



Progetto di Alleanza Assicurazioni

Edufin Index

Consapevolezza e comportamenti finanziari e assicurativi degli italiani

1^A Edizione, Ottobre 2022

Progetto di:

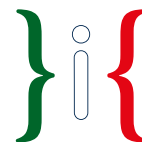


Con la collaborazione scientifica di:



Indice

I	Premessa a cura del Comitato Scientifico	Pag. 3
II	Sintesi del lavoro	Pag. 5
1.	Introduzione	Pag. 19
2.	Presentazione dell'analisi bottom-up	Pag. 21
	2.1 Conoscenze finanziarie e assicurative	Pag. 21
	2.2 Comprensione e percezione del rischio	Pag. 23
	2.3 Comportamenti finanziari e assicurativi	Pag. 27
	2.4 Attitudini	Pag. 28
3.	Presentazione dell'analisi top-down	Pag. 30
4.	Costruzione dell'Edufin Index e dei sotto indicatori	Pag. 32
	4.1 Awareness Index	Pag. 33
	4.2 Behavioural Index	Pag. 34
5.	Analisi e commenti delle risposte fornite al questionario	Pag. 37
	5.1 Premessa	Pag. 37
	5.2 I risultati del questionario	Pag. 37
6.	I risultati dell'Edufin Index	Pag. 103
	6.1 L'indicatore finale – Edufin Index	Pag. 103
	6.2 I sottoindicatori: Awareness Index	Pag. 106
	6.3 I sottoindicatori: Behavioural Index	Pag. 110
	6.3.1 Behavioural Index – indice di Risk Perception	Pag. 111
	6.3.2 Behavioural Index – indice di Comportamento finanziario e assicurativo	Pag. 112
	6.3.3 Behavioural Index – indice di Attitudine e sentiment finanziari e assicurativi	Pag. 114
7.	Risultati dell'analisi top-down	Pag. 119
	7.1 Premessa	Pag. 119
	7.2 Dati raccolti	Pag. 119
	7.3 L'analisi dei tweet relativi al tema Rischio Finanziario	Pag. 120
	7.4 L'analisi dei tweet relativi al tema Assicurazione	Pag. 123
	7.5 L'analisi dei tweet relativi al tema Previdenza	Pag. 126
	7.6 Conclusioni	Pag. 128
8.	Bibliografia	Pag. 129
9.	Appendici	Pag. 132



Premessa

a cura del Comitato Scientifico

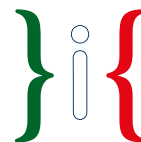
Perché un Osservatorio su Competenze e Comportamenti finanziari e assicurativi degli italiani?

Il primo motivo, di carattere generale, è che **l'educazione finanziaria e assicurativa**, nella società contemporanea, è **l'equivalente** di ciò che era **l'alfabetizzazione nel Novecento**. Perché il suffragio universale diventasse davvero un diritto della persona, era infatti necessario che tutti potessero leggere, scrivere, informarsi e farsi un'opinione. L'alfabetizzazione, dunque, trasformava i sudditi in cittadini, consapevoli dei propri diritti ed in grado di esercitarli.

Lo stesso vale oggi per l'educazione finanziaria e assicurativa. In un mondo in cui il welfare pubblico cala, l'incertezza cresce e la vita si allunga, siamo chiamati a **fare scelte per garantirci il benessere** o, quanto meno, un buon livello di sopravvivenza nel lungo periodo. Dobbiamo quindi **prendere decisioni** su come gestire le nostre **finanze personali proteggendoci**, allo stesso tempo, anche **da tutti i rischi** a cui siamo esposti. Per farlo abbiamo bisogno di avere gli **strumenti adatti**, ovvero **conoscenze, consapevolezza e comportamenti attenti**. È in questo senso che l'educazione finanziaria e assicurativa è il presupposto per quella che si definisce la "cittadinanza economica". **Solo chi è indipendente dal punto di vista economico potrà autodeterminarsi e migliorare anche il proprio benessere psicologico.**

Il secondo motivo è legato al primo, ma meno nobile. È noto che l'Italia è un Paese dove il livello del risparmio è altissimo e la diffusione dei prodotti assicurativi insufficiente. Un paradosso che, certo, può essere spiegato dalla nostra storia: la previdenza pubblica soddisfaceva molti bisogni ed esistevano solide reti di protezione familiari. Nella situazione attuale però queste condizioni non esistono più.

Gli italiani sono chiamati a fare scelte oculate, di lungo termine sia per sé stessi, sia per rendere più solido e resiliente il Paese. Intervenire per risolvere squilibri, per correggere scelte errate o incaute distoglie risorse pubbliche da impieghi alternativi e, forse, altrettanto importanti.



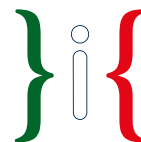
L'educazione finanziaria e assicurativa è dunque un **impegno di sistema** ma che devono assumersi anche le imprese che vogliono contribuire al sistema. Ed è per questo motivo che, proseguendo in un percorso già intrapreso da tempo, **Alleanza Assicurazioni** ha voluto **rinforzare** il proprio **Piano Nazionale di Educazione Finanziaria e Assicurativa**. Lo ha fatto con la Fondazione Mario Gasbarri e con la collaborazione scientifica di **SDA Bocconi**, la prima Management School italiana e una tra le prime in Europa e nel mondo.

La ricerca che presentiamo è il frutto di un'approfondita analisi che ha potuto beneficiare del lavoro svolto dalla faculty di SDA Bocconi, con il contributo di BVA-Doxa e di Finsa S.p.A.

A riprova dell'**importanza di un approccio composito e diversificato** nello studio e nella discussione di queste tematiche, è stato costituito un **Comitato Scientifico**. Questo Comitato è composto da esponenti dell'**accademia**, dell'**impresa**, delle **autorità governative**, delle **fondazioni** e, non da ultimo, del mondo delle **associazioni dei consumatori**.

Il **Comitato Scientifico** ha svolto e svolgerà un **compito di presidio**, di **garanzia** ma soprattutto di **stimolo**. Dovrà indirizzare i lavori in modo tale che la **ricerca** possa diventare non solo uno **strumento di monitoraggio e conoscenza** ma anche la base di un progetto di intervento capace di aumentare il livello dell'educazione finanziaria e assicurativa.

Buona lettura.



Sintesi del lavoro

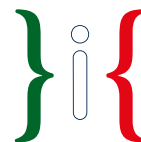
L'Educazione Finanziaria ed Alleanza Assicurazioni

Pur recente, l'attenzione alla *Financial Literacy and Education* cresce e coinvolge Istituzioni, imprese e anche singoli individui. Si tratta di un impegno tanto meritorio quanto indispensabile, dal momento che tutte le rilevazioni internazionali evidenziano per il nostro Paese livelli di conoscenza finanziaria estremamente modesti, non in linea con le necessità e lo status di una delle prime economie del mondo. Ad un impegno così generale e di sistema non poteva venir meno Alleanza Assicurazioni, la Compagnia che si prefigge l'obiettivo di migliorare la vita dei Clienti ed esserne il migliore alleato.

Da tempo Alleanza ha investito nel progetto Educazione Finanziaria ed Assicurativa. Nel 2022, insieme a SDA Bocconi, ha promosso una ricerca che intende monitorare, anche nei prossimi anni, il livello di conoscenze, competenze, consapevolezza e comportamenti degli italiani e dei nuovi italiani in materia di rischio, finanza ed assicurazione.

Rispetto ad altre indagini in materia, la ricerca si distingue in quanto:

- a. Indaga contemporaneamente le competenze finanziarie e assicurative secondo diversi attributi.
- b. Approfondisce i temi legati alla **comprensione e alla percezione del rischio** (*risk literacy*).
- c. Fa ampio ricorso a spunti e indicazioni della **behavioural economics** per rilevare comportamenti e atteggiamenti.
- d. **Affianca, a** classiche **rilevazioni campionarie, strumenti di analisi semantica** che consentono uno studio non pre-codificato di comportamenti e attitudini in ambito assicurativo e permettono di rilevare l'esperienza vissuta dagli Italiani nei mercati finanziari e assicurativi.



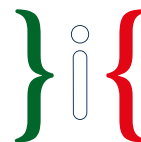
Il rapporto di ricerca si compone dei risultati di due indagini distinte, benché fortemente collegate:

- 1.** una componente bottom-up, finalizzata alla costruzione di un indicatore sintetico di educazione finanziaria – *Edufin Index*. Sono stati rilevati i livelli di *literacy* attraverso un questionario su un campione di 3500 individui rappresentativo della popolazione italiana. L'indagine è stata condotta da BVA DOXA nel luglio 2022. È stato poi intervistato un campione di c.d. nuovi italiani, 311 cittadini stranieri residenti in Italia di tre diverse etnie: sudamericani, filippini e rumeni. In questo caso sono state rilevate solo le conoscenze finanziarie e assicurative ed è stato quindi calcolato un *Awareness Index semplificato*;
- 2.** una componente top-down, realizzata rilevando una serie di parole chiave di natura finanziaria e assicurativa utilizzate all'interno di micro-blog (messaggi twitter) da normali cittadini (*others*) e da operatori istituzionali in ambito finanziario e assicurativo e testate giornalistiche specializzate (*istituzionali*). L'applicativo di analisi semantica **App2check** di Finsa Spa ha permesso di investigare il significato e il *sentiment* attribuito ai concetti di rischio finanziario, assicurazione e previdenza per un periodo che va da luglio 2021 a giugno 2022.

L'Edufin Index

L'Edufin Index misura il grado di “consapevolezza” e di “compostezza comportamentale” in ambito finanziario e assicurativo della popolazione italiana. Può quindi essere interpretato come una vera e propria misura del “baricentro” finanziario e assicurativo degli Italiani.

Si tratta di un indicatore ispirato dai suggerimenti della *behavioural economics*, che si ottiene dalla media semplice di due indici costruiti per misurare rispettivamente la “consapevolezza” (c.d. “**Awareness Index**”) e la “compostezza comportamentale” (c.d. “**Behavioural Index**”) in ambito finanziario e assicurativo. L'Edufin Index e gli altri indicatori che lo compongono sono in scala 0 – 100; il livello di sufficienza è raggiunto con punteggi a partire da 60.



L'Edufin Index ottiene un punteggio complessivo medio pari a 55, livello che non raggiunge la sufficienza.

Segmentando i risultati per le caratteristiche socio-demografiche del campione si osservano alcune costanti, ribadite anche nei vari sotto-indicatori e riscontrate anche in altre tipologie di indagine:

- a.** in media, gli uomini ottengono risultati più elevati rispetto alle donne (57 vs 52);
- b.** i giovani, le famiglie monoparentali e i single hanno invece punteggi più bassi (52);
- c.** i lavoratori con un impiego retribuito, specialmente gli autonomi, ottengono risultati più alti (57) rispetto ai disoccupati (48), alle/ai casalinghe/i (48) e agli studenti (51);
- d.** chi dichiara redditi superiori a 80.000 euro annui raggiunge il livello massimo dell'indicatore (62), a riprova della correlazione positiva tra reddito e "conoscenze" finanziarie;
- e.** chi risiede al Nord, specialmente al Nord Est, ottiene punteggi superiori rispetto a chi risiede al Sud e nelle Isole (57 vs 52).

Le componenti dell'Edufin Index: l'Awareness Index

L'Awareness Index fornisce una valutazione sintetica di quanto gli individui intervistati siano "consapevoli" del proprio livello di conoscenza finanziaria. È costruito prendendo in considerazione tre aspetti:

- a) la percezione ex ante,
- b) la conoscenza effettiva,
- c) la valutazione ex post della performance degli intervistati, in termini assoluti e relativi.

Una serie di domande sulla conoscenza, accompagnate dalla richiesta di autovalutazione ex ante ed ex post della propria performance (in sintesi "Pensi di conoscere queste materie?" e "Pensi di aver risposto bene o male?") e di confronto con i propri simili (anche qui in sintesi "Pensi che gli altri abbiano risposto meglio o peggio di te?") permette di calcolare l'Awareness Index. Viene presa come base la percezione ex ante della propria conoscenza, applicando poi premi o penalizzazioni per tener conto dell'eventuale scostamento tra conoscenza effettiva degli intervistati e conoscenza effettiva media del campione e tra valutazione ex post e conoscenza effettiva, in termini assoluti e relativi. **Ne risulta un valore medio dell'indicatore pari a 51, largamente inferiore al livello di sufficienza.**

Segmentando l'indicatore per le principali variabili socio-demografiche è possibile trovare conferma del quadro già tracciato dai risultati dell'indicatore finale. I valori più elevati di awareness si registrano tra:

- chi dichiara redditi maggiori (61);
- lavoratori autonomi (55);
- di genere maschile (56)
- residenti al Nord Est (54 punti);
- chi supera i 65 anni (53).

Simmetricamente, i punteggi più bassi si registrano tra:

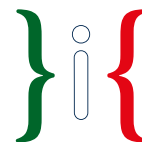
- casalinghe/i (42);
- chi dichiara redditi bassi (46);
- donne e giovani (47);
- residenti al Sud e Isole (49);
- famiglie monoparentali (50).

L'analisi dell'awareness degli italiani può essere condotta anche distinguendo tra conoscenze finanziarie e conoscenze assicurative ed esplicitando il segno e l'entità dell'errata valutazione delle conoscenze. Pertanto, si possono osservare i risultati relativi ad un set di sotto indicatori finalizzati a misurare:

- a. le differenze tra conoscenze finanziarie e conoscenze assicurative;
- b. lo scostamento tra la percezione ex ante e la conoscenza effettiva;
- c. lo scostamento in positivo o, in negativo, tra valutazione ex post e conoscenza effettiva, così da cogliere possibili fenomeni di *overconfidence* o *underconfidence*.

Va innanzitutto segnalato che, mentre nel grado di conoscenze finanziarie degli italiani si riscontra una decisa polarizzazione, non è altrettanto vero per le conoscenze assicurative. Con riferimento alle prime, infatti, il 71% dei rispondenti fornisce un numero di risposte corrette superiore alla media. Questo significa che il restante 30% dimostra conoscenza finanziaria molto bassa. Per le conoscenze assicurative, invece, la percentuale di risposte corrette intorno alla media è distribuita in modo più uniforme.

In termini di percezione ex ante, gli italiani si mostrano molto prudenti, in particolare per quanto riguarda i concetti finanziari, dichiarando di sapere meno di quanto poi in effetti risulta dall'esame delle risposte date.



Confrontando i risultati della valutazione ex post e della conoscenza effettiva, emergono però fenomeni di *overconfidence* o *underconfidence*: il 33% circa del campione non appare in grado di valutare correttamente il proprio livello di conoscenze. La maggioranza si sopravvaluta, dal momento che quasi il 20% dei rispondenti appare *overconfident*: si tratta per lo più di uomini (circa il 55%), tra i 45 e i 64 anni (circa il 34%) e con reddito compreso tra 20.000 e 40.000 euro (poco più del 40%).

Infine, solo l'11% circa del campione è capace di valutarsi correttamente ex post rispetto ai propri pari. In questo caso, la maggioranza si sottovaluta, mentre circa il 30% è *overconfident*. Come sopra, si tratta prevalentemente di soggetti con un'età compresa tra 45 e 64 anni (circa il 32%) e con un reddito compreso tra 20.000 e 40.000 euro (circa il 38%). Importante è la differenza di genere, poiché, in questo caso, la predominanza è femminile (circa il 55%).

Le componenti dell'Edufin Index: il Behavioural Index

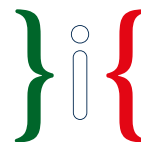
Il Behavioural Index misura e verifica il grado di "compostezza finanziaria e assicurativa" della popolazione italiana. Si tratta, in sostanza, di valutare se:

- 1.** le decisioni assunte seguano un processo strutturato e disciplinato con un'adeguata capacità di comprendere la natura aleatoria dei possibili risultati o viceversa, se siano il frutto di una più scomposta reazione comportamentale a stimoli ambientali e set informativi parziali o errati;
- 2.** le tematiche finanziarie e assicurative assumano o meno una priorità decisionale e quale sia il tipo di sentiment ad esse associato.

Il Behavioural Index è costruito come media semplice di tre sotto indicatori che misurano:

- a.** la percezione del rischio (indice di Risk Perception);
- b.** il Comportamento finanziario e assicurativo (indice di Comportamento);
- c.** l'attitudine e il sentiment davanti al mondo finanziario e assicurativo (indice di Attitudine).

Il Behavioural Index raggiunge un livello pari a 58, indicando anche in questo caso l'insufficienza.



In media quindi, gli italiani presentano un comportamento non adeguatamente “ordinato” quando prendono decisioni finanziarie e assicurative. Scomponendo il campione nei diversi gruppi, si registrano valori inferiori per:

- le donne, (in questo caso, però il gap rispetto all'altro sesso si riduce significativamente);
- i giovani;
- gli anziani;
- le famiglie monoparentali;
- i single;
- casalinghe;
- pensionati;
- studenti;
- non occupati e redditi più bassi.

Al contrario valori superiori alla media si rilevano:

- al Nord ed in particolare al Nord Est dove si raggiunge quota 60;
- per chi svolge un'attività lavorativa retribuita (autonomi e indipendenti).

Le componenti del Behavioural Index: l'indice di Comportamento finanziario e assicurativo

La seconda componente del Behavioural Index è **l'indice di Comportamento finanziario e assicurativo, che misura la diffusione di strumenti finanziari e assicurativi. Tale indice è pari a 64** ed è, fra tutti quelli calcolati, l'indicatore che raggiunge il livello più elevato. Esso mostra come, in media, gli italiani partecipino ai mercati finanziari e adottino comportamenti di copertura giudicabili come adeguati.

La partecipazione ai mercati finanziari e assicurativi è più alta:

- tra gli uomini (69);
- al Nord (69 al Nord Est e 68 al Nord Ovest);
- tra chi è impegnato in un'attività lavorativa retribuita (69);
- per i redditi più elevati (84) – a conferma della relazione diretta tra reddito e “correttezza” dei comportamenti finanziari e assicurativi.

Appare invece insufficiente:

- al Sud e Isole (57);
- tra le donne (59);
- per i non occupati (46);
- le/i casalinghe/i (50);
- per le famiglie monoparentali (56);
- gli studenti (58).

È invece più bassa della media per i single (62).

Non sono state invece rilevate differenze significative nelle diverse fasce di età, con una minima riduzione nel coefficiente di partecipazione dei più giovani.

Le componenti del Behavioural Index: l'indice di Attitudine e sentiment

L'indice di Attitudine e sentiment, misura il grado di coinvolgimento degli intervistati nei confronti di tematiche di natura finanziaria e assicurativa. Tale indice ottiene un punteggio pari a 62.

Si tratta di un indicatore che, per sua natura, registra diversi fattori:

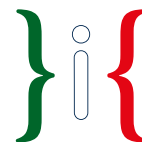
- la fiducia negli intermediari finanziari,
- la propensione a pianificare (o a non farlo – *present bias*),
- il grado di attenzione/priorità posta a bisogni di natura finanziaria e assicurativa,
- il sentiment positivo o negativo nei confronti della finanza.

Il valore di sintesi suggerisce che i temi finanziari e assicurativi coinvolgono in modo moderato l'interesse e l'attenzione degli intervistati.

Guardando i risultati ottenuti dai diversi gruppi, si rileva quanto segue:

- in controtendenza rispetto agli altri indicatori, le donne ottengono un punteggio superiore alla media ossia 64;
- lo stesso valore è raggiunto da chi ha tra i 45-64 anni e dalle famiglie con figli;
- le fasce più giovani (18-24) ottengono 61;
- i single 59.

Non ci sono differenze significative relativamente a reddito e area geografica di appartenenza.



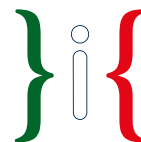
Le relazioni tra le diverse componenti dell'Edufin Index, il rapporto con il sentiment, con le caratteristiche comportamentali e con la numeracy

Incrociando le varie componenti dell'Edufin Index è possibile osservare una **solida relazione positiva tra la consapevolezza e la compostezza comportamentale**. In altre parole, i rispondenti che presentano una più elevata consapevolezza mostrano anche comportamenti finanziari e assicurativi più ordinati. In particolare, appare chiaramente una relazione tra la consapevolezza e la partecipazione ai mercati finanziari assicurativi (indice di Comportamento). Tale relazione è più forte e significativa di quella che si può osservare tra la mera conoscenza di concetti finanziari e assicurativi – *financial and risk knowledge* – e la partecipazione ai mercati. **Si tratta di un'evidenza di particolare rilevanza perché suggerisce che comportamenti finanziari corretti sono collegati non alla sola conoscenza di concetti, ma alla capacità di valutare la propria competenza in merito.**

Grazie agli strumenti di data analytics utilizzati per elaborare una serie di domande aperte del questionario è stato possibile misurare anche l'experience e il relativo sentiment degli italiani nei confronti del mercato finanziario e assicurativo e incrociare le opinioni con il livello dell'Edufin Index.

L'analisi effettuata ha evidenziato che la maggioranza degli italiani, (intorno al 60%) esprime un sentiment negativo. I commenti infatti suggeriscono una bassa dimestichezza con i temi economico-finanziari e una scarsa fiducia nei confronti del sistema. Solo il 30% dei rispondenti dichiara opinioni positive e descrive il mondo finanziario come un luogo familiare, in cui si trova a proprio agio e dove si muove con fiducia e sicurezza.

Un risultato importante è che il sentiment espresso si riflette e trova conferma nei livelli di Edufin Index: tanto più alto è il valore di questo indicatore, tanto più sereno è il rapporto con il mondo finanziario e assicurativo.



Le varie componenti dell'Edufin Index, così come le singole risposte fornite alle domande del questionario, sono infine messe in relazione alle caratteristiche comportamentali e alla *numeracy* di base dei rispondenti.

I tratti comportamentali indagati sono:

- a. l'emotività (miopia e ansia decisionale);
- b. la self efficacy;
- c. l'overconfidence/illusione di controllo;
- d. l'avversione al rammarico e quella all'ambiguità.

Dall'analisi delle risposte si osserva una forte e generalizzata avversione all'ambiguità, anche se meno accentuata nelle fasce più giovani della popolazione. Anche miopia, ansia e avversione al rammarico sono tratti abbastanza diffusi tra la popolazione. In particolare, mostrano più ansia e miopia le donne, i giovani e le persone con il reddito più basso. Mostra invece una più accentuata avversione al rammarico chi ha reddito più elevato. Questa categoria mostra anche i livelli più elevati di *self-efficacy*.

I vari tratti comportamentali mostrano di volta in volta interessanti e significative relazione con le componenti dell'Edufin Index:

- a. emerge chiara una relazione inversa tra livelli di Edufin Index ed emotività;
- b. si conferma una relazione diretta tra *self-efficacy*, consapevolezza e compostezza comportamentale. In altre parole, le persone più esposte all'emotività decisionale hanno una più bassa compostezza e consapevolezza sui temi finanziari, mentre chi è più soddisfatto della propria situazione ha anche livelli crescenti di *literacy*;
- c. si registra una relazione inversa tra il livello di *Risk Perception* e il grado di avversione all'ambiguità e di illusione di controllo dei rispondenti. Questo suggerisce che chi ha una percezione del rischio meno distorta è anche più disposto a investire il proprio denaro in strumenti finanziari e assicurativi meno familiari ed è meno *overconfident* nel valutare i propri risultati.

Incrociando poi i tratti comportamentali con le risposte fornite ad alcune specifiche domande emergono altre interessanti evidenze:

- a. investono in criptovalute persone caratterizzate da alta *overconfidence* e bassa avversione all'ambiguità, ma più curiosamente anche chi ha elevati livelli di avversione al rammarico. In quest'ultimo caso potrebbe valere ciò che in letteratura è noto come "*fear of missing out*";
- b. propende per il contante chi ha più elevata avversione all'ambiguità. Chi subisce l'ambiguità è poi più propenso ad assicurarsi contro il furto se il valore economico dei beni è elevato (ma senza valutare la probabilità di furto).
L'avversione all'ambiguità spinge dunque verso scelte più cautelative quando il c.d. *information gap*, ovvero l'incertezza del contesto decisionale, diventa più saliente.

Nell'indagine, si effettua anche una prima rilevazione della *risk literacy* degli italiani, intesa come abilità logica nell'impostare correttamente un processo decisionale complesso. Questo avviene attraverso la predisposizione di una misura di *numeracy* di base. In letteratura, si osserva come persone *risk literate* appaiano meno suscettibili a una vasta gamma di bias cognitivi, come l'*overconfidence*, o al rischio di cadere preda di *fake news*. In linea con altri studi internazionali che segnalano una limitata alfabetizzazione in termini di rischio della popolazione, la *numeracy* di base degli italiani è bassa. Infatti, meno del 30% della popolazione mostra di possedere questo tipo di capacità. Suddividendo per età, si osserva che:

- circa 1/3 dei più giovani (fino a 44 anni) presenta tale competenza;
- la percentuale si riduce a circa 1/4 tra i più anziani;
- le stesse percentuali si ritrovano tra maschi (circa 1/3) e femmine (circa 1/4).

Dalle risposte fornite al questionario, emerge che i soggetti con competenze di *numeracy* di base:

- sono più propensi a fare scelte di protezione razionali;
- ponderano probabilità e impatto e corrono meno il rischio di confondere il rischio con l'incertezza.

Ad una adeguata capacità di *problem solving* corrisponde poi una maggiore propensione ad acquistare prodotti assicurativi e pensionistici.

Poiché il miglioramento della *risk literacy* appare fortemente auspicabile, occorre individuare in che modo questa possa essere migliorata: ciò può avvenire a vari livelli e secondo diverse modalità, a partire dai linguaggi usati per comunicare. Dall'indagine emerge infatti che le persone hanno una maggiore facilità a:

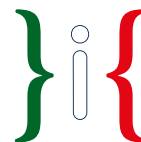
- a. comprendere le informazioni probabilistiche, se presentate utilizzando le frequenze naturali e non i dati in percentuali;
- b. rappresentare i rischi a cui sono esposte se aumenta la rilevanza informativa attribuita alle situazioni aleatorie.

Alcuni focus specifici

A completamento del quadro, dalle specifiche risposte fornite al questionario emergono inoltre alcune evidenze degne di ulteriore commento.

La prima riguarda la relazione con il mondo finanziario e assicurativo dell'**universo femminile**. Si evidenzia in questo caso una bassa consapevolezza ma una maggiore attitudine a “mettere la testa” sulle tematiche finanziarie ed assicurative. Le donne, alle quali il mondo finanziario sta cominciando a prestare più attenzione, si distinguono per l'importanza che danno alla relazione con l'intermediario di fiducia. Appaiono meno propense della media a informarsi sul web e attraverso app finanziarie e si affidano ai consulenti per raccogliere informazioni in merito agli strumenti finanziari. Si mostrano meno interessate della media a fare *shopping around* quando si tratta di investimenti e assicurazioni e non amano decidere in autonomia, privilegiando i consigli degli esperti.

