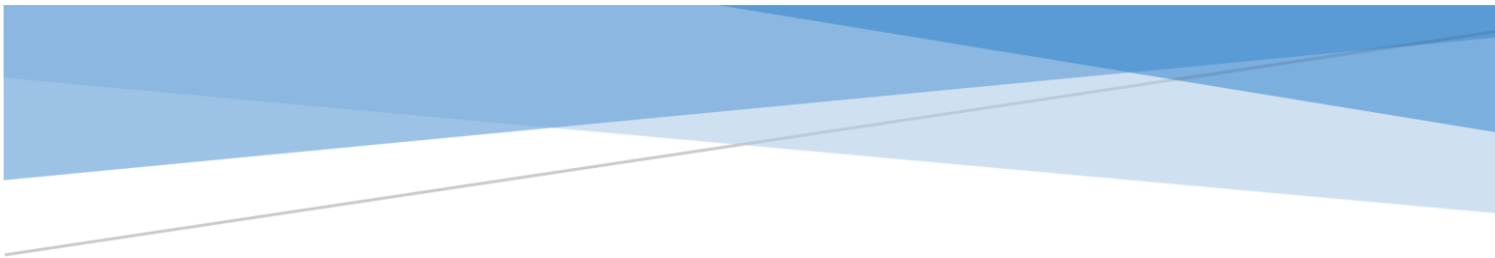


Principali risultati del Censimento delle iniziative di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale realizzate in Italia nel triennio 2015-2017.

A cura di: **C. Rampazzi (Banca d'Italia), A. Staderini (Banca d'Italia), A. Romagnoli (Banca d'Italia)**

Con la collaborazione di: **Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria**





PRINCIPALI RISULTATI DEL CENSIMENTO DELLE INIZIATIVE DI EDUCAZIONE FINANZIARIA, ASSICURATIVA E PREVIDENZIALE REALIZZATE IN ITALIA NEL TRIENNIO 2015-2017

SINTESI

Questo documento fornisce i principali risultati del Censimento, promosso nel 2018 dal Comitato per l'educazione finanziaria, sulle iniziative di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale svolte nel triennio 2015-2017. In quel periodo hanno operato in Italia 219 promotori di attività di educazione finanziaria, sono state offerte 188 diverse iniziative di educazione finanziaria, alcune delle quali ripetute più volte, e coinvolti 1.200.000 partecipanti in presenza. Rispetto al precedente Censimento (sul triennio 2012-14) si rilevano alcune importanti variazioni positive: un aumento delle iniziative più strutturate, di quelle rivolte a un pubblico più ampio e un crescente tentativo di monitoraggio delle stesse, sebbene ancora in forme molto semplici. Si conferma la frammentazione sul territorio, l'eterogeneità delle proposte, il ruolo importante delle banche dal lato dell'offerta e il grande interesse per il target scuola.

Sommario

1. INTRODUZIONE E PRINCIPALI CONCLUSIONI.....	2
2. QUADRO D'ASSIEME.....	3
3. I TARGET.....	7
3.1 Gli studenti	8
3.2 Gli adulti e il mondo del lavoro	11
Appendice 1: TAVOLE	13
Appendice 2: LISTA DELLE INIZIATIVE E DEI PROMOTORI CENSITI PER TARGET.....	15

1. INTRODUZIONE E PRINCIPALI CONCLUSIONI

Nel 2018 il Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria (di seguito Comitato) ha condotto un censimento delle iniziative di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale svolte in Italia nel triennio 2015-2017. Tale rilevazione segue una precedente indagine pubblicata nel 2017 che aveva censito le iniziative di educazione finanziaria in essere nel triennio 2012-2014¹.

Il nuovo censimento si è concluso a dicembre del 2018 e ha riguardato le attività realizzate nel triennio terminante a fine 2017. Il Censimento non ha, quindi, incluso le nuove iniziative sorte nel corso del 2018, anche in risposta all'azione di sensibilizzazione del Comitato, come ad esempio le iniziative svolte a ottobre 2018, in occasione della prima edizione del Mese dell'educazione finanziaria².

Dopo la pubblicazione di alcuni risultati aggregati preliminari, avvenuta in occasione del convegno di apertura del primo Mese dell'educazione finanziaria (il 1° ottobre 2018), questo documento fornisce i principali risultati del Censimento, insieme alla lista dei nominativi dei partecipanti al Censimento (cfr. Appendice 2).

Le principali conclusioni sono le seguenti:

- nel triennio 2015-2017 hanno operato in Italia **219 promotori** di iniziative di educazione finanziaria.
- Sono state offerte **188 diverse iniziative** di educazione finanziaria, in alcuni casi la medesima tipologia di attività, pur censita come singola, è stata replicata più di una volta nel corso del triennio e/o in differenti contesti e località.
- La maggior parte delle attività è stata indirizzata agli adulti, a seguire, in misura lievemente minore, agli studenti, mentre è stata contenuta l'offerta rivolta al mondo del lavoro; nel complesso sono stati coinvolti **1.200.000 partecipanti** in presenza.
- Solo il 45 per cento delle iniziative (al netto delle eventuali repliche) presentava un percorso didattico strutturato, la restante parte era rappresentata da iniziative di sensibilizzazione, consistenti in alcuni casi in eventi occasionali o in mera distribuzione di materiale informativo.

Nell'ambito delle attività di educazione in senso stretto, gli studenti sono risultati il target

¹ Sul precedente censimento si veda " [*Rilevazione sulle iniziative di educazione finanziaria in Italia nel triennio 2012-2014*](#) " a cura di un gruppo di lavoro che aveva visto coinvolti: Banca d'Italia, Consob, COVIP e IVASS insieme al Museo del Risparmio, alla Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio e alla Fondazione Rosselli, d'intesa con il Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF) e il Ministero dell'Università, dell'Istruzione e della Ricerca (MIUR).

² Il Comitato, nominato nel 2017, è divenuto pienamente operativo nel corso del 2018. Da allora esso ha svolto un importante ruolo di catalizzatore di nuove iniziative in tutto il territorio nazionale. Nel solo mese di ottobre 2018 sono state realizzate 350 nuove iniziative per rispondere all'invito dal Comitato di partecipare alla prima edizione del Mese dell'educazione finanziaria.

prioritario. Gli adulti sono stati invece il target principale delle iniziative di sensibilizzazione. Le iniziative in favore di lavoratori e piccoli imprenditori sono state poche, anche se in alcuni casi con un ampio bacino di utenza.

- Con riferimento alle materie trattate, risulta affrontato con alta frequenza il tema del Risparmio e degli investimenti, indipendentemente dal target, meno presidiate le tematiche complesse di assicurazioni e previdenza.
- Rispetto alla precedente indagine (che aveva censito le iniziative svolte nel triennio 2012-14) si rilevano alcune importanti variazioni positive: un aumento delle iniziative più strutturate, di quelle rivolte a un pubblico più ampio e un crescente tentativo di monitoraggio delle stesse, sebbene ancora in forme molto semplici. Si conferma la frammentazione sul territorio, l'eterogeneità delle proposte, il ruolo importante delle banche dal lato dell'offerta e il grande interesse per il target scuola.

