

Centro Studi OIC

EDUCAZIONE FINANZIARIA: RESISTENZA E RIPARTENZA

Le scelte finanziarie, personali e familiari ai tempi del COVID, come opportunità per resistere al presente e pianificare il futuro

Intervento di Maria Luisa Cavina – IVASS

22 ottobre 2020

Le parole hanno una loro forza intrinseca e entrambe queste parole (resistenza e ripartenza) ci trasmettono positività, speranza, energia e voglia di progettare il futuro.

E' indubbio che la crisi epidemiologica continui a produrre i suoi effetti sulle abitudini e sui comportamenti dei cittadini e sull'andamento dell'economia, caratterizzata dalla recessione più profonda della storia dell'Italia moderna.

Il lockdown della primavera e la recente brusca risalita della curva dei contagi hanno profonde ripercussioni sui comportamenti degli individui e delle famiglie, sulle loro disponibilità finanziarie e sui bilanci delle imprese.

La pandemia ha messo in luce rischi prima non evidenti o non ben compresi: il severo aumento della domanda di cure mediche intensive (il rischio di non poter ricevere cure adeguate), gli effetti delle misure volte a contenere i contagi (il rischio di non poter svolgere la propria attività lavorativa), la riduzione della mobilità in ambito nazionale e tra paesi (il rischio di non potersi spostare per lavoro, per motivi familiari o per turismo).

Il ruolo delle assicurazioni per la crescita

Un settore assicurativo efficiente che sostenga famiglie e imprese nella gestione dei propri rischi è uno dei fattori che contribuiscono ad accrescere il benessere della società e la competitività del sistema economico.

La diffusione dei servizi assicurativi consente di assorbire in modo efficiente i danni derivanti da situazioni sfavorevoli di varia natura (incidenti, malattie, catastrofi naturali, ecc.); riduce le condizioni di vulnerabilità rispetto a eventi che possono colpire la salute, il patrimonio, la capacità di generare reddito.

Un mercato assicurativo sviluppato può consentire di ridurre il risparmio precauzionale che verrebbe accumulato in assenza di assicurazione per fronteggiare i rischi, e così facendo può incentivare i consumi e stimolare la crescita anche in presenza di shock economici. In generale, produce effetti benefici che possono sintetizzarsi in una maggiore resilienza del sistema economico nel suo complesso.

Ma per avere un mercato assicurativo sviluppato – e sappiamo che questa **non è** la situazione italiana – occorre **anche e forse innanzitutto** una maggiore diffusione della cultura assicurativa.

La conoscenza del funzionamento delle assicurazioni è cruciale per rendere individui e imprese più consapevoli dei rischi che corrono e degli strumenti che possono attivare per gestirli. Può orientare la domanda ed essere un importante fattore di impulso per imprese e intermediari e per gli stessi supervisori.

Sappiamo che, nonostante i progressi compiuti negli ultimi anni, i dati comparativi sulla conoscenza finanziaria degli individui continuano a non essere soddisfacenti per l'Italia. Anche le edizioni più recenti delle indagini internazionali sull'alfabetizzazione finanziaria confermano il ritardo italiano. Delineano un Paese con solchi profondi che marcano divari geografici, di genere e di condizione socio-economica, in cui il Meridione, le donne, i giovani, le fasce più deboli risultano penalizzati.

Esiste una relazione positiva tra la dotazione di capitale umano di un paese - le conoscenze e le competenze delle persone - e lo sviluppo economico. In Italia, come già accennato, questa dotazione è inadeguata e disomogenea. **Più in dettaglio, c'è una relazione tra conoscenze e competenze delle persone e resilienza nel contesto COVID-19.**

L'indagine recentemente commissionata dal Comitato EDUFIN a DOXA per valutare l'impatto della crisi innescata dalla pandemia, avere un quadro della situazione finanziaria delle famiglie e capire quali sono le aree di maggiore criticità ha messo in luce che **la fragilità finanziaria, già esistente, si è notevolmente acuita: essa copre ampi strati della popolazione ma è anche distribuita in modo ineguale. I gruppi più vulnerabili sono i giovani, le donne, chi ha un basso livello di educazione e le famiglie che vivono nel Sud e nelle isole. LA CRISI HA ACCENTUATO LE DISUGUAGLIANZE.**

Dall'inizio dell'emergenza COVID-19, circa 4 famiglie su 10 dichiarano di aver rivisto i loro obiettivi di lungo periodo del tutto o in parte. Inoltre, una famiglia su quattro dichiara di non avere obiettivi di medio-lungo termine.

Il 35% delle famiglie dichiara di provare una sensazione d'ansia pensando alla propria situazione finanziaria. Circa un italiano su due valuta questa situazione emergenziale come una grave minaccia per il proprio benessere finanziario.

