

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. Romagnoli (Banca d'Italia),
A. Staderini (Banca d'Italia)

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 la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria, sulle iniziative di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale svolte nel triennio 2015-2017. In quel periodo hanno operato in Italia 219 promotori, sono state offerte 188 iniziative, alcune delle quali ripetute più volte, e coinvolti 1.200.000 partecipanti in presenza. Rispetto al precedente Censimento (sul triennio 2012-2014) 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 confermano l'eterogeneità e la frammentazione sul territorio 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 | 6 |
| 3.1 Gli studenti | 7 |
| 3.2 Gli adulti e il mondo del lavoro | 10 |
| APPENDICE 1: Tavole..... | 12 |
| APPENDICE 2: Lista delle iniziative e dei promotori censiti per target..... | 14 |

1. INTRODUZIONE E PRINCIPALI CONCLUSIONI¹

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 2012-2014².

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 finanziaria³.

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 prioritario. Gli adulti sono stati invece il target principale delle iniziative di sensibilizzazione. Le

¹ A cura di C. Rampazzi, A. Romagnoli e A. Staderini. Le opinioni espresse rimangono di esclusiva responsabilità delle autrici e non impegnano in alcun modo l'Istituzione di appartenenza. Si ringraziano tutti i partecipanti all'Indagine.

² 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 FEDUF e alla Fondazione Rosselli, d'intesa con il Ministero dell'Economia e delle Finanze e il Ministero dell'Università, dell'Istruzione e della Ricerca (MIUR).

³ Il Comitato, nominato nel 2017 e presieduto dalla prof.ssa Annamaria Lusardi, 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 stati realizzati 350 singoli eventi per rispondere all'invito del Comitato a partecipare alla prima edizione del Mese dell'educazione finanziaria.

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 promotori⁴ 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^{5,6}. 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).

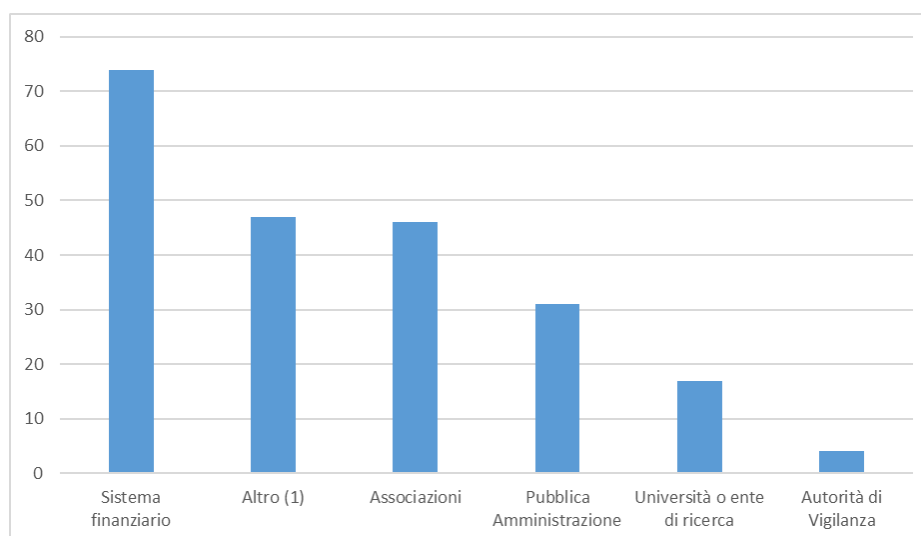
Su 219 promotori il 70 per cento ha promosso un'unica tipologia di iniziativa (in alcuni casi ripetuto più di una volta), una quota molto piccola di promotori (9 soggetti rappresentati da grandi associazioni o intermediari finanziari) sono stati coinvolti in più di 5 (tav.2).

⁴ Il numero è approssimato per difetto: le segnalazioni dei promotori sono state alcune volte generiche (es. associazioni sportive o onlus), inoltre associazioni importanti come FEDUF sono state conteggiate come singolo promotore, ma in realtà comprendono tutti i numerosi associati.