2. QUADRO D'ASSIEME

Secondo il Censimento, nel triennio 2015-017 hanno operato in Italia **219 promotori**³ di iniziative di educazione finanziaria. Nel complesso sono state offerte **188 diverse** iniziative di educazione finanziaria, considerate come uniche, sebbene in alcuni casi ripetute nel periodo e/o in differenti contesti e località^{4,5}. Il seguito dell'analisi, dove non espressamente specificato, si riferirà al totale al netto delle repliche.

Meno della metà delle iniziative (45,2 per cento) presentano un percorso didattico strutturato mirante esplicitamente al conseguimento di obiettivi educativi (di seguito iniziative di educazione), il restante 54,6 per cento si riferisce a iniziative volte soprattutto a introdurre concetti di cittadinanza economica, spesso rappresentate da eventi occasionali o da mera distribuzione di materiale informativo (di seguito: iniziative di sensibilizzazione). Rispetto alla rilevazione sul precedente triennio, le **iniziative di educazione** in senso stretto sono **aumentate del 30 per cento** (da 66 a 85; tav.1).

Con riferimento alla natura dei promotori delle iniziative, il sistema finanziario continua a essere il driver principale delle iniziative, fornendo circa il 40 per cento dell'offerta (fig.1).

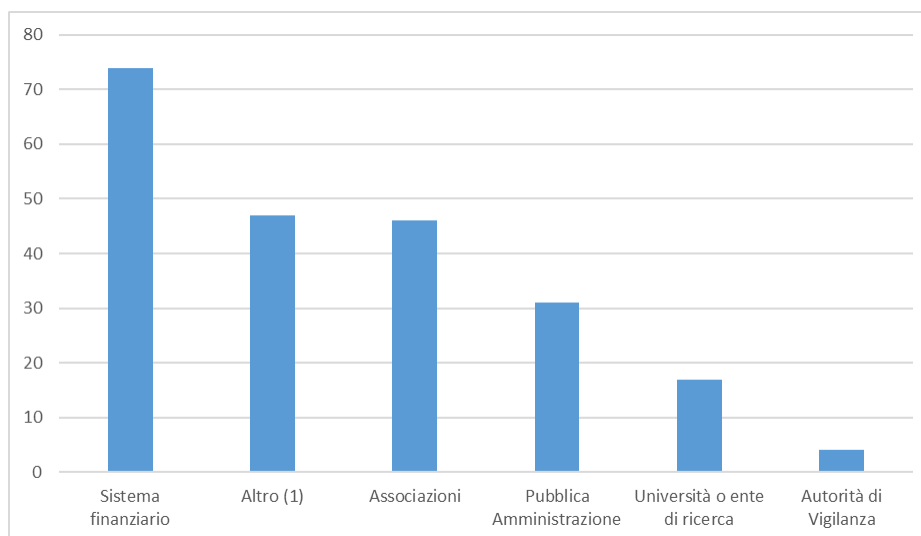
³ Il numero è approssimato per difetto: le segnalazioni dei promotori sono state alcune volte generiche (es. associazioni sportive o onlus), inoltre associazioni grandi come FEDUF sono state conteggiate come singolo promotore, ma in realtà comprendono tutti i numerosi associati.

⁴ Alcune iniziative sono state riproposte nel medesimo formato nel triennio, ma sono state conteggiate solo una volta. Il numero totale, al netto delle repliche, sottostima il complesso delle iniziative, ma sarà utilizzato nel testo come riferimento per evitare duplicazioni nell'analisi, tranne in occasione del calcolo dei partecipanti alle iniziative

⁵ Il precedente Censimento, triennio 2012-2014, aveva rilevato 206 iniziative e 256 promotori.

Su 219 promotori il 70 per cento ha promosso un'unica tipologia di iniziativa (in alcuni casi ripetuto più di una volta), una quota molto piccola di promotori (9 soggetti rappresentati da grandi associazioni o intermediari finanziari) sono stati coinvolti in più di 5 (tav.2).

Figura 1: la natura dei promotori (unità)



(1) Comprende Fondazioni non di origine finanziaria, imprese non finanziarie e media.

La formazione è stata erogata, di norma, in forma gratuita⁶.

Il 60 per cento delle iniziative censite è risultata fruibile sull'intero **territorio**. Il restante 40 per cento è stato distribuito tra una o più regioni; tra le regioni con il maggior numero di iniziative locali, si segnala in particolare il Piemonte con 22 iniziative (di cui una quota rilevante relative al Museo del Risparmio) e l'Emilia Romagna con 15; la prima regione del Sud per numero di attività solo a carattere locale è la Campania con 9 iniziative (fig.2). Non hanno segnalato iniziative territoriali specifiche solo poche regioni di dimensioni più contenute.

I partecipanti in presenza alle iniziative erogate nel triennio sono stati oltre **1.200.000**; questo dato tiene conto delle eventuali ripetizioni delle iniziative nei tre anni in esame (tav.3).

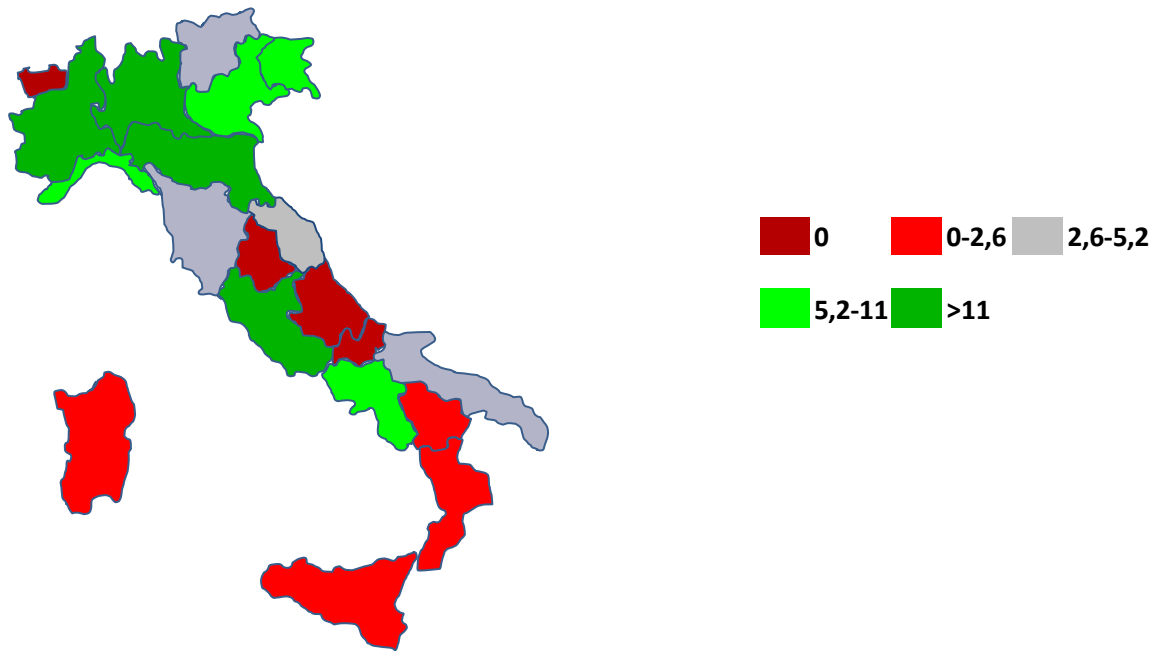
Raggruppando le iniziative sulla base della **dimensione** (misurata dal numero dei partecipanti, in presenza), emerge come un quinto delle iniziativa abbia coinvolto meno di 100 partecipanti, due quinti tra 100 e 1.000 partecipanti, e solo un terzo più di 1.000⁷. Rispetto alla precedente rilevazione (2012-2014), è

⁶ Per poter aderire al censimento l'accesso all'iniziativa doveva essere garantito gratuitamente o a fronte di un modico costo (es. il biglietto di un museo).

