFid, gestita dall'autorità di vigilanza, per consentire l'aggiornamento in tempo reale del questionario, a livel-

lo sistemico, e per apporre fermi operativi o segnalare warning in caso di notevoli/anomale variazioni dei profili di rischio del cliente.

7. *Divieto di distribuzione di strumenti/prodotti finanziari in ristretti intervalli temporali (c.d. «campagne prodotto»).*

Il dovere di orientare i comportamenti degli intermediari al miglior interesse dei clienti, impone di prevenire prassi scorrette o aggressive o comunque massive, e di conseguenza rende le «campagne prodotto», che consistono in proposizioni commerciali massive in un arco temporale delimitato, praticamente incompatibili con la logica della MiFid II.

5.3. Riflessioni per il futuro

In conclusione, come sottolineato da più autori (es. Baglioni et al. 2019; Kaiser et al. 2020; Willis 2021; Nicolini, Cude 2022) per la promozione e la tutela efficace del benessere finanziario dell'individuo, così come quello della collettività, è necessario un coinvolgimento di almeno tre processi:

1. l'implementazione di regole di trasparenza e correttezza rivolte agli intermediari finanziari, supervisionata da enti di controllo indipendenti;

2. la promozione di un maggior livello di *financial literacy* dei risparmiatori, in modo che siano fatte scelte informate e si eviti di incorrere in scelte azzardate senza consapevolezza, se non addirittura frodi, con interventi di educazione finanziaria ma anche civica (per incrementare anche le conoscenze di tipo legale);

3. una modifica nel sistema organizzativo delle banche che accolga realmente le regole di trasparenza sopra indicate (a livello funzionale ma anche a livello culturale), unita a un'attenzione maggiore al rispetto degli interessi di *stakeholder e shareholder* (e non in una logica oppositiva).

Centrale, in questa prospettiva, risulta il concetto di *capability*, termine che indica generalmente la capacità di raggiungere un livello soddisfacente di benessere che dipende sia dal soggetto (il risparmiatore, in questo caso), sia dall'insieme di opportunità e strumenti che la società offre (o rifiuta) agli individui (Nussbaum 2012). La *capability* finanziaria è riferita nello specifico a due dimensioni: una individuale e una strutturale, che combinano l'abilità

di una persona di agire in ambito finanziario (lato individuale) con l'opportunità di farlo superando i vincoli dati dalle situazioni (lato strutturale): tramite l'interazione delle due componenti, le persone possono comprendere, valutare, agire nel loro migliore interesse finanziario. Secondo alcuni autori (Aprèa et al. 2016) per creare una reale *capability* risulta pertanto fondamentale l'azione degli attori del contesto in cui opera il risparmiatore – quali ad esempio gli intermediari finanziari, le società bancarie, i sindacati, le associazioni dei consumatori e gli enti regolatori – in ottica complementare. Secondo questo approccio, è fondamentale un passaggio tra il concetto di educazione finanziaria, basato sulla *literacy* individuale, responsabilità puramente del singolo, a uno di *capability*, che agisce tramite il coinvolgimento attivo degli intermediari finanziari e delle banche, con la loro responsabilità sociale di promuovere la tutela del benessere individuale e collettivo.

Questi cambiamenti appaiono ancora più urgenti nella ripresa post Covid-19, una ripresa che si preannuncia caratterizzata da difficoltà e incertezza. Diversi autori sottolineano che c'è il rischio che l'educazione finanziaria sia percepita come non prioritaria – alla luce delle conseguenze drammatiche della pandemia che hanno spostato l'attenzione su altri interventi (ad esempio su quelli di tipo sanitario) laddove è invece essenziale fornire ai cittadini (tutti, considerando l'allungamento della vita media) competenze di base di economia e finanza per poter fare scelte finanziarie «buone» nel breve e nel lungo termine (Nicolini, Cude 2022; Bianco 2022).