⁵ Alcune iniziative, nel medesimo formato, sono state proposte nel triennio in più occasioni, 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

⁶ Il precedente Censimento, triennio 2012-2014, aveva rilevato 206 iniziative e 256 promotori.

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 gratuita⁷.

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.

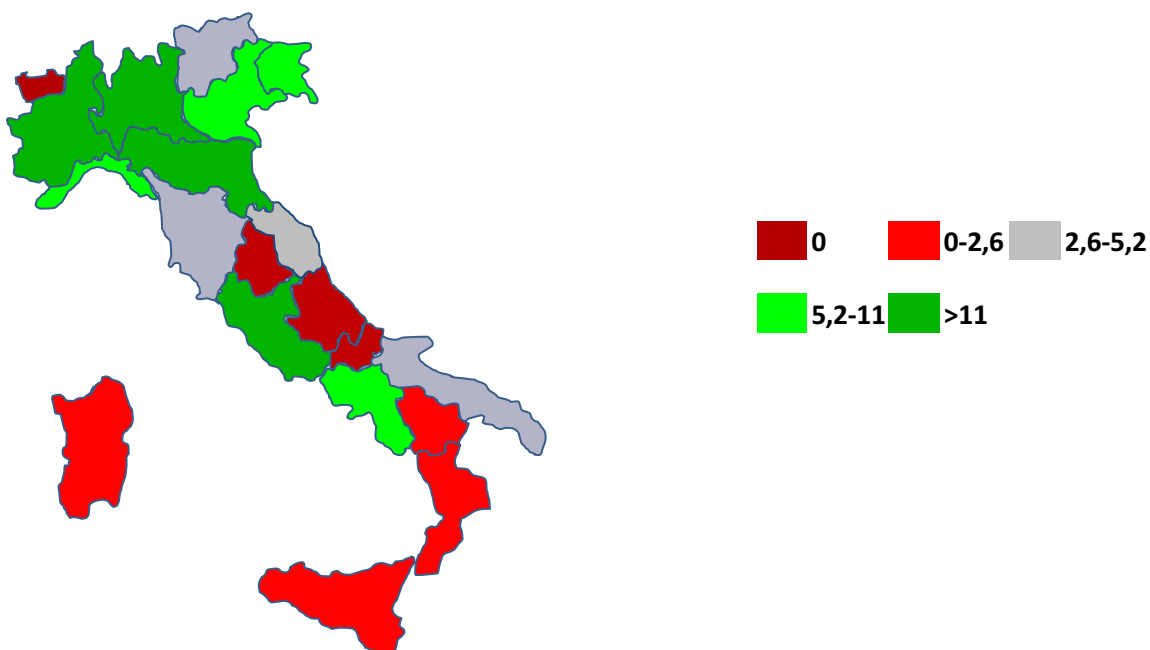
I **partecipanti** in presenza alle iniziative erogate nel triennio sono stati oltre 1.200.000; questo dato tiene conto delle eventuali ripetizioni delle iniziative nei tre anni in esame (tav.3).

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 1.000⁸. Rispetto alla precedente rilevazione (2012-2014), è sceso il numero delle iniziative di dimensione più contenute: 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)

⁷ 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).