⁷ Le iniziative sono state raggruppate in 5 classi sulla base del numero dichiarato di partecipanti in presenza nel triennio: da zero a 99 partecipanti, da 100 a 999, da 1.000 a 9.999, da 10.000 a 99.999, superiori a 100.000.

sceso il numero delle iniziative di dimensione più contenuta: la quota di attività con meno di 100 partecipanti si è ridotta di 10 punti percentuali a beneficio di tutte le altre classi (tav.4).

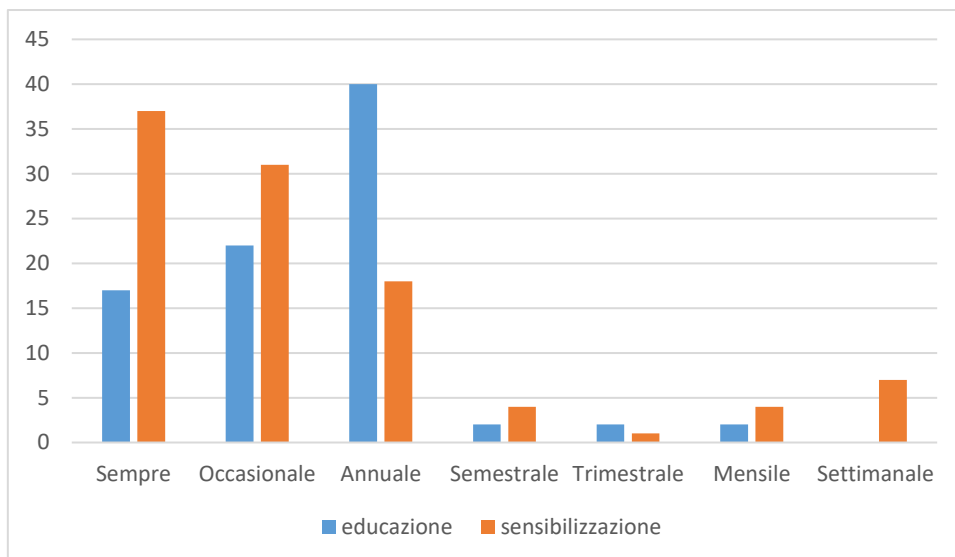
Figura 2: **distribuzione delle iniziative svolte a livello locale¹ (15°, 40°, 60°, 85° percentile)**



(1) la distribuzione riguarda le 74 iniziative locali ed esclude le restanti, fruibili sull'intero territorio nazionale.

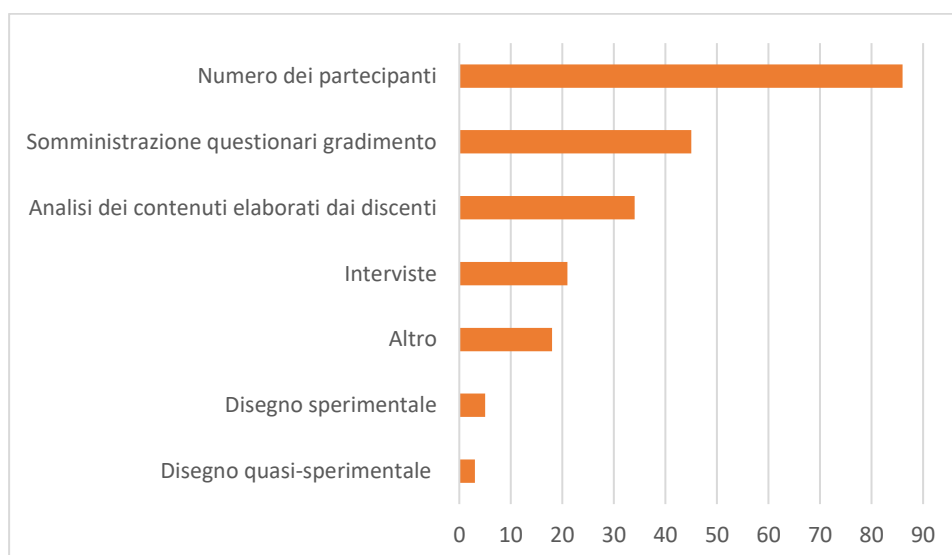
Le attività formative censite classificate come di educazione hanno una **frequenza** soprattutto annuale, mentre quelle di sensibilizzazione, spesso costituite da materiale informativo, pillole di educazione online o singoli eventi, sono per lo più sempre disponibili od occasionali (fig.3).

Figura 3: **frequenza con la quale l'iniziativa è attivata o può essere fruita (unità)**



Per il 60 per cento circa del totale delle iniziative (107 iniziative) è stato segnalato un qualche tipo di **monitoraggio**, prevalentemente molto elementare; la percentuale sale al 70 per cento per le iniziative di educazione finanziaria in senso stretto. Resta importante la quota di attività non sottoposte ad alcuna valutazione, sebbene in riduzione rispetto al triennio precedente; per queste, anche nel caso di attività formative strutturate, non si dispone nemmeno del numero dei partecipanti. In continuità con il precedente triennio si sono confermati poco numerosi i casi in cui è stata segnalata un'analisi più rigorosa degli effetti della formazione erogata (sperimentale o quasi sperimentale; tav.5 e fig.4).

Figura 4: **modalità di monitoraggio (unità)**



3. I TARGET

In base ai target a cui sono indirizzate, le iniziative censite sono ripartite tra le seguenti 3 categorie: *adulti* (generico), cui è rivolto il 48,4 per cento delle iniziative, *studenti* (42,6 per cento) e *imprese/lavoratori* (9,0 per cento).

