



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI
"M. FANNO"**

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA

PROVA FINALE

*"COLMARE IL DIVARIO DI ALFABETIZZAZIONE FINANZIARIA: IL RUOLO
DELLA BANCA TRA OBBLIGHI NORMATIVI E STRATEGIE DI INCLUSIONE"*

RELATORE:

CH.MO/A PROF./SSA BALDAN CINZIA

LAUREANDO/A: MARCO FETTI

MATRICOLA N. 2068726

ANNO ACCADEMICO 2025 – 2026

Dichiaro di aver preso visione del “Regolamento antiplagio” approvato dal Consiglio del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali e, consapevole delle conseguenze derivanti da dichiarazioni mendaci, dichiaro che il presente lavoro non è già stato sottoposto, in tutto o in parte, per il conseguimento di un titolo accademico in altre Università italiane o straniere. Dichiaro inoltre che tutte le fonti utilizzate per la realizzazione del presente lavoro, inclusi i materiali digitali, sono state correttamente citate nel corpo del testo e nella sezione ‘Riferimenti bibliografici’.

I hereby declare that I have read and understood the “Anti-plagiarism rules and regulations” approved by the Council of the Department of Economics and Management and I am aware of the consequences of making false statements. I declare that this piece of work has not been previously submitted – either fully or partially – for fulfilling the requirements of an academic degree, whether in Italy or abroad. Furthermore, I declare that the references used for this work – including the digital materials – have been appropriately cited and acknowledged in the text and in the section ‘References’.

Firma (signature) 

INDICE

Introduzione	IV
Capitolo 1 – BCC Banca Annia – S.C.: Struttura organizzativa e posizionamento competitivo ...	1
1.1 Sviluppo storico e tappe evolutive	1
1.2 Dati organici e patrimoniali.....	2
1.2.1 Andamento della gestione	2
1.2.2 Aggregati patrimoniali – L’attivo	2
1.2.3 Aggregati patrimoniali – Il passivo	3
1.3 Struttura organizzativa	4
Capitolo 2 – Lo scenario strategico e concorrenziale di BCC Banca Annia	5
2.1 Analisi SWOT	5
2.1.1 Punti di forza (Strengths)	5
2.1.2 Punti di debolezza (Weaknesses)	5
2.1.3 Opportunità (Opportunities).....	5
2.1.4 Minacce (Threats)	6
2.2. Il modello delle Cinque Forze di Porter	6
2.2.1 Minaccia di nuovi entranti.....	6
2.2.2 Potere contrattuale dei fornitori.....	6
2.2.3 Potere contrattuale dei clienti.....	7
2.2.4 Minaccia di prodotti o servizi sostitutivi.....	7
2.2.5 Rivalità tra concorrenti esistenti.....	7
2.3 Valutazione strategica complessiva	7
Capitolo 3 – La mia esperienza presso Banca Annia	8
3.1 Il mio ruolo e le mie attività	8
3.2 Le nuove competenze e conoscenze acquisite	9
Capitolo 4 – Colmare il divario di alfabetizzazione finanziaria: tra normativa e strategia aziendale.....	10
4.1 – Le fondamenta teoriche: Economia comportamentale, capitale umano e cittadinanza economica.....	10
4.2 – Effetti sull’individuo e sulla collettività.....	11
4.3 – Necessità di una strategia unitaria	11
4.4 Il contesto normativo: quadro generale	11
4.4.1 Il Testo Unico Bancario (TUB).....	12
4.4.2 La Direttiva MiFID II.....	12
4.5 Le iniziative di Banca Annia a favore dell’alfabetizzazione finanziaria.....	14
4.5.1 Trasparenza nei prodotti e nella comunicazione	14
4.5.2 Personalizzazione e profilatura della clientela	14
Conclusioni.....	15
Riferimenti Bibliografici	17

Introduzione

Il contesto finanziario attuale dimostra essere sempre più articolato e regolamentato, rendendo più difficile la corretta interpretazione delle informazioni da parte della clientela. La trasparenza nel rapporto tra banca e cliente pone le basi per la garanzia della tutela del consumatore e la stabilità del sistema bancario.

Il **Testo Unico Bancario (D.lgs. n. 385/1993)**, la **Direttiva MiFID II (2014/65/UE)** recepita in Italia con il **D.lgs. n. 129/2017**, e le **Disposizioni della Banca d'Italia** in materia di trasparenza, rappresentano le normative principe in riferimento agli obblighi per gli intermediari in termini di correttezza, informazione precontrattuale e adeguatezza delle comunicazioni verso la clientela.

La sfida per le banche è di rendere la finanza più comprensibile, accessibile e trasparente, traducendo per il cliente il contenuto delle normative, in modo tale da colmare il divario di alfabetizzazione finanziaria.

L'elaborato che segue analizza come una realtà bancaria ben radicalizzata nel territorio come **Banca Annia – Credito Cooperativo di Venezia, Padova e Rovigo** affronti queste sfide.

Il lavoro è strutturato in 4 capitoli e relativi sottocapitoli. Il capitolo 1 tratta della storia dell'organizzazione e dei dati economici ed organici della banca. Il capitolo 2 analizza lo scenario competitivo in cui Banca Annia opera, utilizzando modelli di analisi incontrati durante il percorso di studi. Nel capitolo 3 viene descritta la mia esperienza di tirocinio, ovvero il ruolo, le attività svolte e le competenze acquisite.

Infine, il capitolo 4, nonché argomento principale di questo elaborato, approfondisce il tema dell'alfabetizzazione finanziaria della clientela, e di come attraverso normative nazionali ed europee e la strategia aziendale Banca Annia provvede a colmare il divario delle conoscenze finanziarie e migliorare il rapporto tra banca-cliente.