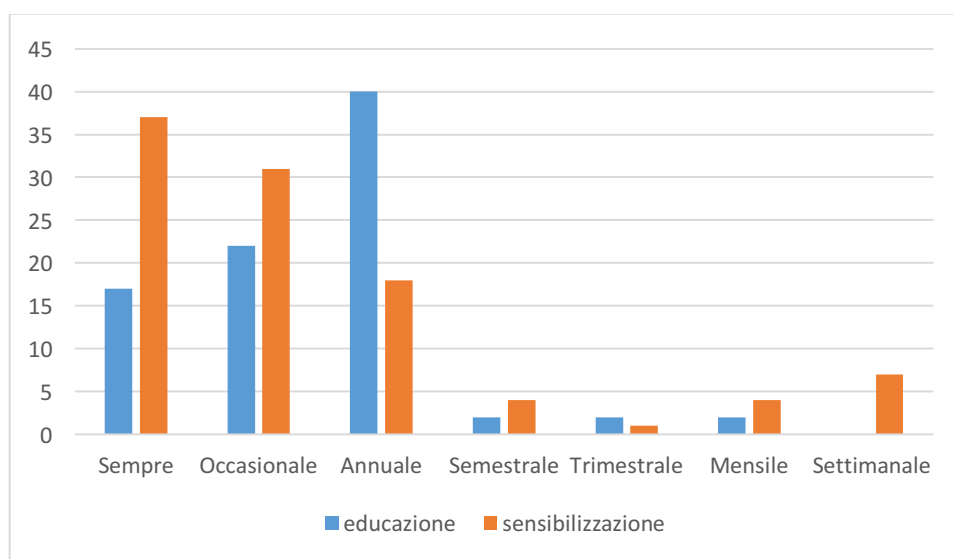
⁸ Le iniziative sono state raggruppate in 5 classi sulla base del numero dichiarato di partecipanti in presenza nel triennio: da zero a 99 partecipanti, da 100 a 999, da 1.000 a 9.999, da 10.000 a 99.999, superiori a 100.000.



(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).

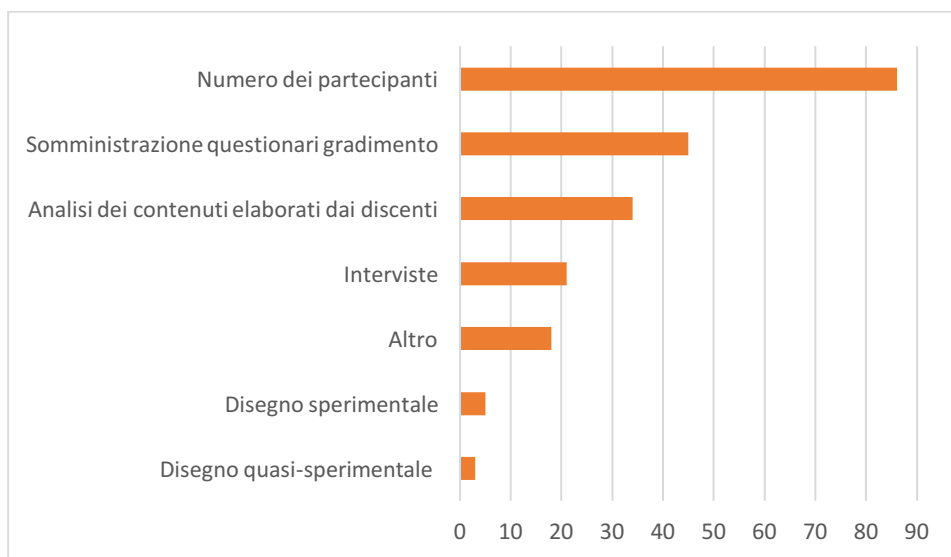
Figura 3: **frequenza con la quale l'iniziativa è attivata o può essere fruita (unità)**



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).