Anche **gli anziani** meritano attenzione poiché, se da una parte dimostrano elevati livelli di consapevolezza, dall'altra si collocano sotto la media in termini di compostezza comportamentale, con livelli particolarmente bassi di *Risk Perception* e *numeracy* di base. Questi dati confermano evidenze già presenti in studi internazionali in cui si osserva un decadimento cognitivo con l'invecchiamento che influenza la qualità delle scelte finanziarie.



In particolare, la presenza di alti livelli di *awareness* suggerisce che nelle persone più mature l'intelligenza cristallizzata, caratterizzata dall'abilità di risolvere problemi sulla base dell'esperienza passata, è relativamente stabile. Questa però sopperisce solo in parte al declino dell'intelligenza fluida, intesa come la capacità di risolvere problemi di ragionamento senza fare affidamento sull'esperienza.

Infine, i giovani – la generazione Z – hanno bassa consapevolezza e compostezza comportamentale, ma questo non impedisce loro di investire più della media in criptovalute e di utilizzare in modo massiccio siti Internet e app finanziarie per informarsi. Inoltre, condividono con la generazione Y la propensione a fare *shopping around* tra vari fornitori di servizi finanziari e assicurativi.

I nuovi italiani

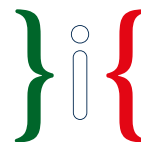
Oltre alla ricognizione sulla popolazione italiana, per la prima volta nel nostro Paese, l'indagine della conoscenza e dell'alfabetizzazione finanziaria e assicurativa di base è stata estesa ad un **campione di c.d. nuovi italiani**.

Per questi ultimi è stato costruito un *Awareness Index semplificato*. Tale indice raggiunge un punteggio pari a 46, ben al di sotto della sufficienza. Al pari di quanto registrato per la popolazione italiana, il dato medio nasconde una significativa eterogeneità rispetto alle variabili socio-demografiche dei rispondenti. In sintesi, i valori più elevati sono stati rilevati per:

- maschi (51);
- chi ha tra i 24 e i 44 anni (48);
- chi proviene dalla Romania (50);
- chi ha un reddito elevato (73);
- lavoratori autonomi (59);
- chi ha una buona padronanza della lingua italiana (65);
- chi risiede in Italia da 20 o più anni.

Simmetricamente, i valori più bassi si ritrovano tra:

- le femmine (43);
- anziani (43);
- chi proviene dalle Filippine;
- disoccupati (38);
- single (43).



Infine i livelli minimi si registrano tra coloro che non parlano italiano (25) e tra chi risiede nel nostro paese da breve tempo (30).

Approfondendo i diversi elementi che compongono l'Awareness Index semplificato, si evidenzia che, relativamente alla percezione ex ante delle conoscenze, i nuovi italiani mostrano prudenza riguardo ai concetti finanziari, mentre si ritengono ben preparati in ambito assicurativo. Come già era emerso per la popolazione italiana, la distribuzione intorno alla media delle effettive conoscenze assicurative dei nuovi italiani è abbastanza omogenea, mentre vi è più polarizzazione nelle conoscenze finanziarie.

L'esame dei risultati emersi dal confronto tra la valutazione ex post e la conoscenza effettiva rileva che il 28% circa del campione ex post non appare in grado di valutare il proprio livello di conoscenze. Oltre il 18% dei nuovi italiani (poco meno del 65% di chi non si sa valutare correttamente) si dimostra overconfident. In dettaglio, tale bias riguarda innanzitutto le donne (circa il 56%), chi ha tra i 25 e i 44 anni (circa il 47%) e chi ha un reddito compreso tra 20.000 e 40.000 euro (circa il 51%).

L'analisi top-down

La seconda parte del rapporto è costituita dall'analisi definita top-down sui temi del Rischio Finanziario, dell'Assicurazione e della Previdenza.

La lettura dei commenti estratti da Twitter nel periodo 01/07/2021 – 30/06/2022 evidenzia una **marcata differenza di sentiment tra operatori istituzionali e "other", ovvero la gente comune**. Su tutti e tre i temi – Rischio Finanziario, Assicurazione e Previdenza – **gli operatori istituzionali hanno infatti un sentiment in generale più positivo rispetto a quello delle persone comuni**.

Analizzando i topic e i commenti, emerge chiaramente che gli operatori istituzionali utilizzano Twitter con parsimonia, a scopi formativi e informativi. La gente comune, invece, dà spesso sfogo a timori, delusioni ed esperienze negative ed è quindi proporzionalmente più attiva.

Non stupisce quindi che il numero medio di tweet giornalieri sul Rischio Finanziario sia aumentato significativamente con l'instabilità geopolitica. Pesa il tema dell'incertezza e si registra un sensibile peggioramento del sentiment dopo lo scoppio della guerra tra Russia e Ucraina.

Passando ai tweet dedicati al tema Assicurazione, tra i commenti della gente comune risultano rilevanti il costo e le esperienze spesso negative legate agli indennizzi. Quando si passa al tema della Previdenza, il sentiment negativo è legato alle incertezze relative al possibile aumento dell'età pensionabile e al costo della previdenza integrativa.

È stato poi confrontato il sentiment emerso dal questionario relativamente ai concetti di rischio finanziario e assicurazione con quello rilevato sui social network.

In tema di rischio finanziario, da entrambe le analisi emerge per le persone comuni un'accezione tendenzialmente negativa. Per gli utenti istituzionali rilevati su Twitter (non sono compresi tra i rispondenti dell'indagine campionaria), al concetto di rischio si associa un'opinione decisamente più positiva.

In tema di assicurazione, tra le persone comuni i sentiment sono invece diversi: tendenzialmente positivi tra gli intervistati e negativi, pur se non esageratamente, su Twitter. Il sentiment positivo prevalente nelle risposte del questionario, in cui il termine assicurazione è largamente associato a protezione e sicurezza, trova conferma nei tweet dei soggetti istituzionali.

Si osserva infine un sostanziale allineamento tra l'associazione teorica di alcuni termini – positivi, neutri e negativi – utilizzata per misurare l'opinione presente nelle risposte del questionario e il sentiment che emerge dai tweet sugli stessi termini. Le ricorrenze e l'utilizzo di tali associazioni sono tuttavia diverse nel tempo e variano tra le diverse categorie di utenti.

1.Introduzione

Nel presente lavoro si intende indagare la consapevolezza finanziaria e del rischio della popolazione italiana e, limitatamente ai temi della conoscenza e dell'alfabetizzazione finanziaria e assicurativa di base, di un campione di c.d. nuovi italiani.

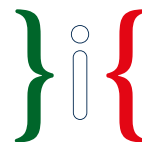
Pur testimoniando il proliferare di iniziative di educazione finanziaria svolte a livello domestico e internazionale, nel mondo istituzionale non esiste un vero consenso su cosa si intenda per alfabetizzazione finanziaria (Allodi et al. 2021). Manca anche una definizione comune di educazione assicurativa e comprensione del rischio (insurance and risk literacy), ambiti peraltro molto meno indagati.

Nonostante la mancanza di una accezione univoca, negli anni si è consolidata la convinzione che la literacy, specificamente quella degli adulti, sia una “competenza” che va al di là della conoscenza di concetti finanziari di base o più avanzati. Ha inoltre preso piede una metodologia di indagine sviluppata da OCSE-INFIE (OECD 2020) secondo cui le competenze finanziarie possono essere misurate come il costrutto di tre aspetti: le conoscenze, i comportamenti e le attitudini. La stessa logica è adottata anche per osservare e misurare le competenze assicurative (Cesari e D'Aurizio, 2021). Anche nel presente lavoro, si sposa la tesi che le competenze debbano essere indagate secondo diversi attributi. Tuttavia, si differenzia dalle altre indagini su diversi punti:

- si indagano contemporaneamente le competenze finanziarie e assicurative;
- nella rilevazione campionaria si introduce una sezione specifica sulla comprensione e la percezione del rischio (*risk literacy*);
- in generale, si fa ampio ricorso alla behavioural economics;
- grazie all'ausilio di strumenti di analisi semantica, si introduce uno studio non pre-codificato di comportamenti e attitudini in ambito assicurativo;
- grazie a strumenti algoritmici di indagine, si rilevano il sentiment e le interpretazioni di concetti chiave quali rischio finanziario, assicurazione e previdenza, date da professionisti e non sui social network.

L'indagine sulla *financial and risk literacy* si compone di due parti distinte, benché fortemente collegate:

- 1) una ricerca bottom up, finalizzata alla costruzione di un indicatore sintetico di *literacy* – *Edufin Index*. La ricerca ha rilevato i livelli di literacy attraverso la somministrazione di un questionario ad un campione di 3500 individui rappresentativo della popolazione italiana. L'indagine è stata condotta da BVA DOXA nel luglio 2022. È stato poi intervistato un campione di c.d. “nuovi Italiani”, 311 cittadini stranieri residenti in Italia di tre diverse etnie: sudamericani, filippini e rumeni. In questo caso sono state rilevate solo le conoscenze finanziarie e assicurative ed è stato quindi calcolato un *Awareness Index semplificato*;
- 2) una ricerca top-down svolta attraverso la rilevazione di parole chiave di natura finanziaria e assicurativa, utilizzate all'interno di micro-blog (messaggi twitter) da normali cittadini (non-professional) e di operatori istituzionali in ambito finanziario-istituzioni finanziarie e assicurative e testate giornalistiche specializzate- (professional) e da operatori istituzionali in ambito finanziario e assicurativo e testate giornalistiche specializzate (professional). L'applicativo di analisi semantica **App2check** di Finsa Spa ha permesso di investigare il significato e il sentiment attribuito ai concetti di rischio finanziario, assicurazione e previdenza per un periodo che va da luglio 2021 a giugno 2022.



2. Presentazione dell'analisi bottom-up

Lo scopo dell'analisi bottom-up è quello di costruire, attraverso la rilevazione delle risposte ad un'indagine campionaria, un indicatore utile per misurare e monitorare nel tempo la "consapevolezza" e la "compostezza comportamentale" in ambito finanziario e assicurativo degli italiani.

Il questionario sottoposto agli intervistati si compone di 32 domande raggruppate in 4 sezioni:

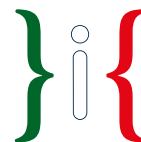
- 2.1 *Conoscenze finanziarie e assicurative;*
- 2.2 *Comprensione e percezione del rischio (risk literacy)*
- 2.3 *Comportamenti finanziari e assicurativi;*
- 2.4 *Attitudini finanziarie e assicurative.*

2.1 Conoscenze finanziarie e assicurative

Questa sezione si compone di 10 domande complessive e serve anche come strumento di confronto con altre indagini di natura istituzionale svolte sui temi dell'educazione finanziaria (Banca D'Italia 2020, IVASS 2021, Consob 2021, Comitato per l'educazione finanziaria 2022 tra gli altri).

Prendendo spunto dall'indagine svolta annualmente dalla Consob nel "Rapporto sulle scelte finanziarie degli Italiani", la rilevazione si pone lo scopo di misurare la capacità di rispondere correttamente a domande su concetti base in ambito finanziario e assicurativo (conoscenza in senso stretto), ma anche, e non meno importante, la capacità di valutare correttamente la propria dimestichezza con i concetti indagati.

Gli intervistati sono chiamati innanzitutto a autovalutare le proprie competenze (percezione ex-ante) in ambito finanziario (inflazione, interesse composto, diversificazione del rischio, relazione rischio-rendimento) e assicurativo (franchigia, massimale, relazione premio-copertura). Sono poi valutati tramite domande su temi finanziari e assicurativi ricordati. Dovranno infine nuovamente auto-valutare la correttezza delle risposte date al questionario (autovalutazione ex-post) anche rispetto agli altri intervistati (autovalutazione rispetto ai peer).



Un aspetto importante della conoscenza è la capacità dell'individuo di auto-valutare correttamente il grado in cui essa è posseduta. Una “socratica” cognizione è infatti il primo passo per una razionale domanda di formazione in merito.

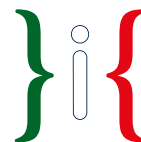
La misurazione delle conoscenze effettive consente, nel caso delle conoscenze finanziarie di base, di confrontare i risultati della presente indagine con quelli svolti a più riprese da altri soggetti istituzionali. Le risposte alle domande relative alle conoscenze assicurative assumono particolare rilevanza per due motivi:

- consentono di alimentare una fino ad ora limitata casistica di studi che vertono sulle conoscenze assicurative della popolazione italiana;
- permettono di verificare su un campione omogeneo della popolazione se i concetti assicurativi, pur di base, siano effettivamente più complessi dei concetti finanziari.

Il confronto tra la valutazione ex-ante e le risposte effettive permette di verificare la presenza di condizioni di mismatch che, confrontate poi con l'autovalutazione ex-post, aiuta a determinare eventuali situazioni di bias confidence delle conoscenze. Ciò, genera evidenze utili a determinare il grado di “urgenza” che le persone possono sentire sulla necessità di investire tempo e risorse in uno sforzo educativo.

La valutazione ex-post delle proprie performance anche rispetto ai peer consente di verificare se le persone siano in grado di analizzare in modo corretto la propria effettiva abilità nel riconoscere concetti finanziari e assicurativi di base, utili a prevenire comportamenti finanziari e assicurativi “potenzialmente nocivi”.

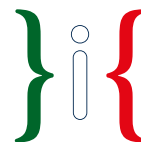
L'idea che soggiace a questo modo di procedere è che, più che la misurazione delle conoscenze tout court, sia la possibilità di interpretare la generale consapevolezza di ciò e quanto si sa che deve indirizzare i contenuti e le modalità con cui mettere in atto iniziative di alfabetizzazione finanziaria e assicurativa. In altre parole, ciò che si intende misurare è la relazione funzionale tra consapevolezza e comportamenti.



2.2 Comprensione e percezione del rischio

Questa sezione del questionario, largamente distintiva rispetto ad altre rilevazioni dell'educazione finanziaria, è composta da 8 domande, attraverso le quali si perseguono diversi obiettivi conoscitivi. Innanzitutto, la capacità degli intervistati di comprendere concetti matematici e probabilistici. Nel questionario si pongono due domande ispirate al c.d. "Berlin Numeracy Test", set di domande psicometriche che, più che misurare gradi di alfabetizzazione statistica della popolazione, aspirano a determinare le abilità logiche necessarie per valutare correttamente le probabilità di eventi rischiosi. Si fa qui riferimento a un previsore particolarmente efficace di **risk literacy** e, in generale, di abilità nell'impostare correttamente un processo decisionale complesso (Cokely et al 2012). In letteratura, si osserva come persone maggiormente *risk-literate* appaiano meno suscettibili a una vasta gamma di *bias* cognitivi, come l'overconfidence o il rischio di incorrere in bias connessi ai c.d. sunk cost o di cadere preda di fake news.

In secondo luogo, all'analisi della "numeracy" si affianca una domanda posta per valutare se l'abilità di comprendere il rischio possa dipendere da fattori esterni di design di comunicazione del rischio. Secondo Gigerenzer et al (2007), il modo in cui il rischio viene comunicato influisce su come esso viene percepito e sulle decisioni che ne conseguono. Innanzitutto, essi osservano la diversa interpretazione del rischio relativo e di quello assoluto. Dagli studi emerge che l'uso del rischio relativo, ovvero di una rappresentazione del rischio come probabilità a rapporto (es. probabilità di contrarre una malattia aumenta dell'X%), porti l'individuo a commettere errori nella lettura, nell'elaborazione e nella comprensione dell'informazione numerica. È ingannevole perché considera solo il numero di eventi che si verificano (il numeratore) ma trascura il numero totale degli eventi (il denominatore) che sono invece considerati nel rischio assoluto. Il rischio assoluto è dunque un formato molto più trasparente, chiaro e comprensibile per il destinatario. In aggiunta, sempre ragionando su temi connessi ad una maggiore efficacia nella comunicazione del rischio, essi sostengono che sia più naturale per la mente umana comprendere le frequenze naturali rispetto alle percentuali.



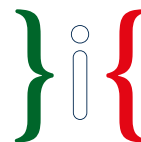
Scoprire quale metodo possa risultare più informativo è, dunque, di particolare interesse per chi debba impostare campagne comunicative ed educative e per chi debba vigilare su rappresentazioni corrette e non distorsive delle situazioni rischiose*.

Sempre in ambito di *risk literacy*, un ulteriore importante elemento di indagine riguarda la capacità delle persone di percepire in modo chiaro e coerente le differenze tra le situazioni rischiose e quelle incerte. Una tappa fondamentale per l'istituzionalizzazione della teoria economica del rischio e dell'incertezza è senza dubbio il volume *Risk, Uncertainty, and Profit*, di Frank H. Knight (1921). In questa opera si distinguono le situazioni di rischio dalle situazioni di incertezza: nelle prime l'agente economico è in grado di stimare la probabilità del verificarsi di un evento; nelle seconde questa stima non è possibile. Chiaramente nel caso delle decisioni rischiose un agente razionale può valutare opzioni e probabilità e prendere decisioni ottimali. Tuttavia, se risulta difficile individuare tutte le opzioni e attribuire loro probabilità, la situazione che si fronteggia è di incertezza e il processo decisionale che ne consegue non può essere massimizzante in termini classici.

In realtà, ogni riferimento al concetto di incertezza si scontra con il fatto che si fronteggia in questo caso un termine di uso comune. Sono stati molti i tentativi di fornire una definizione univoca, ma questi risultano variamente diversificati in funzione degli ambiti disciplinari rispetto ai quali il termine stesso è stato declinato. La letteratura scientifica contiene infatti molte definizioni e descrizioni del termine incertezza, associate a diverse forme di classificazione.

Per i nostri scopi di studio, vale la distinzione tra situazioni di incertezza epistemica e situazioni di incertezza ontica. Nel primo caso, come spiegano Regan et al. (2002), l'incertezza è associata alla conoscenza. Questa, infatti, risulta dalla conoscenza imperfetta di qualcosa che è in linea di principio conoscibile e, quindi, riducibile a ulteriori ricerche e osservazioni. In altre parole, nelle situazioni di incertezza epistemica, attraverso un'analisi empirica risulta possibile fare una stima statistica di un fenomeno. Viceversa, le situazioni di incertezza di tipo ontico sono quelle in cui non risulta possibile alcuna stima di tipo statistico.

* Ad esempio, durante la recente emergenza pandemica, è stata osservata la tendenza di alcuni mezzi di comunicazione a diffondere informazioni sui contagi e sui decessi, facendo un uso più ampio e diffuso delle frequenze relative. Il dato presentato secondo la frequenza relativa appare essere così più grande e, quindi, più sensazionale, catturando maggiormente l'attenzione dell'individuo.



Seppure a prima vista queste distinzioni appaiano solamente di carattere teorico, hanno in realtà una rilevanza significativa nei comportamenti delle persone davanti alla volontà di proteggersi. Infatti, è scorretto ritenere di poter calcolare la probabilità di ogni tipologia di fenomeno (scambiando incertezza per rischio), anche quelli per loro natura più imprevedibili, come le catastrofi naturali o le pandemie. Ciò, potrebbe avere un impatto sui comportamenti precauzionali delle persone. Dagli studi comportamentali emerge infatti che le persone mostrano atteggiamenti di avversione all'ambiguità e all'incertezza e cercano di limitarle mettendo in atto comportamenti di tipo precauzionale e di tutela, anche assicurativa. Nei casi in cui prevalga la convinzione che le probabilità di accadimento possano essere quantificate (in genere in modo soggettivo), possono manifestarsi comportamenti meno cautelativi, che portano a situazioni potenzialmente dannose. Anche in questo caso, l'atteggiamento prevalente delle persone rappresenta un rilevante punto di riflessione sulle modalità più efficaci di comunicazione delle situazioni aleatorie che contribuiscano ad un opportuno accrescimento della *risk literacy*.

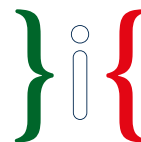
La seconda sezione del questionario si chiude con quattro domande che, attingendo agli insegnamenti delle teorie economiche comportamentali, hanno l'obiettivo di valutare la percezione soggettiva di rischi e probabilità.

La percezione del rischio è la valutazione soggettiva della probabilità che si verifichi in futuro un evento e dei danni materiali e personali ad esso associati (Savadori e Rumiati, 2005). La percezione del rischio influenza le decisioni e le azioni intraprese dalle persone, come ad esempio l'adozione di comportamenti protettivi a fronte di un evento rischioso o pericoloso.

Le ricerche hanno dimostrato che le persone tendono a sottovalutare o a sopravvalutare determinate categorie di rischi: sottostimano, ad esempio, eventi a bassa probabilità ma alto impatto, come i disastri naturali. Di conseguenza, si sotto-assicurano. Sovrastimano invece eventi ad alta probabilità ma basso impatto, come furti di biciclette, accettando di pagare premi che eccedono il beneficio atteso.

È dunque il rischio percepito, cioè la valutazione soggettiva di un evento rischioso, piuttosto che il rischio oggettivo, a motivare le persone ad assumere determinati pattern comportamentali anziché altri di fronte ad un potenziale pericolo.

In questa indagine si tenta pertanto di osservare il ruolo sulla percezione soggettiva dell'affettività, della salienza informativa e del cosiddetto effetto certezza.

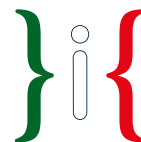


Come si prova ad indagare nella domanda 14 del questionario, in termini razionali la domanda di protezione dovrebbe essere funzione diretta della probabilità di evenienza e/o impatto. Tuttavia, Slovic et al. (2007) mostrano che la valutazione del rischio associato ad uno stimolo è direttamente legata alla salienza affettiva connessa allo stimolo in questione.

Hsee e Kunreuther (2000) trovano riscontro del fatto che l'affettività gioca un ruolo significativo nella percezione di una possibile perdita e suggeriscono che, dato un certo valore monetario dei beni assicurabili, gli individui mostrano una maggiore volontà a domandare forme di protezione se gli oggetti presentano un valore affettivo. In aggiunta, la salienza porta a concentrare l'attenzione su alcuni aspetti, ad esempio l'entità di un possibile sinistro, trascurandone altri, quali la frequenza del sinistro stesso. Questo genera preferenze asimmetriche davanti alle situazioni aleatorie e scelte di protezione motivate dall'attenzione e non dalle probabilità oggettive (Bordalo et al. 2013).

Con le domande 17 e 18, parallelamente a quanto già testato da IVASS (2021), gli intervistati vengono divisi in due sotto-campioni gemelli. Tali domande verificano se informare circa la possibilità che subiscano genericamente furti fuori casa – opzione impacchettata – oppure una serie di specifici rischi (portafoglio, orologio ecc.) – opzione spaccettata – muti la percezione delle probabilità e determini una diversa *willingness to pay*. La letteratura comportamentale (Tversky e Kahneman 1973) suggerisce infatti che all'aumentare della salienza informativa – accentuata nell'opzione spaccettata – aumenta la facilità con cui viene riconosciuta una situazione o un evento, impattando sulla probabilità associata. In merito, anche Barberis (2013) sostiene che l'euristica della disponibilità/salienza può spiegare la sovrastima delle probabilità di eventi il cui impatto risulti più vivido.

L'ultimo fenomeno, indagato dalla domanda 16, riguarda ciò che Kahneman e Tversky (1979) definiscono come effetto certezza. Tale effetto ha a che fare con la preferenza delle persone per le situazioni certe rispetto a quelle probabili. Nella teoria dei prospetti, la funzione di ponderazione, ovvero la funzione che mostra la percezione soggettiva delle probabilità, suggerisce che le persone sovrastimano le basse probabilità mentre sottostimano quelle intermedie. In aggiunta, e questo è ciò che si rileva per gli scopi della nostra indagine, presentano una discontinuità nella funzione di ponderazione quando le probabilità sono molto alte, di fatto approssimando e sovrapponendo le situazioni molto probabili con quelle certe.



Questo stesso fenomeno è definito da Gigerenzer e Edwards (2003) come “illusione di certezza”, ovvero l’erronea convinzione di poter arrivare a conoscere con certezza che cosa accadrà in futuro. In termini di *risk literacy*, questo aspetto può effettivamente rappresentare uno dei maggiori ostacoli a una gestione intelligente del rischio da parte degli individui. Le persone che cadono nell’illusione di certezza sono più facilmente preda di stereotipi e meno attenti a informazioni che tendono a contraddire quegli stessi stereotipi.

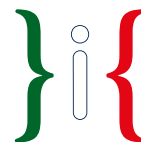
2.3 Comportamenti finanziari e assicurativi

I comportamenti, come ben evidenziato nel protocollo INFE/OCSE, sono particolarmente rilevanti per la misurazione del grado di alfabetizzazione finanziaria. Nel questionario, quattro domande indagano la presenza di risparmio e le scelte di allocazione e diversificazione dei propri investimenti, le fonti informative utilizzate per la scelta e il processo di scelta adottato. Indagano infine l’eventuale sottoscrizione di polizze assicurative non obbligatorie.

In questa sezione del questionario si utilizzano per la prima volta domande aperte e semiaperte per indagare nello specifico le motivazioni che spingono a:

- utilizzare specifici canali informativi;
- un determinato approccio di scelta;
- sottoscrivere polizze assicurative non obbligatorie.

In quest’ultimo caso, gli intervistati sono suddivisi in due sotto-campioni: a uno di questi sono proposte delle motivazioni pre-codificate, all’altro una domanda aperta. Lo scopo è verificare se le motivazioni addotte nella risposta aperta trovano riscontro con quanto suggerito nella risposta pre-codificata.



2.4 Attitudini

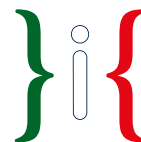
Processi decisionali solidi richiedono di individuare trade-off complessi tra rischio e ricompense nell'ambito di sistemi di valori e di responsabilità personali e soggettive. Pertanto, in aggiunta a competenze matematiche, una opportuna *financial and risk awareness* richiede un sistema di deliberazione di tipo euristico ben definito, la capacità di integrare pensiero emotivo e analitico e lo sviluppo di approcci intuitivi.

Questa parte del questionario è composta da dieci domande, volte a indagare l'attitudine delle persone a “mettere la testa” su tematiche finanziarie o assicurative. Si osservano quindi:

- autocontrollo e stile di vita;
- stile decisionale in tema di investimenti e protezione;
- propensione alla protezione;
- financial composure;
- sentiment.

Implementando o non implementando scelte di investimento e protezione, gli agenti mostrano attraverso i comportamenti le proprie preferenze intertemporali. Le domande 23 e 24 sono, rispettivamente dedicate agli atteggiamenti in tema di risparmio previdenziale e alla generale predisposizione alla pianificazione. Queste, aiutano a comprendere l'eventuale *present bias* delle persone. Immaginare di incentivare il comportamento di persone che presentano utilità caratterizzate da funzioni di sconto temporale di tipo iperbolico o quasi-iperbolico (come descritti da Liabson 1997) implica design meno tradizionali nel modo di comunicare i benefici di una opportuna pianificazione finanziario-assicurativa e previdenziale (si veda in merito Alemanni 2017).