Capitolo 1 – BCC Banca Annia – S.C.: Struttura organizzativa e posizionamento competitivo

1.1 Sviluppo storico e tappe evolutive

Banca di Credito Cooperativo di Venezia, Padova e Rovigo – BANCA ANNIA S.C. nasce da un progetto di fusione avvenuto l'11 dicembre 2016 approvato dalle Assemblee Generali dei Soci della Banca Annia Credito Cooperativo di Cartura e del Polesine e Banca del Veneziano.

Banca di Credito Cooperativo di Cartura (PD) viene costituita l'8 febbraio 1959. Nel 1998 vengono incorporati gli sportelli di Padova Zona industriale (ex Banca Padova) e di Monselice.

Banca del Veneziano (VE) sorge dall'iniziativa di 43 Soci che danno vita alla “Cassa Rurale ed Artigiana (CRA) di Bojon di Campolongo Maggiore” il 24 febbraio 1963 e da una conseguente fondazione della “Cassa Rurale e Artigiana di Pramaggiore” il 15 febbraio 1964. Nel 1994 il CRA di Bojon di fonde con CRA di Pramaggiore incorporando una dimensione territoriale più ampia, trasversale all'area provinciale di Venezia, costituendo così la Banca di Credito Cooperativo del Veneziano.

Banca di Credito Cooperativo del Polesine (RO), vede la propria nascita il 22 settembre 2003 dall'unione di due Bcc della provincia di Rovigo: Bcc Polesine Occidentale e Bcc Medio Polesine.

Banca Annia fa parte del **Gruppo BCC Iccrea**, il più vasto gruppo bancario cooperativo italiano, l'unico a capitale interamente italiano. Il Gruppo nasce il 4 marzo 2019 conseguentemente alla Riforma del Credito Cooperativo italiano.

1.2 Dati organici e patrimoniali

In questa sezione vengono presentati i principali indicatori quantitativi e qualitativi di Banca Annia – Banca di Credito Cooperativo di Venezia, Padova e Rovigo – utili per comprendere la sua dimensione, presenza territoriale, forza lavoro e solidità economico-finanziaria.

1.2.1 Andamento della gestione

Ad oggi BANCA ANNIA può contare 31 sportelli, presenti in 26 Comuni dislocati nella provincia di Venezia e di Padova e in modo uniforme nel territorio Polesano estendendosi fino al Comune di Ferrara.

Il numero dei soci sale a 9.808 vedendo una crescita su base anno del 7,21% rispetto al 2023.

L'organico risulta essere di 254 dipendenti, vedendo una distribuzione del 52% di posti occupati da uomini e il 48% da donne, mentre presenta il 96% dei contratti a tempo indeterminato rispetto al 4% dei contratti a tempo determinato.

Qualifica	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	1	0	1
Quadri	62	17	79
Impiegati	69	105	174
Totale	132	122	254
di cui:			
contratti a tempo indeterminato	128	116	244
contratti a tempo determinato	4	6	10

Tabella 1: Organico della banca;

Fonte: Bilancio di esercizio 2024 di BCC Banca Annia – Gruppo Bcc Iccrea

1.2.2 Aggregati patrimoniali – L'attivo

La Banca termina il 2024 presentando un totale attivo di 1.574,100 milioni di euro, rispetto ai 1.571,773 milioni di euro alla chiusura del bilancio 2023 (+ 0,15%).

Le attività finanziarie valutate al fair value con impatto a conto economico aumentano a 11,826 milioni di euro (+67,50%) contro i 7,055 milioni di euro del 2023. Le attività finanziarie valutate al fair value con impatto sulla redditività complessiva si attesta sui 31,557 milioni di euro e comprende principalmente titoli di Stato allocati nel business model HTCS. Relativamente alle attività finanziarie valutate al costo ammortizzato (al netto delle svalutazioni):

- I crediti verso banche rappresentati principalmente da depositi a scadenza dal valore di 42,647 milioni di euro;
- I crediti verso la clientela sono costituiti da 791,192 milioni di euro da mutui, da conti correnti liberi per 40,397 milioni di euro e da altri finanziamenti per un valore di 59,417 milioni euro. Operazioni inerenti alle carte di credito, prestiti personali e cessioni del quinto per 3,275 milioni di euro. Il totale ammonta a 894,281 milioni di euro;
- I titoli ammontano a 450,484 milioni di euro, formato da investimenti finanziari.

Dati patrimoniali – Attivo €/migliaia	Totale	Totale	Variazioni	
	31/12/2024	31/12/2023	assolute	%
Cassa e disponibilità liquide	60.572	24.746	35.826	144,77%
Attività finanziarie valutate al fair value con impatto a conto economico	11.826	7.061	4.764	67,47%
Attività finanziarie valutate al fair value con impatto sulla redditività complessiva	31.557	27.782	3.775	13,59%
Attività finanziarie valutate al costo ammortizzato	1.387.412	1.410.252	-22.840	-1,62%
a) crediti verso banche	42.647	25.796	16.851	65,32%
b) crediti verso clientela	894.281	893.533	748	0,08%
c) titoli	450.484	490.923	-40.439	-8,24%
Derivati di copertura e adeguamento di valore delle attività finanziarie oggetto di copertura generica	6.764	7.088	-324	-4,57%
Partecipazioni	-	-	-	-
Altre attività	-	-	-	-
Totale attività fruttifere	1.498.131	1.476.929	21.201	1,44%
Attività materiali	17.840	18.879	-1.040	-5,51%
Attività immateriali	10	-	10	-
Attività fiscali	15.686	20.264	-4.578	-22,59%
Attività non correnti e gruppi di attività in via di dismissione	-	-	-	-
Altre attività infruttifere	42.434	55.700	-13.266	-23,82%
Totale attività infruttifere	75.969	94.844	-18.874	-19,90%
Totale Attivo	1.574.100	1.571.773	2.327	0,15%