Di nuovo, ci auguriamo che in futuro le riflessioni qui esposte possano essere utili spunti per la progettazione di interventi o risorse tesi a valorizzare l'importante ruolo delle banche nella promozione del benessere della collettività, nella piena realizzazione della loro responsabilità sociale d'impresa. Questo è un impegno che le banche dovrebbero assumersi nei confronti delle diverse generazioni di cittadini – soprattutto i giovani, ma non solo loro – che interagiscono nel sistema finanziario, cogliendo le sfide dei mutamenti in atto senza trincerarsi dietro a uno *status quo bias* che, come sappiamo, può essere deleterio per i soggetti individuali così come per quelli collettivi.

BIBLIOGRAFIA

Agasisti T. & Cannistrà M. (2020), «Valutare gli interventi di valutazione finanziaria: elementi metodologici e indicazioni operative», in Refrigeri L., Rinaldi E.E. & Moiso V. (a cura di), *Scenari ed esperienze di educazione finanziaria*, Pensa Multimedia, Lecce, 129-186.

Alemanni B., Cervellati E. M., Rocca S., & Rocco G. (2013), *La previdenza comportamentale*, Quaderno Mefop, 18.

Amaturo E. (2012), *Metodologia della ricerca sociale*, Utet, Torino.

Ampudia M. & Palligkinis S. (2018), *Trust and the household-bank relationship*, ECB Working Paper 2184.

Apra C., Wuttke E., Breuer K., Koh N. K., Davies P., Greimel-Fuhrmann B. & Lopus J. S. (eds.) (2016), *International handbook of financial literacy*, Springer, Singapore.

Argentin G. (2010), *L'educazione finanziaria per i giovani. Esperienze, evidenza empirica e proposte per future iniziative nel settore*, Quaderni dell'Osservatorio, Fondazione Cariplo, 5.

Baglioni A., Bongini P., Cucinelli D., D'Agostino G., De Socio P., Fuk A. & Rinaldi E.E. (2019), *Educazione finanziaria in Italia: a che punto siamo*, Osservatorio Monetario, 2.

Baranes A. & Becchetti L. (2008), *Banche e finanza: crisi sistemiche e possibili soluzioni*, Focus, 42(3).

Battiston G. (2010), *Il capitalismo destabilizzato. Intervista a Ulrich Beck*, «Lo Straniero», 120, consultato da <http://www.minima-etmoralia.it/wp/intervista-a-ulrich-beck/>

Bauman Z. (2008), *Vita liquida*, Laterza, Roma-Bari.

Bauman Z. (2011), *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari.

Beck U. (2012), *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Carocci, Roma.

Bianco M. (2022), *Disegni di legge nn. 2307, 50 e 1154. Insegnamento dell'educazione economica e finanziaria*. Audizione della Capo del Dipartimento Tutela della clientela ed educazione finanziaria della Banca d'Italia, 23 febbraio.

Blasi S. (2010), *La ricerca qualitativa in psicoterapia. Controversie, applicazioni e criteri di qualità*, Research in Psychotherapy: Psychopathology, Process and Outcome, 13(1), 23-60.

Boggio C. (2020), «Subprime, quantitative easing, rating... L'inglese come arma di confusione di massa?», in Refrigeri L., Rinaldi E.E. & Moiso V. (a cura di), *Scenari ed esperienze di educazione finanziaria*, Pensa Multimedia, Lecce, 81-105.

Bottazzi L. & Lusardi A. (2021), *Stereotypes in financial literacy: Evidence from PISA*, Journal of Corporate Finance, 71.

Cadmi (Casa delle donne maltrattate) – Global Thinking Foundation (2018), *La violenza economica*. Consultato da <https://www.cadmi.org/wp-content/uploads/2019/03/Guida-22La-violenza-economica22.pdf>

Candela M. & Prado A. (2021), *Italian operators' response to the Covid-19 pandemic*, Acm Sigcomm Computer Communication Review, 51(1), 26-31.

Cardano M. (2011), *La ricerca qualitativa*, il Mulino, Bologna.

Casarin R., Casnici N., Dondio P. & Squazzoni F. (2015), *Back to basics! The educational gap of online investors and the conundrum of virtual communities*, Journal of Financial Management, Markets and Institutions, 3(1), 51-69.

Casnici N. (2019), *Investitori in rete. Finanza non professionale nell'era del web*, Aracne, Canterano.