Con riferimento allo stile decisionale, nel questionario si pone una domanda relativa alla volontà delle persone di agire in autonomia o con il supporto di un esperto. Tale domanda è formulata in modo distinto per l'acquisto di strumenti di investimento e di polizze assicurative. Infatti opinione diffusa (Cesari e D'Aurizio 2021) è che le persone considerino le scelte di tipo assicurativo più complesse di quelle finanziarie e pertanto siano maggiormente predisposte a ricorrere al supporto di esperti.



In generale, l'attitudine ad avvalersi del supporto di un esperto appare coerente con la comprensione delle specificità che esistono nel mondo finanziario e assicurativo e conseguentemente nella necessità di fare ricorso ad una consulenza specifica e professionale.

Tre domande sono dedicate al tema della propensione alla protezione. Queste indagano:

- l'attitudine davanti alla copertura assicurativa;
- la natura e l'intensità di timori per il presente e per il futuro;
- le motivazioni che hanno spinto a scegliere di non assicurarsi.

In quest'ultimo caso, come già impostato per le domande relative ai comportamenti, gli intervistati sono stati suddivisi in due sotto-campioni: a uno di questi sono proposte delle motivazioni pre-codificate, all'altro una domanda aperta. Anche qui, lo scopo è verificare se le motivazioni addotte nella risposta totalmente aperta trovano riscontro con quanto suggerito nella risposta pre-codificata.

Una domanda del questionario insiste sulla c.d. *Financial Composure*, ovvero la padronanza di sé nelle situazioni finanziarie. Si intende quindi osservare un insieme di fattori che riguardano l'*overconfidence* (*illusione di controllo*), la *self-efficacy*, la miopia decisionale, l'avversione al rammarico e altri tratti che gli studi comportamentali ben descrivono. Lo scopo è illustrare l'atteggiamento delle persone davanti ai rischi. Come già ricordato per le tematiche connesse allo stile di vita e all'autocontrollo, anche la presenza di diverse personalità finanziarie impone una "personalizzazione" nel modo di impostare politiche atte a migliorare le competenze finanziarie.

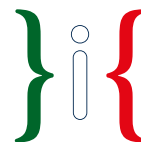
L'ultima parte del questionario è composta da tre domande ed è dedicata a misurare il sentiment finanziario e assicurativo degli intervistati. Nelle domande 30 e 31 si chiede di associare ai termini quali "Rischio Finanziario" e "assicurazione" una serie di espressioni che rispondono a sentiment negativi, positivi e neutrali. Le risultanti a tali domande rappresentano un punto di contatto ideale (cross-over) all'analisi top-down descritta nel prossimo paragrafo. Nella domanda conclusiva, si chiede infine agli intervistati di scrivere una propria "recensione" dell'esperienza vissuta nel mondo finanziario e assicurativo. Quest'ultima domanda è elaborata ricorrendo a strumenti algoritmici di analisi semantica e consente una rilevazione delle esperienze vissute in ambito finanziario e assicurativo che può incrociarsi con le caratteristiche di literacy dei rispondenti.

3. Presentazione dell'analisi top-down

Grazie a tecnologie avanzate di *Machine Learning* applicate all'analisi del linguaggio naturale (scritto e parlato), è oggi possibile analizzare dal punto di vista semantico dati non strutturati come recensioni, articoli, post, tweet, ecc., individuando topic e temi prevalenti. Alla comprensione del significato linguistico di questi dati, è possibile affiancare un'analisi del sentiment, nota anche come "identificazione delle opinioni" o "opinion mining". Tale analisi consente di valutare automaticamente un testo, per stabilire se l'opinione espressa in quest'ultimo è positiva o negativa. Il suo scopo è quello di scoprire come un prodotto, un servizio o un marchio siano percepiti dagli utenti. Il suo uso è esteso anche ad altri ambiti, ad esempio in finanza, per prevedere l'andamento dei titoli azionari sulla base dell'opinione espressa dagli investitori.

In questo lavoro si utilizza questo approccio con finalità inedite e funzionali a possibili iniziative di monitoraggio del livello di educazione finanziaria. L'analisi dell'uso di certe parole chiave riferite a temi specifici, come ad esempio "Rischio Finanziario", "Assicurazione" e "Previdenza", all'interno delle "conversazioni" generate sui canali digitali (es. social), consente di misurarne la rilevanza e l'accezione, positiva o negativa, presente nelle opinioni del pubblico. Consente inoltre di verificare se e quanto diverse categorie di utenti (professionali e non professionali) possano attribuire agli stessi termini significati e sentiment diversi. Un comportamento del genere è stato ad esempio segnalato da Kwan e Grable (2021) in un confronto tra l'uso del concetto di "rischio finanziario" fatto su Twitter e negli abstract dei paper scientifici. Pertanto, la comprensione dell'uso e dell'interpretazione che il pubblico dà di certi concetti finanziari e assicurativi può fornire spunti per una comunicazione più centrata ed efficace ai fini di un aumento della *literacy*.

Tra i vari social, Twitter si è da sempre contraddistinto come il social dell'immediato, dato che consente di esprimere e diffondere nel modo più veloce e conciso possibile un concetto.



Inoltre, Twitter è un ambiente “pubblico” senza particolari limitazioni. L’alto numero di utenti, i quali producono milioni di Tweet ogni giorno, e la loro eterogeneità rendono l’analisi rappresentativa e, di conseguenza, un ottimo canale per la ricerca e l’estrazione dei dati.

L’analisi semantica dei Tweet raccolti sul social è stata realizzata dallo strumento di data analytics **App2check***. Questo strumento, attraverso algoritmi proprietari di AI, svolge un’analisi semantica e del sentiment allo stato dell’arte (Di Rosa e Durante 2017). In particolare, grazie a questa metodologia, si è in grado di rilevare e associare il sentiment ai diversi e specifici topic presenti all’interno di uno stesso testo (in gergo *aspect-based sentiment analysis*).

In questo modo, in una frase del tipo “Potrei fare un’assicurazione sulla vita, ma ho sempre paura delle clausole nascoste nel contratto” si è in grado di cogliere un sentiment positivo per il concetto di “assicurazione”, ma al contempo negativo per il concetto di “contratto”.

Un’analisi di questo tipo (se il topic “contratto” avesse una ricorrenza importante) potrebbe indicare la complessità e la poca chiarezza delle proposte di prodotti. Ciò è un ostacolo ad una maggiore alfabetizzazione finanziaria e assicurativa.

* Una breve spiegazione sul funzionamento di questo strumento è consultabile nella appendice B del rapporto.

4. Costruzione dell'Edufin Index e dei sotto indicatori

L'Edufin Index si propone di misurare il grado di “consapevolezza” e di “compostezza comportamentale” in ambito finanziario e assicurativo della popolazione italiana. Per sua costruzione, può essere interpretato come una vera e propria misura del “baricentro” finanziario e assicurativo degli Italiani.

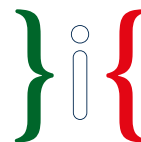
Tale indice è calcolato sulla base delle risposte di 3500 persone a un questionario, prodotto da SDA Bocconi e sottoposto da Doxa nell'ambito di un'indagine CAWI condotta nel mese di luglio 2022.

Si tratta di un indicatore composito illustrato nella figura 4.1, costruito utilizzando gli spunti teorici della *behavioural economics*, che presenta un quadro di sintesi della *literacy* finanziaria e assicurativa della popolazione italiana. Data la natura delle variabili indagate, non genera risultati immediatamente confrontabili con quelli delle indagini istituzionali in tema di *financial* (Banca d'Italia) e *insurance* (IVASS) *literacy*. Tuttavia, specifici ambiti di comparabilità possono essere ritrovati in determinati sottoindici che misurano le conoscenze finanziarie e assicurative.

È un indice di sintesi calcolato come media semplice di due indicatori costruiti per misurare la “consapevolezza” (c.d. “*Awareness Index*”) e la “compostezza comportamentale” (c.d. “*Behavioural Index*”) in ambito finanziario e assicurativo.

L'Edufin Index e gli altri indicatori che lo compongono sono costruiti utilizzando una scala che assume valori compresi tra 0 e 100. In base ai criteri di valutazione utilizzati il livello di sufficienza è raggiunto con punteggi a partire da 60.

Per tutti gli indicatori, sono calcolati i valori per l'intera popolazione e poste in rilievo le eventuali differenze rispetto al genere, la fascia di età, l'area geografica di provenienza, la condizione professionale e quella familiare, nonché il reddito dichiarato.



4.1 Awareness Index

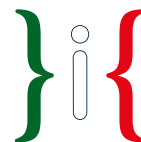
L'*Awareness Index* fornisce una valutazione sintetica di quanto gli individui intervistati siano "consapevoli" del proprio livello di conoscenza finanziaria. Come per l'*Edufin Index* e il *Behavioural Index*, anche questo indice è costruito su una scala da 0 a 100, considerando raggiunto il livello di sufficienza con un punteggio almeno pari a 60.

L'*Awareness Index* è stato costruito sulla base di un'analisi dettagliata della sezione A del questionario, dedicata alle "Conoscenze finanziarie". In particolare, l'indicatore è stato stimato prendendo in considerazione tre aspetti chiave che emergono dall'esame delle risposte fornite dagli intervistati:

- 1) la percezione ex ante;
- 2) la conoscenza effettiva;
- 3) la valutazione ex post della performance degli intervistati, in termini assoluti e relativi, cioè nel confronto con i peers (gli altri intervistati).

Il calcolo dell'*Awareness Index* è stato svolto prendendo come base di partenza la percezione ex ante, ovvero quello che gli intervistati percepiscono essere il proprio livello di conoscenza rispetto ai seguenti concetti finanziario-assicurativi: inflazione, tasso di interesse composto, diversificazione del rischio, relazione rischio-rendimento, franchigia, massimale e premio assicurativo. In particolare, per ciascun intervistato, è stato considerato il punteggio medio ottenuto dalle proprie risposte. Dopodiché, sono stati applicati premi o penalizzazioni per tener conto dell'eventuale scostamento tra:

- la conoscenza effettiva di ogni soggetto e la conoscenza effettiva media del campione;
- la valutazione ex post e la conoscenza effettiva, in termini assoluti e relativi.



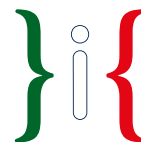
La Tabella 1 in Appendice A mostra gli specifici criteri seguiti ai fini della costruzione dell'*Awareness Index*. I premi/penalizzazioni applicati sono, in generale, compresi tra -1 a +1, con le precisazioni riportate in Tabella per ciascuna domanda e, quindi, per ognuno dei tre aspetti chiave. Per esempio, riguardo al confronto tra conoscenza effettiva degli intervistati e conoscenza effettiva media del campione, l'applicazione dei punteggi è avvenuta dopo aver suddiviso in quartili i valori degli scostamenti dalla media e applicando i seguenti punteggi: -1, -0.5, +0.5, +1 (maggiore è la differenza dalla media, maggiore è il premio o la penalizzazione). In caso di *mismatch* tra valutazione ex post e conoscenza effettiva è stata applicata una penalizzazione di -1. Il valore dell'indicatore è, quindi, determinato sommando algebricamente i punteggi derivanti dalla valutazione dei tre aspetti chiave (percezione ex ante, confronto tra conoscenza effettiva degli intervistati e conoscenza media del campione, valutazione ex post in termini assoluti e relativi) ed è scalato nel range 0-100.

L'analisi in materia di *awareness* sul campione di italiani è stata condotta non solo attraverso l'esame del generale livello di conoscenza, ma anche dello specifico ambito finanziario e assicurativo. Sono stati sempre considerati i tre macro aspetti indagati (percezione ex ante, conoscenza effettiva e valutazione ex post). Ciò ha portato all'elaborazione di un set di sotto-indicatori finalizzati a misurare:

- 1) le eventuali differenze tra conoscenze finanziarie e conoscenze assicurative;
- 2) l'eventuale scostamento tra la percezione ex ante e la conoscenza effettiva;
- 3) l'eventuale scostamento tra la valutazione ex post e la conoscenza effettiva, cogliendo possibili fenomeni di overconfidence o underconfidence, in termini sia assoluti (valutazione di sé stessi) che relativi (valutazione rispetto agli intervistati).

4.2 Behavioural Index

Il *Behavioural Index* ha lo scopo di misurare e verificare il grado di "compostezza finanziaria e assicurativa" della popolazione italiana. In altre parole, valuta se le decisioni assunte seguono un processo strutturato e disciplinato con una adeguata capacità di comprendere la natura aleatoria dei possibili risultati o se, viceversa, sono il frutto di una più scomposta reazione comportamentale a stimoli ambientali e set informativi parziali o errati. Valuta inoltre se le tematiche finanziarie e assicurative assumono o meno una priorità decisionale e qual è il tipo di *sentiment* ad esse associato.



Data la natura articolata dei campi di indagine, il *Behavioural Index* è prodotto come media di tre indicatori volti a misurare rispettivamente: la *Risk Perception*, il comportamento finanziario e assicurativo, l'attitudine e sentiment relativi ai temi finanziari e assicurativi.

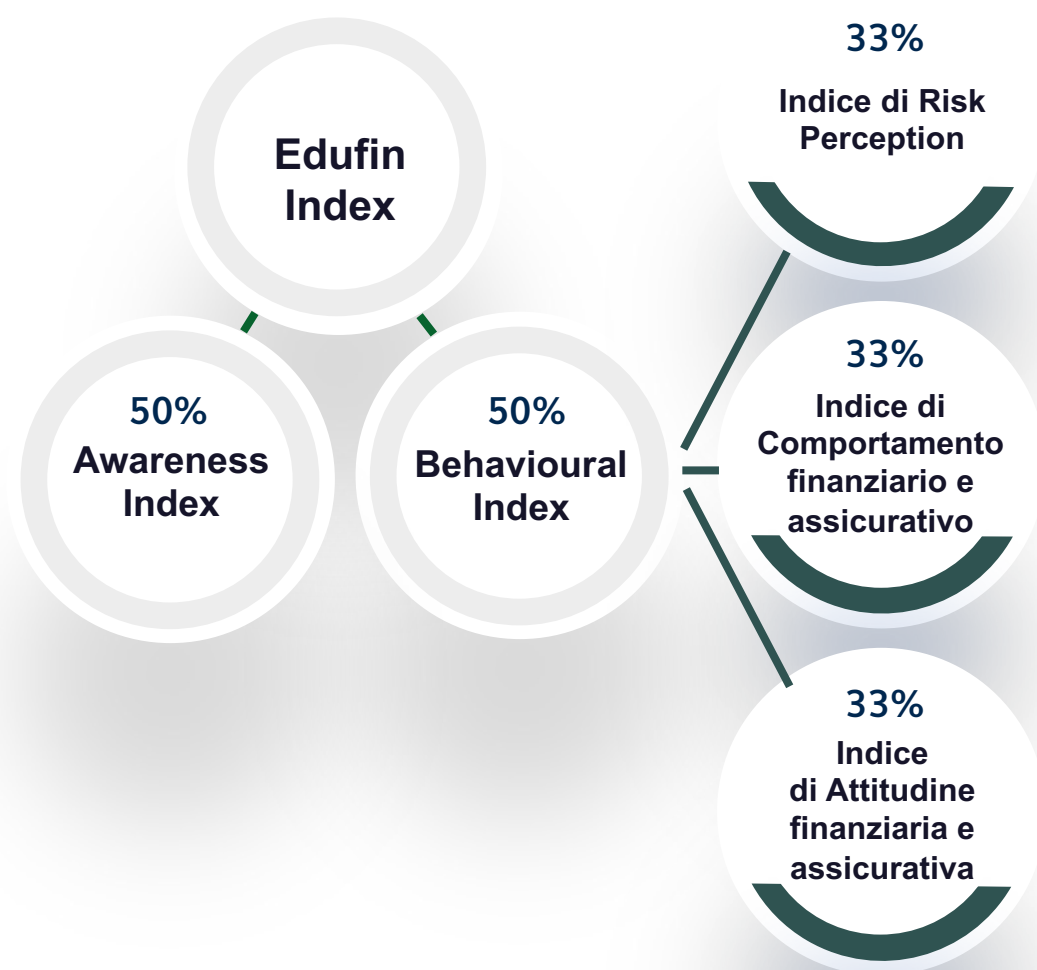
Ciascun indice è composto da un numero variabile di domande. Le risposte sono valutate su una scala da -1 a +1. Il punteggio di ogni indicatore è il risultato della media dei punteggi ottenuti per ogni domanda. Infine, ogni indice è scalato nel range 0-100. Per la costruzione di ogni indice è stata valutata la coerenza interna (alfa di Crombach) e la coerenza esterna tra indici (correlazione tra gli indici).

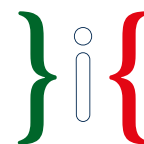
L'indice di *Risk Perception* è composto dalle risposte a quattro domande tratte dalla sezione B (*risk literacy*) del questionario e valuta quanto la percezione soggettiva del rischio si discosti dai livelli oggettivi. Indaga, ad esempio, la capacità di distinguere il rischio dall'incertezza o di incorrere nell'illusione di certezza, premiando la capacità di utilizzare le informazioni disponibili per elaborare ragionamenti finanziari e assicurativi oggettivamente corretti.

L'indice di Comportamento finanziario e assicurativo è composto dalle risposte a due domande tratte dalla sezione C del questionario (comportamenti finanziari-assicurativi) e misura la diffusione di strumenti finanziari e assicurativi, premiando chi partecipa più diffusamente ai mercati in questione.

L'indice di Attitudine e *sentiment* nei confronti dei mercati finanziari e assicurativi è composto da sette domande tratte dalla parte D del questionario (attitudini). È un indicatore che, per sua natura, registra fattori diversi come la fiducia negli intermediari finanziari, la propensione a pianificare (o al contrario la presenza di *present bias*), il grado di attenzione/priorità posta a bisogni di natura finanziaria e assicurativa il "sentiment" positivo o negativo nei confronti della finanza. È costruito allo scopo di "premiare" chi "mette la testa" sulle tematiche in questione.

L'Edufin Index in sintesi





5. Analisi e commenti delle risposte fornite al questionario

5.1 Premessa

Questa parte del rapporto è dedicata alla presentazione delle risposte fornite alle domande del questionario. Per ciascuna domanda vengono presentati i dati dell'intera popolazione e la suddivisione delle risposte rispetto a genere, età, area geografica di provenienza, condizione familiare, condizione lavorativa e reddito dichiarato. Per arricchire l'interpretazione dei risultati, si presentano, se significative, le caratteristiche comportamentali e la numeracy di base dei rispondenti*.

5.2 I risultati del questionario

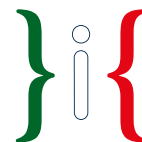
Risposte sezione A questionario- Conoscenze finanziarie

Domanda 1: Anzitutto, quanto sai di...

Esprimi la tua risposta in una scala da 1 a 5, dove 1 significa che non sai nulla e 5 che hai un'ottima conoscenza. Usa i passi intermedi di scala per graduare il tuo livello di conoscenza.

		NULLA 1	2	3	4	OTTIMA CONOSCENZA 5
A1.1	Inflazione	1	2	3	4	5
A1.2	Tasso di interesse composto	1	2	3	4	5
A1.3	Diversificazione del rischio	1	2	3	4	5
A1.4	Relazione rischio-rendimento	1	2	3	4	5
A1.5	Franchigia	1	2	3	4	5
A1.6	Massimale assicurativo	1	2	3	4	5
A2.7	Premio assicurativo	1	2	3	4	5

* I tratti comportamentali sono rilevati nel questionario alla domanda 29, mentre la numeracy di base si calcola sulla base delle risposte fornite alle domande 11 e 13. Per i dettagli si rimanda alle specifiche domande.



Distribuzione delle Risposte relative alla percezione ex ante per tutta la popolazione (dati in percentuale)

	NULLA 1	2	3	4	OTTIMA CONOSCENZA 5
Inflazione	4,3%	13,7%	29,7%	34,3%	17,9%
Tasso di interesse composto	18,9%	22,4%	27,3%	21,1%	10,4%
Diversificazione del rischio	10,5%	15,8%	29,1%	29,3%	15,3%
Relazione rischio-rendimento	11,4%	16,7%	32,0%	26,9%	12,9%
Franchigia	5,7%	12,7%	28,7%	33,0%	20,0%
Massimale assicurativo	6,9%	14,2%	28,3%	32,9%	17,7%
Premio assicurativo	4,1%	10,7%	29,2%	35,7%	20,4%

Punteggio medio totale della percezione ex-ante per tutta la popolazione, e segmentato per variabili socio-demografiche di base e per conoscenze finanziarie ed assicurative (1= per nulla, 5 ottima conoscenza)

		PUNTEGGIO MEDIO AUTOVALUTAZIONE CONOSCENZA	PUNTEGGIO MEDIO AUTOVALUTAZIONE CONOSCENZE FINANZIARIE	PUNTEGGIO MEDIO AUTOVALUTAZIONE CONOSCENZE ASSICURATIVE
	Totale	3,30	3,16	3,49
Genere	Femmina	3,06	2,92	3,24
	Maschio	3,55	3,41	3,75
	Altro	3,37	3,30	3,48
Area Geografica	Nord Ovest	3,31	3,17	3,51
	Nord Est	3,33	3,16	3,55
	Centro	3,29	3,14	3,48
	Sud e Isole	3,29	3,18	3,44
Fasce di età	18-24	3,21	3,18	3,25
	25-44	3,26	3,11	3,46
	45-65	3,30	3,14	3,52
	65+	3,38	3,25	3,55

Il punteggio medio di tutta la popolazione su tutte le domande 1 si attesta a 3,3. È necessario evidenziare, tuttavia, che in media il livello di conoscenza percepita è più alto sui temi assicurativi (domande 1.5-1.7) rispetto a quelli finanziari (domande 1.1-1.4).

I maschi, in media, ritengono di essere più preparati delle donne, anche se la maggior preparazione sui temi assicurativi si evidenzia in ognuna delle sottocategorie.

Per quanto concerne le aree geografiche le differenze in termini di punteggio medio sono residuali, sebbene la popolazione del Nord Est appaia più preparata rispetto alle altre.

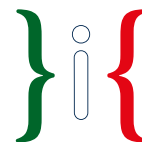
La popolazione over 65 dichiara maggiori conoscenze rispetto alla popolazione più giovane; in particolare, i giovani di età compresa tra i 18 e i 24 anni hanno in media raggiunto punteggi inferiori rispetto agli altri individui. Tuttavia, per quanto concerne esclusivamente la parte finanziaria, tale considerazione non è valida, in quanto appaiono secondi come punteggio medio solo agli over 65.

Domanda 2: Supponi di spendere 50 euro per la spesa settimanale. Se l'inflazione sale del 4%, quale delle seguenti situazioni ti sembra quella più corretta?

1. *Non succede nulla al mio carrello della spesa: con 50 euro continuo a riempirlo come prima*
2. *Per mantenere invariato il mio carrello della spesa devo spendere di più*
3. *Con l'inflazione aumenta anche la quantità di spesa che posso permettermi con 50 euro*
4. *Nessuna delle risposte precedenti*

Totale risposte corrette di tutta la popolazione e suddivise per variabili socio-demografiche di base (dati in percentuale)

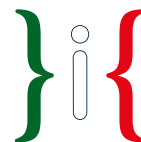
		RISPOSTA CORRETTA
	Totale	84%
Genere	Femmina	80%
	Maschio	89%
	Altro	62%
Area Geografica	Nord Ovest	88%
	Nord Est	90%
	Centro	85%
	Sud e Isole	77%
Fasce di età	18-24	75%
	25-44	80%
	45-65	86%
	65+	88%



L'84% della popolazione ha risposto correttamente. In particolare i maschi si sono rivelati più preparati, in quanto l'89% ha scelto l'opzione giusta, in netto distacco rispetto alle donne. La maggior parte della popolazione del Nord, in particolare del Nord Est, ha risposto correttamente (90%). Per quanto concerne le fasce d'età, le persone con più di 65 anni hanno risposto correttamente nell'87,5% dei casi, superando le altre categorie.

Domande 3-5: **Secondo te le seguenti affermazioni sono vere o false?**

	VERO	FALSO	NON SO
A3 Depositi 1000 euro in banca al 5% annuo e alla fine del primo anno non ritiri capitale e interessi. Al termine del secondo anno sul tuo conto ci saranno 1100 euro.	1	0	99
A4 In generale, investire 1000 euro in azioni di una sola società è un investimento meno rischioso rispetto a investire 1000 euro in azioni di 10 società diverse.	1	0	99
A5 In generale, investimenti che offrono rendimenti più elevati tendono a essere più rischiosi di investimenti che offrono rendimenti più bassi.	1	0	99



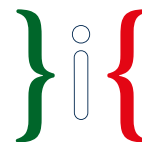
Domande 6-8: **Secondo te le seguenti affermazioni sono vere o false?**

	VERO	FALSO	NON SO
A6 In un contratto assicurativo, la franchigia è l'importo del danno che rimane a carico del cliente che ha sottoscritto il contratto.	1	0	99
A7 In un contratto assicurativo, il massimale è l'importo fisso a carico dell'assicurato.	1	0	99
A8 Una polizza assicurativa che prevede che, al verificarsi del danno, una parte di questo resti a carico dell'assicurato costa come una polizza che non la prevede.	1	0	99

Risposte corrette 3-8 di tutta la popolazione (dati in percentuale)

	3	4	5	6	7	8
Corretta	50,5%	71,9%	80,7%	74,8%	68,9%	70,0%
Non so	11,6%	15,1%	9,7%	13,1%	15,4%	18,3%
Sbagliata	37,9%	13,0%	9,6%	12,2	15,8%	11,7%

La domanda 5 (Trade off rendimento rischio) ha registrato il maggior numero di risposte corrette, mentre la 3 (interesse composto) è la domanda che si è dimostrata più difficile. Infine, il maggior numero di astenuti, ossia chi ha scelto l'opzione "Non so", riguarda le domande di carattere assicurativo (6-8), in particolare quasi il 20% non fornisce risposta alla domanda relativa alla relazione premio/franchigia.