Tabella 2: Dati patrimoniali - Attivo;

Fonte: Bilancio di esercizio 2024 di BCC Banca Annia – Gruppo Bcc Iccrea

1.2.3 Aggregati patrimoniali – Il passivo

Il totale passivo del 2024 si attesta a 1.574,100 milioni di euro, rappresentato per la maggior parte dalle passività finanziari al costo ammortizzato:

- Debiti verso banche dal valore di 84,163 milioni di euro;
- I debiti verso la clientela per un totale di 1.260,834 milioni di euro;
- I titoli in circolazione ammontano a 39,495 milioni di euro.

Il patrimonio netto ammonta a 143,715 milioni di euro ed è costituito per 2,626 milioni di euro da capitale sociale e per la restante parte da riserve. L'utile si attesta a 22,149 milioni di euro, in aumento di 3,989 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Dati patrimoniali - Passivo €/migliaia	31/12/2024	31/12/2023	Variazioni	
			assolute	%
Passività finanziarie valutate al costo ammortizzato	1.384.493	1.421.063	(36.570)	-2,57%
a) debiti verso banche	84.163	126.137	(41.974)	-33,27%
b) debiti verso clientela	1.260.834	1.249.753	11.081	0,88%
c) titoli in circolazione	39.495	45.172	(5.677)	-12,57%
Passività finanziarie di negoziazione	-	-	-	-
Passività finanziarie designate al fair value	-	-	-	-
Derivati di copertura e adeguamento di valore delle passività finanziarie oggetto di copertura generica	1.200	-	1.200	-
Passività fiscali	86	84	2	2,38%
Passività associate a gruppi di attività in via di dismissione	-	-	-	-
Altre passività	37.575	19.558	18.017	92,12%
Trattamento di fine rapporto del personale	1.692	2.356	(664)	-28,18%
Fondi per rischi e oneri e	5.338	6.719	(1.381)	-20,55%
Totale Passività	1.430.385	1.449.780	(19.395)	-1,34%
Patrimonio Netto	143.715	121.993	21.722	17,81%
Totale Passività e Patrimonio Netto	1.574.100	1.571.773	2.327	0,15%

Tabella 3: Dati patrimoniali - passivo

Fonte: Bilancio di esercizio 2024 di BCC Banca Annia – Gruppo Bcc Iccrea

1.3 Struttura organizzativa

Al 31 dicembre 2024, il Gruppo bancario di appartenenza di BCC Annia è composto da: Iccrea Banca S.p.A. (Capogruppo con funzioni di direzione e interlocuzione con le Autorità), le Banche Affiliate aderenti tramite Contratto di Coesione, le società da essa direttamente o indirettamente controllate (“perimetro diretto”), le società controllate dalle Affiliate considerate strumentali al Gruppo (“perimetro indiretto”) e altre società partecipate non soggette a direzione e controllo. L’intera struttura riflette un’organizzazione a più livelli sotto la guida e il coordinamento della Capogruppo Iccrea.