Cetif (2017), *Digital Business, Remote & Robo Advisory*, Università Cattolica, Milano, Consultato da https://www.cetif.it/wp-content/uploads/2019/11/20171025-DBH-DBH_III-Stream_25-ottobre.pdf

Cfpb (Consumer Financial Protection Bureau) (2015), *Financial well-being, The goal of financial education*, Report, July. Consultato da http://files.consumerfinance.gov/f/201501_cfpb_report_financial-well-being.pdf

Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria, ricerca (2020), *Emergenza Covid-19: gli italiani tra fragilità e resilienza finanziaria, sintesi della ricerca*. Consultato da www.quellocheconta.gov.it

Consob (2021), *Rapporto sulle scelte di investimento delle famiglie italiane. Attitudini e profili comportamentali*. Consultato da <https://www.Consob.it/web/area-pubblica/report-famiglie>

Corbetta P. (1999), *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, il Mulino, Bologna.

Corrado G. (2012), *L'esclusione finanziaria*, Giappichelli, Torino.

Cunningham B. (1976). *Action Research: Towards a Procedural Model*, Human Relations, n.3.

Cunningham M. T. & Turnbull P. W. (1982), «Inter-organisational Personal Contact Patterns» in Hakansson H., *International Marketing and Purchasing Industrial Goods: An Interaction Approach*, Imp Project Group.

Dagnes J. (2018), *Finanza e vita quotidiana: la finanziarizzazione delle famiglie italiane*, Quaderni di Sociologia, 76, 35-56.

Dagnes J. (2020), *Debito, finanza, rischio e crisi. O la sociologia della moneta che non c'è*. Quaderni di Sociologia, 64(83-LXIV), 123-129.

D'Alessio G., De Bonis R., Neri A. & Rampazzi C. (2020), *L'alfabetizzazione finanziaria degli italiani: i risultati dell'indagine della Banca d'Italia del 2020*, Bank of Italy Occasional Paper, (588).

Demos (2021), *XXIV Rapporto. Gli italiani e lo stato*. Consultato da <http://www.demos.it/rapporto.php>.

Facchini C. & Sala E. (2019), *Anziani e nuove tecnologie. Rischi e opportunità*, Autonomie locali e servizi sociali, 42(2), 151-162.

Ferrari L., De Laurentiis D. & Scuteri A. (2019), *La consulenza finanziaria 3.0*, Vicolo del Pavone, Castelnuovo Scrvia.

First Cisl (2018), «AdessoBanca!» Manifesto per la tutela del risparmio e del lavoro. Verso una riforma socialmente utile del sistema bancario. Consultato da <https://www.adessobanca.it/pdf/manifesto-AdessoBanca.pdf>

Forum Finanza Sostenibile e Bva (2021). Consultato da <https://finanzasostenibile.it/wp-content/uploads/2021/11/Finanza-sostenibile-in-tempo-di-crisi-WEB.pdf>

Gallino L. (2014), *Vite rinviare. Lo scandalo del lavoro precario*, Laterza, Roma-Bari.

Giddens A. (2000), *Cogliere l'occasione. Le sfide di un mondo che cambia*, Carocci, Roma.

Grifoni A. & Messy F. A. (2012), *Current status of national strategies for financial education: A comparative analysis and relevant practices*, Consultato da http://virtualnadss.umb.sk/intra/Upload-Folder-/203/subory/20_12_Current%20Status%20of%20National%20-Strategies%20for%20Financial%20Education.pdf

Invalsi-Oecd (2015), *National strategies for financial education*. Oecd/INFE, Policy Handbook, Paris.

Invalsi-Oecd (2020), Ocse Pisa 2018 Financial Literacy. *I risultati degli studenti italiani. Rapporto nazionale*. Consultato da <https://www.invalsi.it/invalsi/ri/pisa2018/rfl/Rapporto%20-Financial%20Literacy%20PISA%202018.pdf>

Iodice D. (2021), *MiFid II e digitalizzazione. Come cambia la domanda di competenze e di protezione del lavoro*, Adapt University press.