Distribuzione delle risposte alle domande 3-8 dell'intera popolazione e suddivise per variabili socio-demografiche di base, per conoscenze totali, finanziarie e assicurative (dati in percentuale)

	TOTALE			3-5 (FINANZA)			6-8 (ASSICURAZIONI)		
	CORRETTE	NON SO	ERRATE	CORRETTE	NON SO	ERRATE	CORRETTE	NON SO	ERRATE
Totale	69,5%	13,9%	16,7%	67,7%	12,1%	12,1%	71,2%	15,6%	13,2%
Femmina	44,5%	17,7%	17,8%	41,8%	15,1%	21,0%	47,1%	20,2%	14,5%
Maschio	75,3%	9,4%	15,3%	72,4%	8,4%	19,1%	78,1%	10,5%	11,4%
Altro	43,3%	30,3%	26,3%	42,7%	32,7%	24,7%	44,0%	28,0%	28,0%
Nord Ovest	75,5%	10,4%	14,1%	70,9%	10,6%	18,5%	75,6%	12,7%	11,6%
Nord Est	73,3%	11,7%	15,1%	73,5%	9,2%	17,2%	77,5%	11,5%	11,0%
Centro	70,7%	13,1%	16,2%	68,3%	11,7%	20,0%	73,1%	14,5%	12,3%
Sud e Isole	62,3%	18,0%	19,7%	61,5%	15,2%	23,2%	63,0%	20,8%	16,2%
18-24	56,8%	19,1%	24,1%	61,6%	14,9%	23,5%	52,0%	23,3%	24,7%
25-44	66,0%	15,5%	18,6%	64,1%	13,5%	22,4%	67,8%	17,5%	14,7%
45-65	72,0%	13,7%	14,2%	69,7%	12,6%	17,6%	74,3%	14,9%	10,8%
65+	73,2%	10,9%	15,9%	70,4%	9,4%	20,3%	76,1%	12,4%	11,5%

I maschi risultano in media più preparati delle donne sia in generale che sulle domande inerenti a temi finanziari e a temi assicurativi. Le donne hanno dimostrato una più alta propensione al non rispondere alle domande ove non sicure/i della risposta.

La percentuale di risposte corrette più alta per area geografica si registra nel Nord Ovest, in entrambe le categorie di conoscenza, seppur con una maggioranza di risposte giuste sui temi assicurativi. Al Sud e nelle Isole gli individui optano, in percentuale relativamente più alta, per non rispondere alle domande ritenute più difficili.

In generale, la popolazione più preparata è quella over 65, seguita subito dopo dalla fascia 45-64. Si nota una più alta percentuale di risposte corrette alle domande sui temi assicurativi rispetto a quelle inerenti a temi finanziari. I giovani (18- 24) scelgono di astenersi dal rispondere con una frequenza maggiore rispetto alle altre categorie.

Tabella di sintesi del numero medio risposte corrette per conoscenze effettive totali (risposte domande 2-8) e suddivise per variabili socio-demografiche di base e per conoscenze finanziarie e assicurative (dati in numero di risposte per il set complessivo e in percentuale rispetto alla categoria per conoscenze finanziarie e assicurative)

		MEDIA RISPOSTE TOTALI CORRETTE (NUMERO DI DOMANDE)	MEDIA RISPOSTE FINANZIARIE CORRETTE (IN PERCENTUALE AL GRUPPO)	MEDIA RISPOSTE ASSICURATIVE CORRETTE (IN PERCENTUALE AL GRUPPO)
Popolazione	Totale	5	72%	71%
Genere	Femmina	4,67	68%	65%
	Maschio	5,41	77%	78%
	Altro	3,22	48%	44%
Area Geografica	Nord Ovest	5,43	78%	77%
	Nord Est	5,27	75%	76%
	Centro	5,09	72%	73%
	Sud e Isole	4,51	65%	63%
Fasce di età	18-24	4,16	65%	52%
	25-44	4,76	68%	68%
	45-65	5,18	74%	74%
	65+	5,27	75%	76%

Analizzando il numero medio di risposte totali, il quadro già delineato al punto precedente non muta. Sono i rispondenti di genere maschile, i residenti al Nord Est e gli over 65 a fornire un numero di risposte corrette superiore alla media. Confrontando la percentuale di risposte corrette fornite a domande a carattere finanziario e assicurativo, in generale non si osservano differenze di rilievo nelle risposte. Tuttavia per i vari gruppi socio-demografici emergono minori e significative conoscenze in ambito assicurativo tra le donne e i giovani. Infine osservando la distribuzione delle risposte corrette intorno alla media si segnala un'ampia polarizzazione delle risposte in tema di conoscenze finanziarie. Oltre il 70% del numero di rispondenti dà risposte superiori alla media, mentre il restante 30% presenta un punteggio basso e significativamente inferiore alla media. La distribuzione delle risposte è invece più omogenea nel caso delle conoscenze in ambito assicurativo.

Risposte sezione B questionario – *Risk literacy*

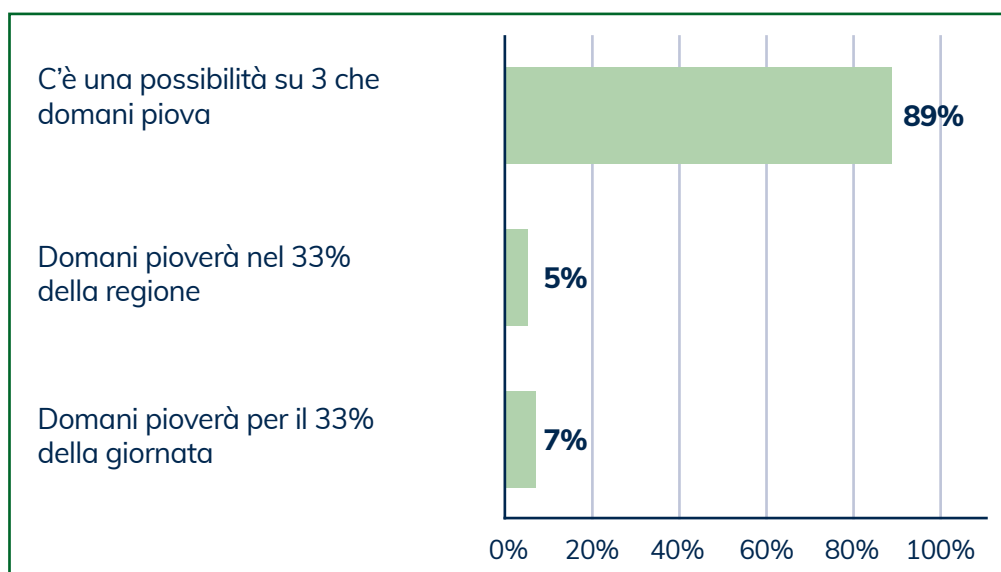
Domanda 11: **Se guardando le previsioni del tempo, sentissi che domani c'è una probabilità di pioggia del 33%, quale delle seguenti alternative è la descrizione più appropriata della previsione?**

1. Domani piovgerà nel 33% della regione
2. Domani piovgerà per il 33% della giornata
3. C'è una possibilità su 3 che domani piova

Le risposte sono state indicate in tabella in questa sequenza, dove la numero uno, ossia la risposta corretta, corrisponde a “C'è una possibilità su 3 che domani piova”.

- 1- C'è una possibilità su 3 che domani piova
- 2- Domani piovgerà nel 33% della regione
- 3- Domani piovgerà per il 33% della giornata

Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)



Distribuzione delle risposte suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

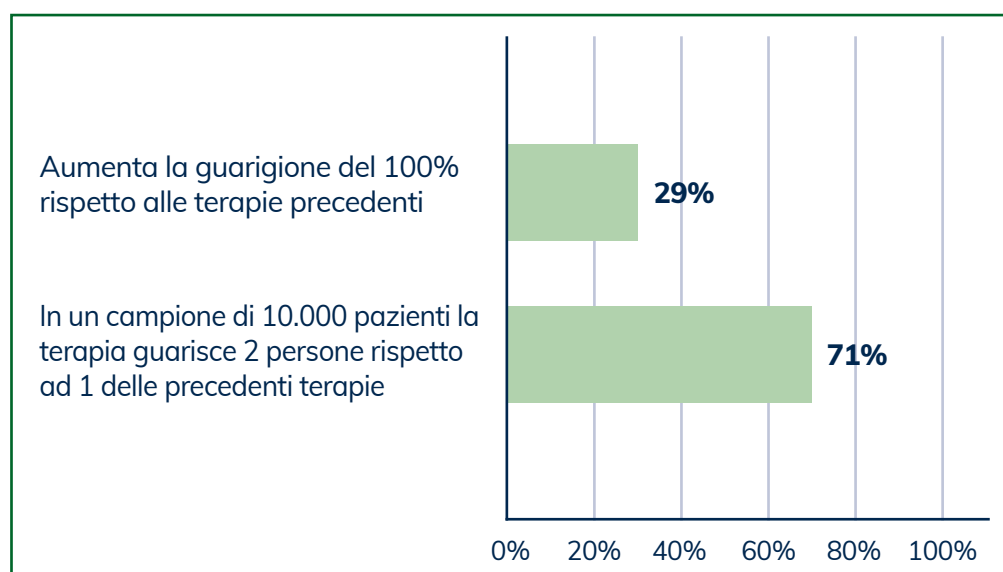
		1	2	3
Genere	Femmina	87%	5%	8%
	Maschio	92%	4%	4%
	Altro	44%	28%	28%
Area Geografica	Nord Ovest	90%	5%	6%
	Nord Est	91%	4%	5%
	Centro	89%	4%	7%
	Sud e Isole	86%	6%	8%
Fasce di età	18-24	76%	13%	11%
	25-44	89%	5%	7%
	45-65	90%	4%	6%
	65+	90%	3%	7%
Occupazione	Casalingo/a	86%	4%	10%
	Lavoratore autonomo	88%	6%	6%
	Lavoratore dipendente	90%	4%	6%
	Non occupato	83%	6%	11%
	Pensionato/a	78%	13%	9%
	Studente	91%	3%	6%
	Altro	56%	22%	22%
Nucleo Familiare	Coppia	90%	4%	7%
	Famiglia Monoparentale	85%	4%	10%
	Famiglia con figli	87%	6%	7%
	Single	91%	4%	5%
	Altro	91%	3%	6%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	87%	5%	8%
	Tra €20.000 e €40.000	88%	5%	7%
	Tra €40.000 e €80.000	94%	3%	3%
	Più di 80.000€	90%	4%	6%
	Preferisco non rispondere	88%	6%	6%

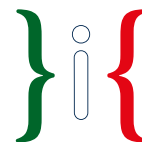
La domanda serve a misurare la capacità delle persone di dare interpretazione corretta dei concetti probabilistici e viene utilizzata assieme alla successiva domanda 13 per costruire un indicatore di *numeracy di base* (vedi dopo). In generale, la risposta corretta è stata individuata dall' 89% della popolazione. Spicca in positivo il tasso di risposte corrette del gruppo di genere maschile, dei residenti del Nord Est, dei pensionati e dei single e infine delle persone a reddito medio-alto e alto. Si segnala in negativo la percentuale più ridotta tra i giovani e gli studenti. Su questa prima, semplice domanda di risk literacy emerge quindi una buona capacità della popolazione di interpretare correttamente l'informazione fornita. L'esperienza connessa alle condizioni metereologiche è diffusa e molti prestano attenzione alle previsioni meteo, pertanto questa risposta fornisce evidenze della cosiddetta "*risk awareness*". Come ricorda un recente studio sulla risk literacy in diversi paesi (2021), chi ha sperimentato determinati rischi è più abile nel riconoscerli. Pertanto, la capacità di fornire risposte corrette riferibili a situazioni note è certamente anche legata all'esperienza passata oltre che alla risk literacy.

Domanda 12: Rispetto all'efficacia di una terapia medica, quale delle due espressioni è più informativa?

1. Aumenta la guarigione del 100% rispetto alle terapie precedenti;
2. In un campione di 10.000 pazienti la terapia guarisce 2 persone rispetto ad 1 delle precedenti terapie.

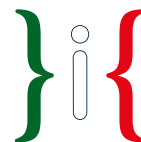
Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)





Distribuzione delle risposte suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

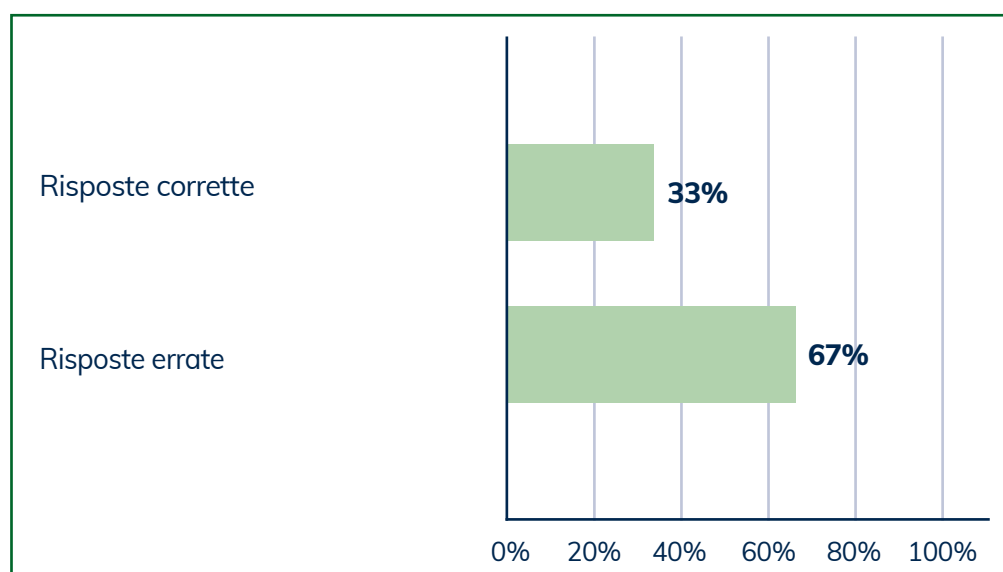
		1	2
Genere	Femmina	29%	71%
	Maschio	28%	72%
	Altro	36%	64%
Area Geografica	Nord Ovest	27%	73%
	Nord Est	27%	73%
	Centro	31%	69%
	Sud e Isole	30%	70%
Fasce di età	18-24	26%	74%
	25-44	25%	75%
	45-65	31%	69%
	65+	30%	70%
Occupazione	Casalingo/a	32%	68%
	Lavoratore autonomo	29%	71%
	Lavoratore dipendente	28%	73%
	Non occupato	33%	67%
	Pensionato/a	29%	71%
	Studente	30%	70%
	Altro	34%	56%
Nucleo Familiare	Coppia	30%	70%
	Famiglia Monoparentale	35%	65%
	Famiglia con figli	29%	71%
	Single	24%	76%
	Altro	28%	72%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	31%	69%
	Tra €20.000 e €40.000	27%	73%
	Tra €40.000 e €80.000	29%	71%
	Più di 80.000€	29%	71%
	Preferisco non rispondere	28%	72%

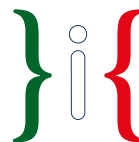


Tale domanda è utile per cogliere la diversa percezione della popolazione davanti a diversi modi di rappresentare le situazioni probabilistiche. C'è una maggioranza totale omogenea anche rispetto ad ogni segmentazione socio-demografica che propende per la seconda opzione, in cui la presentazione è effettuata facendo ricorso alle frequenze naturali. Tale risposta supporta quanto già evidenziato da Gigerenzer et al. (2007) e cioè che la mente umana è “programmata” per ricevere le informazioni secondo le frequenze naturali e risolve più facilmente un problema quando riceve i dati secondo tale formato.

Domanda 13: Su 1.000 persone in una piccola città, 500 sono membri di un coro. Di questi 500 membri del coro, 100 sono uomini. Dei 500 abitanti che non fanno parte del coro 300 sono uomini. Qual è la probabilità che un uomo estratto a caso sia un membro del coro?

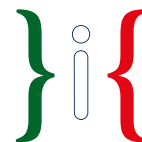
Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)





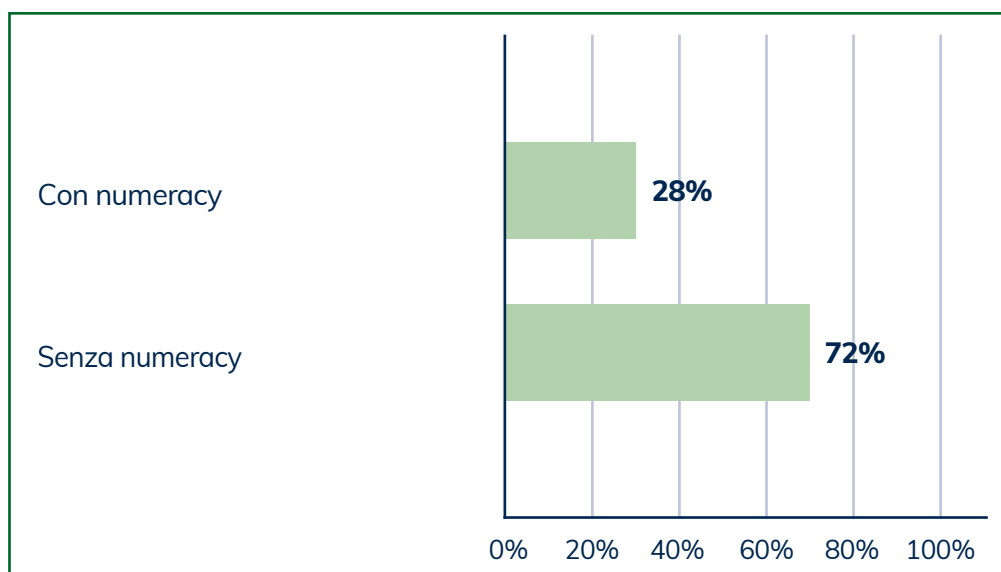
Distribuzione delle risposte suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		10%	25%	40%	NESSUNO DEI PRECEDENTI
Genere	Totale	32%	33%	23%	12%
	Femmina	33%	30%	24%	14%
	Maschio	31%	35%	23%	11%
	Altro	24%	48%	14%	14%
Area Geografica	Nord Ovest	31%	35%	23%	11%
	Nord Est	31%	32%	24%	13%
	Centro	33%	32%	23%	12%
	Sud e Isole	32%	32%	23%	12%
Fasce di età	18-24	30%	44%	19%	7%
	25-44	29%	40%	19%	12%
	45-65	34%	28%	25%	13%
	65+	32%	28%	27%	13%
Occupazione	Casalingo/a	33%	29%	21%	17%
	Lavoratore autonomo	31%	33%	24%	13%
	Lavoratore dipendente	32%	34%	23%	11%
	Non occupato	32%	34%	20%	14%
	Pensionato/a	32%	28%	27%	12%
	Studente	29%	43%	17%	11%
	Altro	32%	42%	18%	8%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	32%	34%	22%	12%
	Tra €20.000 e €40.000	31%	33%	24%	11%
	Tra €40.000 e €80.000	35%	31%	25%	9%
	Più di 80.000€	27%	35%	27%	12%
	Preferisco non rispondere	31%	30%	21%	19%



La domanda posta fa parte del c.d. “Berlin Numeracy test”, un affidabile test psicometrico ideato per misurare le abilità di problem-solving e il livello di risk literacy. La risposta corretta – 25% – è stata indicata solo da 1/3 dei rispondenti totali e suggerisce che solo una minoranza della popolazione organizza un pensiero logico ordinato*. Chi risponde correttamente presenta effettivamente una migliore percezione soggettiva del rischio (misurata con le risposte fornite ad altre domande della sezione B e utilizzate per costruire l’indice di percezione del rischio presentato in seguito). Analizzando i risultati distinti per variabili socio-demografiche di possibile interesse, emerge chiaramente una migliore performance degli studenti e dei giovani (fino a 45 anni), mentre le risposte fornite dalle persone più anziane confermano i risultati di altri studi che registrano, a partire dalla mezza età, una riduzione della numeracy con l’invecchiamento (Best et al. 2022). I dati supportano poi una seconda evidenza: le migliori abilità “matematiche” del genere maschile rispetto a quello femminile (Borgonovi et al. 2021).

Distribuzione delle capacità di numeracy di base della popolazione (dati in percentuale)



Combinando poi le risposte corrette fornite alla domanda 11 con quelle alla presente domanda, è possibile costruire un indicatore di *numeracy di base*** utilizzato nel proseguimento dell’analisi. Le persone alle quali può essere attribuita tale competenza sono un numero ancora più contenuto (circa il 28% degli intervistati). Si osserva come circa 1/3 dei più giovani (fino a 44 anni) presenti tale competenza, mentre la percentuale si riduce a circa 1/4 tra i più anziani. Le stesse percentuali si ritrovano tra maschi (circa 1/3) e femmine (circa 1/4).

* Allianz (2021) utilizza il *Berlin numeracy test* per condurre un’indagine della *risk literacy* in diversi paesi europei e negli Stati Uniti e registra una situazione generalizzata di bassa comprensione del rischio

** Tale indicatore è costruito prendendo le risposte delle domande b11 e b13. Se i rispondenti rispondono correttamente ad entrambe le domande presentano una *numeracy* c.d. di base.

Distribuzione delle capacità di numeracy di base suddivise per genere e fasce d'età (dati in percentuale)

		SENZA NUMERACY	CON NUMERACY
Genere	Femmina	75%	25%
	Maschio	69%	31%
	Altro	82%	18%
Fasce di età	18-24	70%	30%
	25-44	66%	34%
	45-65	75%	25%
	65+	76%	24%

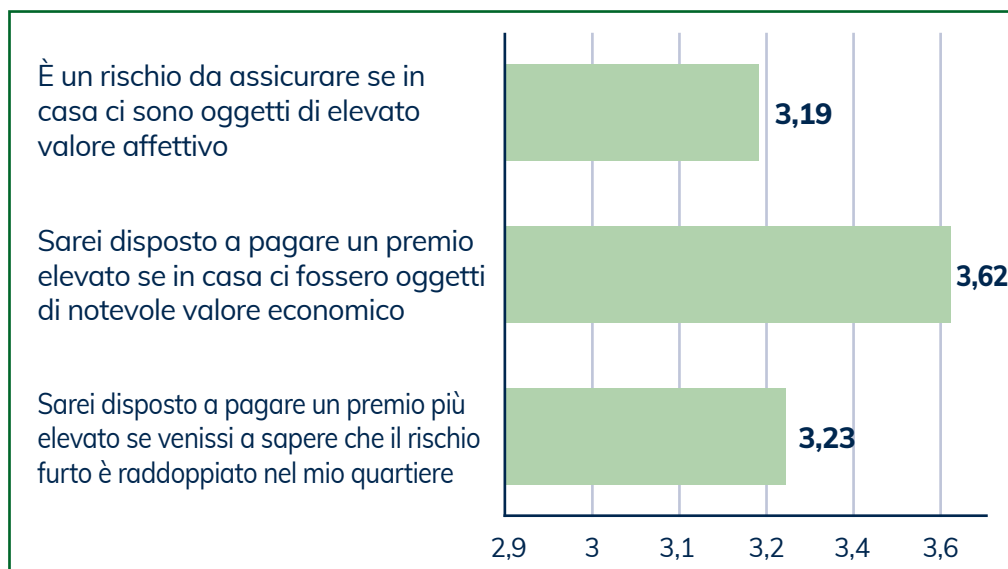
Riportando infine l'attenzione sulle risposte fornite alla domanda 13 è interessante segnalare che circa 1/3 dei rispondenti sceglie la risposta 10%, ovvero la risposta di chi, con una lettura veloce dei dati, fornisce semplicemente rapportando il numero di uomini al totale della popolazione. Tale risposta è il frutto della “funzione di editing” illustrata da Kahneman e Tversky (1979) nella teoria dei prospetti: nell'analizzare un problema, le persone eliminano le informazioni considerate non distintive per fornire la risposta. Semplificare e velocizzare una decisione è frutto di ciò che Kahneman (2011) definisce “sistema di pensiero 1”, ovvero un modo di operare veloce e automatico, senza sforzo, a cui non viene in genere applicato un controllo volontario.

Domanda 14: Con riferimento alla copertura assicurativa del rischio furto nell'abitazione, indica quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni.

Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)

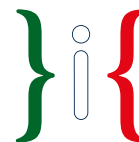
	PER NULLA D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NEUTRALE	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
Sarei disposto a pagare un premio assicurativo più elevato se venissi a sapere che il rischio furto è raddoppiato nel mio quartiere	6%	17%	32%	38%	7%
Sarei disposto a pagare un premio elevato se in casa ci fossero oggetti di notevole valore economico	3%	11%	22%	49%	15%
È un rischio da assicurare se in casa ci sono oggetti di elevato valore affettivo	7%	16%	32%	36%	8%

Punteggio medio delle motivazioni ad assicurarsi contro il furto dell'intera popolazione (1 per nulla d'accordo; 5 molto d'accordo)



Distribuzione delle risposte fornite alla domanda 14.1 suddivisa per variabili socio-demografiche di base: Sarei disposto a pagare un premio assicurativo più elevato se venissi a sapere che il rischio furto è raddoppiato nel mio quartiere (dati in percentuale)

		PER NULLA D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NEUTRALE	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
Genere	Femmina	6%	16%	33%	37%	8%
	Maschio	6%	17%	30%	40%	7%
	Altro	12%	30%	32%	20%	6%
Area Geografica	Nord Ovest	7%	18%	30%	38%	8%
	Nord Est	5%	18%	30%	41%	6%
	Centro	6%	16%	34%	37%	8%
	Sud e Isole	6%	15%	33%	38%	8%
Fasce di età	18-24	5%	21%	26%	39%	9%
	25-44	7%	17%	34%	35%	7%
	45-65	5%	15%	32%	41%	6%
	65+	6%	17%	30%	38%	9%

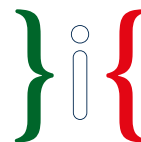


Distribuzione delle risposte fornite alla domanda 14.2 suddivisa per variabili socio-demografiche di base: Sarei disposto a pagare un premio elevato se in casa ci fossero oggetti di notevole valore economico (dati in percentuale)

		PER NULLA D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NEUTRALE	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
Genere	Femmina	3%	10%	23%	50%	14%
	Maschio	3%	11%	20%	50%	17%
	Altro	16%	36%	30%	10%	8%
Area Geografica	Nord Ovest	2%	10%	20%	51%	17%
	Nord Est	4%	11%	19%	50%	16%
	Centro	4%	11%	18%	50%	18%
	Sud e Isole	4%	11%	26%	47%	12%
Fasce di età	18-24	4%	15%	26%	43%	12%
	25-44	4%	13%	26%	45%	12%
	45-65	3%	10%	20%	52%	16%
	65+	3%	9%	19%	52%	8%

Distribuzione delle risposte fornite alla domanda 14.3 suddivisa per variabili socio-demografiche di base: È un rischio da assicurare se in casa ci sono oggetti di elevato valore affettivo (dati in percentuale)

		PER NULLA D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NEUTRALE	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
Genere	Femmina	7%	16%	33%	37%	7%
	Maschio	8%	17%	31%	36%	8%
	Altro	10%	28%	36%	16%	10%
Area Geografica	Nord Ovest	9%	19%	30%	35%	7%
	Nord Est	7%	18%	32%	35%	8%
	Centro	6%	15%	34%	37%	8%
	Sud e Isole	8%	15%	31%	39%	8%
Fasce di età	18-24	7%	19%	35%	31%	9%
	25-44	8%	17%	34%	34%	7%
	45-65	8%	15%	31%	39%	7%
	65+	7%	16%	31%	37%	9%



Le risposte alla domanda 14 aiutano a comprendere i fattori a cui le persone prestano attenzione quando decidono di proteggersi contro i furti. Circa il 45% dei rispondenti si dichiara d'accordo (abbastanza e molto) con la motivazione "più razionale", ovvero quella in cui si collega la dinamica del premio da sostenere con l'aumento della probabilità di sinistro.

