

Un'app per investimenti automatici Crédit Agricole con Gimme5 E il Salvadanaio si fa smart

Crédit Agricole Italia si allea con Gimme5 e mette a disposizione per i suoi clienti (oltre 2 milioni) il «Salvadanaio Digitale», per risparmiare e investire da smartphone a partire da piccole somme di denaro (5 euro). «Da anni siamo impegnati nella trasformazione dei nostri servizi e nell'evoluzione culturale dei clienti – commenta Vittorio Ratto, vicedirettore generale retail, private e digital di Crédit Agricole Italia –. La sfida è rispondere alle nuove esigenze digitali dei clienti, ma anche supportarli in un importante processo di educazione finanziaria. L'obiettivo è far diventare il Salvadanaio Digitale lo strumento ideale per tutte le persone, soprattutto i più giovani, che hanno bisogno di acquisire consapevolezza finanziaria. È un cammino che vogliamo intraprendere insieme a loro, e non solo attraverso il Salvadanaio, rinnovando il forte legame con tutti i territori».

Dall'app di Crédit Agricole Italia, il cliente può accedere al proprio Salvadanaio Digitale per impostare gli obiettivi di risparmio e verificarne l'avanzamento. Sono diverse le regole automatiche che fanno scattare un versamento nel salvadanaio: dalla vincita di una partita della squadra del cuore al proprio compleanno, fino all'impostazione di una somma di risparmio ricorrente. Le quote accantonate saranno investite contestualmente in fondi comuni. «L'obiettivo di Gimme5 è da sempre quello di abbattere le barriere all'ingresso del mondo del risparmio gestito per permettere al

grande pubblico di approcciare gli investimenti in maniera smart – argomenta Giordano Martinelli, senior partner di Gimme5 –. Quello che vogliamo fare è facilitare l'accesso agli investimenti e alla gestione del risparmio, stimolando una migliore conoscenza finanziaria».

Secondo anche quanto emerge dal recente Rapporto Edufin 2021, l'inadeguata educazione finanziaria degli italiani continua a essere un tema degno di grande attenzione: solo un terzo del campione intervistato ritiene di cono-

Servizi

Vittorio Ratto,
vice direttore
generale
retail, private
e digital
di Crédit
Agricole Italia



scere i concetti semplici alla base di tante decisioni che le famiglie e gli individui sono chiamati a compiere nella loro vita, come per esempio la relazione rischio-rendimento. E le donne e i giovani rappresentano i soggetti più vulnerabili. Lo studio evidenzia come la fragilità finanziaria sia correlata alla bassa conoscenza. Promuovere consapevolezza in questo ambito, anche attraverso strumenti digitali, favorisce soprattutto nelle nuove generazioni lo sviluppo di anticorpi per affrontare le crisi e le sfide del futuro.

Ga. Petr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