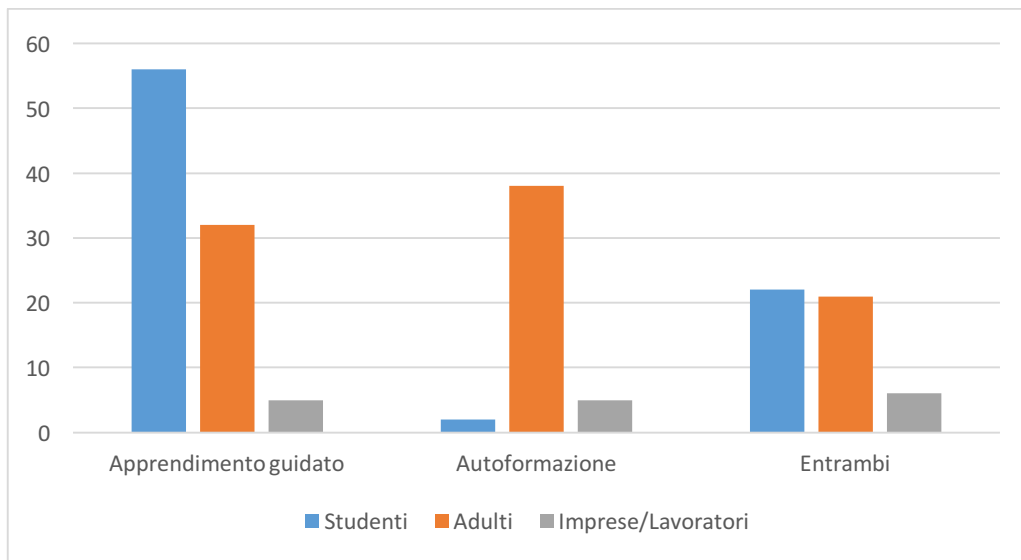
Nell'ambito delle attività formative di educazione, gli studenti rappresentano il target prioritario (67,5 per cento delle iniziative). Le iniziative a loro rivolte sono state spesso indirizzate contemporaneamente a più fasce di età.

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)**



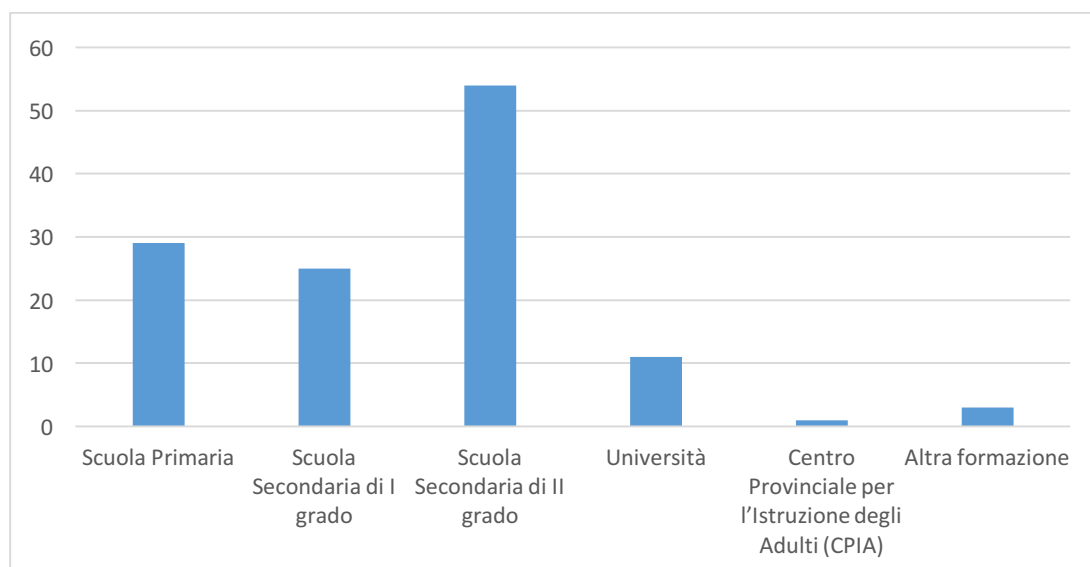
Gli strumenti formativi utilizzati durante lo svolgimento dell'iniziativa, singolarmente o in combinazione, dai convegni ai giochi, sono state coerentemente selezionate in base al target (tav.6).

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).