Nella seconda e nella terza motivazione si riflettono rispettivamente il 64% e il 44% dei rispondenti. In entrambi i casi, trova conferma l'ipotesi che la scelta di assicurarsi è spesso influenzata da bias cognitivi. Chi si dichiara disposto a pagare premi più elevati in presenza di oggetti di elevato valore economico non tiene in debita considerazione anche la probabilità di subire un furto e commette un classico errore di rappresentatività. La scelta di assicurarsi in presenza di oggetti di elevato valore affettivo, invece, risulta coerente con un *affect bias*. Hsee and Kunreuther (2000) hanno scoperto che l'affettività gioca un ruolo significativo nella percezione del valore di una perdita. Evidenziano infatti che gli individui valuterebbero in modo più intenso il rischio di subire una perdita di oggetti a cui risultano emotivamente collegati e domanderebbero maggiore copertura assicurativa di quella richiesta su equivalenti perdite attese ma prive di implicazioni affettive.

Analizzando le risposte suddivise rispetto alle principali variabili socio-demografiche, non emergono differenze significative tra i diversi gruppi, con l'unica eccezione rappresentata dai rispondenti di età più avanzata che propendono più della media per la seconda e la terza motivazione.

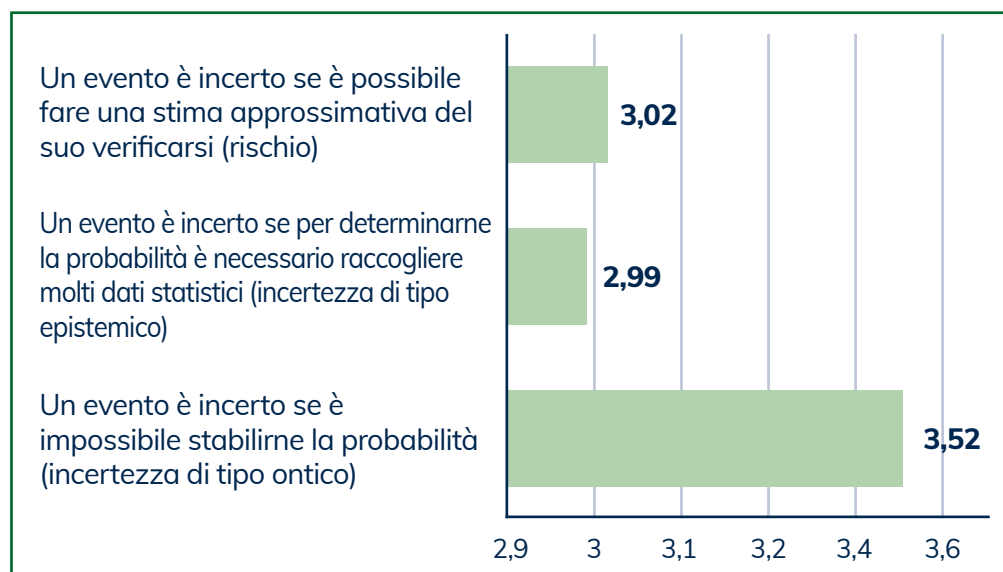
Incrociando poi le risposte con i dati di *numeracy* di base e con le caratteristiche comportamentali, si nota come le persone che dimostrano di possedere competenze di *numeracy* propendono per la soluzione razionale, mentre quelle che hanno una maggiore avversione all'ambiguità sono anche più propense a capire se il valore economico dei beni a rischio risulta più elevato. Entrambe le evidenze segnalate sono interessanti, perché suggeriscono, da una parte, che a più elevate abilità di problem-solving corrispondono, come letteratura insegna, scelte di assunzione dei rischi più consapevoli. Dall'altra, suggeriscono che l'avversione all'ambiguità spinge verso scelte più cautelative se il c.d. *information gap*, ovvero l'incertezza del contesto decisionale, diventa più saliente (Golman et al. 2021).

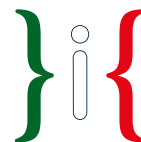
Domanda 15: Parlando di incertezza, quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni?

Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)

	PER NULLA D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NEUTRALE	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
Un evento è incerto se è impossibile stabilirne la probabilità (incertezza di tipo ontico)	6%	14%	20%	42%	18%
Un evento è incerto se per determinarne la probabilità è necessario raccogliere molti dati statistici (incertezza di tipo epistemico)	11%	22%	30%	31%	6%
Un evento è incerto se è possibile fare una stima approssimativa del suo verificarsi (rischio)	11%	23%	26%	33%	7%

Punteggio medio delle diverse accezioni di incertezza dell'intera popolazione (1 per nulla d'accordo; 5 molto d'accordo)



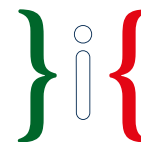


Distribuzione delle risposte fornite alla domanda 15.1 suddivisa per variabili socio-demografiche di base: Un evento è incerto se è impossibile stabilirne la probabilità (dati in percentuale)

		PER NULLA D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NEUTRALE	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
Genere	Femmina	5%	12%	21%	45%	18%
	Maschio	8%	15%	19%	39%	19%
	Altro	4%	28%	36%	28%	4%
Area Geografica	Nord Ovest	7%	13%	16%	44%	19%
	Nord Est	6%	14%	19%	42%	19%
	Centro	7%	14%	20%	40%	19%
	Sud e Isole	6%	14%	23%	42%	16%
Fasce di età	18-24	6%	16%	29%	38%	12%
	25-44	7%	16%	23%	39%	15%
	45-65	6%	12%	19%	43%	20%
	65+	6%	13%	16%	45%	21%

Distribuzione delle risposte fornite alla domanda 15.2 suddivisa per variabili socio-demografiche di base: Un evento è incerto se per determinarne la probabilità è necessario raccogliere molti dati statistici (dati in percentuale)

		PER NULLA D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NEUTRALE	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
Genere	Femmina	10%	22%	32%	29%	6%
	Maschio	11%	22%	26%	33%	7%
	Altro	4%	30%	44%	14%	8%
Area Geografica	Nord Ovest	12%	22%	31%	30%	5%
	Nord Est	11%	24%	27%	31%	7%
	Centro	12%	23%	29%	28%	7%
	Sud e Isole	9%	20%	31%	33%	7%
Fasce di età	18-24	12%	22%	37%	23%	6%
	25-44	12%	25%	32%	26%	5%
	45-65	12%	21%	29%	31%	7%
	65+	8%	22%	26%	38%	7%

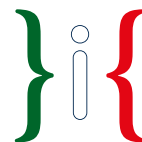


Distribuzione delle risposte fornite alla domanda 15.3 suddivisa per variabili socio-demografiche di base: Un evento è incerto se è possibile fare una stima approssimativa del suo verificarsi (dati in percentuale)

		PER NULLA D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NEUTRALE	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
Genere	Femmina	10%	23%	27%	32%	7%
	Maschio	11%	23%	25%	33%	7%
	Altro	14%	22%	40%	18%	6%
Area Geografica	Nord Ovest	13%	26%	23%	30%	7%
	Nord Est	10%	22%	27%	32%	8%
	Centro	12%	23%	25%	34%	6%
	Sud e Isole	9%	22%	28%	33%	7%
Fasce di età	18-24	9%	24%	31%	28%	8%
	25-44	12%	24%	28%	28%	7%
	45-65	12%	21%	27%	33%	7%
	65+	9%	23%	23%	37%	8%

Davanti alla definizione di incertezza, gli italiani mostrano di non avere idee condivise e spesso vanno in contraddizione. Dalla lettura dei dati emerge infatti che una definizione di incertezza ontica risulta condivisa (abbastanza e molto d'accordo) dal 60% dei rispondenti (significativa la quota di donne), mentre poco meno del 40% si ritrova in una definizione di incertezza di tipo epistemico. Infine, il 40% mostra di confondere rischio con incertezza.

Per completare la panoramica è poi utile segnalare che circa il 35% dei rispondenti fornisce risposte contraddittorie, giudicando nello stesso modo (ad esempio, si dichiarano d'accordo con entrambe le definizioni) la prima (incertezza di tipo ontico) e la terza definizione (rischio) che sono ovviamente incompatibili. Ciò è prova della limitata comprensione della natura delle situazioni aleatorie. Confondere rischio per incertezza o cadere in contraddizione è prova di una "incompetenza" di fondo che può generare comportamenti finanziari e assicurativi scorretti.



Se infatti qualcuno pensa che la probabilità del fenomeno sia stimabile, inevitabilmente in maniera soggettiva, non essendoci statistiche in merito, il suo comportamento sarà meno precauzionale, con tutti i pericoli e gli azzardi del caso. Se qualcun altro fa fatica a comprendere la portata delle situazioni aleatorie potrebbe sottostimare/sovrastimare la sua capacità di sopportarne le conseguenze.

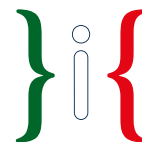
Chi più confonde rischio per incertezza sono le persone più anziane, mentre le donne cadono in contraddizione più spesso della media dei rispondenti. Entrambe le categorie meritano pertanto una comunicazione mirata per ridurre il bias cognitivo che li contraddistingue.

Domanda 16: Quale dei seguenti metodi per fare previsioni ed analisi (ad esempio per fare una diagnosi medica o per individuare i colpevoli a processo) dà risultati certi al 100%?

1. test HIV
2. test DNA
3. oroscopo professionale
4. nessuno dei precedenti

Le risposte sono state indicate in tabella in questa sequenza, dove la numero uno, ossia la risposta corretta, corrisponde a “nessuna delle precedenti”.

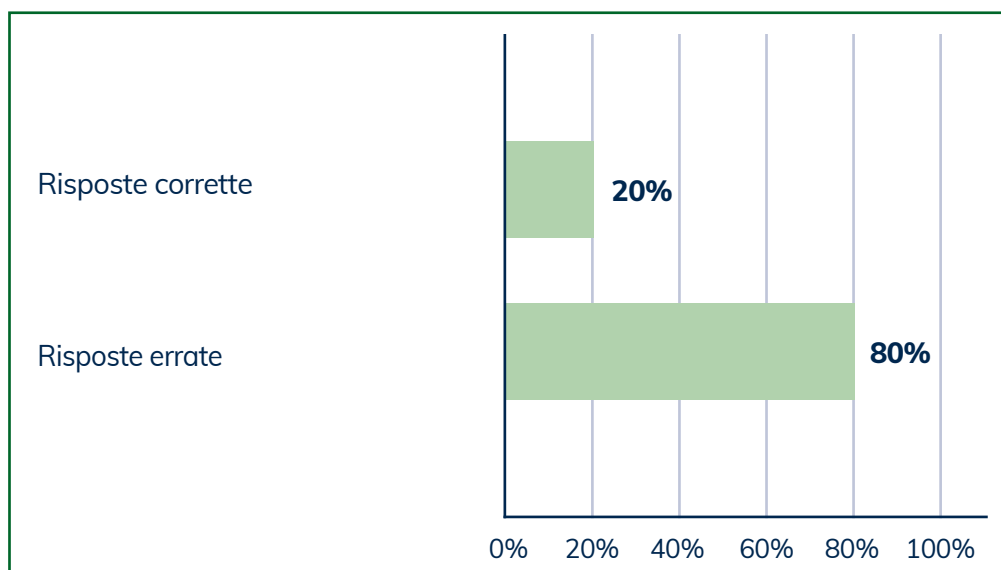
1. nessuno dei precedenti
2. oroscopo professionale
3. test DNA
4. test HIV



Distribuzione delle risposte per l'intera popolazione e suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

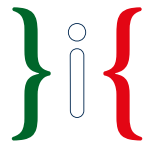
		1	2	3	4
Genere	Totale	20%	2%	68%	9%
	Femmina	22%	1%	67%	10%
	Maschio	19%	2%	70%	9%
	Altro	16%	32%	48%	4%
Area Geografica	Nord Ovest	22%	2%	67%	9%
	Nord Est	23%	1%	66%	10%
	Centro	20%	2%	68%	9%
	Sud e Isole	18%	2%	71%	9%
Fasce di età	18-24	16%	7%	67%	11%
	25-44	22%	3%	64%	11%
	45-65	21%	1%	69%	9%
	65+	19%	1%	72%	7%
Occupazione	Casalino/a	20%	1%	71%	8%
	Lavoratore autonomo	22%	2%	65%	11%
	Lavoratore dipendente	21%	2%	67%	10%
	Non occupato	20%	3%	70%	8%
	Pensionato/a	20%	4%	66%	10%
	Studente	19%	2%	73%	7%
	Altro	28%	0%	66%	7%
Nucleo Familiare	Coppia	19%	2%	71%	8%
	Famiglia Monoparentale	19%	3%	72%	6%
	Famiglia con figli	20%	2%	68%	10%
	Single	25%	2%	64%	10%
	Altro	27%	3%	60%	10%

Distribuzione delle risposte della popolazione (dati in percentuale)



La domanda indaga la capacità di discernere tra situazioni certe e probabili. La percentuale della popolazione che ha risposto correttamente si attesta intorno al 20%, mentre emerge una predisposizione preponderante verso la risposta numero 3: la popolazione attribuisce certezza assoluta ai risultati del test del DNA, dando quindi prova di una forte e generalizzata “illusione di certezza”. Le persone cercano la certezza perché ne hanno un desiderio intrinseco.

L'incertezza sembra essere stressante allo stesso modo inconscio della rabbia e della paura. Eliminare l'incertezza è quindi una aspirazione della maggior parte delle persone. Tuttavia, poiché questo non è possibile, ne possono derivare comportamenti e aspettative erranee. Tipico è il caso di moral hazard, anche inconscio, dopo essersi assicurati o peggio l'aspettativa di non avere alcun tipo di sorpresa se si manifestasse un evento avverso. Coniugando le evidenze di questa e dalla domanda precedente emerge chiaramente la mancata comprensione del concetto di incertezza da parte di una quota significativa della popolazione e la necessità di impostare una politica di comunicazione progettata per superare i limiti cognitivi ed emotivi dei riceventi.



Domanda 17 e 18:

Campione A: Qual è la probabilità annuale di subire un qualsiasi tipo di furto fuori casa?

Quanto saresti disposto a pagare all'anno per una polizza a copertura di un qualsiasi tipo di furto fuori casa?

Campione B: Leggi qui un elenco di possibili furti che si potrebbero subire fuori casa.

Portafoglio

Orologio

Telefonino

Gioiello

Bicicletta

Mezzo a motore

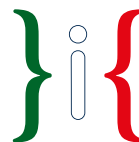
Quanto saresti disposto a pagare all'anno per una polizza a copertura dell'insieme di questi rischi di furto?

Risposte relative alle probabilità medie dichiarate campione B vs campione A e alle probabilità cumulata media campione B (dati in percentuale)

Portafoglio	36,58
Orologio	21,81
Telefonino	33,11
Gioiello	25,87
Bicicletta	34,24
Mezzo a motore	28,68
Somma probabilità	180,30
Media dei possibili furti	30,05
Qualsiasi tipo di furto	28,63

Statistiche varie della "Willingness to pay" campione B vs campione A (euro)

	CAMPIONE B	CAMPIONE A
Media	181,11	129,09
Max	1000	1000
Min	0	0
Moda	100	100
Mediana	100	80

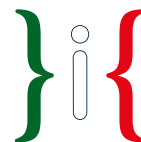


Risposte relative alle probabilità medie dichiarate campione B vs campione A e alle probabilità cumulata media campione B suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		CAMPIONE B		CAMPIONE A
		SOMMA	MEDIA	MEDIA
Genere	Femmina	195,82	32,64	31,95
	Maschio	165,32	27,55	24,54
	Altro	154,05	25,67	46,00
Area Geografica	Nord Ovest	166,44	27,74	26,57
	Nord Est	171,85	28,64	27,01
	Centro	190,68	31,78	28,85
	Sud e Isole	188,73	31,45	30,97
Fasce di età	18-24	213,91	35,65	33,18
	25-44	197,11	32,85	31,05
	45-65	174,96	29,16	27,87
	65+	161,51	26,92	25,87
Occupazione	Casalingo/a	164,18	27,36	33,91
	Lavoratore autonomo	193,53	32,25	27,60
	Lavoratore dipendente	183,09	30,52	29,95
	Non occupato	187,89	31,31	27,86
	Pensionato/a	159,74	26,62	23,56
	Studente	236,46	29,41	31,44
	Altro	164,00	27,33	31,78
Nucleo Familiare	Coppia	170,03	28,34	25,92
	Famiglia Monoparentale	203,63	33,94	27,68
	Famiglia con figli	183,57	30,60	29,84
	Single	176,91	29,49	28,97
	Altro	203,35	33,89	32,41
Fasce di reddito	Meno di €20.000	188,50	31,42	32,42
	Tra €20.000 e €40.000	175,12	29,19	27,52
	Tra €40.000 e €80.000	164,52	27,42	23,57
	Più di 80.000€	165,06	27,51	17,94
	Preferisco non rispondere	192,73	32,12	30,30

Willingness to pay media campione B vs campione A (dati in euro)

		WTP MEDIA CAMPIONE B	WTP MEDIA CAMPIONE A
Genere	Femmina	174,74	151,38
	Maschio	186,03	134,00
	Altro	242,48	123,17
Area Geografica	Nord Ovest	166,20	125,69
	Nord Est	200,16	127,14
	Centro	184,46	123,00
	Sud e Isole	172,01	136,22
Fasce di età	18-24	255,19	187,00
	25-44	183,64	144,79
	45-65	173,79	119,24
	65+	167,31	109,19
Occupazione	Casalingo/a	134,60	114,69
	Lavoratore autonomo	194,70	149,76
	Lavoratore dipendente	191,96	137,06
	Non occupato	209,20	126,39
	Pensionato/a	158,45	89,33
	Studente	218,49	189,85
	Altro	76,50	153,11
Nucleo Familiare	Coppia	176,26	110,93
	Famiglia Monoparentale	170,43	87,99
	Famiglia con figli	192,23	144,99
	Single	155,59	118,96
	Altro	175,71	130,20
Fasce di reddito	Meno di €20.000	165,24	122,21
	Tra €20.000 e €40.000	176,31	135,97
	Tra €40.000 e €80.000	213,78	114,69
	Più di 80.000€	311,15	161,61
	Preferisco non rispondere	171,31	134,36



Per le domande 17 e 18 del questionario la popolazione complessiva degli intervistati è stata suddivisa in due sotto-campioni distinti ai quali è stato chiesto di stimare rispettivamente la probabilità di subire un qualsiasi furto fuori casa (campione A) e la probabilità connessa al furto di una serie di oggetti personali (campione B).

Entrambi i gruppi hanno poi dovuto dichiarare quanto fossero disposti a pagare per assicurarsi contro il furto. Con questa domanda, analoga a quella posta nella rilevazione svolta dall'IVASS (2021), si indagano le modalità con cui le persone forniscono giudizi di probabilità davanti ad una descrizione "impacchettata" (campione A) e "spacchettata" (campione B). L'ipotesi è che, grazie allo spacchettamento, l'attenzione venga attratta verso situazioni più vivide e salienti e pertanto risulti più facile esprimere un giudizio su più possibilità. Con la salienza dovrebbe quindi aumentare la probabilità dichiarata e conseguentemente la volontà di pagare per proteggersi dal rischio percepito. I risultati dell'indagine confermano pienamente l'ipotesi: nella situazione impacchettata la probabilità media è pari a 28,63% (IVASS 28,6%), mentre in presenza di una lista spacchettata di evenienze la somma delle probabilità è in media pari a 180,30% (IVASS 172,1%), valore quindi di gran lunga superiore. Addirittura, per ben quattro dei possibili furti, i rispondenti del campione B stimano una probabilità singola superiore a quella di tutti i furti "impacchettati". Questo comportamento è omogeneo e confermato in pressoché tutti i segmenti della popolazione comunque suddivisi.

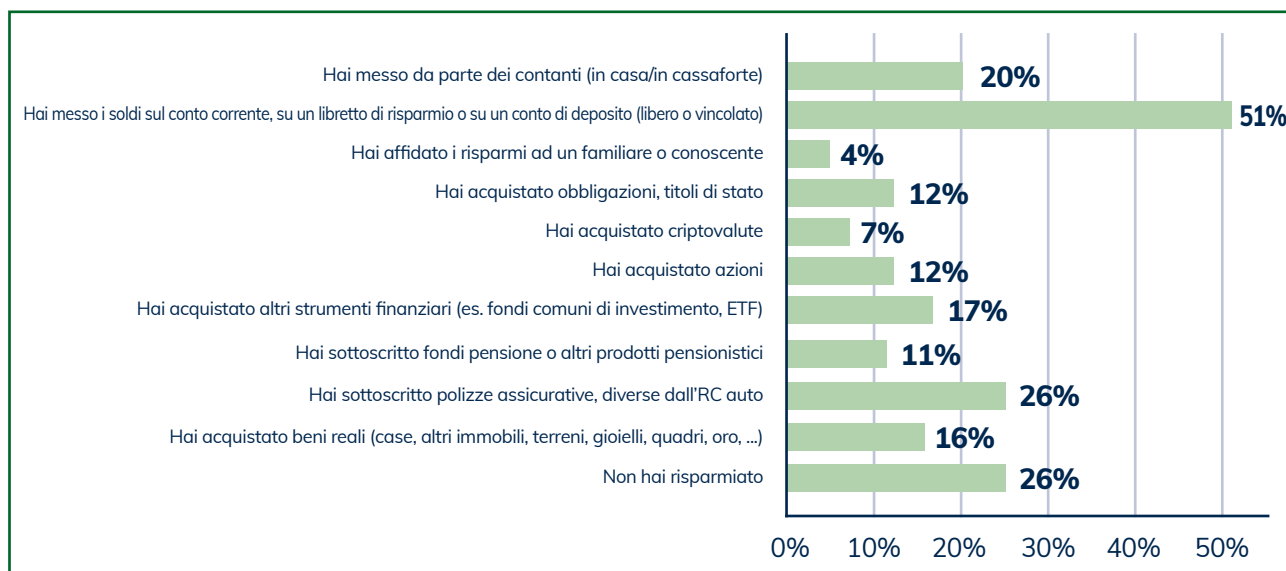
Trova conferma anche l'ipotesi connessa alla *willingness to pay* che risulta in media pari a 129,09 euro per il campione A e 181,11 euro per il campione B. Anche in questo caso i risultati appaiono omogenei in quasi tutti i segmenti della popolazione.

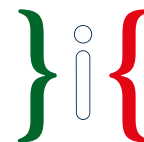
A corollario, è interessante segnalare che le donne di entrambi i campioni giudicano più alte le probabilità di subire furti e sarebbero disposte a pagare di più degli uomini per assicurarsi. Altrettanto, i più giovani generano le stime più alte e pagherebbero somme particolarmente elevate, seconde solo a quelle che sarebbero disposti a pagare i rispondenti con il reddito più elevato. Proprio questi ultimi, pur stimando probabilità di subire furti inferiori alla media (165,06 vs 181,11), mostrano la più elevata *willingness to pay*. Tale risultato potrebbe trovare giustificazione nel fatto che l'importo che si è disposti a pagare deriva anche dal valore che uno dà agli oggetti rubati e persone con più elevato reddito, oltre ad avere maggiori capacità di spesa, potrebbero possedere oggetti più costosi.

Risposte Sezione C questionario - Comportamenti

Domanda 19: Negli ultimi 24 mesi: (risposte multiple)

Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)

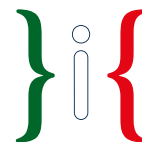




Distribuzione delle risposte suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		CONTANTI	LIQUIDITÀ IN BANCA	RISPARMI A FAMIGLIA ETC	OBBL. ETC	CRIPTO-VALUTE	AZIONI	ETF, FONDI ETC	FONDI PENSIONI ETC	POLIZZE (NO RC AUTO)	BENI REALI	NO RISPARMIO
Genere	Femmina	20%	49%	4%	9%	3%	8%	12%	9%	21%	16%	30%
	Maschio	20%	54%	4%	15%	10%	17%	23%	13%	31%	16%	22%
	Altro	12%	28%	18%	12%	20%	16%	12%	8%	18%	28%	20%
Area Geografica	Nord Ovest	19%	50%	3%	15%	6%	15%	22%	14%	28%	16%	21%
	Nord Est	18%	55%	4%	14%	7%	16%	23%	11%	28%	16%	23%
	Centro	21%	54%	4%	12%	7%	13%	16%	12%	27%	16%	25%
	Sud e Isole	22%	47%	5%	8%	6%	8%	11%	9%	21%	16%	31%
Fasce di età	18-24	33%	51%	14%	12%	16%	10%	13%	11%	21%	24%	18%
	25-44	24%	56%	6%	11%	11%	13%	14%	13%	27%	23%	19%
	45-65	17%	50%	2%	11%	4%	11%	18%	13%	26%	14%	29%
	65+	17%	48%	2%	14%	3%	14%	20%	7%	25%	9%	31%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	20%	41%	5%	6%	6%	6%	10%	8%	20%	13%	38%
	Tra €20.000 e €40.000	21%	56%	5%	13%	8%	13%	18%	12%	29%	17%	20%
	Tra €40.000 e €80.000	23%	64%	3%	21%	7%	25%	33%	16%	35%	20%	11%
	Più di €80.000	25%	69%	4%	35%	13%	40%	45%	27%	42%	34%	8%
	Preferisco non rispondere	15%	47%	3%	10%	5%	9%	12%	8%	17%	15%	34%

In questa domanda si registrano le scelte di risparmio e investimento. Emerge che negli ultimi 24 mesi poco più di un quarto dei rispondenti non ha risparmiato e tale percentuale cresce tra le donne, le persone più anziane, chi risiede al Sud e Isole e, in modo particolare, tra chi dichiara un reddito annuo più basso. La liquidità è stata la forma di allocazione del risparmio più diffusa e in media oltre il 50% degli intervistati ha scelto quest'opzione. Gli investimenti in liquidità sono stati particolarmente elevati tra i rispondenti con il reddito più elevato (70%). Gli strumenti di risparmio gestito e le polizze assicurative sono gli strumenti finanziari più diffusi tra la popolazione e tale allocazione, non sorprendentemente, cresce con il reddito. Le donne invece mostrano una generalizzata minore presenza nel mondo degli investimenti finanziari e assicurativi. Merita menzione l'accentuato investimento in criptovalute tra le fasce più giovani della popolazione. Infine, in media solo circa il 10% della popolazione ha allocato risorse a prodotti previdenziali, ma le percentuali sono più basse tra le donne, le persone residenti al Sud e Isole e i percettori di redditi più bassi.