Istat (2021), *Rapporto Annuale 2021. La situazione del Paese in pillole*, Consultato da https://www.istat.it/it/files/2021/07/Pillole_Rapporto_Annuale_2021.pdf

Jennings R. (2022), *The internet turned money into a hobby*. Vox. Consultato da <https://www.vox.com/the-goods/22922511/crypto-nfts-sports-betting-money-hobby>

Kahneman D. (2011), *Thinking, fast and slow*, PenguinBook LTD, London.

Kaiser T., Lusardi A., Menkoff L. & Urban C. (2021), *Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors*. Journal of Financial Economics//www.nber.org/papers/w27057

Keese M. & Schmitz H. (2014), *Broke, ill, and obese: Is there an effect of household debt on health?* Review of Income and Wealth, 60(3), 525-541. Consultato da <http://ssrn.com/abstract=1750216>

Klapper L. & Lusardi A. (2020), *Financial literacy and financial resilience: Evidence from around the world*, Financial Management, 49(3), 589-614

Kumar N. (1996), *The Power of trust in Manufacturer-Retailer Relationships*, Harvard Business Review, 74.

La Bella M. (2014), *Disuguaglianza. Il dolore sociale come il dolore fisico: il ruolo dell'economia nella salute*. Intervento tenuto alla Giornata di studio su «Indebitamento e sovraindebitamento». Sipnei, Palazzo Cisterna, Torino, 11 giugno.

Lash C. (1984), *L'io minimo. Sopravvivenza psichica in tempi difficili*, Neri Pozza, Vicenza.

Lazarus J. (2020), «Prefazione», in Refrigeri L., Rinaldi E.E. & Moiso V. (a cura di), *Scenari ed esperienze di educazione finanziaria*. Risultati dell'indagine nazionale Oneef e riflessioni multidisciplinari, Pensa Multimedia, Lecce, 7-11.

Linciano N. (2010), *Errori cognitivi e instabilità delle preferenze nelle scelte di investimento. Le indicazioni di policy della finanza comportamentale*, Quaderno di Finanza, n. 66, gennaio.

Linciano N. & Soccorso P. (2017), *Conoscenze finanziarie, attitudini e scelte di investimento degli italiani. Le sfide dell'educazione finanziaria*, Quaderni di Finanza Consob, 84.

Lozza E., Castiglioni C., Bonanomi A. & Poli F. (2022), *Money as symbol in the relationship between financial advisors and their clients: a dyadic study*, International Journal of Bank Marketing.

Lusardi A. (2020), Slide dell'evento di lancio del mese dell'educazione finanziaria, consultato su http://www.quellocheconta.gov.it/it/pdf/mese_edufin/Le-slide-dellevento-di-lancio.pdf

Lusardi A. & Mitchell O. S. (2011), *Financial literacy around the world: an overview*, Journal of pension economics & finance, 10(4), 497-508.

Maizza A., Iazzi A., Trio O. & Gravili S. (2012), *La fiducia nelle relazioni Impresa-Banca: quali conseguenze sullo sviluppo territoriale?*, Atti del XXIV Convegno annuale di Sinergie.

Mangiatoridi B. & Rinaldi A. (2008), *Le regole della buona educazione finanziaria*, 23 giugno. Consultato da <http://www.lavoce.info/archives/24988/le-regole-della-buona-educazione-finanziaria/>

Maniscalco M. L. (2002), *Sociologia del denaro. Dimensioni sociali, culturali, etiche della moneta*, Laterza, Roma-Bari.

Moiso V. (2018), *(Im) previdenti? Rappresentazioni e strategie di giovani precari sulle pensioni*, Autonomie locali e servizi sociali, 41(2), 271-288.

Negri N. & Saraceno C. (a cura di) (2003), *Povert  e vulnerabilità sociale in aree sviluppate* (Vol. 240), Carocci, Roma.

Netemeyer R. G., Warmath D., Fernandes D. & Lynch J. G. (2018), *How Am I Doing? Perceived Financial Well-Being, Its Potential Antecedents, and Its Relation to Overall Well-Being*, Journal of Consumer Research, 45(1), 68-89.

Nicolini G. & Cude B. J. (eds.) (2022), *The Routledge Handbook of Financial Literacy*, Routledge.

Nussbaum M. C. (2012), *Creare capacit . Liberarsi dalla dittatura del Pil*, il Mulino, Bologna.