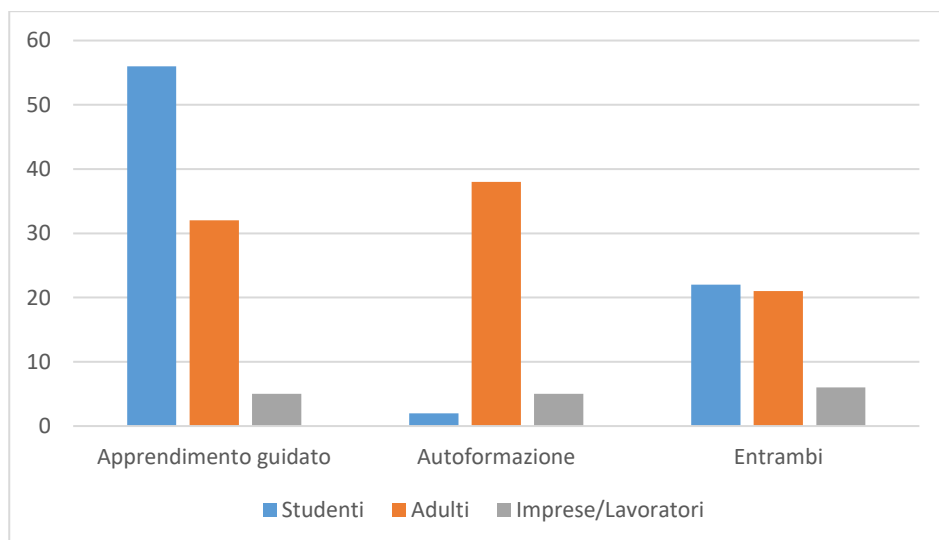
Nell'ambito delle attività formative di educazione, gli studenti rappresentano il target prioritario (67,5 per cento delle iniziative). Le iniziative a loro rivolte sono state spesso indirizzate contemporaneamente a più fasce di età.

Gli adulti sono stati invece il target principale delle iniziative di sensibilizzazione (69,2 per cento). Sono risultate poco frequenti le iniziative mirate a uno specifico gruppo, ad esempio le donne o gli anziani.

Il target imprese/lavoratori, costituito da lavoratori dipendenti e autonomi, piccoli imprenditori e terzo settore, è risultato poco raggiunto da iniziative mirate, solo 17, indirizzate soprattutto ai lavoratori e quasi tutte di sensibilizzazione.

Le iniziative rivolte agli studenti prevedevano quasi sempre la presenza di un formatore. In quelle rivolte agli adulti si proponeva di frequente l'autoformazione (fig.5).

Figura 5: **modalità di formazione per target** (*unità*)



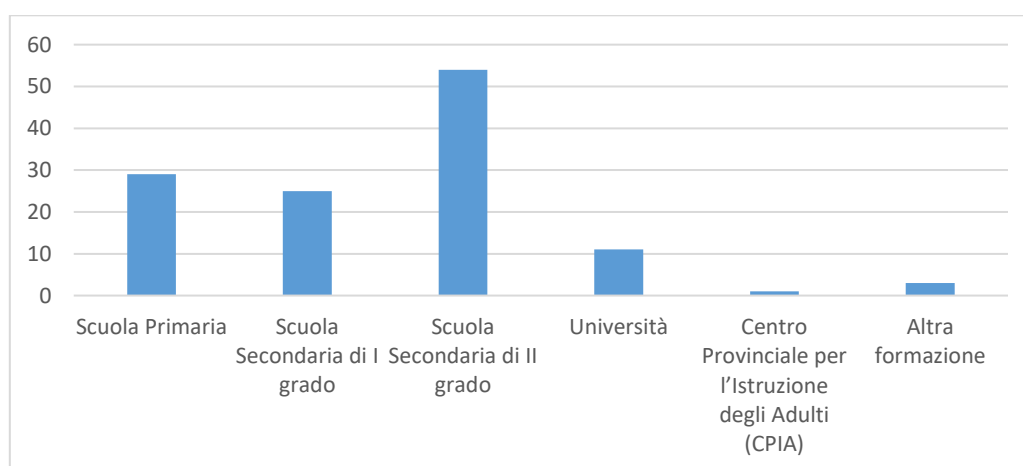
Gli strumenti formativi utilizzati durante lo svolgimento dell'iniziativa, singolarmente o in combinazione, dai convegni ai giochi, sono state coerentemente selezionate in base al target (tav.6).

3.1 Gli studenti

Le iniziative indirizzate agli studenti hanno coinvolto più cicli scolastici contemporaneamente. In particolare, la scuola media di secondo grado è stata oggetto della maggioranza delle iniziative (54 per cento), a seguire quella primaria e secondaria di primo grado, rispettivamente 29 e 25 iniziative (tav.1; fig.6). più strutturata.

I giovani partecipanti alle iniziative censite, comprese quelle ripetute nel triennio sono cresciuti numericamente negli anni e sono stati complessivamente circa 950.000 (tav. 3).

Figura 6: **Distribuzione iniziative agli studenti per gradi di istruzione (valori percentuali)**