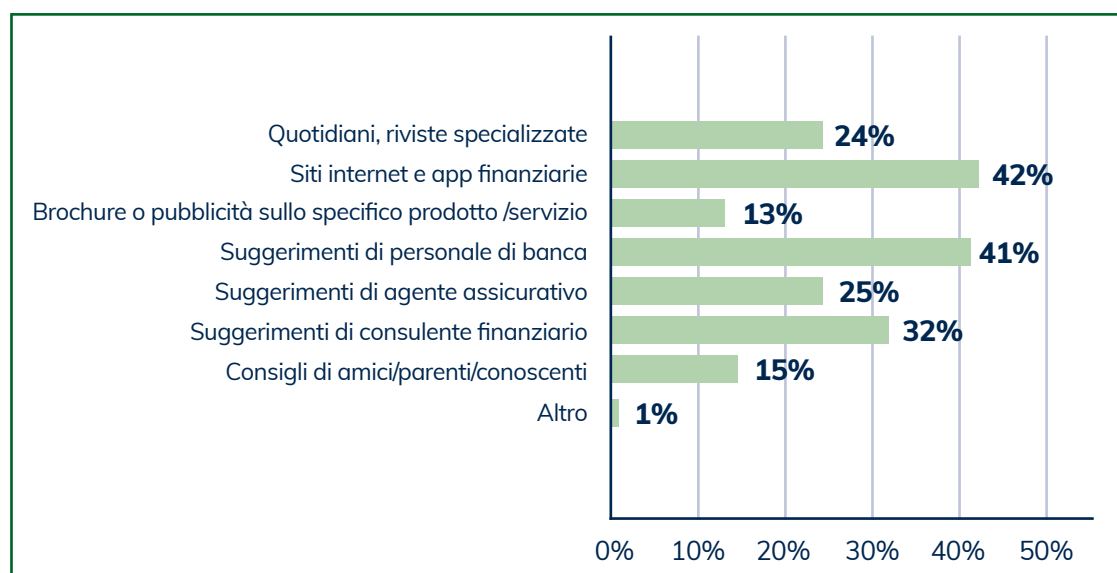


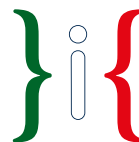
Incrociando infine le risposte fornite con i dati di *numeracy di base* e i tratti comportamentali, è possibile osservare alcune interessanti evidenze. Le persone che mostrano una più elevata *numeracy di base* investono in polizze assicurative e in fondi pensione più di quanto dichiarato dalla media. Le polizze sono poi scelte da persone che mostrano una minore miopia e una più elevata self-efficacy. Investono invece in criptovalute le persone meno ansiose, con alta overconfidence (illusione di controllo), bassa avversione all'ambiguità e alta avversione al rammarico. Proprio quest'ultima evidenza è particolarmente interessante, perché la scelta di investire potrebbe essere giustificata dal rammarico possibile che deriva dal bias del *fear of missing out* (Delfabbro et al. 2021). Infine tra chi detiene contante o liquidità in banca si registrano i più elevati livelli di avversione all'ambiguità.

Domanda 20: Per l'acquisto di prodotti finanziari o assicurativi, quali sono di solito le tue principali fonti di informazione? (fino a 3)

20.A (domanda aperta elaborata con analisi semantica): Perché per informarti di solito scegli di affidarti principalmente a queste fonti? Spiegaci in modo dettagliato i motivi della tua scelta / preferenza per queste fonti informative.

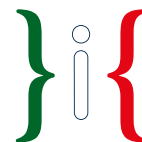
Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)





Distribuzione delle risposte suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		QUOTIDIANI, RIVISTE SPECIALIZZATE	SITI INTERNET E APP FINANZIARIE	BROCHURE O PUBBLICITÀ	SUGGERIMENTI DI PERSONALE DI BANCA	SUGGERIMENTI DI AGENTE ASSICURATIVO	SUGGERIMENTI DI CONSULENTE FINANZIARIO	CONSIGLI DI AMICI/PARENTI/ CONOSCENTI	ALTRO
Genere	Femmina	17%	34%	13%	45%	29%	32%	18%	1%
	Maschio	29%	47%	12%	38%	23%	33%	13%	2%
	Altro	6%	19%	19%	29%	35%	26%	6%	0%
Area Geografica	Nord Ovest	23%	38%	11%	43%	25%	32%	14%	1%
	Nord Est	24%	40%	11%	42%	24%	33%	16%	2%
	Centro	24%	42%	12%	42%	27%	32%	15%	1%
	Sud e Isole	25%	45%	17%	38%	25%	31%	13%	1%
Fasce di età	18-24	14%	42%	27%	38%	27%	24%	14%	1%
	25-44	22%	48%	15%	38%	28%	27%	18%	1%
	45-65	25%	43%	11%	41%	24%	34%	14%	2%
	65+	28%	33%	9%	45%	24%	38%	12%	1%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	17%	41%	15%	39%	27%	26%	17%	1%
	Tra €20.000 e €40.000	25%	41%	13%	43%	26%	30%	14%	1%
	Tra €40.000 e €80.000	30%	43%	11%	42%	25%	40%	12%	1%
	Più di 80.000€	40%	60%	9%	13%	18%	43%	7%	0%
	Preferisco non rispondere	19%	36%	11%	38%	23%	36%	18%	2%



Topic Cloud fonti informative

Risposta 1: Quotidiani, riviste specializzate



Risposte 404 Sentiment 3.78

Risposta 3: Brochure o pubblicità sullo specifico prodotto/servizio



Risposte 215 Sentiment 3.78

Risposta 5: Suggerimenti di agente assicurativo



Risposte 426 Sentiment 4.09

Risposta 7: Consigli di amici/parenti/conoscenti



Risposte 257 Sentiment 3.94

Fonte: Elaborazioni App2check

La presente dispensa ha esclusivamente finalità informative e non vuole fornire in alcun modo suggerimenti o consigli di acquisto di prodotti finanziari.

Risposta 2: Siti internet e app finanziarie



Risposte 999 Sentiment 3.90

Risposta 4: Suggerimenti di personale di banca



Risposte 689 Sentiment 4.10

Risposta 6: Suggerimenti di Consulente finanziario

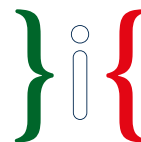


Risposte 545 Sentiment 4.17

Risposta 8: Altro, specificare



Risposte 22 Sentiment 2.83



In questa domanda ci si pone l'obiettivo di capire quali fonti informative vengono utilizzate per investire e perché (domanda 20 A aperta). Per scegliere strumenti finanziari e assicurativi, in media, oltre il 40% dei rispondenti fa uso di siti internet e app finanziarie. Tale percentuale sale in modo significativo tra le persone con il reddito più elevato, tra chi ha un'età compresa tra 25-44 anni e tra i maschi; è invece nettamente inferiore alla media tra le persone più anziane e le donne. Queste ultime utilizzano in modo più diffuso della media i suggerimenti di professionisti nel settore finanziario, confermando un approccio alla raccolta di informazioni ed al processo decisionale distinto (McKinsey 2022).

Il personale di banca è la fonte informativa più citata tra le persone di età superiore ai 45 anni, mentre le persone con il reddito più elevato interagiscono e si informano grazie all'ausilio dei consulenti finanziari. Ben il 15% del campione utilizza fonti informative informali quali il passaparola e il consiglio di parenti o amici. Non vi sono differenze significative nella scelta delle fonti rispetto a tratti comportamentali e numeracy di base. Incrociando i dati con l'indicatore di sintesi presentato nei paragrafi precedenti, l'Edufin Index, emerge che coloro che fanno più ampio ricorso a fonti informative informali raggiungono punteggi dell'Edufin Index (omogeneo per tutti i sotto-indici) significativamente inferiori a quelli di coloro i quali utilizzano fonti informative strutturate.

Grazie alle elaborazioni con strumenti semantici della risposta 20.A è possibile anche comprendere le ragioni per cui i rispondenti fanno uso di una o dell'altra fonte informativa. In sintesi, le motivazioni principali che spingono gli intervistati a scegliere una fonte d'informazione sono:

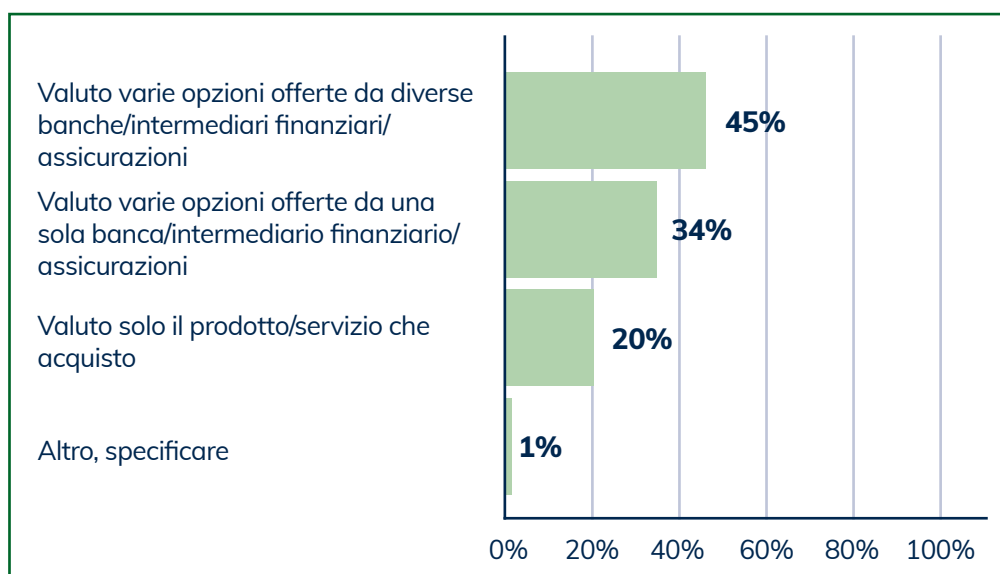
1. La Fiducia, quando la fonte è una persona (Consulenti, Amici, Agente Assicurativo e Personale di Banca);
2. L'Affidabilità, nel caso in cui la fonte sia uno strumento (Quotidiani, Siti, Brochure).

Infine con riferimento al sentiment attribuito alle diverse fonti informative utilizzate, il gradimento più elevato si registra per i consulenti finanziari con sentiment 4.17 (su una scala da 1 a 5) e il più basso, pur se positivo, è per i quotidiani con 3.78.

Domanda 21: Per l'acquisto di prodotti finanziari o assicurativi, in che modo sei solito effettuare la tua scelta?

**21.A (domanda aperta elaborata con analisi semantica):
Per quale motivo per l'acquisto di un prodotto finanziario o assicurativo hai [...scelto di fare così]**

Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)



(dati in percentuale)

(dati in percentuale)		VALUTO VARIE OPZIONI OFFERTE DA DIVERSI IF	VALUTO VARIE OPZIONI OFFERTE DA UN SOLO IF	VALUTO SOLO IL PRODOTTO/ SERVIZIO	ALTRO, SPECIFICARE
Genere	Femmina	42%	37%	20%	1%
	Maschio	48%	32%	20%	1%
	Altro	35%	45%	19%	0%
Area Geografica	Nord Ovest	46%	33%	20%	1%
	Nord Est	45%	36%	19%	1%
	Centro	43%	34%	21%	2%
	Sud e Isole	47%	33%	19%	1%
Fasce di età	18-24	42%	33%	24%	1%
	25-44	53%	27%	19%	0%
	45-65	44%	34%	20%	2%
	65+	39%	41%	18%	1%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	47%	28%	23%	2%
	Tra €20.000 e €40.000	45%	36%	18%	1%
	Tra €40.000 e €80.000	46%	37%	17%	0%
	Più di 80.000€	49%	36%	13%	1%
	Preferisco non rispondere	40%	33%	26%	2%

Topic Cloud processi di scelta

Risposta 1: Ho valutato varie opzioni offerte da diverse banche/intermediari finanziari/assicurazioni (45.19%)



Risposta 3: Ho valutato solo il prodotto/servizio che ho acquistato (19.7%)



Risposta 2: Ho valutato varie opzioni offerte da una sola banca/intermediario finanziario/assicurazioni (33.92%)

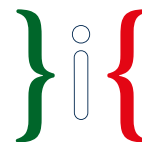


Risposta 4: Altro, specificare (1.19%)



Fonte: Elaborazioni App2check

La presente dispensa ha esclusivamente finalità informative e non vuole fornire in alcun modo suggerimenti o consigli di acquisto di prodotti finanziari.

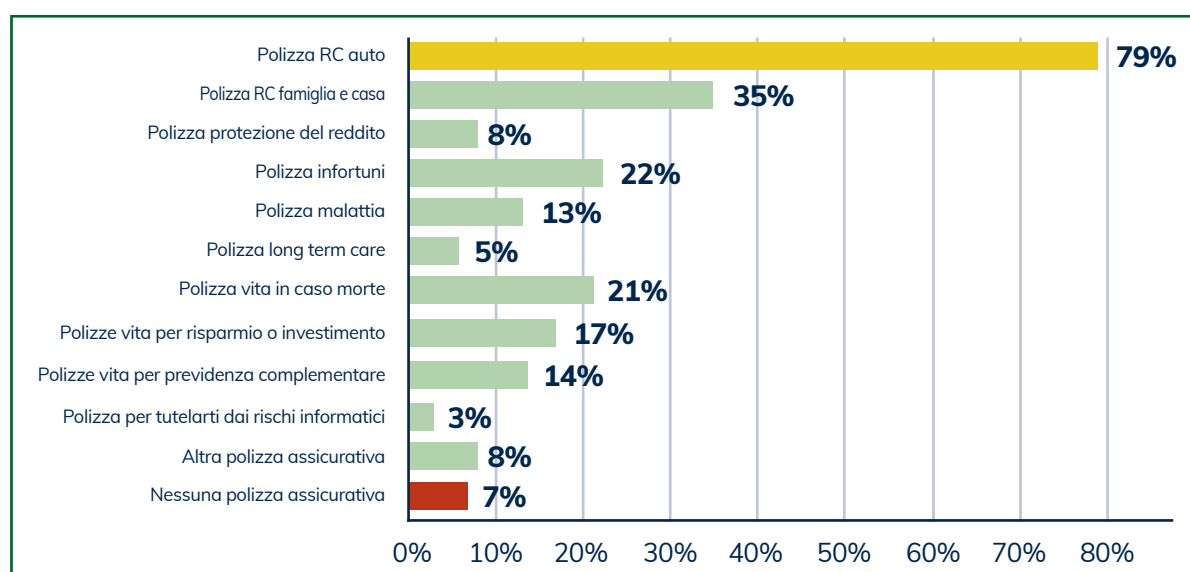


Questa domanda serve ad investigare come gli italiani acquistano strumenti finanziari o assicurativi. Le risposte suggeriscono che, quando si apprestano ad acquistare strumenti finanziari e assicurativi, le persone preferiscono confrontare diverse alternative. La maggioranza preferisce analizzare le offerte di diversi fornitori – intermediari e compagnie- e circa un terzo chiede al proprio intermediario di fiducia di fornire diverse opzioni tra cui scegliere. Il processo di scelta è diverso tra i maschi e le femmine, con i primi più portati a confrontare le diverse istituzioni e le seconde a dare maggiore peso all'offerta da parte del proprio intermediario di riferimento. L'analisi di varie opzioni tra più intermediari è poi la scelta tipica delle persone della generazione Y (25-44 anni), tra chi ha redditi più elevati e tra i residenti al Sud e Isole. La scelta concentrata nell'offerta di un solo intermediario prevale tra i più anziani. Infine, la percentuale di chi valuta solo il prodotto da acquistare è più alta tra le persone con reddito più basso e tra i più giovani.

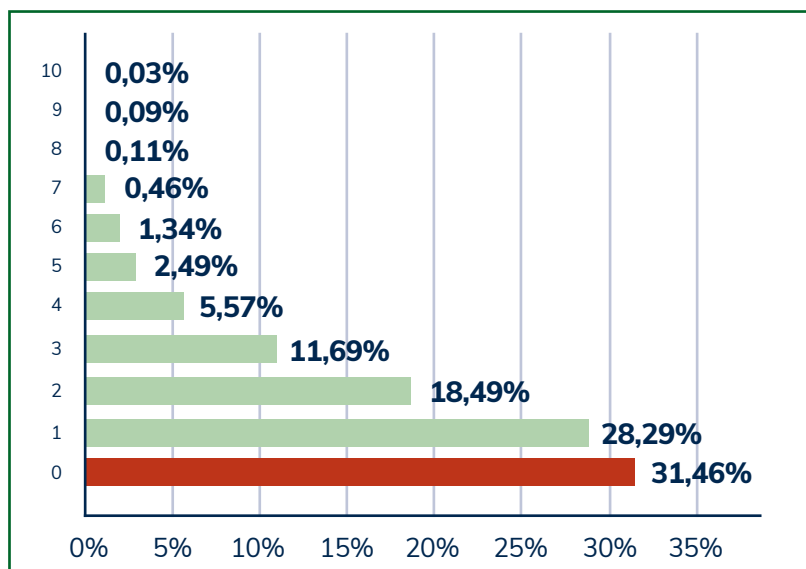
Le ragioni che spingono ad un criterio di scelta rispetto ad un altro possono essere riassunte in due motivazioni principali: desiderio di ricerca della opzione più conveniente (risposta 1) e fiducia nel proprio intermediario di riferimento (risposte 2 e 3). Emerge chiara dalla polarizzazione delle risposte dei Millennials da una parte (shopping around) e delle donne dall'altra (concentrazione su un intermediario di fiducia).

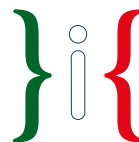
Domanda 22: Da quali delle seguenti tipologie di polizze sei attualmente coperto (sottoscritta da te o da un tuo familiare)?

Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)



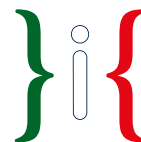
Distribuzione del numero di polizze diverse dall'RC auto detenute dall'intera popolazione (dati in percentuale)





Distribuzione del numero di polizze diverse dall'RC auto detenute dall'intera popolazione (dati in percentuale)

		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Genere	Femmina	37,13	27,86	16,93	10,30	4,52	1,89	0,97	0,23	0,11	0,06	0
	Maschio	26,03	28,44	19,86	13,10	6,64	3,17	1,76	0,71	0,12	0,12	0,06
	Altro	18,00	38,00	26,00	12,00	6,00	0	0	0	0	0	0
Area Geografica	Nord Ovest	21,79	29,80	20,88	13,77	7,11	3,78	2,12	0,76	0	0	0
	Nord Est	24,61	27,53	20,75	12,62	7,82	3,55	1,98	0,73	0,31	0,10	0
	Centro	31,94	28,78	18,13	11,80	5,47	1,87	1,29	0,29	0,14	0,29	0
	Sud e Isole	42,11	27,76	15,53	9,70	2,95	1,27	0,42	0,17	0	0	0,08
Fasce di età	18-24	37,19	25,26	18,95	10,53	6,32	0,35	0,70	0,35	0,35	0	0
	25-44	34,70	29,77	15,20	10,69	5,03	2,73	1,36	0,31	0,21	0	0
	45-65	28,72	26,77	19,51	12,22	6,61	2,80	2,26	0,70	0,08	0,23	0
	65+	30,23	29,71	20,08	12,30	4,51	2,46	0,31	0,31	0	0	0,10
Occupazione	Casalingo/a	49,50	27,91	11,63	5,65	3,65	1,00	0,66	0	0	0	0
	Lavoratore autonomo	24,84	26,37	19,34	14,29	8,13	3,52	1,76	1,10	0,44	0,22	0
	Lavoratore dipendente	26,24	29,56	19,91	12,05	6,39	3,13	1,84	0,61	0,12	0,12	0
	Non occupato	61,50	20,32	10,16	6,95	0,53	0,53	0	0	0	0	0
	Pensionato/a	29,49	29,49	19,62	13,72	4,53	2,19	0,69	0,14	0	0	0,14
	Studente	42,94	24,54	19,63	7,98	4,29	0	0,61	0	0	0	0
	Altro	31,58	31,58	15,79	13,16	5,26	0	2,63	0	0	0	0
Nucleo Familiare	Coppia	27,39	29,41	19,75	13,48	5,63	2,97	1,06	0,32	0	0	0
	Famiglia Monoparentale	31,90	27,50	17,90	11,49	6,19	2,45	1,56	0,61	0,22	0,11	0,06
	Famiglia con figli	36,81	29,86	15,97	6,94	5,56	2,08	2,78	0	0	0	0
	Single	35,18	28,11	18,93	10,71	3,44	2,10	0,96	0,38	0	0,19	0
	Altro	34,69	30,61	18,37	10,20	5,10	1,02	0	0	0	0	0
Fasce di reddito	Meno di €20.000	45,95	26,45	15,64	6,76	3,09	1,16	0,48	0,19	0,10	0,10	0,10
	Tra €20.000 e €40.000	25,15	30,98	20,35	12,98	6,38	3,19	1,29	0,53	0,15	0	0
	Tra €40.000 e €80.000	16,67	28,25	21,14	17,28	8,74	3,66	2,85	0,81	0,20	0,41	0
	Più di 80.000€	8,43	22,89	25,30	19,28	13,25	3,61	6,02	1,20	0	0	0
	Preferisco non rispondere	38,11	26,22	16,08	11,71	4,37	2,10	1,05	0,35	0	0	0

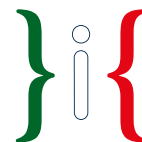


La domanda serve a misurare il grado di diffusione tra la popolazione delle polizze non obbligatorie. La prima evidenza che emerge dall'analisi delle risposte è che esiste una quota importante di popolazione italiana, intorno al 40%*, che non detiene polizze assicurative oltre a quelle obbligatorie. Tale percentuale tende a salire tra le donne (oltre il 42%), i giovani (quasi il 45%), al Sud e Isole (intorno il 50%) e raggiunge livelli massimi tra casalinghe/i e non occupati, con percentuali che rispettivamente raggiungono quasi il 60% e il 70%. Tra i più "coperti" ci sono le persone con i redditi più elevati (intorno al 15%), i residenti al Nord (circa il 30%) e chi svolge un'attività lavorativa retribuita (circa il 30%).

Le polizze più diffuse sono quelle per la responsabilità familiare, le polizze infortuni e le polizze vita in caso morte. La maggioranza detiene tra 1 e 3 polizze non obbligatorie e il numero tende a salire con il reddito e appare collegato anche con la condizione lavorativa, poiché i lavoratori autonomi sono la categoria con maggior numero medio di coperture. Esiste una relazione diretta tra grado di self-efficacy e grado di copertura, quasi a suggerire che le persone con un maggior grado di sicurezza circa la propria situazione economico-finanziaria traggano tale sicurezza anche dal sistema di protezione che si sono costituiti. Esiste viceversa una relazione inversa tra chi "soffre" di miopia e present bias** e numero di polizze sottoscritte, anche in questo caso ad indicare la difficoltà che hanno le persone troppo concentrate sul presente a superare il trade-off che esiste tra il costo della polizza (presente) e i benefici potenziali (futuri).

* Il valore è calcolato come somma di chi non si assicura e di chi detiene solo polizze obbligatorie (RC Auto)

** Vedi successiva domanda 24



Dd 22 (seconda parte) –

Campione A (domanda aperta elaborata con strumenti di analisi semantica): **Hai indicato di aver sottoscritto / essere coperto da polizze diverse dalla polizza RC Auto obbligatoria, quali motivazioni sono state alla base della tua scelta e della tua famiglia di sottoscrivere queste altre polizze?**

Campione B: **Hai indicato di aver sottoscritto / essere coperto da polizze diverse dalla polizza RC Auto obbligatoria, quale motivazione ha prevalso nella tua scelta e della tua famiglia di sottoscrivere queste altre polizze? [segue elenco di opzioni]**

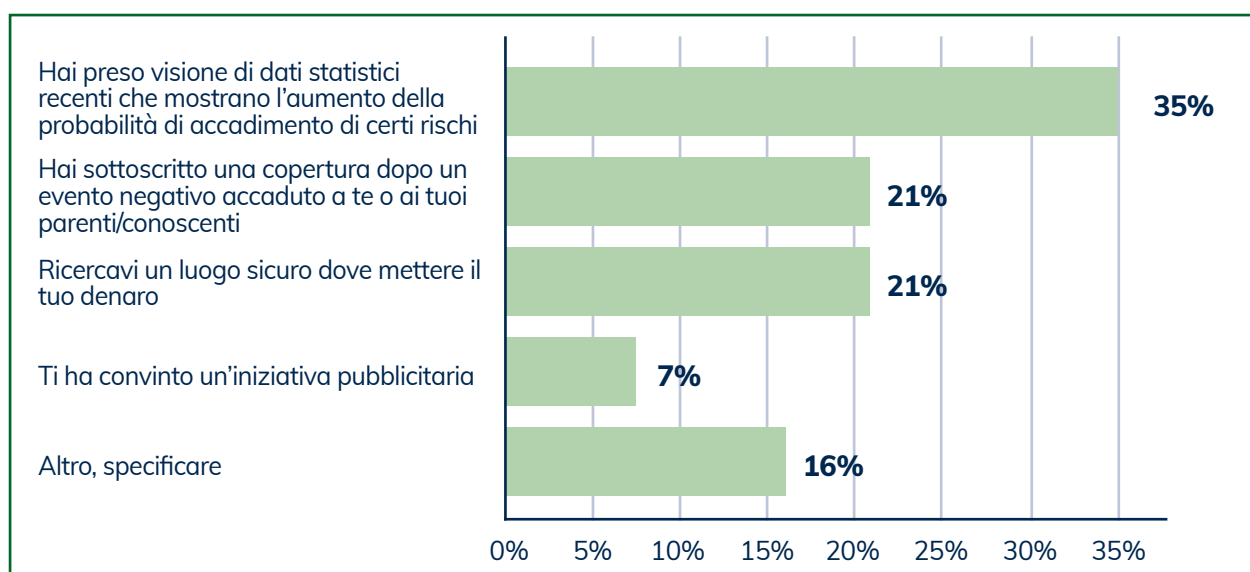
Topic Cloud risposte del campione A e risposte Altri campione B

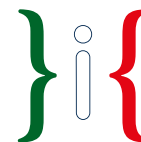


Sentiment 3.69

Fonte: App2check

Distribuzione delle risposte del campione B (dati in percentuale)





Distribuzione delle risposte del campione B suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		DATI STATISTICI	EVENTI NEGATIVI	LUOGO SICURO	PUBBLICITÀ	ALTRO
Genere	Femmina	38%	18%	21%	8%	15%
	Maschio	30%	23%	23%	6%	18%
	Altro	53%	26%	5%	5%	11%
Area Geografica	Nord Ovest	35%	21%	17%	4%	22%
	Nord Est	36%	20%	21%	5%	17%
	Centro	31%	23%	23%	9%	14%
	Sud e Isole	36%	19%	23%	9%	13%
Fasce di età	18-24	33%	29%	20%	11%	7%
	25-44	39%	21%	20%	6%	14%
	45-65	34%	19%	22%	6%	19%
	65+	33%	20%	22%	7%	18%

Per la seconda parte della domanda 22 la popolazione complessiva degli intervistati è stata nuovamente suddivisa in due sotto-campioni distinti. Al campione A è stato chiesto di indicare liberamente perché avesse scelto di assicurarsi, mentre al campione B è stata fornita una serie di motivazioni tra cui scegliere. Lo scopo di tale suddivisione è verificare se, ciò che emerge senza suggerimenti e condizionamenti, trova conferma nelle risposte codificate e quali tra queste ultime meglio si adattano alle motivazioni delle persone ad assicurarsi.