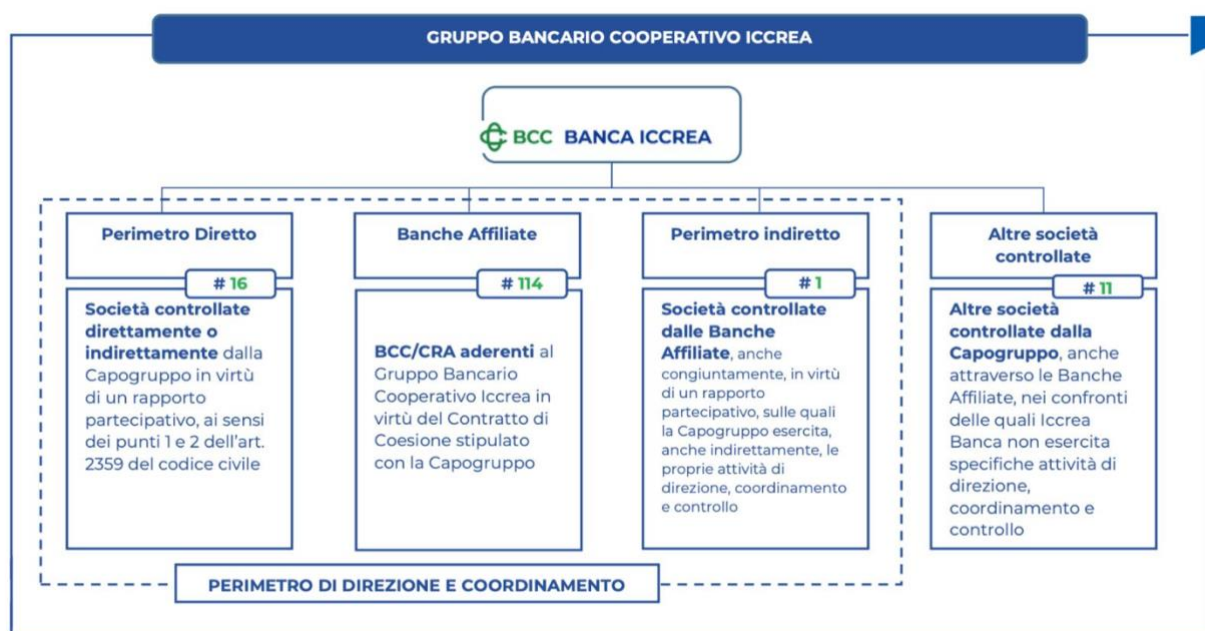


Tabella 4: Struttura organizzativa del Gruppo

Fonte: Bilancio di esercizio 2024 di BCC Banca Annia – Gruppo Bcc Iccrea

Capitolo 2 – Lo scenario strategico e concorrenziale di BCC Banca Annia

In questo capitolo analizzeremo l'ambiente competitivo in cui Banca Annia opera attraverso l'utilizzo di due modelli che garantiscono una valutazione strategica ben definita: L'analisi SWOT e il modello delle Cinque Forze di Porter.

2.1 Analisi SWOT

L'analisi SWOT rappresenta uno strumento per esaminare in modo integrato i fattori interni ed esterni che influenzano la posizione strategica dell'organizzazione.

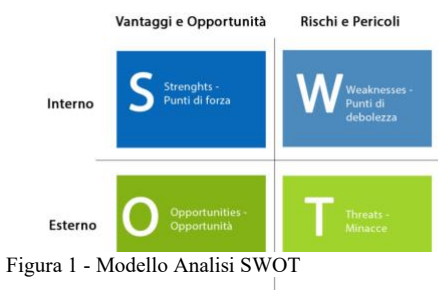


Figura 1 - Modello Analisi SWOT

2.1.1 Punti di forza (Strengths)

La banca gode di una solida reputazione a livello locale e di un legame stretto con il tessuto economico e sociale del territorio, in grado di offrire un servizio personalizzato e fondato sulla fiducia nei confronti di famiglie, piccole imprese e soggetti non completamente bancarizzati.

Si contraddistingue per il forte orientamento al mantenimento di una missione etica e sostenibile ponendo attenzione agli obiettivi sociali e alla partecipazione sociale. L'appartenenza al Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea garantisce supporto operativo e accesso a servizi e tecnologie.

2.1.2 Punti di debolezza (Weaknesses)

La banca presenta un certo gap rispetto alle realtà fintech o ai principali operatori bancari digitali. Le possibilità di innovare prodotti e processi dipendono fortemente dalle infrastrutture del Gruppo Iccrea, rallentando l'adozione autonoma di nuove soluzioni. La presenza focalizzata su aree specifiche del territorio causa una maggiore influenza da parte delle dinamiche economiche e demografiche locali. Inoltre la scarsa visibilità al di fuori del bacino geografico di riferimento rende più difficile l'attrazione di nuova clientela.

2.1.3 Opportunità (Opportunities)

La crescente domanda di consulenza finanziaria legata a temi ESG, digitalizzazione e credito di impresa, da parte delle PMI locali, crea un'opportunità di rafforzare il posizionamento della banca nel territorio.

Iniziative di educazione finanziaria e inclusione sociale possono accrescere e rafforzare la fiducia della clientela e permettere di acquisire nuovi clienti, come giovani e soggetti vulnerabili.

L'accesso a fondi pubblici come i fondi PNRR, legati a progetti di sostenibilità ambientale possono presentare un ambito strategico di crescita.

2.1.4 Minacce (Threats)

Con l'invecchiamento della popolazione e la stagnazione di alcune aree geografiche la domanda di servizi bancari tradizionali è limitata e la crescente pressione competitiva da parte delle fintech può intaccare quote di mercato, in particolare nei servizi a basso valore aggiunto. I requisiti regolamentari imposti da Banca d'Italia, BCE ed EBA impattano maggiormente su banche di piccole dimensioni come Banca Annia. Un eventuale aumento dei tassi d'interesse può influire negativamente sulla qualità del credito e sulla redditività complessiva dell'attività bancaria.

2.2. Il modello delle Cinque Forze di Porter

L'applicazione del modello delle Cinque Forze di Porter al caso di Banca Annia – Credito Cooperativo consente di valutare in modo sistemico l'attrattività e la pressione competitiva all'interno del mercato bancario locale.

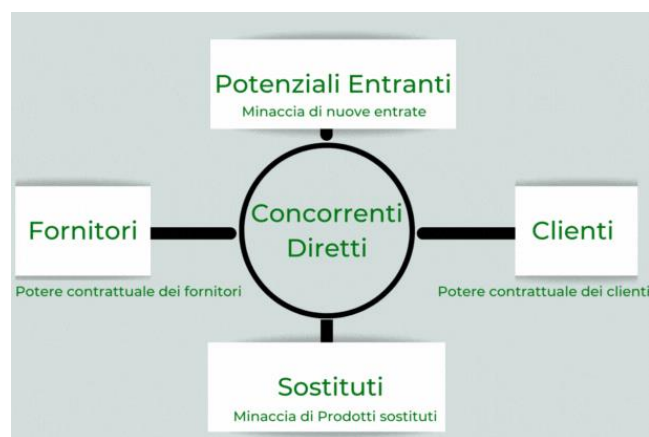


Figura 2 - Modello delle Cinque Forze di Porter

2.2.1 Minaccia di nuovi entranti

Il settore bancario presenta barriere elevate per i nuovi entranti, dovute dalla regolamentazione, dal capitale richiesto e dalla costruzione di rapporti di fiducia e credibilità. Ciò nonostante, per mezzo della digitalizzazione, nuove realtà fintech e banche digitali hanno avuto modo di accedere velocemente a quote di mercato, soprattutto tra i giovani.