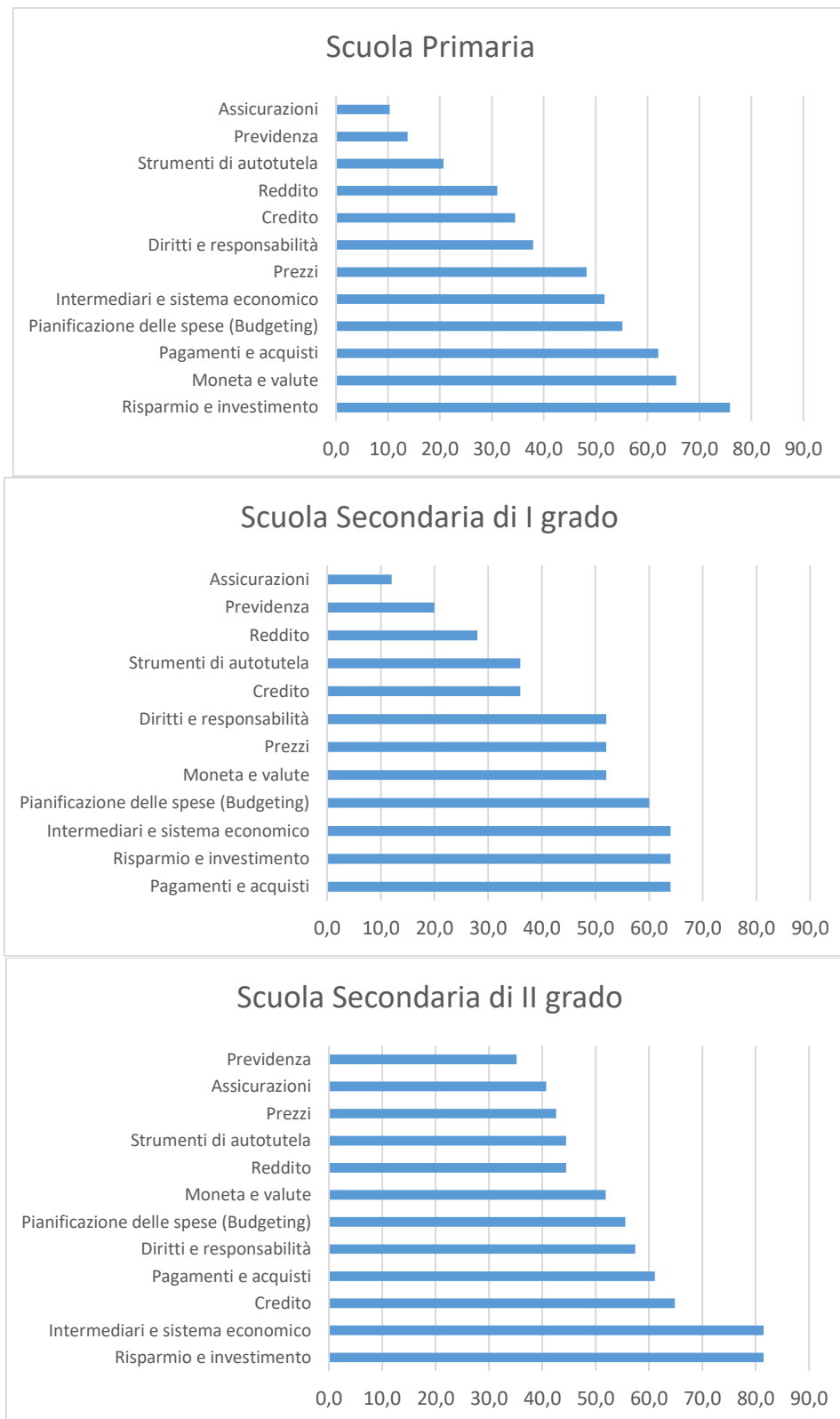


Nei programmi per la scuola, *Risparmio e investimento* è stato un tema trasversale in tutti i cicli di istruzione (fig.7). Come prevedibile, l'attenzione per il *Credito* e il *Sistema economico* è risultato correlato positivamente con l'età dei discenti, a fronte di un interesse decrescente per *Moneta e valute*. *Pagamenti e acquisti* e *Prezzi* sono state materie proposte con una certa frequenza agli studenti della scuola media per rispondere all'esigenza dei ragazzi di divenire consumatori autonomi. Tematiche importanti e più complesse come le assicurazioni e la previdenza sono tralasciate anche nelle scuole secondarie.

Quasi il 90 per cento delle iniziative rivolte agli studenti sono state realizzate con lezioni in presenza (tav.6). Tra le iniziative che segnalano le ore di formazione (circa 60), poco meno della metà prevede più di 5 ore di formazione, il 30 per cento dell'impegno richiesto agli studenti è stato stimato come autoformazione,

il restante 70 per cento come ore in presenza. La formazione è stata erogata principalmente da insegnanti, professori e dipendenti di aziende finanziarie.

Figura 7: **le materie affrontate con gli studenti** (valori percentuali)



3.2 Gli adulti e il mondo del lavoro

Delle iniziative indirizzate agli adulti il 70 per cento rientra tra le attività di sensibilizzazione (tav.1); complessivamente 26 sono fruibili solo online.

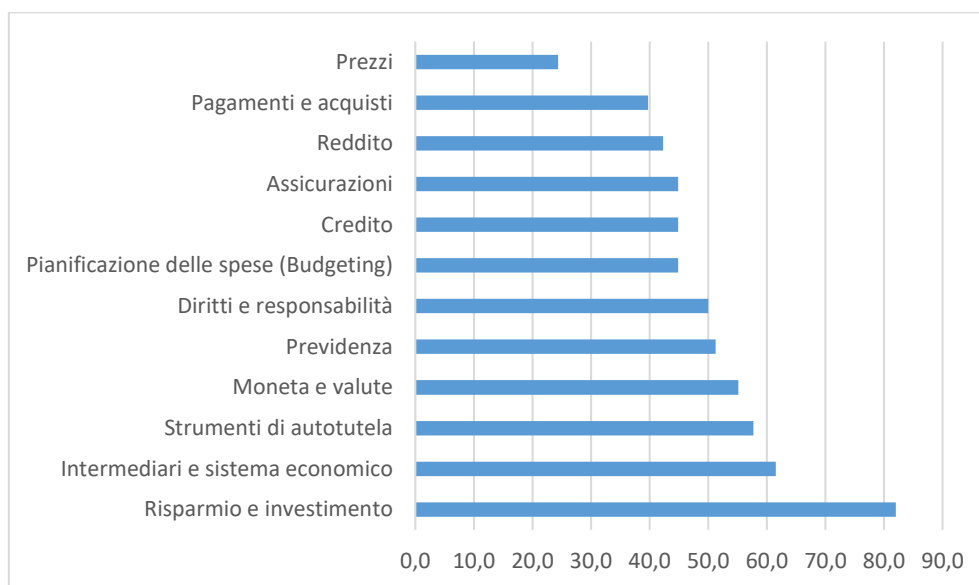
Le iniziative censite che si rivolgono al mondo del lavoro sono meno del 10 per cento, tra queste solo 3 incluse tra quelle di educazione in senso stretto.

Le attività formative hanno raggiunto nel triennio poco più di 280.000 adulti e circa 33.000 lavoratori e piccoli imprenditori.

Per gli adulti, come già osservato per gli studenti, la materia maggiormente sviluppata è risultata essere *Risparmio e investimento*, meno frequenti, anche per questo target, le iniziative con contenuti sulle assicurazioni (fig. 8). Nel triennio è stata ampia l'offerta per tematiche di immediata utilità come *Strumenti di autotutela e Intermediari e sistema economico*.

Per questo target la *Previdenza* è stata una delle materie più diffuse.

Figura 8: le materie affrontate con gli adulti (valori percentuali)



Poco meno del 40 per cento delle iniziative rivolte agli adulti sono state realizzate con lezioni in presenza, un ulteriore 25 per cento (pari a 23 iniziative al netto di quelle che prevedono entrambe le modalità) con seminari o convegni (tav. 6). Si conferma la difficoltà già evidenziata nel precedente censimento di individuare luoghi e tempi di incontro con gli adulti: oltre l'80 per cento delle iniziative disponibili solo online

sono state indirizzate a un tale target. Con riferimento alle poche iniziative rivolte specificatamente al mondo del lavoro, tutte lezioni in aula o convegni, la presenza è stata sempre richiesta, spesso all'interno dell'ambito lavorativo.

Le iniziative destinate agli adulti per le quali sono state segnalate le ore di impegno richiesto ai partecipanti (49 iniziative), hanno evidenziato un coinvolgimento soprattutto in presenza (70 per cento circa) e un tempo ridotto dedicato all'autoformazione. Quasi i due terzi di queste attività hanno avuto una durata superiore alle 5 ore.

