

Nasce *Edufin Index*, il primo Osservatorio di Alleanza Assicurazioni, Fondazione Gasbarri e SDA Bocconi su consapevolezza e comportamenti finanziari e assicurativi degli italiani e dei “nuovi italiani”

In evidenza la necessità di migliorare il livello di educazione finanziaria e assicurativa degli italiani

Secondo l'Osservatorio gli italiani raggiungono complessivamente un livello di *Edufin Index* pari a 55 su 100 (la sufficienza è pari a 60 su 100)

Roma. **Alleanza Assicurazioni**, assicuratore di riferimento per le famiglie italiane, con **Fondazione Mario Gasbarri** e con la collaborazione scientifica di **SDA Bocconi**, presenta ***Edufin Index***, il primo Osservatorio sulla consapevolezza e sui comportamenti finanziari e assicurativi degli italiani.

L'Osservatorio, presentato oggi a Roma e consultabile al link <https://www.alleanza.it/educazione-finanziaria-assicurativa>, si distingue per essere il **primo studio a mettere in relazione le conoscenze finanziarie e assicurative** degli italiani con il loro comportamento: il “sapere” viene rapportato quindi al “fare”. Inoltre, per la prima volta vengono indagate anche le conoscenze finanziarie e assicurative dei “nuovi italiani” (cittadini filippini, sudamericani e rumeni residenti nel nostro Paese) attraverso delle interviste effettuate in lingua madre.

Davide Passero, CEO di Alleanza Assicurazioni e Country Chief Marketing & Product Officer di Generali Italia ha dichiarato: *“L'educazione finanziaria e assicurativa riveste elevata rilevanza sociale: per questo, chi fa assicurazione deve interpretare un ruolo centrale e complementare al sistema pubblico. Come Alleanza siamo impegnati da anni in questo ambito, con investimenti di risorse e competenze che hanno portato allo sviluppo del Piano Nazionale di Educazione Finanziaria e Assicurativa. Oggi proseguiamo il nostro impegno in questo ambito e presentiamo *Edufin Index 2022*, che mostra quanto l'educazione finanziaria e assicurativa possa essere una leva per promuovere equità sociale e benessere. Questo per noi significa fare bene impresa contribuendo alla sostenibilità del nostro Paese, attraverso azioni concrete a favore della collettività e dei territori in cui operiamo”*.

Il principale dato che emerge dall'Osservatorio è la **necessità di migliorare il livello di educazione finanziaria e assicurativa degli italiani**. Le persone intervistate raggiungono complessivamente un livello di *Edufin Index* pari a 55 su 100 (il livello di sufficienza è 60 su 100).

L'***Edufin Index*** analizza due aspetti in una scala da 1 a 100: da un lato l'***Awareness Index***, cioè **quanto gli italiani “sanno” e come si valutano** (che raggiunge in questa analisi un livello di 51 su 100), e dall'altro il ***Behavioural Index***, cioè **come si comportano e cosa “fanno” quando decidono** delle proprie finanze (che raggiunge un livello di 58 su 100).

Gli intervistati sono consapevoli del loro gap di conoscenza, ma adottano comportamenti attenti: si dimostrano interessati e si attivano per le proprie finanze e per definire come allocarle. Infatti, i due sotto-indici che misurano il comportamento e l'attitudine raggiungono rispettivamente quota 64 e 62 su 100.

Secondo l'Osservatorio, gli italiani tengono alle proprie finanze e reputano importante investirle e assicurarle. Quando ritengono di non possedere le giuste competenze per farlo in autonomia preferiscono rivolgersi ai professionisti del settore, come consulenti assicurativi e banche. Circa l'80% dichiara, infatti, di affidarsi a professionisti per informarsi e accedere ai mercati finanziari e assicurativi.

Dall'Osservatorio emergono alcuni gruppi che vengono definiti "più fragili": casalinghe/i (con un livello di 48 su 100), non occupati (con un livello di 48 su 100), studenti (con un livello di 51 su 100) e donne (con un livello 52 su 100).

Le **donne** dimostrano comunque un interesse elevato ad informarsi e a comprendere le tematiche finanziarie e assicurative e hanno la propensione ad affidarsi maggiormente a specialisti del settore.

I **giovani**, la cosiddetta "generazione Z" (età inferiore ai 25 anni), pur con bassi livelli di conoscenze e comportamenti poco strutturati per accedere ai mercati finanziari e assicurativi, utilizzano siti internet e app finanziarie per informarsi e investono più della media in criptovalute (16% vs 7%).

Inoltre, dall'Osservatorio emerge che gli italiani considerano **le proprie finanze un tema importante** e quindi **investono e si assicurano**, ma non **con una corretta percezione del rischio**: il livello di "percezione del rischio" è di 47 su 100 e indica una **percezione soggettiva** del rischio distante da quella **oggettiva**.