Banca Annia può considerarsi relativamente protetta nel proprio territorio, ma non deve sottovalutare la minaccia indiretta.

2.2.2 Potere contrattuale dei fornitori

I principali fornitori di una banca comprendono piattaforme tecnologiche, sistemi informatici e risorse umane qualificate. L'appartenenza al Gruppo Iccrea permette la centralizzazione delle funzioni e consente economie di scala, contenendo così il potere dei fornitori.

2.2.3 Potere contrattuale dei clienti

Ad oggi i clienti dispongono di consistenti alternative bancarie, confrontando facilmente offerte e cambiare istituto tramite la digitalizzazione dei servizi, accrescendo il loro potere contrattuale. Nuove generazioni presentano bassa fedeltà e una crescente attenzione a costi, trasparenza e digitalizzazione dei servizi. Tuttavia, la relazione personale permane un punto di forza nei confronti della clientela tradizionale.

2.2.4 Minaccia di prodotti o servizi sostitutivi

Diverse piattaforme di pagamento, app per la gestione del denaro, criptovalute e prestiti peer-to-peer si sostituiscono ai servizi offerti dalla banca tradizionale, offrendo maggiore rapidità, inferiorità nei costi e una user experience ottimizzata. Questo rappresenta una minaccia per i segmenti oramai standardizzati.

2.2.5 Rivalità tra concorrenti esistenti

Il settore bancario italiano è altamente competitivo. Banca Annia si confronta con altre BCC, istituti tradizionali nazionali e operatori digitali. La concorrenza è accesa non solo sui tassi e condizioni, ma anche sul servizio digitale e sull'innovazione.

2.3 Valutazione strategica complessiva

L'analisi SWOT evidenzia come Banca Annia possieda una solida base relazionale e cooperativa, che rappresenta un punto di forza distintivo nel contesto bancario attuale. Emergono criticità legate alla capacità di innovazione e adattamento al nuovo contesto digitale. Per mantenere e rafforzare il proprio posizionamento, sarà fondamentale accelerare il processo di digitalizzazione, rafforzare il ruolo consulenziale verso imprese e famiglie, e sfruttare le sinergie del gruppo bancario di appartenenza.

L'analisi delle cinque forze di Porter evidenzia un ambiente competitivo estremamente dinamico e sfidante. La concorrenza proviene sia da attori tradizionali che da operatori digitali emergenti, in un contesto di trasformazione digitale, esigenze normative crescenti e ridefinizione dei modelli di relazione con la clientela.

Capitolo 3 – La mia esperienza presso Banca Annia

3.1 Il mio ruolo e le mie attività

Il mio ruolo all'interno della Banca è stato quello di addetto all'assistenza clienti; in tal senso, ho affiancato la mia collega e supervisore, ricoprente lo stesso ruolo. L'addetto all'assistenza clienti si occupa delle principali attività di sportello, come prelievo/versamento di contante e moneta, bonifici, emissione di carte di debito, carte di credito, carte prepagate e l'emissione di assegni circolari. Altre attività di cassa prevedono l'apertura, la quadratura giornaliera, la verifica di banconote false. L'operatore risponde anche a domande dei clienti su saldo e movimenti del conto, spiegazioni su operazioni eseguite o da eseguire, malfunzionamenti di carte, bancomat o app di home banking. Infine troviamo quelle attività prettamente amministrative come l'archiviazione della documentazione, verifica di antiriciclaggio, stampa e consegna documenti.

L'addetto allo sportello dipende gerarchicamente direttamente dal direttore di filiale. Tuttavia, a livello operativo viene coordinato e supervisionato dal vicedirettore.

Il mio ruolo mi ha permesso di entrare in contatto diretto con i clienti, con attività che prevedevano prevalentemente il supporto ad operazioni da effettuare tramite l'utilizzo del bancomat presso la cassa self presente in filiale. Le operazioni principali eseguite dalla clientela erano prelievi/versamenti di contanti e/o assegni, e bonifici. Inoltre, mi sono occupato dell'orientamento e della fidelizzazione ad un servizio svolgendo un ruolo consulenziale.

Durante lo svolgimento del tirocinio ho altresì svolto funzioni amministrative riguardanti l'archiviazione di documenti, stampa e consegna dei documenti.

Obiettivo del tirocinio è stato quello di sviluppare competenze pratiche nel settore bancario mediante funzioni di natura prettamente amministrativa, attività a contatto con i clienti e operazioni che hanno come scopo di familiarizzare con gli strumenti tecnologici utilizzati in banca.

3.2 Le nuove competenze e conoscenze acquisite

Al termine del tirocinio ho acquisito nuove competenze e conoscenze che hanno arricchito la mia persona sia a livello personale che professionale.

Possiamo individuare due tipi di nuove skills sviluppate durante l'esperienza: le Soft Skills e le Hard Skills:

- Soft skill: - Problem solving; - Capacità di lavorare in gruppo; - Gestione dello stress e lavoro sotto pressione; - Puntualità e senso di responsabilità. - Adattabilità	- Hard Skill: - Autonomia nello svolgere i compiti assegnati; - Uso di software aziendale; - Esecuzione di operazioni di cassa; - Utilizzo di terminali POS e ATM evoluti.
--	---

Capitolo 4 – Colmare il divario di alfabetizzazione finanziaria: tra normativa e strategia aziendale

In questo capitolo si analizza una tematica che sempre più desta interesse in ambito economico, sociale e istituzionale: l'educazione finanziaria. È possibile definire l'educazione finanziaria come l'insieme delle competenze, conoscenze, comportamenti e attitudini che permettono di prendere delle decisioni finanziarie ponderate e giuste, e accrescere la responsabilità nella gestione delle proprie risorse economico-finanziarie.