Oecd (2013), *Pisa 2012 Assessment and Analytical Framework: Mathematics, Reading, Science, Problem Solving and Financial Literacy*, Oecd Publishing, Paris, consultato da <http://dx.doi.org/10.1787/9789264190511-en>

Oecd (2014), *Pisa 2012 Results: Students and Money: Financial Literacy Skills for the 21st Century (Vol. VI)*, Pisa, Oecd Publishing, Paris, disponibile all'indirizzo: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264208094-en>

Oecd/Infe (2018), *International survey of adult financial literacy competencies, 2016*, consultato da <https://www.Oecd.org/finance/oecd-infe-survey-adult-financial-literacy-competencies.htm>

Oecd (2022), *Evaluation of National Strategies for Financial Literacy*, consultato da <https://www.Oecd.org/financial/education/evaluation-of-national-strategies-for-financial-literacy.htm>

Paladino G. (2022), *Alfabetizzazione finanziaria: le parole per misurarla*, lavoce info, 4 febbraio, consultato da <https://www.lavoce.info/archives/92990/alfabetizzazione-finanziaria-le-parole>

Pellizzone I. (2021), *La violenza economica contro le donne: riflessioni di diritto costituzionale*. Diritto Costituzionale, 28 dicembre.

Pew Research Center (2017), *Political Typology Reveals Deep Fissures on the Right and Left*, ottobre. Consultato da <https://www.pewresearch.org/politics/2017/10/24/appendix-1-typologygroup-profiles-2/>

Rampazzi C., Romagnoli A. & Staderini A. (2019), *Principali risultati del Censimento delle iniziative di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale realizzate in Italia nel triennio 2015-2017*. Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria. Consultato da http://www.quellocheconta.gov.it/it/news-eventi/quaderni_ricerca/index.html

Refrigeri L. & Rinaldi E. E. (2021), *Perché le competenze finanziarie degli italiani faticano a migliorare? Riflessioni sui dati Oneef e proposte per il futuro*, QTimes. Journal of Education, Technology and Social Studies, Anno XIII, Numero 3, 183-194.

Refrigeri L., Rinaldi E.E. & Moiso V. (a cura di) (2020), *Scenari ed esperienze di educazione finanziaria. Risultati dell'indagine nazionale Oneef e riflessioni multidisciplinari*, Pensa MultiMedia, Lecce.

Rinaldi E. E. (2020), «I risultati dell'indagine Oneef sullo scenario dell'educazione finanziaria in Italia», in Refrigeri L., Rinaldi E.E., Moiso V. (a cura di), *Scenari ed esperienze di educazione finanziaria*, Pensa MultiMedia, Lecce, 21-45.

Rinaldi E.E. (2015), *Perché educare alla finanza. Una questione sociologica*, FrancoAngeli, Milano.

Romito M. (2018), *Educazione finanziaria, finanziarizzazione e lavoratori del sociale. Un'analisi a partire da un caso empirico*, Autonomie locali e servizi sociali, 2, 289-306.

Ronchetti N. (2019), *Esg: tendenza reale o moda passeggera?* Consultato da <https://www.salonedelrisparmio.com/notizie/esg-tendenza-reale-o-moda-passeggera>

Rosina A. (2021), *Crisi demografica. Politiche per un paese che ha smesso di crescere*, Vita e pensiero, Milano.

Rowe B., De Ionno D., Peters D. & Wright H. (2015), *Mind the gap. Consumer Research exploring experiences of financial exclusion across the UK*, Financial Conduct Authority.

Sbankiamo (2012), *Perché è importante l'educazione finanziaria. Ricerca sulle conoscenze finanziarie di base degli italiani*, Rapporto di ricerca, consultato da https://sbankiamo.it/wp-content/uploads/2012/10/approfondimento_educazione_finanziaria.pdf

Sherraden M. S. (2013), «Building Blocks of Financial Capability», in Birkenmaier J., Sherraden M., Curley J. (eds.) (2013), *Financial capability and Asset Development*, Oxford University Press, New York 3-43.