Oltre alla ricognizione sulla popolazione italiana, per la prima volta nel nostro Paese, l'Osservatorio indaga la conoscenza e l'alfabetizzazione finanziaria e assicurativa su un campione di "nuovi italiani" (cittadini filippini, sudamericani e rumeni residenti in Italia e intervistati in lingua madre), che rappresentano una quota sempre più importante della popolazione (8,7% secondo i dati Istat 2022).

L'**indicatore che misura il loro livello di conoscenza** legato a questi temi ha raggiunto un livello pari a **46 su 100**. I livelli più elevati sono stati registrati tra coloro che hanno una buona padronanza della lingua italiana (65 su 100), un alto reddito (73 su 100), vivono da molti anni nel nostro Paese e risultano ben integrati nella comunità in cui vivono (59 su 100).

Il Piano Nazionale di Educazione Finanziaria e Assicurativa di Alleanza a sostegno di una nuova cultura di educazione per favorire la ripartenza del Paese ed essere vicini a famiglie e comunità

Alleanza Assicurazioni è impegnata sul fronte di una mission che la vede da anni protagonista: accrescere l'educazione finanziaria e assicurativa degli italiani, un importante ruolo sociale in linea con gli obiettivi dell'Agenda Onu 2030.

Alleanza ha, infatti, varato a febbraio 2020 un **Piano Nazionale di Educazione Finanziaria e Assicurativa**, articolato in seminari gratuiti che in questi anni hanno registrato oltre 256mila partecipanti in oltre 785 eventi, divisi tra *Protection Day*, *Investment Day* e *Previdenza Day*. Inoltre nel 2021 Alleanza ha sviluppato un **piano editoriale** sui **canali social** per promuovere la cultura finanziaria e assicurativa e sensibilizzare le persone su questi temi attraverso 20mila contenuti che hanno raggiunto oltre 53milioni di contatti.

Anche quest'anno la Compagnia aderisce al **Mese dell'Educazione Finanziaria** - organizzato dal Comitato di Educazione Finanziaria e sostenuto dal MISE - attraverso una serie di appuntamenti che culminano oggi, **27 ottobre**, a Roma con la presentazione dell'**Edufin Index**.

Gli Investment Day di Alleanza – Speciale nuovi italiani

Gli appuntamenti:

- **Investment Day - Speciale comunità filippina**, un evento nazionale online (in lingua filippina) dedicato alla comunità filippina basata nel nostro Paese, con l'obiettivo di accrescere le competenze dei partecipanti sui temi finanziari ed assicurativi.
- **Investment Day - Speciale comunità sudamericana**, un secondo appuntamento nazionale online (in lingua spagnola) per coinvolgere la comunità spagnola presente in Italia sulle principali tematiche finanziarie, assicurative e previdenziali.
- **Investment Day - Speciale comunità rumena**, un terzo modulo rivolto alla comunità rumena in Italia (in lingua rumena) per supportare le famiglie ad affrontare i temi finanziari, assicurativi e previdenziali.



Alleanza Assicurazioni, una delle storiche compagnie assicurative italiane, fondata a Genova nel 1898 e oggi società del Gruppo Generali, rappresenta un modello unico di compagnia assicurativa sul mercato italiano, con una rete diretta proprietaria che si appoggia a 800 punti operativi, composta da 11mila consulenti assicurativi, di cui il 40% con meno di 40 anni e il 50% donne. L'indice di solvibilità è tra i più alti del mercato mentre i clienti sono pari a 1,9milioni con un tasso di fedeltà del 94%, anche in questo caso caratterizzati da un'età molto giovane: il 40% degli stessi ha meno di 45 anni. Nel 2021 la Compagnia ha raccolto €6,5miliardi di premi totali e ha al suo attivo €40miliardi di asset in gestione. Sotto il profilo della modernizzazione ha guadagnato il titolo di network assicurativo più digitalizzato in Europa.

SDA Bocconi School of Management, fondata nel 1971, SDA Bocconi School of Management è la migliore business school internazionale in Italia. L'impronta e lo spirito dei fondatori – secondo i quali ogni esperienza di apprendimento è un percorso di trasformazione – sono oggi più vivi che mai. In questo modo, i nostri master, i nostri programmi di Formazione Manageriale "su misura" e la nostra ricerca applicata mirano a cambiare le persone e le organizzazioni. Allo stesso tempo, la nostra ricerca scientifica crea conoscenza d'avanguardia per aiutare i leader ad affrontare le sfide più difficili in un mercato sempre più globale ed in continua trasformazione. Questa è la ragione per cui manager di tutto il mondo si affidano a SDA Bocconi per rafforzare competenze e qualità professionali, per coltivare il pensiero creativo e promuovere l'innovazione, per entrare a far parte di un network all'interno di una comunità internazionale e per dare un'opportunità in più al loro futuro professionale e personale.