Partendo dalle risposte codificate, la prima motivazione che spingerebbe le persone ad assicurarsi pare essere la consapevolezza di un aumento della probabilità di possibili eventi avversi, e a seguire, con pari rilevanza, compaiono la salienza connessa ad eventi negativi avvenuti nella propria cerchia ristretta e il desiderio di sicurezza per il proprio denaro. La salienza è particolarmente forte tra i giovani, mentre le motivazioni di tipo probabilistico assumono livelli massimi tra i maschi.

Incrociando le risposte con la *numeracy* e i tratti comportamentali, emerge poi che quasi il 50% di chi presenta competenze base di *numeracy* dichiara di assicurarsi per motivazioni di tipo statistico; mentre le persone con più alta avversione al rammarico e all'ambiguità si assicurano alla ricerca di un luogo sicuro per il proprio denaro.

Domanda 22 bis (domanda aperta elaborata con strumenti di analisi semantica: **Ci puoi spiegare come ti sei sentito dopo aver effettuato questa scelta [di assicurarti]?**)

[illegible]

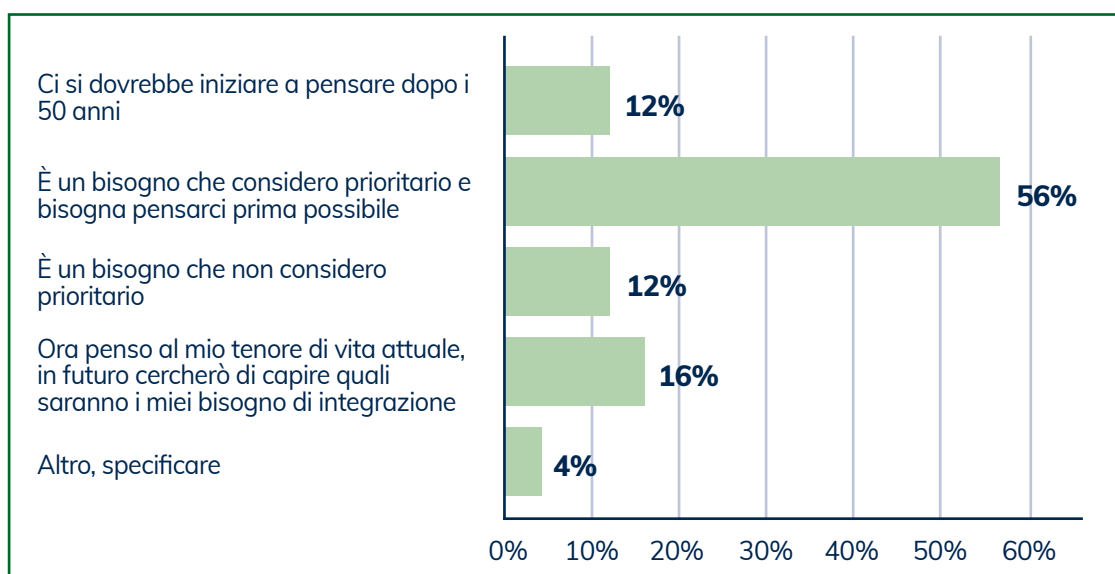
Risposte con Sentiment Negativo: 129

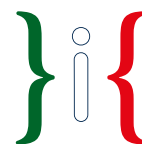
Generalmente gli intervistati hanno avuto una sensazione positiva dopo aver sottoscritto la polizza. Infatti, i topic più ricorrenti sono aggettivi con un'accezione positiva, quali Tranquillo (sentiment 4.81 e ricorrenza 14.1%), Sereno (4.73, 4.05%), Tutelato (3.88, 1.77%) e Protetto. (4.6, 1.77%). C'è una minoranza (con singole ricorrenze molto basse) che esprime un sentiment negativo espresso con parole chiave di preoccupazione e dubbio, in genere collegate a esperienze pregresse negative connesse al rimborso dei danni. Infine, circa il 6% non è in grado di esprimere alcun tipo di sentiment collegato alla scelta di assicurarsi.

Risposte alla sezione D del questionario – Attitudini

Domanda 23: Con riferimento all'eventuale integrazione del reddito che si avrà nell'età della pensione, in quale delle seguenti affermazioni ti ritrovi maggiormente?

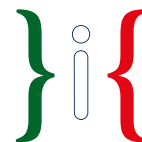
Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)





Distribuzione delle risposte suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		DOPO I 50 ANNI	PRIORITARIO	NON PRIORITARIO	TENORE DI VITA ATTUALE	ALTRO
Genere	Femmina	10%	58%	13%	15%	4%
	Maschio	13%	54%	11%	18%	4%
	Altro	12%	24%	48%	14%	3%
Area Geografica	Nord Ovest	8%	59%	12%	16%	5%
	Nord Est	10%	57%	13%	14%	5%
	Centro	11%	57%	12%	18%	3%
	Sud e Isole	16%	52%	13%	17%	3%
Fasce di età	18-24	11%	44%	22%	23%	1%
	25-44	10%	51%	13%	24%	1%
	45-65	13%	58%	11%	15%	3%
	65+	13%	60%	10%	9%	9%
Occupazione	Casalengo/a	19%	49%	11%	17%	4%
	Lavoratore autonomo	10%	59%	12%	17%	2%
	Lavoratore dipendente	11%	57%	13%	18%	1%
	Non occupato	17%	43%	12%	25%	4%
	Pensionato/a	11%	60%	10%	8%	11%
	Studente	13%	42%	20%	25%	1%
	Altro	11%	39%	29%	13%	8%
Nucleo Familiare	Coppia	30%	70%			
	Famiglia Monoparentale	12%	59%	11%	13%	5%
	Famiglia con figli	12%	55%	14%	17%	2%
	Single	15%	51%	7%	22%	6%
	Altro	12%	54%	11%	16%	7%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	14%	50%	13%	19%	4%
	Tra €20.000 e €40.000	11%	57%	13%	16%	4%
	Tra €40.000 e €80.000	7%	67%	12%	9%	4%
	Più di €80.000	20%	64%	10%	6%	0%
	Preferisco non rispondere	13%	53%	11%	19%	4%



La domanda si riferisce all'atteggiamento delle persone rispetto alla pianificazione di lungo termine e, in congiunzione con la successiva, permette di delineare la presenza di *present bias*.

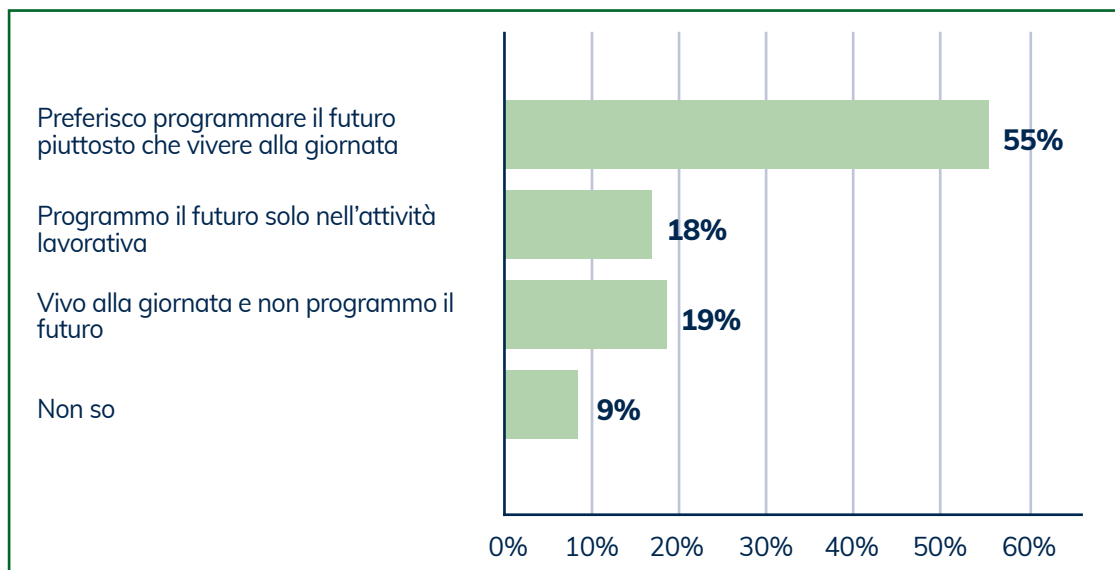
La pianificazione finanziaria di lungo termine e i bisogni di natura previdenziale sono considerati una priorità solo dal 56% degli intervistati, mentre un ulteriore 28%, contravvenendo alle logiche teoriche del ciclo di vita, ritiene che sia un bisogno a cui non dedicare attenzione dalle prime fasi della vita lavorativa utile.

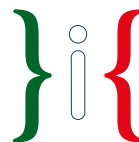
L'attenzione alla pianificazione è più elevata nella popolazione maschile, nelle fasce di reddito medio alte (sopra i 40.000 euro), tra i lavoratori autonomi e le coppie senza figli. Presenta invece valori significativamente inferiori alla media tra i giovani, i non occupati, le fasce di reddito più basse, al Sud e Isole. Emerge quindi un quadro in cui la popolazione potenzialmente più fragile dal punto di vista finanziario, impegnata a gestire le necessità presenti, fa fatica a riconoscere la necessità e/o non ritiene prioritario accantonare denaro per il futuro più lontano.

Incrociando le risposte con il profilo comportamentale, emerge che i rispondenti più avversi all'ambiguità considerano prioritaria la scelta di pianificare a lungo termine, confermando attitudini già registrate in altri mercati (Dimmock et al. 2013) e coerenti con la necessità di ridurre le condizioni di incertezza a cui rimanere esposti. Infine, analizzando le preferenze espresse con la presenza di *numeracy* di base, si evidenzia che le persone che dispongono di tale capacità rispondono in modo "razionale" in modo largamente superiore alla media.

Domanda 24: Quale delle seguenti affermazioni rispecchia meglio il tuo modo di vivere?

Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)





Distribuzione delle risposte suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		PREFERISCO PROGRAMMARE	PROGRAMMO LAVORO	VIVO ALLA GIORNATA	NON SO
Genere	Femmina	57%	18%	17%	8%
	Maschio	52%	18%	20%	10%
	Altro	56%	26%	8%	10%
Area Geografica	Nord Ovest	60%	18%	15%	8%
	Nord Est	59%	16%	17%	8%
	Centro	56%	18%	18%	7%
	Sud e Isole	47%	20%	22%	11%
Fasce di età	18-24	44%	33%	19%	5%
	25-44	51%	24%	16%	8%
	45-65	55%	17%	18%	10%
	65+	61%	9%	21%	9%
Occupazione	Casalino/a	48%	11%	27%	14%
	Lavoratore autonomo	51%	27%	15%	7%
	Lavoratore dipendente	57%	20%	15%	7%
	Non occupato	30%	22%	32%	16%
	Pensionato/a	64%	5%	22%	9%
	Studente	43%	34%	15%	7%
	Altro	37%	32%	21%	11%
Nucleo Famigliare	Coppia	61%	13%	17%	9%
	Famiglia Monoparentale	55%	20%	17%	9%
	Famiglia con figli	47%	21%	22%	10%
	Single	48%	19%	27%	7%
	Altro	43%	20%	21%	15%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	40%	21%	29%	10%
	Tra €20.000 e €40.000	59%	18%	16%	6%
	Tra €40.000 e €80.000	72%	16%	17%	4%
	Più di €80.000	80%	12%	5%	4%
	Preferisco non rispondere	52%	14%	18%	16%

Le risposte fornite alla domanda 24 sono relative al tema del *present bias* e confermano in larga parte quanto già è stato possibile osservare nelle risultanze della domanda 23, completandone il quadro: “soffrono” di *present bias* circa il 45% degli Italiani, con percentuali più alte tra le donne, i giovani, i percettori di redditi più bassi, i single, le famiglie monoparentali, i residenti al Sud e Isole. Per quanto riguarda la condizione lavorativa, il *present bias* caratterizza maggiormente i non occupati e gli studenti, mentre risulta più basso della media tra i lavoratori dipendenti.

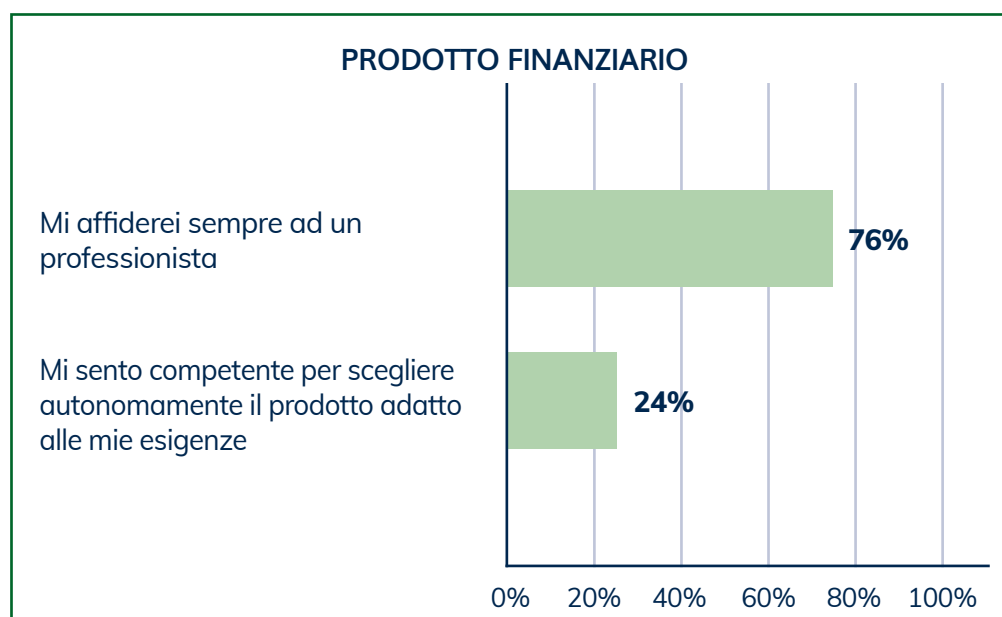
Dal punto di vista comportamentale, chi presenta una più elevata avversione all'ambiguità e al rammarico è meno esposto al *present bias*, come già evidenziato dalle risposte fornite alla domanda 23.

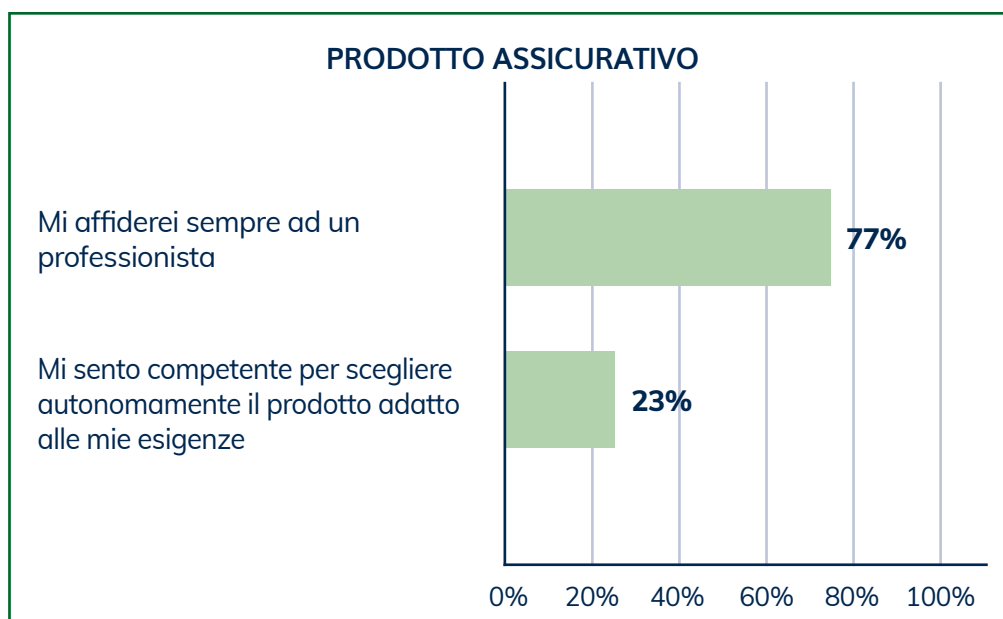
La relazione che può esistere tra il desiderio di limitare il proprio rammarico e la natura delle preferenze intertemporali non trova ampia trattazione in letteratura. Tuttavia, lavori preliminari (Lovelady in corso) potrebbero supportare le nostre evidenze, suggerendo come scelte temporalmente incoerenti, come il *present bias*, condurrebbero dinamicamente a condizioni di rammarico.

Si conferma infine la relazione virtuosa tra *numeracy* e scelte “razionali”: più della media dei rispondenti con capacità di *numeracy* sceglie di programmare il futuro.

Domande 25 e 25a: Supponi di dover acquistare un PRODOTTO FINANZIARIO (domanda 25) / PRODOTTO ASSICURATIVO (DOMANDA 25a). In quale delle seguenti affermazioni ti ritrovi maggiormente

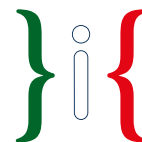
Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)





Distribuzione delle risposte suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		PRODOTTO FINANZIARIO		PRODOTTO ASSICURATIVO	
		PROFESSIONISTA	IN AUTONOMIA	PROFESSIONISTA	IN AUTONOMIA
Genere	Femmina	82%	18%	82%	18%
	Maschio	71%	29%	72%	28%
	Altro	52%	48%	44%	56%
Area Geografica	Nord Ovest	76%	24%	77%	23%
	Nord Est	75%	25%	75%	25%
	Centro	75%	25%	74%	26%
	Sud e Isole	77%	23%	79%	21%
Fasce di età	18-24	73%	27%	74%	26%
	25-44	73%	27%	73%	27%
	45-65	77%	23%	79%	21%
	65+	78%	22%	79%	21%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	79%	21%	79%	21%
	Tra €20.000 e €40.000	76%	24%	77%	23%
	Tra €40.000 e €80.000	71%	29%	71%	29%
	Più di €80.000	55%	45%	61%	39%
	Preferisco non rispondere	77%	23%	80%	20%



Le due domande si riferiscono al modo in cui le persone approcciano l'acquisto di prodotti finanziari e assicurativi. La scelta di affidarsi ad un professionista appare condivisa dalla maggior parte degli Italiani e non vi sono differenze significative tra prodotti finanziari e assicurativi. Sono le donne, in particolare, a mostrare questo tipo di preferenza. Viceversa, mostrano una significativa propensione all'autonomia i rispondenti appartenenti alle fasce di età più basse e, in modo ancora più accentuato, le persone più abbienti.

Sul fronte comportamentale, chi è più *overconfident* (illusione di controllo) presenta invece maggiore propensione all'autonomia, soprattutto in ambito finanziario, e mostra livelli più elevati di *self-efficacy*. Utile infine segnalare che chi ha competenze di *numeracy* di base mostra anche una maggiore propensione all'autonomia.

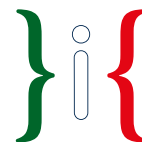
Domanda 26. Con riferimento alle assicurazioni, indica il tuo grado di accordo con le seguenti affermazioni

Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)

	PER NULLA D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NEUTRALE	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
Non ha senso assicurarsi perché non è detto che si verifichi l'evento negativo, quindi, si rischia di "pagare per nulla"	26%	36%	27%	10%	2%
L'assicurazione ha senso solo quando la probabilità di subire un danno è elevata	12%	29%	27%	27%	5%
L'assicurazione è utile perché permette di coprirsi dalla possibilità di subire un danno anche se la probabilità è bassa	5%	9%	24%	48%	17%

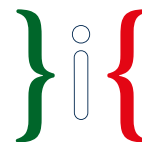
Distribuzione delle risposte fornite alla domanda 26.1 suddivise per variabili socio-demografiche di base delle risposte: Non ha senso assicurarsi perché non è detto che si verifichi l'evento negativo, quindi, si rischia di "pagare per nulla" (dati in percentuale)

		PER NULLA D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NEUTRALE	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
Genere	Femmina	22%	35%	30%	10%	22%
	Maschio	31%	36%	23%	9%	31%
	Altro	12%	34%	42%	10%	12%
Area Geografica	Nord Ovest	30%	39%	23%	7%	2%
	Nord Est	28%	37%	25%	8%	2%
	Centro	27%	37%	25%	11%	1%
	Sud e Isole	22%	32%	31%	12%	2%
Fasce di età	18-24	20%	37%	28%	14%	1%
	25-44	20%	36%	30%	11%	2%
	45-65	27%	37%	26%	8%	2%
	65+	32%	33%	23%	10%	1%
Occupazione	Casalingo/a	20%	28%	37%	13%	3%
	Lavoratore autonomo	29%	36%	25%	9%	1%
	Lavoratore dipendente	25%	38%	25%	10%	2%
	Non occupato	19%	32%	36%	12%	1%
	Pensionato/a	33%	34%	23%	9%	1%
	Studente	20%	39%	31%	10%	0%
	Altro	21%	45%	18%	11%	5%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	19%	32%	32%	14%	3%
	Tra €20.000 e €40.000	28%	38%	23%	9%	2%
	Tra €40.000 e €80.000	40%	36%	16%	7%	1%
	Più di €80.000	36%	46%	11%	4%	4%
	Preferisco non rispondere	21%	35%	36%	7%	1%



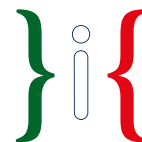
Distribuzione delle risposte fornite alla domanda 26.2 suddivise per variabili socio-demografiche di base: L'assicurazione ha senso solo quando la probabilità di subire un danno è elevata (dati in percentuale)

		PER NULLA D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NEUTRALE	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
Genere	Femmina	10%	29%	27%	29%	5%
	Maschio	13%	29%	26%	26%	5%
	Altro	10%	34%	34%	16%	6%
Area Geografica	Nord Ovest	14%	32%	26%	24%	3%
	Nord Est	13%	30%	25%	28%	4%
	Centro	11%	28%	25%	30%	6%
	Sud e Isole	10%	28%	29%	28%	6%
Fasce di età	18-24	8%	27%	34%	29%	3%
	25-44	10%	27%	30%	28%	5%
	45-65	12%	30%	27%	26%	5%
	65+	14%	31%	22%	27%	6%
Occupazione	Casalingo/a	10%	29%	26%	28%	8%
	Lavoratore autonomo	13%	25%	27%	30%	5%
	Lavoratore dipendente	12%	29%	28%	27%	4%
	Non occupato	11%	21%	32%	32%	5%
	Pensionato/a	12%	34%	22%	26%	5%
	Studente	9%	27%	34%	26%	4%
	Altro	8%	45%	24%	18%	5%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	9%	26%	28%	30%	7%
	Tra €20.000 e €40.000	13%	33%	24%	27%	4%
	Tra €40.000 e €80.000	15%	3%	25%	26%	3%
	Più di €80.000	17%	26%	28%	25%	4%
	Preferisco non rispondere	10%	27%	32%	27%	4%



Distribuzione delle risposte fornite alla domanda 26.3 suddivise per variabili socio-demografiche di base: L'assicurazione è utile perché consente di coprirsi dalla possibilità di subire un danno anche se la probabilità è bassa (dati in percentuale)

		PER NULLA D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NEUTRALE	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
Genere	Femmina	2%	10%	25%	47%	16%
	Maschio	2%	8%	21%	50%	20%
	Altro	18%	20%	44%	16%	2%
Area Geografica	Nord Ovest	2%	8%	20%	48%	21%
	Nord Est	3%	9%	21%	49%	19%
	Centro	2%	9%	26%	46%	17%
	Sud e Isole	2%	9%	27%	48%	14%
Fasce di età	18-24	5%	12%	31%	37%	15%
	25-44	3%	12%	28%	45%	13%
	45-65	1%	8%	23%	49%	19%
	65+	2%	7%	18%	53%	19%
Occupazione	Casalengo/a	2%	9%	29%	42%	18%
	Lavoratore autonomo	2%	7%	25%	46%	20%
	Lavoratore dipendente	2%	9%	24%	48%	17%
	Non occupato	2%	13%	28%	42%	14%
	Pensionato/a	2%	8%	17%	54%	19%
	Studente	4%	12%	29%	41%	14%
	Altro	3%	11%	16%	61%	11%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	2%	11%	28%	44%	14%
	Tra €20.000 e €40.000	2%	9%	21%	50%	18%
	Tra €40.000 e €80.000	2%	7%	20%	46%	25%
	Più di €80.000	2%	8%	6%	59%	24%
	Preferisco non rispondere	2%	7%	30%	48%	13%



La domanda ha lo scopo di indagare quale sia l'atteggiamento delle persone davanti alle assicurazioni.

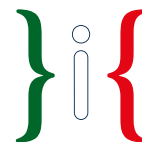
In generale, gli intervistati dichiarano un'elevata propensione ad assicurarsi, poiché il 65% risulta generalmente d'accordo con la necessità di assicurarsi. Tuttavia, tale dato non trova poi conferma negli effettivi comportamenti, in quanto poco più del 50% dei rispondenti possiede polizze non obbligatorie.

Esiste in ogni caso circa 1/3 di rispondenti che valuta opportuno assicurarsi solo in presenza di elevate probabilità, senza tuttavia tenere in debito conto l'entità di eventuali eventi negativi. I giovani, chi non svolge un'attività lavorativa retribuita, i percettori di redditi più bassi e i residenti al Sud e Isole appaiono meno propensi ad assicurarsi.

Non esistono particolari differenze tra generi circa le motivazioni che spingono a non assicurarsi (26.1 e 26.2). Tuttavia, i maschi appaiono in media più propensi alla protezione.

Esiste inoltre una relazione diretta tra fascia di reddito e propensione ad assicurarsi.

Incrociando poi i dati con i tratti comportamentali, coerentemente con quanto suggerisce la letteratura (Alary et al. 2013), i soggetti che mostrano una più elevata avversione all'ambiguità si dichiarano d'accordo con l'opportunità di coprirsi anche in presenza di bassa probabilità. Chi viceversa ha un'elevata avversione al rammarico è propenso all'idea che assicurarsi coincida con "buttare via denaro" in caso non si manifesti l'evento negativo. Pur essendo la relazione teorica tra avversione al rammarico e domanda di assicurazione ben più articolata (Braun e Maurmann, 2004), le risposte fornite appaiono comunque coerenti con il desiderio di non dover recriminare "sullo scampato pericolo".