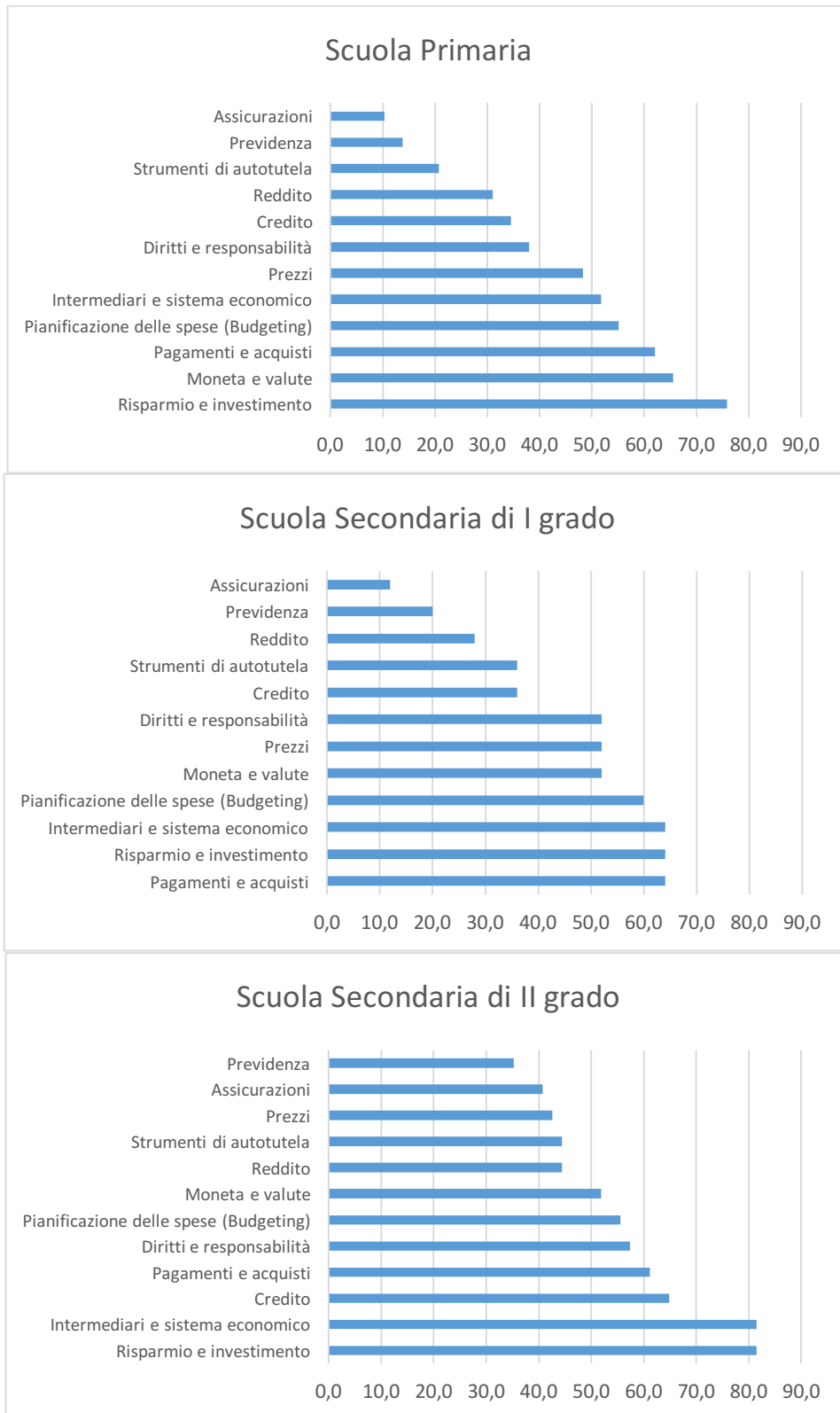
Figura 6: **Distribuzione iniziative agli studenti per gradi di istruzione (valori percentuali)**



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.

