



Finanza e impresa



Facile non vuol dire semplice: per investire bisogna educarsi

Alla vigilia del mese dell'Educazione Finanziaria uno studio dimostra l'importanza dell'informazione nelle scelte di investimento, oggi accessibili a tutti (giovani compresi) grazie alla tecnologia

di **Pierpaolo Molinengo**

L'educazione finanziaria è alla base di ogni scelta consapevole in termini di investimenti e risparmi. Soprattutto in un momento così delicato in cui il peso dell'inflazione si fa sentire sulle tasche degli italiani, risparmi compresi. In generale, però, l'educazione finanziaria è uno strumento molto importante perché permette ai risparmiatori di prendere delle decisioni ponderate e ragionate. A confermare la necessità della preparazione in questo ambito c'è uno studio condotto da Gimme5, stilato sulla base dei comportamenti di un campione di clienti.

Grazie all'educazione finanziaria, e ad una corretta informazione, ad

esempio, gli utenti fintech sono in grado di prendere delle decisioni di investimento in assoluta autonomia: spesso e volentieri può capitare che effettuare delle scelte consapevoli sia complicato. Il rischio di farsi trasportare dall'emozionalità è alto, soprattutto quando si stanno attraversando dei periodi di elevata volatilità sui mercati.

L'importanza dell'educazione finanziaria

Grazie soprattutto al progresso tecnologico, il mondo fintech è in continua espansione. Nel corso degli ultimi anni le famiglie utilizzano sempre di più gli strumenti digitali per gestire



i propri risparmi: gli investitori hanno la possibilità di scegliere un'ampia gamma di prodotti e servizi finanziari utilizzando il proprio computer o lo smartphone.

Uno studio condotto da Gimme5 e dall'analista fintech e consulente Marco Ortolani ha messo in evidenza che la puntuale condivisione delle informazioni può influenzare direttamente le abitudini finanziarie dei consumatori. Ma soprattutto è in grado di indirizzarli verso delle scelte di investimento più oculate.

Chi sono i più sensibili all'informazione finanziaria

Lo studio ha preso come riferimento le elezioni politiche del 25 settembre 2022, che hanno determinato un'importante svolta nell'indirizzo governativo dell'Italia. Il nuovo esecutivo ha determinato una notevole incertezza sui mercati. Per condurre la ricerca è stato analizzato il com-

portamento di un campione costituito da 6.386 utenti di Gimme5, i quali hanno sempre investito in fondi europei e che, per questo motivo, avrebbero potuto esser stati maggiormente esposti alla volatilità. Il campione di utenti è stato diviso in due gruppi: uno di trattamento; uno di controllo.

Il 20 settembre al primo gruppo è stato inviato un contenuto educativo: lo scopo di questa operazione era quello di migliorare l'educazione finanziaria e sensibilizzare sulla volatilità che sarebbe arrivata a seguito delle elezioni. Sono stati informati delle possibili conseguenze che ci sarebbero state con un comportamento di investimento irrazionale. Al secondo gruppo – quello “di controllo” – è stata, invece, inviata una semplice mail commerciale. Il momento di maggior volatilità sui mercati è stato registrato tra il 29 settembre ed il 12 ottobre, mentre il monitoraggio si è concluso il 31 ottobre 2022.

I risultati

Tra i due gruppi è emersa una sostanziale differenza di comportamento. Gli utenti del primo gruppo, che hanno ricevuto il contenuto educational, sono riusciti a tenere a bada la propria emotività. Il secondo gruppo, invece, è stato pesantemente condizionato dai propri timori, tanto che il 39% ha ridotto i propri investimenti giornalieri.

Lo studio inoltre, mette in evidenza che, nella risposta degli utenti del primo gruppo, si nota come la somministrazione del contenuto educational abbia avuto un impatto più significativo sugli investitori con minori competenze finanziarie, in particolare giovani, donne e utenti meno attivi in app (per i quali si può ipotizzare una tendenza a seguire logiche di breve termine). La fascia di utenti tra i 31 e i 41 anni, dopo aver ricevuto il contenuto educational, ha mante-

nuto pressoché invariato il proprio comportamento, aumentando dello 0,56% l'investimento medio. Al contrario, chi faceva parte del gruppo di controllo nella stessa fascia d'età, in assenza di informazioni sull'andamento dei mercati, ha ridotto i propri investimenti del 47%.

Dallo studio emerge, quindi, che benché le app fintech non forniscano un servizio di consulenza inteso in senso tradizionale, con la diffusione di contenuti di educazione finanziaria hanno la possibilità di migliorare i livelli di alfabetizzazione degli utenti. E soprattutto impattare direttamente sui loro comportamenti.

Ottobre, il mese dell'educazione finanziaria

Ad ottobre parte la sesta edizione del Mese dell'educazione finanziaria, la manifestazione promossa in tutta Italia direttamente dal Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria. Lo slogan di quest'anno è il seguente: “È l'ora dell'educazione finanziaria!”. Le iniziative del Mese dell'educazione finanziaria si terranno dal 1° al 31 ottobre e si svolgeranno sia online sia in presenza.

L'iniziativa ha uno scopo ben preciso: quello di rafforzare la cultura finanziaria di base, in modo che i singoli siano in grado di gestire al meglio i propri risparmi e a scegliere in maniera consapevole come investire, assicurarsi e risparmiare a fini previdenziali. L'invito ad una maggiore educazione finanziaria deve coinvolgere anche le persone più fragili e vulnerabili – tra le quali rientrano le donne, le famiglie con un basso reddito ed i migranti – che proprio con una maggiore cultura su questi argomenti possono raggiungere un maggiore benessere economico. ●