Appendice 1: TAVOLE

Tavola 1: le iniziative di educazione finanziaria nel triennio 2015-2017 (valori percentuali, unità)

target	iniziative di				totale	
	educazione		sensibilizzazione		unità	%
	unità	%	unità	%		
Studenti	54	67,5	26	32,5	80	42,6
Adulti	28	30,8	63	69,2	91	48,4
Imprese/Lavoratori	3	17,6	14	82,4	17	9,0
totale 2015-17	85	45,2	103	54,8	188	100,0
<i>totale 2012-14</i>	<i>66</i>	<i>32,0</i>	<i>140</i>	<i>68,0</i>	<i>206</i>	<i>100,0</i>

Tavola 2: distribuzione dei promotori per numero di iniziative promosse (unità)

Iniziative promosse	Promotori (unità)
Oltre 10	3
tra 5 e 10	6
tra 2 e 4	60
1	150

Tavola 3: la partecipazione alle iniziative di educazione finanziaria per target¹ (unità)

	2015		2016		2017		Totale triennio	
	fruitori	iniziative(1)	fruitori	iniziative(1)	fruitori	iniziative(1)	fruitori	iniziative(1)
Studenti	161.424	27	237.158	38	547.160	49	945.742	114
Adulti	44.804	14	159.553	26	79.165	34	283.522	74
Imprese/Lavoratori	7.591	4	12.571	5	12.669	8	32.831	17

(1) La somma delle iniziative riportate di questa tavola non coincide con il totale della tavola 1: alcune iniziative sono state riproposte nel triennio e pertanto conteggiate più volte.

Tavola 4: distribuzione delle iniziative di educazione finanziaria per dimensione¹ (valori percentuali)

	classi per numero partecipanti					
	0-99	100-999	1.000-9999	10.000-99.999	>=100.000	nd
	valori percentuali					
totale 2015-17	20,4	38,1	18,6	8,0	5,3	9,7
<i>totale 2012-14</i>	<i>29,1</i>	<i>32,0</i>	<i>16,0</i>	<i>7,8</i>	<i>2,9</i>	<i>12,1</i>

(1) le classi sono calcolate sul numero totale dei partecipanti in ciascun triennio, quello riportato nella tavola 3, con le iniziative ripetute.

Tavola 5: distribuzione delle iniziative monitorate in modo sistematico per tipologia (valori percentuali, unità)

	unità	%
educazione	59	69,4
sensibilizzazione	48	46,6
totale	107	56,9
<i>non monitorate</i>	<i>81</i>	<i>43,1</i>

Tavola 6: Strumenti utilizzati per la formazione (unità)

	Lezioni in presenza	Seminari o eventi	Webinar	Giochi di ruolo, simulazioni, contest	Esercitazioni e test	Altro (1)	TOTALE STRUMENTI (2)
Studenti	70	26	8	44	33	11	192
Adulti	34	39	11	18	18	34	154
Imprese/Lavoratori	8	11	3	4	5	1	32

(1) Include video, blog, spettacoli, trasmissioni radio e materiale informativo su carta o file.

(2) Gli strumenti possono essere stati utilizzati singolarmente o in combinazione nel corso delle iniziative di cui alla tavola 1.

Appendice 2: LISTA DELLE INIZIATIVE E DEI PROMOTORI CENSITI PER TARGET⁸

STUDENTI

nome iniziativa	promotori
110 e lode	Banca di Ripatransone e del Fermano
A scuola di risparmio	Cassa di Risparmio di Fossano spa; Scuole elementari locali
A scuola di valori	Banca cremasca e mantovana; FEDUF
A tu per tu at school	Agos Ducato
ABC Come funziona la Borsa	Mazziero Research
Alfabetizzazione finanziaria	Università_Genova
Alfabetizzazione nelle scuole	banca tema
AlterECO	USR Lombardia; ADEIMF; AEEE ITALIA; SIE; Università
Attività con le scuole	BCC ravennate_forlivese_imolese
Banca a scuola	Cassa di Risparmio di Fossano spa; I.I.S. "G. Vallauri" Fossano
Bcc Cantù le Scuole Superiori Professionali del Territorio	Cassa Rurale ed Artigiana Cantù; Enaip Cantù; Fondazione Minoprio_Vertemate; Liceo Giovio di Como
Caccia al tesoro finanziaria	Politecnico_Milano
Capire l'economia	BCC Pordenonese; Fondazione Bcc Pordenonese; Confcooperative FVG; Federazione BCC FVG
Capire l'economia	BancaTer Credito Cooperativo FVG; Federazione BCC FVG; Regione FVG; ANCI FVG; USR FVG
Cera una volta un salvadanaio.	Rotary Club Hybla Haerea Ragusa
Ciclo di incontri info-educativi per lo sviluppo del territorio promossi da ABI.	ABI

⁸ Rispetto al totale dei promotori che hanno partecipato al Censimento sono stati eliminati alcuni nominativi le cui attività presentavano almeno una caratteristica non in linea con la definizione di educazione finanziaria adottata dal Censimento: 1) non riguardavano tematiche di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale; 2) non risultavano gratuite o con un costo modico; 3) non erano rivolte a una pluralità di persone, gruppi identificabili (donne, immigrati, adulti, studenti ecc) o al pubblico in generale; 4) i destinatari finali delle iniziative partecipavano per fini professionali o di formazione universitaria o post-universitaria.

Cittadinanza economica e Financial Education	Università_Genova, Banca d'Italia
Colazione a Wall Street	Colazione a Wall Street
Concorso EconoMia	Festival Economia Trento; Editore Laterza; MIUR; ITE Bodoni Parma; AEEE ITALIA
Consapevolezza Finanziaria: interventi nelle scuole	Banco BPM, FEDUF
Crescere che impresa!	Junior Achievement Italia, Gruppo Mediobanca
Crescere nella cooperazione	BCC Ostra Vetere
Economiascuola - giornate della cittadinanza economica	FEDUF; banche_FEDUF; banche_FEDUF; ADEIMF
<u>Economic@mente-Metti in conto il tuo futuro</u>	ANASF
<u>Educ@Futuro</u>	MEFOP SPA
Educazione finanziaria nelle scuole	Banca d'Italia; MIUR; IVASS
Educazione finanziaria per gli studenti	Raiffeisenverband Südtirol; Casse Raiffeisen dell'Alto Adige; Intendenza scolastica tedesca
Educazione finanziaria: conoscere per autotutelarsi	Università_LUMSA
Fare Economia	BCC Capaccio Paestum
Finance Innovation Camp	Junior Achievement Italia
Financial Education Program - Young Way to Pay	American Express; FEDUF
Financial Literacy nelle scuole	Banca Antonio Capasso Spa
Fisco e Suola	Agenzia delle Entrate
Flipped Classroom	Politecnico_Milano
Giornata Europea dell'Educazione Finanziaria	Ente Nazionale per il Microcredito; FEDUF
Glossario "Parole di Economia e Finanza"	Global Thinking Foundation; Giunti Scuole Editore; Redooc
Grande!	BPER Banca SpA
Granello di Futuro	Cassa Rurale ed Artigiana Cantù; BCC Risparmio e Previdenza; Società sportive
I Fuoriclasse della Scuola	MIUR; FEDUF; MdR_Torino; ABI
Il mio posto nel mondo - Evento dedicato al Capitale Umano	MdR_Torino
Il Risparmio che fa scuola	Poste Italiane spa; CDP; MIUR
imparalafinanza	Politecnico_Milano