Signorelli A. D. (2022), *La finanziarizzazione dell'esistenza*, Il Tascabile, 24 febbraio. Consultato da <https://www.iltascabile.com/societa/criptospeculazione/>

Signorelli A. D. (2022), *Mark Zuckerberg ha un piano per rendere realtà il metaverso*, Wired, 24 febbraio. Consultato da <https://www.wired.it/article/metaverso-mark-zuckerberg-meta-realta>

Strauss A. L. & Glaser B. (2009), *La scoperta della grounded theory. Strategie per la ricerca qualitativa*, Armando, Roma.

Swg (2013), *Scenari di un'Italia che cambia*. Luglio. Consultato da http://politicapp.swg.it/contents/files/post/2013-07/51dad17f0f3d3/SCENARI_MENS_9LUG.pdf

Szopinski T. (2019), *Who is Unbanked? Evidence from Poland*, *Contemporary Economics*, 13(4), 417-427.

Thaler R. H. (1999), *Mental accounting matters*, *Journal of Behavioral decision making*, 12(3), 183-206.

Visco I. (2011), *Il capitale umano per il XXI secolo*, il Mulino, 1, 6-20.

Visco I. (2020), *Intervento del governatore*, Giornata Mondiale del Risparmio del 2020. Convegno organizzato da Associazione di Fondazioni e di Casse di Risparmio Spa (Acri), 30 ottobre. Consultato da <https://www.acri.it/eventi/95a-giornata-mondiale-del-risparmio/>

Willis L. E. (2021), *Alternatives to financial education*, Loyola Law School, Legal Studies Research Paper, Los Angeles.

Xiao J. J. & O'Neill B. (2016), *Consumer financial education and financial capability*, *International Journal of Consumer Studies*, 40(6), 712-721.

Yildirmaz A. & Klein S. (2020), *Workforce view. Report*. Adp Research Institute, Roseland, NJ: Adp.

ALLEGATO 1. TABELLA INTERVISTATI

Tabella A.1 Campione dipendenti (D)

Codice	Genere (M= maschio; F= femmina)	Gruppo di età
D1	M	36-55 anni
D2	M	18-35 anni
D3	F	>55 anni
D4	F	18-35 anni
D5	F	18-35 anni
D6	M	>55 anni
D7	M	36-55 anni
D8	M	18-35 anni
D9	F	36-55 anni
D10	F	36-55 anni

Tabella A.2 Campione risparmiatori (R)

Codice	Genere (M= maschio; F= femmina)	Gruppo di età
R1	F	>55 anni
R2	M	>55 anni
R3	M	18-36 anni
R4	M	36-55 anni
R5	F	18-35 anni
R6	F	36-55 anni
R7	F	18-35 anni
R8	M	18-35 anni
R9	M	36-55 anni
R10	F	36-55 anni

ALLEGATO 2. MANIFESTO «ADESSOBANCA!»¹

Manifesto per la tutela del risparmio e del lavoro

Verso una riforma socialmente utile del sistema bancario

Le banche non sono case da gioco! Devono tornare a essere la casa forte del risparmio degli italiani, il terreno fertile su cui far crescere le risorse del Paese. Le banche non comprano e non vendono denaro, ma fiducia. La fiducia dei risparmiatori, delle famiglie, delle imprese. Una fiducia che è stata in troppi casi tradita.

Questo manifesto, con i suoi 6 obiettivi, vuole contribuire a riportare le banche al servizio dello sviluppo economico sostenibile, del risparmio, degli investimenti, del lavoro, della professionalità. Perché vogliamo continuare a credere che sia possibile produrre utili senza rinunciare a essere coerenti con quanto affermano gli articoli 41 e 47 della Costituzione in materia di responsabilità sociale, tutela del risparmio e sviluppo del credito.

Scopri i 6 obiettivi

1. Per restituire le banche ai cittadini.

Vantaggi fiscali per gli investimenti stabili nel capitale delle banche.

Esenzione fiscale e contributiva per i redditi da lavoro destinati all'acquisizione stabile di capitale da parte dei dipendenti della banca.

Vincolo per tutte le banche alla costituzione di un voting trust dei piccoli azionisti che abbia lo scopo di esercitare il voto nelle assemblee in base a obiettivi di carattere sociale (tutela del territo-

¹ Il manifesto «AdessoBanca!» è disponibile anche in inglese (per informazioni: info@firstcis1.it.)

rio, dell'occupazione, del risparmio e dei piccoli azionisti, politiche creditizie per la piccola e media impresa, politiche salariali responsabili).