Successivamente viene presentato un quadro generale delle normative principali che regolano i comportamenti e la trasparenza degli istituti per garantire la corretta comprensione degli strumenti. Per concludere troviamo lo studio di un caso reale di un istituto locale come BCC – Banca Annia e cerca di ridurre il divario di alfabetizzazione finanziaria attraverso l'attuazione di una strategia aziendale conforme alle normative vigenti.

4.1 – Le fondamenta teoriche: Economia comportamentale, capitale umano e cittadinanza economica

Per lo studio dell'educazione finanziaria verranno analizzati tre principali approcci teorici che pongono le basi per una migliore e facile comprensione della tematica.

Il primo pone le basi sull'economia comportamentale. Dagli studi di Kahneman e Tversky (1974, in Chionsini, Trifilidis, 2010) emerge come gli individui violano sistematicamente i principi della razionalità economica: come una preferenza per il presente, l'effetto dotazione, il framing, e l'avversione alla perdita. È proprio in contesti simili che l'educazione finanziaria può essere la soluzione per il superamento dei bias cognitivi e per rendere i consumatori più consapevoli e responsabili. Alternativamente, secondo il *paternalismo* libertario, i policy-makers dovrebbero intervenire per sopperire agli errori cognitivi commessi dagli individui e indirizzando le loro scelte senza limitarne la libertà.

Il secondo approccio valuta l'educazione finanziaria come investimento in capitale umano. Una dotazione di competenze finanziarie garantisce la possibilità di ottenere benefici economici nel lungo termine. Progetti di investimento in alfabetizzazione finanziaria dipendono dal profilo del reddito, dall'età e dalla pianificazione di pensione e previdenza sociale. Per questa ragione i destinatari principali di queste iniziative sono la fascia più giovane della popolazione, poiché non ha le possibilità di investire in competenze finanziarie.

Il terzo e ultimo approccio pone particolare enfasi su come l'educazione finanziaria sia utile per creare una cittadinanza economica, ovvero di creare le capacità e le competenze che trasformano un cittadino in un agente economico che conosce ed è consapevole del funzionamento base dell'economia, è in grado di prendere decisioni economiche consapevoli, e può gestire in modo adeguato le risorse economiche, con il fine ultimo di contribuire al benessere economico individuale e sociale.

4.2 – Effetti sull'individuo e sulla collettività

Sono stati svolti numerosi studi per riuscire ad analizzare una certa correlazione tra alfabetizzazione finanziaria e i comportamenti finanziari. Uno in particolare svolto da Fernandes, Lynch, e Netemeyer (2014), ha mostrato risultati rassicuranti sugli effetti dell'educazione finanziaria su comportamenti tipici come risparmio, uso del credito e pianificazione.

Gli effetti sulla collettività di una popolazione alfabetizzata portano ad una maggiore stabilità economico-finanziaria, scongiurando eventuali errori che potrebbero destabilizzare l'economia. L'OCSE e UE hanno messo in atto delle strategie nazionali per promuovere l'educazione finanziaria per cercare di risolvere le disuguaglianze e supportare mercati più efficienti. L'Italia presenta un ritardo strutturale nell'attuazione di queste soluzioni, avendo approvato una strategia nazionale solamente nel 2017.

4.3 – Necessità di una strategia unitaria

La presenza di molti attori (istituzioni, scuole, banche, associazioni) coinvolti nella promozione dell'educazione finanziaria, secondo Chionsini e Trifilidis (2010), richiede una strategia unitaria al fine di prevenire la frammentazione degli interventi e garantire una maggior efficacia. Una gestione centralizzata permette di monitorare, valutare e coordinare i progetti, standardizzando metodologie condivise. Un coinvolgimento maggiore del sistema bancario può accrescere la portata degli interventi, in particolare verso quei segmenti dove la popolazione risulta più vulnerabile.

4.4 Il contesto normativo: quadro generale

Gli ultimi anni hanno visto una forte crescita della consapevolezza da parte dei clienti per ciò che concerne i servizi che sottoscrivono, ma tuttora non comprendono appieno i vari prodotti finanziari, a causa della complessità di tali prodotti e della mancata alfabetizzazione finanziaria dei clienti stessi. Banca Annia pone particolare attenzione alla tutela del proprio cliente, cercando di aumentare il livello di educazione finanziaria, tramite l'applicazione di strumenti conformi alle

normative: il **Testo Unico Bancario (D.lgs. n. 385/1993)**, la **Direttiva MiFID II (2014/65/UE)** recepita in Italia con il **D.lgs. n. 129/2017**, e le **Disposizioni della Banca**.

4.4.1 Il Testo Unico Bancario (TUB)

Il Testo Unico Bancario contiene tutte le leggi in materia bancaria e creditizia, tra le quali l'obbligo di assicurare la trasparenza delle condizioni contrattuali e dei rapporti con i clienti (Titolo VI del TUB).

Con riferimento all'articolo 116 sono stabiliti gli obblighi da parte delle banche e degli intermediari in materia di pubblicità e di trasparenza informativa precontrattuale, garantendo di rendere note tutte le informazioni riguardo ai costi, tassi di interesse, prezzi e le altre condizioni economiche con riguardo alle operazioni e servizi offerti.

Sono esposti gli obblighi di chiarezza e trasparenza nei contratti bancari col fine di tutelare il consumatore finale in caso di condizioni sfavorevoli.