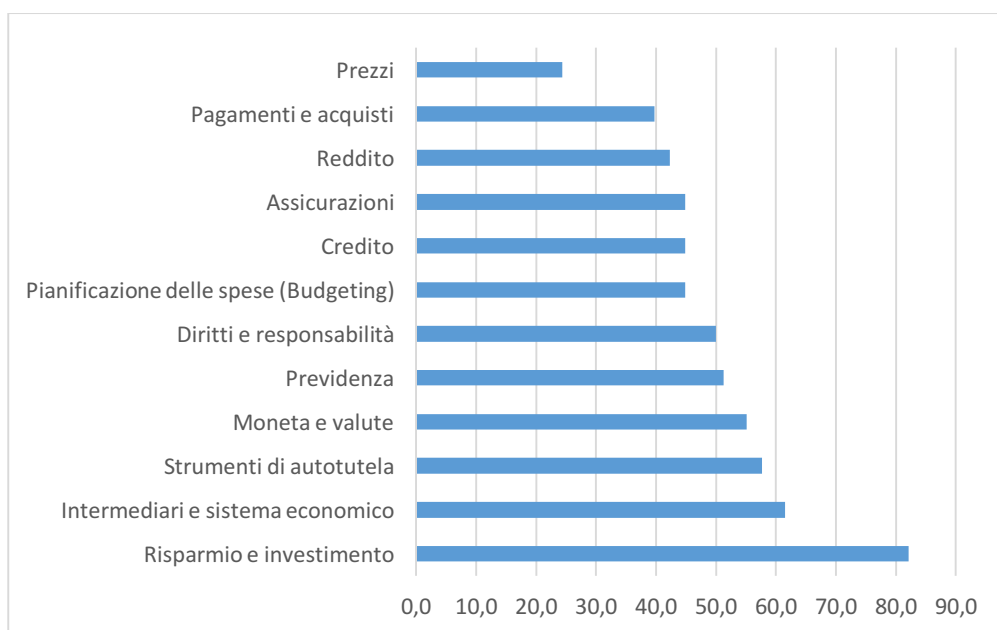
Le iniziative censite che si rivolgono al mondo del lavoro sono meno del 10 per cento, tra queste solo 3 incluse tra quelle di educazione in senso stretto.

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 finanziaria | | 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 | N° promotori |
|------------|--------------|
| Oltre 10 | 3 |
| 5-10 | 6 |
| 2-4 | 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 |
| 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 target⁹

STUDENTI

| 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 di Genova |
| Alfabetizzazione nelle scuole | Banca Tema |
| AlterECO | USR Lombardia; ADEIMF; AEEE ITALIA; SIE; Università |
| Attività con le scuole | BCC ravennate forlivese e 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 di 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 |

⁹ Le tavole non riportano le iniziative segnalate che 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.

| Iniziativa | Promotori |
|---|---|
| Cittadinanza economica e Financial Education | Università di 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; aderenti FEDUF; ADEIMF |
| Economic@mente Metti in conto il tuo futuro | ANASF |
| Educ@Futuro | 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 Scuola | Agenzia delle Entrate |
| Flipped Classroom | Politecnico di 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 |
| Fuoriclasse della Scuola | MIUR; FEDUF; Museo del Risparmio; ABI |
| Il mio posto nel mondo - Evento dedicato al Capitale Umano | Museo del Risparmio |
| Il Risparmio che fa scuola | Poste Italiane spa; CDP; MIUR |
| Impara la finanza | Politecnico di Milano |

| Iniziativa | Promotori |
|--|--|
| 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 | Forum ANIA-Consumatori; AEEE ITALIA; Associazioni dei consumatori; Università Cattolica; Università Bocconi |
| Kids University - Ok, il prezzo è giusto! | Università di Venezia |
| La BCC incontra la scuola | BancaTer Credito Cooperativo FVG; Confcooperative FVG |
| Laboratorio didattico Financial Planner | Museo del Risparmio |
| Laboratorio didattico No cash world | Museo del Risparmio |
| Laboratorio didattico Price Discovery | Museo del Risparmio |
| Laboratorio didattico Quanto costano i desideri | Museo del Risparmio |
| L'educazione finanziaria nelle scuole superiori | Università di Modena; Provincia Reggio Emilia; Associazione FedeRisparmiatori; youInvest; Fondazione Pietro Manodori |
| Money matters: banche e risparmio | Università di 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 | Museo del Risparmio; 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 Potenza |