Rappresentanza minima obbligatoria dei dipendenti negli organi sociali elettivi di controllo e presenza di almeno un componente indicato da Banca d'Italia di concerto con il Ministero dell'Economia e delle Finanze negli organi sociali elettivi di amministrazione di ogni banca.

2. Per liberare i lavoratori dalle pressioni commerciali e fare educazione finanziaria.

Presenza di un componente a tutela dei risparmiatori e di un componente espressione dei lavoratori nelle funzioni aziendali di controllo – in particolare nelle funzioni di compliance – delle banche.

Istituzione obbligatoria di commissioni bilaterali tra banche e rappresentanti dei lavoratori per la verifica delle politiche commerciali e dei sistemi premianti, con compito di relazione annuale all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Obbligo per le banche di approntare specifiche offerte formative per migliorare le competenze finanziarie dei clienti.

3. Per salvaguardare i risparmiatori.

Definizione per ciascun cittadino di un unico questionario MiFid valido in qualunque banca e gestito da un'unica centrale MiFid nazionale.

Attribuzione alla Consob della responsabilità di verificare l'effettiva rischiosità dei prodotti finanziari venduti dalle banche e di vigilare sulle anomalie dei profili MiFid.

Divieto per le banche di utilizzare finestre temporali ristrette per la vendita di prodotti finanziari.

4. Per dare valore agli Npl e combattere speculazioni e abusi.

Defiscalizzazione degli utili di società costituite da vari soggetti sociali ed economici (banche, fondazioni, imprese e loro associazioni, fondi per lo sviluppo, dipendenti) per l'acquisto degli Npl al loro valore effettivo, allo scopo di gestire in modo paziente il recupero dei crediti e di evitare dissesti nelle banche, aiutando famiglie e imprese in difficoltà e smascherando le truffe e gli abusi.

Assegnazione di quote di partecipazione nelle banche cedenti ai soggetti sociali ed economici aderenti alle società di gestione degli Npl.

Applicazione del contratto bancario al personale delle società di recupero degli Npl.

5. Per retribuire in modo responsabile i top manager.

Determinazione e immediata applicazione di un tetto massimo ai compensi dei top manager delle banche e abolizione dei bonus in entrata e in uscita.

Adeguamento dei compensi dei top manager delle aziende bancarie, sia per i contratti in corso che per quelli futuri, alle indicazioni delle direttive europee in merito al rapporto tra quota fissa e quota variabile con obbligo di vincolare almeno un terzo dei compensi complessivi al raggiungimento di obiettivi di interesse sociale e di legare la parte variabile a obiettivi di medio-lungo termine.

Innalzamento dei requisiti di capitale per le banche che non rispettino i tetti retributivi dei top manager e sospensione dell'autorizzazione all'emissione di prodotti finanziari in caso di mancata attribuzione di obiettivi di carattere sociale.

Costituzione in ogni banca di una commissione paritetica tra azienda, rappresentanze dei dipendenti e Banca d'Italia per la verifica delle politiche di remunerazione dei top manager, con il compito di relazionare l'Assemblea dei Soci esprimendo un parere motivato sulla congruità dei compensi.

Obbligo di sottoporre all'Assemblea dei Soci la ratifica dei contenuti economici dei contratti dei top manager.

6. Per salvaguardare i risparmiatori.

Accorpamento in un'unica nuova legge per tutti i reati economici che provocano allarme sociale e minano la fiducia nel sistema finanziario.

Istituzione del reato di disastro bancario con specifiche aggravanti per i danni che i top manager responsabili dei dissesti delle banche procurano all'occupazione e al risparmio privato.

Creazione di una Procura dedicata ai reati finanziari.

(Trascrizione integrale da: <https://www.adessobanca.it/>)

Il manifesto «AdessoBanca!» è disponibile anche in inglese (per informazioni: info@firstcisl.it).