L'articolo 120-terdecies concerne i servizi di consulenza, i quali sono riservati ai finanziatori e agli intermediari del credito. Nello svolgere tale servizio i finanziatori e gli intermediari devono agire nel miglior interesse del consumatore, essere aggiornati costantemente sulla situazione personale e finanziaria, sugli obiettivi e sulle preferenze del cliente. Offrire una raccomandazione personalizzata adeguata ai bisogni e alla situazione personale e finanziaria del consumatore. Il finanziatore e l'intermediario del credito devono fornire al cliente le informazioni riguardanti la gamma dei prodotti offerti, il compenso dovuto dal consumatore per i servizi di consulenza.

Secondo l'articolo 126-vicies sexies la Banca d'Italia può promuovere codici di condotta per l'offerta indipendente di iniziative di educazione finanziaria da parte di intermediari, con lo scopo di favorire l'orientamento della clientela e l'assistenza per la gestione responsabile delle finanze personali.

L'operato delle banche avviene sotto la supervisione e direzione della Banca d'Italia, la quale può ottenere informazioni, atti e documenti ed eseguire ispezioni presso le banche.

4.4.2 La Direttiva MiFID II

La Direttiva MiFID II (2014/65/UE) è un insieme di norme erogate dal parlamento europeo con lo scopo di regolare e garantire la sicurezza dei mercati finanziari e dei servizi di investimento, proteggendo gli investitori e assicurare una maggiore trasparenza.

Le imprese di investimento sono tenute ad operare in un modo corretto, chiaro e professionale. I prodotti finanziari che vengono offerti e venduti devono soddisfare determinate caratteristiche specifiche di un mercato di riferimento di consumatori finali. Tutte le informazioni inerenti agli

strumenti finanziari e sulle tipologie di investimento come per le loro strategie devono essere seguite e annesse di orientamenti e avvertenze sui rischi e costi legati a tali investimenti. L'intermediario finanziario ha il compito nonché l'obbligo di raccogliere le informazioni che sono necessarie per la profilatura del cliente e poter successivamente proporre le tipologie di prodotto che più sono allineate alle sue caratteristiche. Tali informazioni riguardano le conoscenze e le esperienze del consumatore in materia di investimenti, sulla sua situazione finanziaria per assicurarsi che abbia le capacità di sostenere eventuali perdite, sugli obiettivi di investimento e sulla tolleranza al rischio.

Nel caso in cui, date le informazioni raccolte, l'impresa ritenga che i prodotti o servizi non siano adeguati ed appropriati al profilo del cliente, essa ha l'obbligo di avvertire il cliente. Tuttavia, se l'impresa riceve dal cliente istruzioni di proseguire ugualmente, essa deve sottostare a tale volontà ed eseguire l'ordine.

4.4.3 Le Disposizioni della Banca d'Italia in materia di trasparenza

Le Disposizioni della Banca d'Italia sono l'attuazione effettiva sia dei provvedimenti contenuti nel Testo Unico Bancario sia delle Direttive Europee. Tali disposizioni vincolano i comportamenti e la condotta degli intermediari bancari e finanziari, così da garantire una condotta corretta, equa e onesta.

Le Disposizioni di recepimento della direttiva (UE) 2021/2167 (SMD) controllano la trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari, e la correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti. La disciplina sulla trasparenza si adopera per rendere noti ai clienti gli elementi essenziali del rapporto contrattuale e le sue variazioni, creando una dinamica favorevole alla concorrenza nei mercati bancari e finanziari. Le informazioni devono essere comunicate alla clientela in maniera corretta, chiara ed esauriente. La disciplina si struttura secondo modalità differenziate relativamente alle necessità delle diverse fasce di clientela e caratteristiche dei servizi. I documenti informativi sono strutturati e concepiti seguendo delle caratteristiche precise, in maniera tale da consentire al cliente la più completa e corretta comprensione delle informazioni come i costi di servizio, e la possibilità di confrontare i vari prodotti e per poter essere in grado di prendere delle decisioni consapevoli. Altre caratteristiche necessarie sono la datazione del documento, le informazioni inerenti all'intermediario, i rischi dell'operazione o del servizio, e infine per la totale trasparenza del contratto, è presente un elenco completo delle condizioni economiche e clausole contrattuali. Per la tutela e per la trasparenza nel rapporto banca-cliente, viene consegnata al cliente una copia completa del contratto sottoscritto, in aggiunta a un documento di sintesi delle condizioni economiche pubblicizzate nel foglio informativo.

La Banca d'Italia ha il compito di vigilare sull'operato delle imprese, verificare l'adeguato rispetto delle disposizioni, e nel caso in cui vengono riscontrate delle irregolarità devono essere applicate delle sanzioni.

4.5 Le iniziative di Banca Annia a favore dell'alfabetizzazione finanziaria

Banca Annia intende ridurre il divario di alfabetizzazione integrando le normative descritte nei paragrafi precedenti con un approccio proattivo. Per il raggiungimento di tale obiettivo vengono seguite tre principali direzioni: la trasparenza sia nei prodotti sia nella comunicazione, una educazione finanziaria attiva e tramite la personalizzazione dei servizi.

4.5.1 Trasparenza nei prodotti e nella comunicazione

Banca Annia promuove un'informativa semplice, trasparente e completa sin dalla fase precontrattuale, diminuendo l'asimmetria informativa tra banca e cliente, aumentando un senso di fiducia del consumatore nei confronti dell'istituto.