| Iniziativa | Promotori |
|---|--|
| Progetto 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 e imolese |
| Torta dell'Economia | FarEconomia; Orizzonti Tv; Università di Udine; Coop Sociale Pandora ONLUS; Università Cattolica |
| UNIJUNIOR | Università di 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; Museo del Risparmio; 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

| 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. | Museo del Risparmio |
| Assicurazione in Chiaro | Forum ANIA-Consumatori; Associazioni dei consumatori |
| Brochure ABC del risparmiatore | Museo del Risparmio |
| Caffé delle Scienze e delle Lettere | Università di 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 dell'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 di Bolzano |
| Concorso di idee in materia di educazione finanziaria | Politecnico di 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 di Torino; Compagnia di San Paolo |
| Corsi di alfabetizzazione economica a più livelli | ABITAMONDO |

| Iniziativa | Promotori |
|--|--|
| 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 di Venezia |
| E-book - Le parole del Credito, Le parole della Finanza, Le parole del Rischio | Museo del Risparmio |
| Economiafamiliare | Sito Economiafamiliare.it |
| Economiascuola o Economi@scuola | FEDUF; ABI; aderenti FEDUF |
| Educare alla financial Literacy | IPRASE; Università di 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 di Trento |
| FamilyMI | Global Thinking Foundation; FEDUF; Fondazione Politecnico di Milano; Fondazione Cariplo |
| Fare Finanza | BCC Capaccio Paestum |
| Festival Altroconsumo | 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 | Museo del Risparmio |
| Il Rotary per la consapevolezza finanziaria | Rotary 2120 |
| Il viaggio di Missih | Associazione di Volontariato Migranti e Banche; Orizzonti Tv |

| Iniziativa | Promotori |
|---|--|
| 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 di Modena |
| Incontri presso Università Terza Età | BancaTer Credito Cooperativo FVG, Università di 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; Museo del Risparmio; Comitato Torino Finanza; Banca d'Italia |
| Iniziative formative per i Soci | BCC ravennate forlivese e imolese |
| Investire con testa e cuore | ANIMA SGR |
| Investirerisparmio.it | Giornalisti |
| L.E.I. - Lavoro Emancipazione Inclusione | Museo del Risparmio; Ufficio Pio Compagnia San Paolo; 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 di Palermo; Regione Sicilia |
| La verità, vi prego, sul denaro | AcomeA SGR |
| L'Arte del Risparmio - Evento dedicato alla giornata mondiale del risparmio | Museo del Risparmio, 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 di Milano |

| Iniziativa | Promotori |
|--|---|
| Ora facciamo i conti col lavoro | ActionAid; Cooperativa Orso; Fondazione Human; Università di 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 di Milano |
| Sito internet Banca d'Italia - Sezione educazione finanziaria | Banca d'Italia |

| Iniziativa | Promotori |
|--|--|
| 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 | Museo del Risparmio; Università di Torino; Assessorato Pari Opportunità; Associazioni Locali |
| WIW - Adulti | Consob; Banca d'Italia; ANASF; Museo del Risparmio; FEDUF |

IMPRESE/LAVORATORI

| 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 | ABI; ABISERVIZI; FEDUF |
| Go International! The UniCredit Learning Experience | UniCredit; Stakeholder nazionali e locali; associazioni di categoria; Università |
| Il Fondo Pensione delle Università | Fondo di previdenza complementare Uni Federico II-Uni Campania; Università della Campania; Università di Napoli Federico II |
| Il giornalismo e l'educazione finanziaria | FEDUF; Ordine di Giornalisti della Liguria; Università di Genova; Banca Passadore |
| Incontri informativi per i dipendenti delle imprese di servizi di pubblica utilità | Fondo 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; Comune di Cavaion; Associazione Imprenditori Cavaion |
| Video tutorial educazione finanziaria | Consel spa |