ALLEGATO 3. IL GRUPPO DI LAVORO

Il gruppo di lavoro è stato composto da:

Federica Fortunato

Docente di Sociologia del cambiamento nell'era digitale e professore a contratto in Sociologia dei consumi e cultura d'impresa presso la Libera Università Iulm. Collabora a studi e ricerche con il Prof. Francesco Alberoni.

Corrado Giani

Componente Ufficio Studi First Cisl nazionale e responsabile Osservatorio sul credito First Cisl Toscana. È da tempo impegnato nell'analisi dei bilanci delle banche e dei gruppi bancari.

Paolo G. Grignaschi

Dirigente bancario. Responsabile del Network Dirigenti Bcc di First Cisl e membro del Comitato Scientifico della Fondazione Fiba. Attivo da anni nel campo dell'educazione finanziaria è stato tra l'altro Consigliere d'Amministrazione di Feduf.

Domenico Iodice

Responsabile nazionale del settore CaFirst per il coordinamento della contrattazione collettiva di First Cisl, direttore scientifico della progettazione finanziata europea di Apf - First Cisl.

Emanuela E. Rinaldi (responsabile scientifico della ricerca)

Ricercatrice in Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università degli studi di Milano-Bicocca. Si occupa da anni di studi sulla socializzazione economica, l'educazione finanziaria e sulle differenze di genere. Dirige l'Osservatorio nazionale di Educazione economico finanziaria.

Andrea Scaglioni

Dirigente sindacale Fiba Cisl dal 1989 e poi First Cisl, attualmente responsabile dell'Ufficio Studi Ricerca e Innovazione contrattuale della Federazione nazionale.

Giovanni Sentimenti

Responsabile del comparto Credito cooperativo First Cisl, componente del Dipartimento Studi e Ricerche, ha realizzato studi sui bilanci, gli andamenti economici e strutturali sul Credito cooperativo.

Marcolina Sguotti

Sociologa, trainer e coach professionista. Dal 2003 si occupa di formazione manageriale ideando e progettando seminari per strutture pubbliche e private. Ha svolto attività di docenza e di ricerca presso la Libera Università Iulm.

Il numero di progetti, risorse e iniziative dedicati all'educazione finanziaria in Italia è significativamente cresciuto dal 2008 (anno della crisi dei mutui subprime) a oggi, e si è accompagnato ad autorevoli studi che evidenziano l'importanza di innalzare le competenze finanziarie (o, in inglese, *financial literacy*) degli italiani. Tuttavia, il ruolo delle imprese bancarie all'interno del processo di educazione finanziaria appare oggi meno studiato, nonostante siano state fatte su questo interessanti proposte da più voci.

Il presente volume approfondisce tale aspetto, attraverso una ricerca qualitativa svolta da un gruppo multidisciplinare di esperti che ha studiato le opinioni di dipendenti bancari e risparmiatori intorno ad alcuni temi cruciali della responsabilità sociale del sistema-banca: quali punti di forza e di debolezza caratterizzano il rapporto tra dipendente bancario e risparmiatore? Può il dipendente essere «educatore finanziario»? Come viene percepito il conflitto di interessi tra banca, dipendente e cliente? Quali le opinioni intorno alla proposta di inserire un unico questionario MiFid elaborato a livello centralizzato? Quali esigenze in termini di educazione finanziaria manifestano i risparmiatori? Il volume risponde a queste e altre domande unendo le evidenze della ricerca alle riflessioni del gruppo di lavoro composto da ricercatori e rappresentanti del mondo sindacale, discutendo alcuni punti del manifesto «AdessoBanca!» di First Cisl e avanzando proposte per il futuro che esprimono la volontà più ampia di «ridare la banca ai cittadini».

Emanuela E. Rinaldi è ricercatrice in Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università degli studi di Milano-Bicocca, MSc in Economic Psychology e PhD in Sociologia e metodologia della ricerca sociale. È membro del Comitato direttivo del RN10 Sociology of Education dell'European Sociological Association e di Aeee-Italia (Associazione europea per l'educazione economica) nonché responsabile scientifico dell'Osservatorio nazionale di educazione economico finanziaria (ONEEF). È autrice di numerosi saggi scientifici e divulgativi sulla socializzazione economica e sull'educazione finanziaria.

ISBN 978-88-7313-530-2



9 788873 135302