Impresa in azione	Junior Achievement Italia
Incontri di Conoscere la Borsa	Fondazione Cassa di Risparmio Salernitana
Incontri sul sistema finanziario	Università_LUMSA, Frascati scienza
Insure Your Success	Junior Achievement Italia; AXA Italia
Inventa il risparmio	Cassa di Risparmio di Fossano spa; Istituto Comprensivo Paglieri Fossano; Istituto Comprensivo Sacco Fossano
Io faccio tesoro	Cassa Rurale ed Artigiana Cantù; Istituti scolastici del territorio
Io&irischi	ForumANIA_Consumatori; AEEE ITALIA; Associazioni dei consumatori; Università_Cattolica; Università_Bocconi
Kids University - Ok, il prezzo è giusto!	Università_Venezia
La BCC incontra la scuola	BancaTer Credito Cooperativo FVG; Confcooperative FVG
Laboratorio didattico "Financial Planner"	MdR_Torino
Laboratorio didattico "No cash world"	MdR_Torino
Laboratorio didattico "Price Discovery"	MdR_Torino
Laboratorio didattico "Quanto costano i desideri"	MdR_Torino
L'educazione finanziaria nelle scuole superiori	Università_Modena; Provincia_Reggio_Emilia; Associazione fedeRisparmiatori; youInvest; Fondazione Pietro Manodori
Money matters: banche e risparmio	Università_Venezia
My Finance Coach	Associazione My Finance Coach; Allianz spa
Percezioni Economiche	Taxi1729
PerCorsi Young	Findomestic Banca
Portale di educazione assicurativa -Studenti	IVASS
Progetti di educazione finanziaria nelle scuole secondarie di secondo grado	Ente Nazionale per il Microcredito; Ufficio Regionale Campania
Progetto "Educarci"	Fondazione Finanza Etica
Progetto "MOLE - MOney LEarning"	MdR_Torino; BEI; Fondazione per la Scuola Compagnia di San Paolo
Progetto di Alfabetizzazione Finanziaria	BCC Felsinea
Progetto di educazione al risparmio e all'uso consapevole del denaro	BCC Felsinea
Progetto di Educazione finanziaria	LICEO SCIENTIFICO P.P.PASOLINI DI PZ

Progetto scolastico "Noi e il risparmio"	Cassa di Risparmio di Bra; Fondazione Cassa di Risparmio di Bra; FEDUF
RISPARMIDEA - Educazione al risparmio	BCC Vicentino; Istituto Comprensivo
SAVE - Scuola aperta verso l'Economia	Fondazione CRC; Taxi1729
Scenari Economico - Finanziari e Geopolitici	Regione FVG
Storia dell'evoluzione delle frodi home banking e relative contromisure	BCC ravennate_forlivese_imolese
Torta dell'Economia	FarEconomia; Orizzonti_Tv; Università_Udine; Coop Sociale Pandora ONLUS; Università_Cattolica
UNIJUNIOR	Università_Rimini
Urbrick	Assonebb
Uso consapevole del denaro	Banca di Pescia e Cascina
Viaggio nei segreti della BANCA	Banca di Credito Cooperativo di Pontassieve
WIW - Ragazzi	Consob; Banca d'Italia; ANASF; MdR_Torino; FEDUF
Young Factor	Osservatorio Permanente Giovani-Editori; Intesa Sanpaolo; UniCredit; BMpS
Z Game del progetto Z LAB di Alternanza Scuola-Lavoro di Intesa Sanpaolo	Intesa Sanpaolo

ADULTI

nome iniziativa	promotori
"Sharing" sulla Previdenza Complementare	Intesa Sanpaolo Vita
10 cose (+1) da sapere sui PIR	AcomeA SGR
3 minuti su..	ANIMA SGR
Accompagnamento nella Gestione del Bilancio Familiare	ABITAMONDO
AdviseOnly Blog	Virtual B spa
Alla scoperta del sistema finanziario	Università Popolare_Genova; Banca d'Italia
Arianna. Il filo della Finanza.	MdR_Torino
Assicurazione in Chiaro	ForumANIA_Consumatori; Associazioni dei consumatori
Brochure "ABC del risparmiatore"	MdR_Torino
Caffé delle Scienze e delle Lettere	Università_Trieste
Capire L'Economia	Federazione BCC FVG; Regione FVG; ANCI FVG; USR FVG
Ciclo di incontri info-educativi organizzati nell'ambito dell'Accordo ABI-Ministero Interno.	ABI; MINISTERO INTERNO
Ciclo di seminari formativi organizzati dall'ABI e destinati alle Associazioni dei consumatori.	ABI
Ciclo di trasmissioni info-educative realizzate dall'ABI e trasmesse dalla radio dell'UICI.	ABI; UICI
Ciclo di video pillole info educative realizzate da ABI in tema di mutui.	ABI
Collana di guide diretta alla clientela	ABI
Come investire oggi	AcomeA SGR
Comprendere l'Economia e la Finanza	Università_Libera_Bolzano
Concorso di idee in materia di educazione finanziaria	Politecnico_Milano
Consapevolezza finanziaria: workshop in filiale	Banco BPM, FEDUF; Global Thinking Foundation; Assiom Forex
Contiamo insieme	ActionAid; Centro Psicoanalitico trattamento dei malesseri; Ass. Culturale Teatro Contesto; Università_Torino; Compagnia di San Paolo
Corsi di alfabetizzazione economica a più livelli	ABITAMONDO

Corsi di formazione - Webinar	directa SIM
Corso di alfabetizzazione finanziaria (per migranti e non)	Associazione di Volontariato Migranti e Banche
Donne al Quadrato	Global Thinking Foundation; Assiom Forex
Dottor Jekyll o Mister Hyde: capire la mente dell'investitore tra razionalità e irrazionalità	BCC Vicentino, Università_Venezia
E-book - Le parole del Credito, Le parole della Finanza, Le parole del Rischio	MdR_Torino
Economiafamiliare	Sito Economiafamiliare.it
Economiascuola o Economi@scuola	FEDUF; ABI; banche_FEDUF
Educare alla finacial Literacy	IPRASE; Università_Trento
EduCare SRI	BNL Gruppo BNP Paribas; BNP Paribas Asset Management
Educazione finanziaria a rifugiati in Italia	Associazione Microfinanza e Sviluppo Onlus; Chiesa Valdese; InnovaPer (CNA Torino); Intesa Sanpaolo; ASP Bologna
Educazione finanziaria e cittadinanza globale nel territorio trentino	Associazione Microfinanza e Sviluppo Onlus; Associazione Felicitas; Cooperativa Kinè; Provincia_Trento
FamilyMI	Global Thinking Foundation; FEDUF; Fondazione Politecnico_Milano; Fondazione Cariplo
Fare Finanza	BCC Capaccio Paestum
Festival Altroconsumo 2018	Consob; Iccrea; Forum della Finanza sostenibile; Conai; Altroconsumo
Finanza a Km Zero	Associazione di Volontariato Migranti e Banche; ASCS Onlus - Casa Scalabrini 634
FINLIFE (Financial Education and Planning for a Long Life)	Fondo Cometa, Università_Bocconi; Citi Foundation
Gli Eventi di PrevAer	Prevaer Fondo Pensione
Guida "Paghetta & Consigli"	MdR_Torino
Il Rotary per la consapevolezza finanziaria	Rotary_2120
Il viaggio di Missih	Associazione di Volontariato Migranti e Banche; Orizzonti_Tv
Incontri di approfondimento su temi previdenziali e welfare	BancaTer Credito Cooperativo FVG