Banca Annia ha strutturato un sistema informativo interno che si distingue per:

- Presenza di fogli informativi semplificati e completi all'interno della banca. I fogli informativi sono richiesti per legge e devono essere esposti in maniera tale che siano usufruibili dalla clientela. Il contenuto deve essere completo e semplice in modo che i clienti vi possano trovare tutte le informazioni necessarie e specifiche dei prodotti e dei servizi. Inoltre, viene utilizzato un linguaggio più semplice e meno tecnico così che sia di più facile comprensione da parte della clientela.
- Consegna dei documenti di sintesi e copia cliente. Nell'ottemperanza delle disposizioni, Banca Annia provvede alla consegna del documento di sintesi riguardante il prodotto o servizio sottoscritto, dove il cliente visualizza tutte le condizioni economiche illustrate nel foglio informativo. Alla conclusione del contratto viene consegnata al cliente la propria copia del contratto firmato.
- La banca offre ai clienti simulazioni personalizzate, soprattutto per mutui e prestiti, consentendo ai consumatori di comprendere in anticipo l'impatto di costi e interessi.

4.5.2 Personalizzazione e profilatura della clientela

La Direttiva MiFID II ha introdotto il principio di personalizzazione del servizio bancario tramite profilatura.

Banca Annia provvede alla compilazione di un questionario MiFID dove vengono carpite le informazioni personali e di conoscenza ed esperienza, la situazione finanziaria, gli obiettivi di investimento, le preferenze di sostenibilità. Tale questionario fornisce al consulente i dati che servono per poter proporre al cliente dei prodotti adeguati e appropriati, ovvero che:

- l'operazione consigliata corrisponde agli obiettivi di investimento dichiarati, inclusa la tolleranza al rischio e risulti coerente con le sue eventuali preferenze di sostenibilità;
- il cliente sia finanziariamente in grado di sopportare rischi connessi all'operazione;
- il cliente possieda le conoscenze e l'esperienza necessarie per comprendere i rischi inerenti all'operazione.

In contemporanea l'intermediario procede alla compilazione anche del KID (Key Information Document), ovvero un documento sintetico che deve permettere al cliente di comprendere il prodotto di investimento, i rischi, i suoi costi, i suoi guadagni ed eventuali perdite. Il KID deve contenere un indicatore sintetico di rischio integrato ad una spiegazione di tale indicatore e dei rischi maggiormente rilevanti. Inoltre, devono essere presenti scenari di performance in grado di esplicitare le ipotesi formulate per realizzarli. L'utilizzo di grafici, tabelle dei rendimenti e serie storiche permettono al cliente di comprendere informazioni complesse, le quali necessiterebbero di conoscenze tecniche e di difficile comprensione.

Conclusioni

L'analisi svolta ha portato alla luce come l'educazione finanziaria abbia un ruolo rilevante nella società contemporanea, dove le persone sono chiamate a prendere decisioni economiche complesse in un ambiente di crescente responsabilizzazione individuale. Come evidenziato, l'educazione finanziaria non è solo un sistema per migliorare la gestione personale del denaro, bensì raffigura una parte fondamentale della cittadinanza economica, della tutela del risparmio e della trasparenza dei mercati.

Sul piano normativo, si denota come il legislatore europeo e italiano abbia compreso che per un giusto funzionamento equo ed efficiente del sistema è importante lo sviluppo dell'educazione finanziaria. Il Testo Unico Bancario, la Direttiva MiFID II e le Disposizioni della Banca d'Italia pongono l'enfasi sul diritto all'informazione, sull'adeguatezza dei servizi offerti e sull'adozione di linguaggi chiari e comprensibili, creando un ambiente per il cliente in cui può esercitare scelte consapevoli.

Il caso di Banca Annia analizzato dimostra come l'istituto si è attivato attraverso strumenti concreti per colmare il divario informativo e culturale della propria clientela, promuovendo iniziative di

trasparenza, personalizzazione e simulazione. La profilatura MiFID, l'utilizzo del KID e la comunicazione semplificata sono delle dimostrazioni di come si può tradurre la normativa in pratiche efficaci e accessibili. Queste iniziative, incorporate ad una strategia educativa attiva, sono una prova di come il sistema bancario possa svolgere un ruolo propositivo nella promozione dell'educazione finanziaria, in linea con gli indirizzi normativi e con gli obiettivi di tutela del cliente.

In conclusione, si può definire l'educazione finanziaria come un campo in cui convergono teoria economica, l'interesse pubblico e la regolamentazione. Ciononostante, per far sì che possa produrre effetti duraturi, l'azione normativa deve essere accompagnata da un impegno sistemico, coordinato e calibrato sulle reali esigenze della popolazione. Le esperienze locali, come il caso di Banca Annia, possono dimostrarsi un modello replicabile e coerente con i principi di sostenibilità e inclusione finanziaria.

Riferimenti Bibliografici

Banca Annia - BCC Gruppo Iccrea. (2024). Bilancio di Esercizio.

Chionsini, G., Trifilidis, M. (2010). Educazione Finanziaria: l'utilità di una strategia unitaria. Banche e Banchieri, no.10, pp. 360-374.

Fernandes, D., Lynch, J. G., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial Literacy, Financial Education, and Downstream Financial Behaviors. Management Sciences, 60(8), 1861-1883.
<http://www.jstor.org/stable/42919641>

Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., Regnér, P., Paci, A. (2017). Strategia: Orientare organizzazioni e imprese in un mondo che cambia. Milano - Torino: Pearson Italia.

Kahneman, D., Tversky, A. (1973). On the psychology of Prediction, in Psychological Review, n. 80, pp. 237-251.