Esiste una potenziale debolezza di fondo nelle famiglie italiane dettata dalla bassa conoscenza finanziaria, anche dei concetti più elementari e alla base delle principali decisioni finanziarie. Questa bassa conoscenza non solo può portare ad un utilizzo inefficiente degli aiuti pubblici ma anche accentuare l'impatto degli shock e della pandemia.

La diseguaglianza nella distribuzione delle fragilità è comprovata su più fronti, anche da altri indicatori. Per quanto riguarda le donne, ad esempio, i dati ISTAT sul tasso di occupazione in raffronto all'agosto 2019 denotano una riduzione dell'occupazione femminile doppia rispetto a quella che ha colpito gli uomini (She-recession).

Il ruolo dell'educazione finanziaria

In questo quadro, il potenziamento delle iniziative di alfabetizzazione assicurativa e finanziaria è indispensabile per contribuire alla ripresa del Paese, nel segno dell'inclusione e del recupero di tutte le componenti della società, anche quelle in partenza più svantaggiate.

L'IVASS è parte attiva della "Strategia nazionale per l'educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale", che mira a sopperire alle carenze informative che ho ricordato.

Abbiamo incluso da tempo nel nostro Piano strategico la promozione dell'educazione assicurativa tra le iniziative volte a innalzare il livello di protezione del consumatore. Come Istituto con compiti di regolazione e supervisione, lavoriamo per offrire tutela ai clienti assicurativi basandoci su alcune linee guida: buone norme, vigilanza su imprese e intermediari, educazione e, a breve, strumenti rafforzati di tutela individuale (mi riferisco alla prossima attuazione dell'Arbitro Assicurativo per la risoluzione alternativa delle controversie). È evidente che l'educazione finanziaria si affianca, ma non può sostituire gli altri strumenti di tutela dei consumatori di servizi assicurativi.

Tra le tante iniziative in corso desidero ricordare l'indagine conoscitiva sui comportamenti degli italiani di fronte alla gestione dei propri rischi condotta dall'IVASS con il sostegno finanziario del Ministero dello Sviluppo Economico. L'indagine, che è ora in fase di svolgimento, si basa sull'intervista di un campione di circa 2000 individui di età superiore a 18 anni a cui sono poste 50 domande; è volta a rilevare le conoscenze di base relative ai meccanismi assicurativi, le capacità di ragionamento probabilistico e di valutazione dei rischi, i fattori alla base delle decisioni assicurative, le modalità di comunicazione con le compagnie. Rappresenta uno strumento importante per disporre di indicazioni più specifiche sulle conoscenze degli individui in materia assicurativa e indirizzare più efficacemente le future azioni educative. Se ripetuta nel tempo, consentirà di verificare l'efficacia delle iniziative di educazione assicurativa via via poste in essere.

Siamo convinti che le forme di erogazione dell'educazione assicurativa e dell'educazione finanziaria in generale vadano adeguate nel tempo in relazione ai mutamenti in atto (in particolare, al processo di digitalizzazione della società) e ai destinatari: il linguaggio e gli strumenti per rivolgersi ai giovani sono necessariamente diversi da quelli ritenuti più efficaci per raggiungere gli adulti. **Per questo abbiamo sviluppato nel tempo una collana di prodotti multimediali (video-pillole, quiz interattivi, un recentissimo video-gioco) disponibili nel nostro sito che riteniamo particolarmente adatti a un pubblico variegato.**

Gli aspetti sui quali riteniamo sia fondamentale lavorare per uno sviluppo adeguato del mercato assicurativo, in grado di offrire protezione diffusa dai principali eventi che possono colpire individui e imprese:

- la consapevolezza, ossia riuscire a individuare i rischi che si corrono nel corso della vita e il ruolo dell'assicurazione;
- il "come funziona": le caratteristiche essenziali di un contratto di assicurazione;
- "quello che potrei acquistare e le cose a cui devo prestare attenzione al momento giusto": l'offerta dei prodotti assicurativi e le regole da seguire;
- gli strumenti assicurativi digitalizzati (Insurtech);
- le truffe assicurative, spesso digitali (il c.d. "phishing assicurativo").

Direi, per concludere, che l'assicurazione è un atto di protezione, previdenza e fiducia. Sta a noi - vigilanza, imprese, intermediari, associazioni dei consumatori - sviluppare le condizioni per accrescere le conoscenze, rimuovere le diffidenze e far sì che la fiducia sia ben riposta.

La sfida che abbiamo davanti è quella di costruire uno schema "win/win": implica un grande impegno per l'industria, che deve essere un attore leale e professionale - e per la vigilanza, che deve essere capace di accompagnare il cambiamento e intercettare e rimuovere condotte non conformi.

Grazie