Incontri di formazione finanziaria	directa SIM; adusbef
Incontri educazione finanziaria Reggio Emilia	Associazione fedeRisparmiatori; Università_Modena
Incontri presso Università Terza Età	BancaTer Credito Cooperativo FVG, Università_Popolare
In-formati	UniCredit; onlus; Università_Libera; associazioni di categoria
In-formati adulti	UniCredit; Stakeholder nazionali e locali; pubblica amministrazione nazionale e locale; Università; associazioni di categoria
Iniziative di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale - USR PIEMONTE	USR PIEMONTE; Agenzia delle Entrate; INPS; MdR_Torino; Comitato Torino Finanza; Banca d'Italia
Iniziative formative per i Soci	BCC ravennate_forlivese_imolese
Investire con testa e cuore	ANIMA SGR
Investirerisparmio.it	giornalisti
L.E.I. - Lavoro Emancipazione Inclusione	MdR_Torino; Ufficio_Pio_Compagnia_SanPaolo; Fondazione Casa di Carità Arti e Mestieri, Carcere Lorusso e Cotugno Torino; Permico
La nostra economia: consumatori fra cittadinanza ed educazione economica	Cittadinanzattiva; Altroconsumo ; Regione Lazio
La tutela del risparmio. Vademecum per i consumatori	Università_Palermo; Regione Sicilia
La verità, vi prego, sul denaro	AcomeA SGR
L'Arte del Risparmio - Evento dedicato alla giornata mondiale del risparmio	MdR_Torino, Gallerie d'Italia; Intesa Sanpaolo
Le parole degli investimenti	ANIMA SGR
Manuale contro il maltrattamento dei soldi	AcomeA SGR
Mettere in comune competenze	Intesa Sanpaolo; Associazioni dei consumatori
Migranti e Banche	Associazione di Volontariato Migranti e Banche; Orizzonti_Tv
Modulo di formazione per operatori	ActionAid, Consorzio SSA Valli Grana e Maira; CISA Carmagnola; Ambito Territoriale Ceva-Mondovì
Mooc educazione finanziaria	Politecnico_Milano
Ora facciamo i conti col lavoro	ActionAid; Cooperativa Orso; Fondazione Human; Università_Torino; Fondazione CRT
Orizzonti TV	Federazione BCC Lazio Umbria Sardegna; Fondosviluppo Spa

Pagina Facebook informativa	ABITAMONDO
Percorsi di riflessione sull'uso del denaro-nuovo programma AOS (Accoglienza Orientamento Sostegno)	ActionAid, Ufficio_ Pio_Compagnia_SanPaolo; Associazione Articolo 47
Percorsi per le donne	Maria teresa Battista
Percorso "Tu Welfare"	Comune di Milano; UNI; Università_Cattolica; Progetica
Percorso di riflessione sull'uso del denaro con beneficiari SIA	ActionAid; Ambito di Carmagnola; Ambito di Ivrea; Città Metropolitana di Torino; Associazione Articolo 47
Portale "Curaituoisoldi"	FEDUF
Portale "Sonoprevidente.it" - adulti	MEFOP SPA
Portale di Educazione Assicurativa	IVASS
Portale Pensioni&Lavoro	Itinerari Previdenziali
Qual è la tua taglia? Investimenti assicurativi e finanziari cuciti su misura	RiminiBanca; Università_Aperta_Masina-Fellini
RataTua - una gestione più consapevole delle proprie spese	Experian Italia; Movimento Difesa del Cittadino
Risparmiamocelo.it	AcomeA SGR
Scuola della Economia e della Finanza della Felicità	La Meridiana srl; Associazione Articolo 47
Seminari info-educativi sulle nuove banconote euro, organizzati dall'ABI presso l'UICI.	ABI; UICI
Seminari PIR: vantaggi fiscali e sostegno all'economia reale.	RiminiBanca, BCC Risparmio e Previdenza
Seminario info - educativo destinato ai partecipanti della mostra convegno "Handimatica" 2017.	ABI; ASPHI
Seminario info-educativo organizzato dall'ABI e destinato ai principali sindacati dei pensionati.	ABI
Servizio PiT	Cittadinanzattiva; Banche
Sito Finriskalert	Politecnico_Milano
Sito internet Banca d'Italia - Sezione educazione finanziaria	Banca d'Italia
Sito IVASS - sezione per i consumatori	IVASS
Sito sapere finanziario	Raiffeisenverband Südtirol; Casse Raiffeisen dell'Alto Adige
Video Enciclopedia Web ("Videopillole") Adeimf	ADEIMF

Video info-educativo per comunicare agli utenti web i contenuti dell'icona trasparenza.	ABI; ABISERVIZI
Welcom-ED	MdR_Torino; Università_Torino; Assessorato Pari Opportunità; Associazioni Locali
WIW - Adulti	Consob; Banca d'Italia; ANASF; MdR_Torino; FEDUF

IMPRESE/LAVORATORI

nome iniziativa	promotori
Come ti valutano banche e finanziatori	Cerved; Assolombarda
Conferenze d'autunno in... Banca di Caraglio	Banca di Caraglio
Corner del risparmio	AIEF; Mondo Padano; Università_Popolare_Cremona
Domino	BCC Centropadana
Evento annuale "Salone dei PAGAMENTI" (edizioni 2016/2017).	ABI; ABISERVIZI; FEDUF
Go International! The UniCredit Learning Experience	UniCredit; Stakeholder nazionali e locali; associazioni di categoria; Università
Il Fondo Pensione delle Università	Fondo_Pensione_Univ_Napoli_Univ_Campania; Università_Campania; Università_Napoli
Il giornalismo e l'educazione finanziaria	FEDUF; Ordine di Giornalisti della Liguria; Università_Genova; Banca Passadore
Incontri informativi per i dipendenti delle imprese di servizi di pubblica utilità	Fondo_pensione Pegaso
In-formati	UniCredit; associazioni di categoria; incubatori di imprese; Aziende

Portale di Educazione Assicurativa - Lavoratori	IVASS
PrevAer viene da te	Prevaer Fondo Pensione
PrevaerInforma, la Newsletter del Fondo Pensione	Prevaer Fondo Pensione
Previdenza complementare: il Fondo Pensione Aperto	Banca Alta Toscana; BCC Risparmio e Previdenza
Riunioni informative nelle aziende	Fonchim, Aziende; Rsu
Sai proteggere i tuoi risparmi? Sono davvero al sicuro?	Valpolicella Benaco Banca; Comune di Pescantina (VR); Comune di Cavaion (VR); Ass. Imprenditori Cavaion
Video tutorial educazione finanziaria	Consel spa