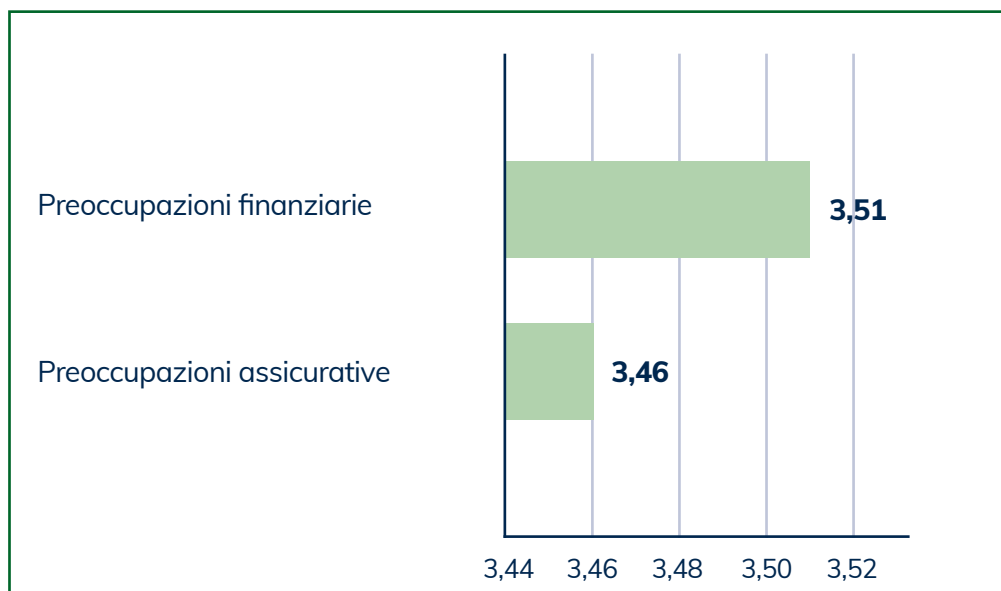


Domanda 27: Di seguito trovi un elenco di preoccupazioni possibili per il presente o per il futuro. Indica quanto ciascuna di queste ti preoccupa

Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)

		PER NULLA	POCO	COSÌ, COSÌ	ABBASTANZA	MOLTO
Preoccupazioni di tipo "assicurativo"	Problemi di salute per malattia o infortuni	2%	6%	22%	44%	26%
	Rischio di furti, scippi, aggressioni	4%	17%	36%	33%	10%
	Danni all'abitazione	4%	14%	32%	38%	12%
	Disastri naturali (terremoti, alluvioni, ...)	4%	14%	31%	36%	16%
	Danni che tu o i tuoi familiari potete involontariamente causare ad altri	5%	17%	35%	34%	9%
	Non riuscire a provvedere al benessere degli eredi (figli, nipoti, ...)	13%	14%	26%	33%	15%
	Dover fronteggiare la non autosufficienza di persone care	4%	8%	26%	41%	21%
Preoccupazioni di tipo "finanziario"	Riduzione del reddito quando andrai in pensione	7%	10%	25%	38%	20%
	Mancanza di un reddito sicuro	8%	14%	26%	33%	20%
	Perdita del lavoro e incertezza delle prospettive economiche	12%	14%	26%	31%	17%
	Le forti oscillazioni del mercato finanziario	6%	12%	32%	36%	14%
	Aumento dei prezzi dei beni alimentari e/o energetici (gas/luce, ecc)	2%	6%	21%	43%	29%

Punteggio medio delle diverse tipologie di preoccupazioni per l'intera popolazione (1 per nulla; 5 molto)



Punteggio medio delle diverse tipologie di preoccupazioni suddivise per gruppi socio-demografici (1 per nulla; 5 molto)

		PREOCCUPAZIONI ASSICURATIVE	PREOCCUPAZIONI FINANZIARIE
Genere	Femmina	3,57	3,65
	Maschio	3,37	3,38
	Altro	3,01	3,08
Area Geografica	Nord Ovest	3,40	3,44
	Nord Est	3,41	3,44
	Centro	3,48	3,53
	Sud e Isole	3,54	3,58
Fasce di età	18-24	3,44	3,64
	25-44	3,46	3,62
	45-65	3,54	3,59
	65+	3,38	3,25
Occupazione	Casalingo/a	3,65	3,72
	Lavoratore autonomo	3,40	3,54
	Lavoratore dipendente	3,51	3,56
	Non occupato	3,58	3,91
	Pensionato/a	3,30	3,13
	Studente	3,41	3,62
	Altro	3,50	3,72
Nucleo Familiare	Coppia	3,38	3,36
	Famiglia Monoparentale	3,56	3,61
	Famiglia con figli	3,52	3,58
	Single	3,29	3,37
	Altro	3,47	3,63
Fasce di reddito	Meno di €20.000	3,50	3,67
	Tra €20.000 e €40.000	3,48	3,48
	Tra €40.000 e €80.000	3,34	3,19
	Più di €80.000	3,34	3,19
	Preferisco non rispondere	3,50	3,59

La domanda vuole investigare quali sono le principali preoccupazioni degli italiani. Nel mese di luglio 2022, quando sono state condotte le interviste, i rispondenti si mostravano molto o abbastanza preoccupati per l'aumento dei prezzi e per possibili problemi di salute determinati da malattia. Entrambe le preoccupazioni erano largamente giustificate dal contesto pandemico e dalle prospettive economiche connesse alla crisi geopolitica in atto.

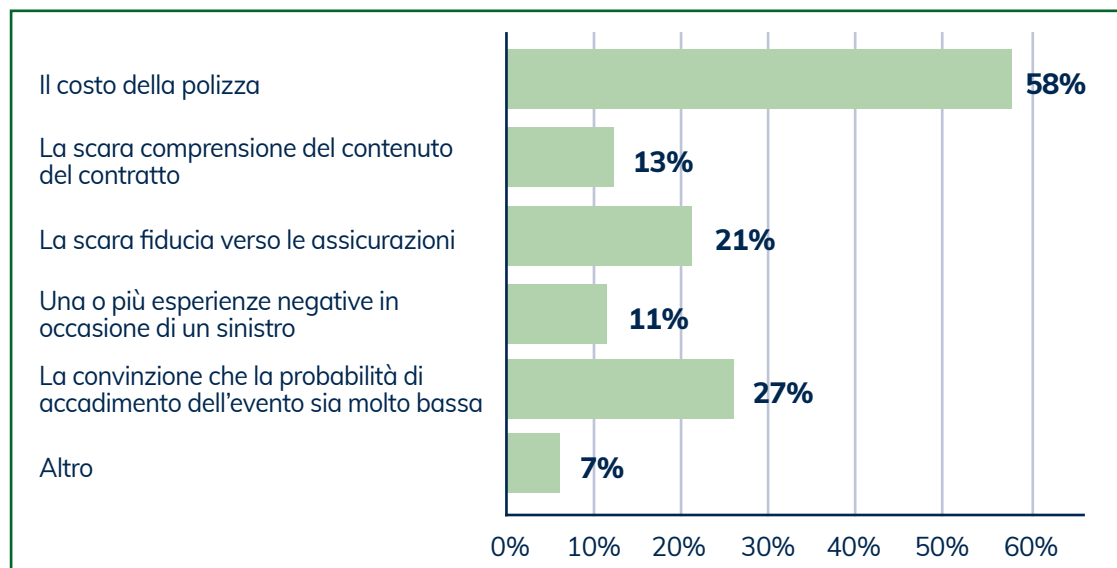
Alla preoccupazione per fattori congiunturali, si associa poi un'attenzione altrettanto forte per fattori "più strutturali", quali la necessità di dover fronteggiare la non autosufficienza di persone care e la riduzione del reddito al raggiungimento della pensione. Raggruppando le diverse fonti di preoccupazione tra situazioni, eventi collegati a rischi assicurabili ed eventi più connessi alla sfera economico-finanziaria non emergono differenze particolari a livello aggregato.

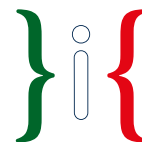
I rispondenti presentano un grado di attenzione medio-alto per entrambi gli ambiti. In generale, appaiono più preoccupati i giovani, gli over 65, le donne, i membri di famiglie monoparentali e, in assoluto, mostrano più sensibilità ai temi indagati i "non occupati". Più sorprendente è invece l'elevata preoccupazione per tematiche assicurative e finanziarie da parte dei percettori di redditi medio-alti e alti e l'equivalente bassa preoccupazione tra i pensionati. Tra i soggetti potenzialmente "più fragili" (giovani, anziani, non occupati, ecc.) sono le tematiche di natura economico-finanziario a preoccupare maggiormente.

Domanda 28: Campione A: Se ritieni di essere esposto a certi tipi di rischio, ma non hai sottoscritto coperture assicurative, perché non ti sei assicurato? (puoi segnare anche più di una risposta)

Campione B (domanda aperta elaborata con strumenti di analisi semantica): **Se ritieni di essere esposto a certi tipi di rischio, ma non hai sottoscritto coperture assicurative, perché non ti sei assicurato?**

Distribuzione delle risposte del campione A (dati in percentuale)





Punteggio medio delle diverse tipologie di preoccupazioni suddivise per gruppi socio-demografici (1 per nulla; 5 molto)

		COSTO	SCARSA COMPRENSIONE	SCARSA FIDUCIA	ESPERIENZA NEGATIVA	CONVIZIONE BASSA PROBABILITÀ	ALTRO
Genere	Femmina	58%	14%	21%	12%	30%	6%
	Maschio	59%	13%	22%	9%	24%	7%
	Altro	33%	7%	14%	26%	46%	4%
Area Geografica	Nord Ovest	54%	15%	18%	13%	31%	8%
	Nord Est	56%	11%	19%	12%	30%	8%
	Centro	59%	13%	23%	9%	24%	8%
	Sud e Isole	61%	14%	24%	10%	24%	5%
Fasce di età	18-24	49%	19%	18%	14%	30%	6%
	25-44	49%	19%	18%	14%	30%	6%
	45-65	60%	17%	21%	10%	29%	3%
	65+	60%	11%	21%	9%	23%	8%
Occupazione	Casalengo/a	66%	13%	25%	13%	19%	5%
	Lavoratore autonomo	54%	10%	18%	14%	29%	7%
	Lavoratore dipendente	59%	14%	21%	10%	27%	5%
	Non occupato	56%	13%	21%	4%	21%	7%
	Pensionato/a	55%	12%	23%	12%	30%	9%
	Studente	56%	23%	23%	8%	23%	6%
	Altro	14%	29%	14%	14%	57%	0%
Nucleo Famigliare	Coppia	59%	11%	20%	13%	29%	6%
	Famiglia Monoparentale	57%	16%	21%	10%	27%	6%
	Famiglia con figli	62%	9%	23%	8%	26%	5%
	Single	57%	9%	25%	9%	26%	10%
	Altro	53%	8%	20%	12%	25%	3%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	59%	13%	24%	10%	22%	5%
	Tra €20.000 e €40.000	59%	14%	20%	11%	28%	7%
	Tra €40.000 e €80.000	53%	10%	20%	11%	37%	8%
	Più di €80.000	52%	10%	23%	13%	39%	3%
	Preferisco non rispondere	57%	14%	23%	12%	22%	8%

Topic cloud delle risposte del campione B



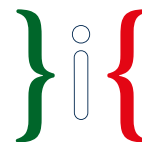
Sentiment 2.44

Fonte: App2check

La domanda è posta per comprendere quali ragioni spingano le persone a non assicurarsi. Come già fatto in precedenza con la domanda 22, la popolazione indagata è suddivisa in due campioni: ai membri del primo (campione A) vengono fornite risposte codificate, mentre ai secondi (campione B) si chiede di esprimere liberamente le ragioni che li hanno spinti a non assicurarsi. Anche in questo caso, lo scopo della suddivisione è verificare se ciò che emerge senza suggerimenti e condizionamenti, trova conferma nelle risposte codificate.

Nel campione A, per tutte le categorie di rispondenti il costo della polizza rappresenta la ragione principale del perché non ci si assicura, seguita alla convinzione che la probabilità che si manifesti l'evento sia molto bassa. Vale poi la pena segnalare che tra single, residenti al Sud e Isole e tra i meno abbienti assume particolare rilevanza anche la scarsa fiducia nei confronti delle compagnie di assicurazione. Esperienze negative in caso di un sinistro o la difficoltà a comprendere i contenuti contrattuali della polizza non appaiono invece fattori così rilevanti nel giustificare la mancata sottoscrizione di una polizza.

Nel campione B, le risposte fornite confermano in larga parte quanto riferito all'interno dell'altro campione. Le motivazioni che emergono più comunemente sono i costi troppo alti delle polizze, una percezione del rischio troppo bassa rispetto al valore del premio assicurativo e i pregiudizi nei confronti delle assicurazioni.

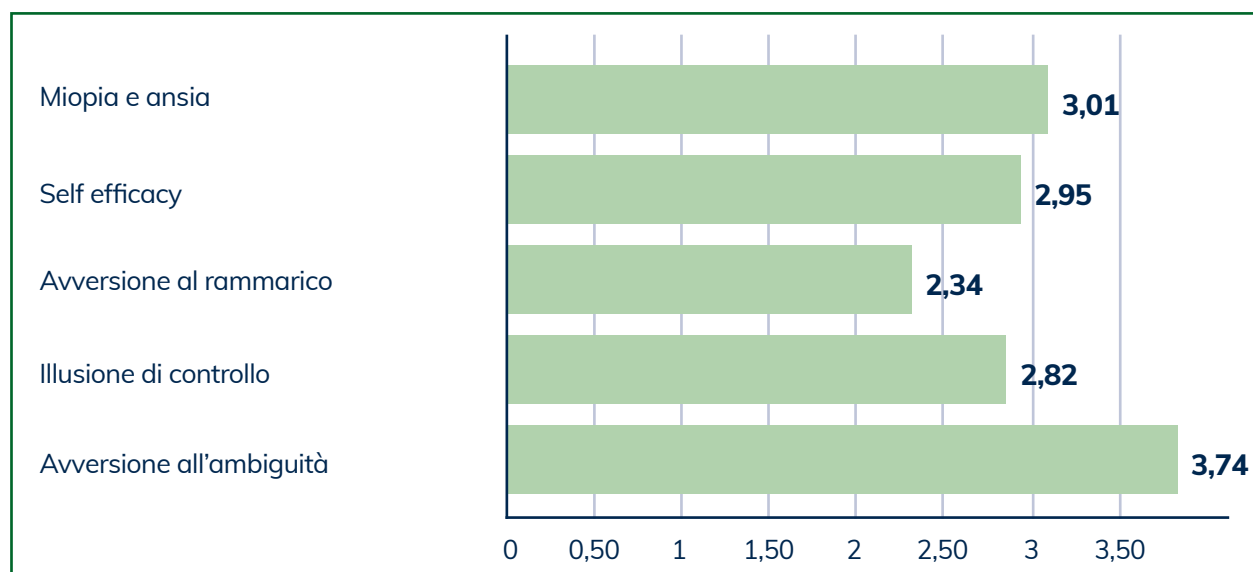


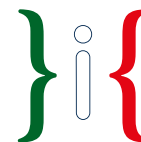
Domanda 29: Quanto ti riconosci nelle seguenti affermazioni?

Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)

	PER NULLA	POCO	COSÌ, COSÌ	ABBASTANZA	MOLTO
Quando i miei investimenti scendono di valore anche per poco tempo mi preoccupo molto (Miopia e ansia)	12%	16%	35%	29%	9%
Sono ben informato sulle opportunità di investimento (Self efficacy)	13%	19%	37%	27%	4%
Sono soddisfatto della mia situazione finanziaria (Self efficacy)	11%	15%	39%	32%	3%
Spesso prendo decisioni finanziarie affrettate e poi me ne rammarico (Avversione al rammarico)	36%	26%	24%	12%	2%
Ritengo che i miei successi finanziari siano il frutto di abilità (Overconfidence- illusione di controllo)	15%	18%	40%	23%	4%
Evito di acquistare strumenti finanziari e assicurativi che non mi sono familiari (Avversione all'ambiguità)	4%	6%	25%	42%	23%
Sono insoddisfatto dei miei risultati positivi se scopro che altri hanno fatto meglio di me (Avversione al rammarico)	26%	21%	33%	17%	3%
Non ho problemi a vendere i miei investimenti per coprire spese impreviste (Miopia e ansia – scala invertita)	12%	14%	37%	30%	6%

Punteggio medio indicatori di financial composure dell'intera popolazione (1 basso; 5 alto)





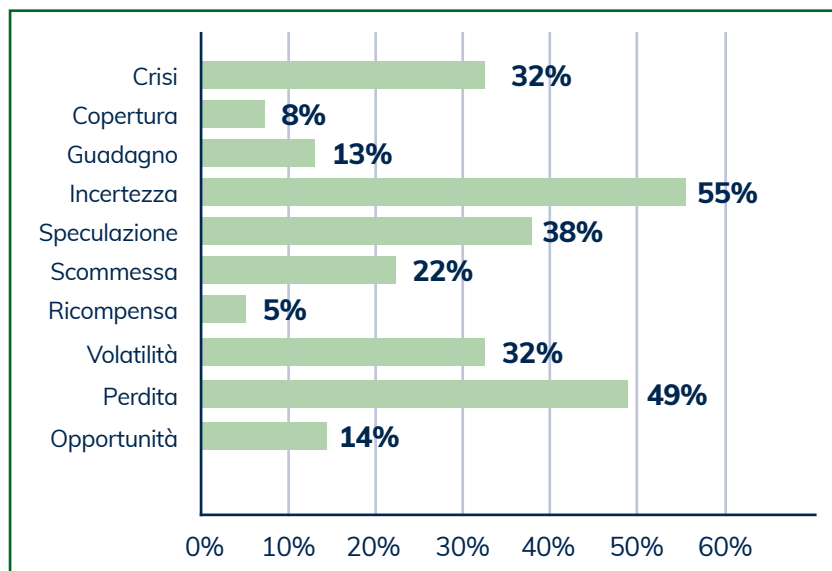
Punteggio medio indicatori di financial composure suddivisi per gruppi socio-demografici (1 Basso, 5 Alto)

		MIopia E ANSIA	SELF EFFICACY	AVVERSIONE AL RAMMARICO	OVERCONFIDENCE/ ILLUSIONE DI CONTROLLO	AVVERSIONE ALL'AMBIGUITÀ
Genere	Femmina	3,10	2,80	2,29	2,77	3,76
	Maschio	2,91	3,11	2,37	2,89	3,75
	Altro	2,96	3,03	2,70	2,70	2,82
Area Geografica	Nord Ovest	2,98	2,95	2,26	2,76	3,77
	Nord Est	2,98	3,02	2,28	2,79	3,79
	Centro	2,98	2,95	2,30	2,79	3,78
	Sud e Isole	3,06	2,89	2,44	2,91	3,66
Fasce di età	18-24	3,07	2,90	2,68	3,05	3,47
	25-44	3,04	2,93	2,49	3,01	3,71
	45-65	3,00	2,93	2,28	2,79	3,74
	65+	2,97	3,02	2,15	2,61	3,85
Fasce di reddito	Meno di €20.000	3,11	2,60	2,42	2,74	3,69
	Tra €20.000 e €40.000	3,02	3,06	2,34	2,85	3,78
	Tra €40.000 e €80.000	2,79	3,36	2,24	2,90	3,74
	Più di €80.000	2,75	3,65	2,37	3,28	3,72
	Preferisco non rispondere	3,03	2,88	2,27	2,78	3,75

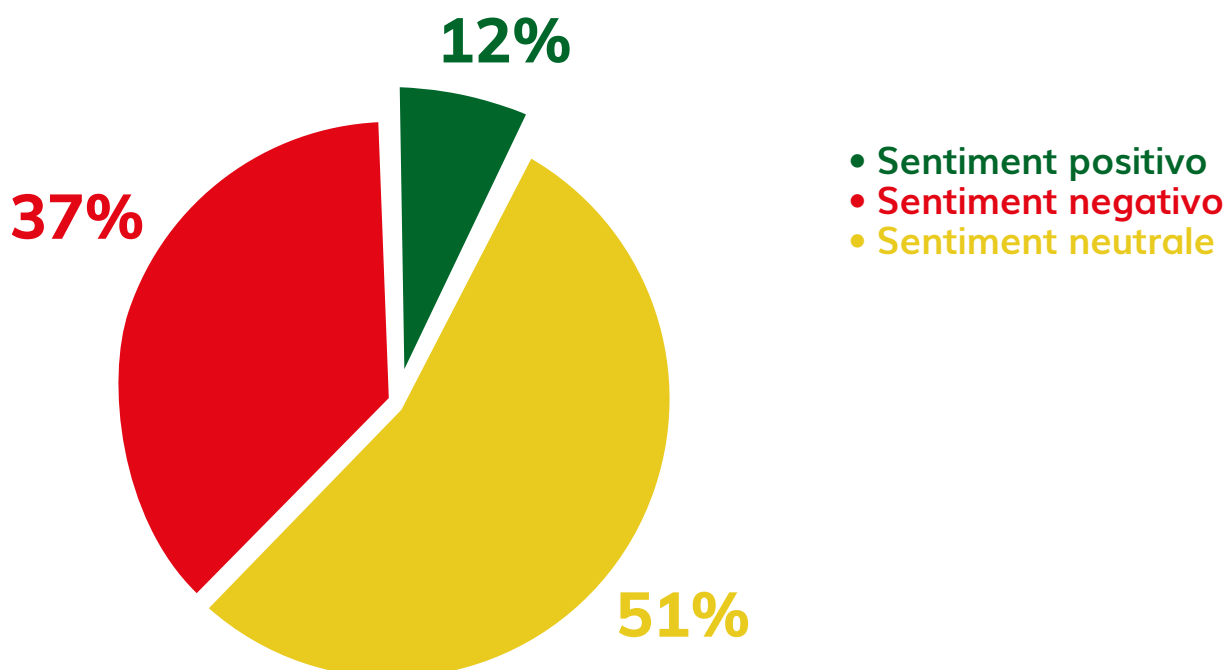
Questa domanda serve a raccogliere evidenze utili a comprendere alcune principali caratteristiche comportamentali che possono influenzare scelte finanziarie e assicurative (Oxford Risk 2022). Con alcune domande “classiche” di profilazione comportamentale sono stati generati degli indicatori sintetici di esposizione a specifici bias comportamentali o avversioni. Dai dati di sintesi emerge una forte e generalizzata avversione all'ambiguità, meno accentuata nelle fasce più giovani della popolazione. Anche la miopia e l'ansia sono tratti presenti in modo abbastanza generalizzato tra la popolazione. In particolare, risultano più ansiose e miopi le donne, i giovani e le persone con il reddito dichiarato più basso. I dati confermano inoltre alcune evidenze ben presenti in letteratura (Bengtsson et al. 2005), ovvero che i maschi presentano livelli più elevati di overconfidence e che all'aumentare del reddito cresce la percezione di *self-efficacy* (Lown et al. 2015). L'insieme delle avversioni e dei bias è stato utilizzato assieme alle variabili socio-demografiche per segmentare i comportamenti e le attitudini dei rispondenti. Le evidenze statisticamente significative sono presentate nei commenti forniti ai risultati delle domande che precedono.

Domanda 30: Quali sono le prime tre parole fra quelle elencate che ti viene naturale associare a "Rischio Finanziario"?

Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)



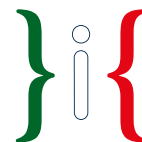
Distribuzione del sentiment relativo al Rischio Finanziario della popolazione (dati in percentuale)



Distribuzione del sentiment relativo al Rischio Finanziario suddiviso per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

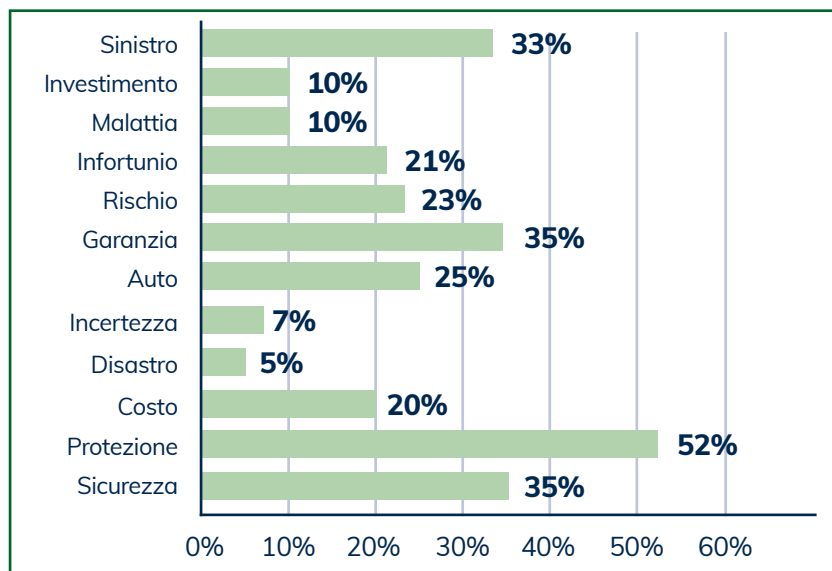
		SENTIMENT POSITIVO	SENTIMENT NEGATIVO	SENTIMENT NEUTRALE
Genere	Femmina	14%	46%	41%
	Maschio	10%	56%	34%
	Altro	26%	33%	41%
Area Geografica	Nord Ovest	15%	50%	36%
	Nord Est	16%	49%	35%
	Centro	11%	52%	37%
	Sud e Isole	9%	51%	39%
Fasce di età	18-24	12%	52%	36%
	25-44	12%	50%	38%
	45-65	12%	49%	39%
	65+	13%	52%	36%

In questa e nella successiva domanda, si richiede alle persone di ricercare associazioni logiche a concetti finanziari e assicurativi. Le varie associazioni proposte individuano un diverso sentiment secondo le classificazioni semantiche proposte in letteratura (Kwak e Grable 2021). Le parole che più comunemente vengono associate al concetto di Rischio Finanziario sono “incertezza” e “perdita”, entrambe accezioni che indicano un sentiment negativo nei confronti del rischio. In media il rischio è visto e interpretato con sentiment negativo, in particolare tra le donne. Tra le persone più giovani (fino a 44 anni) vi è invece la più alta percentuale di sentiment positivo. Il sentiment relativo al Rischio Finanziario è infine correlato in modo inverso con la miopia e l’ansia e con l’avversione all’ambiguità. Viceversa, presenta una relazione diretta con la self-efficacy e con l’overconfidence.

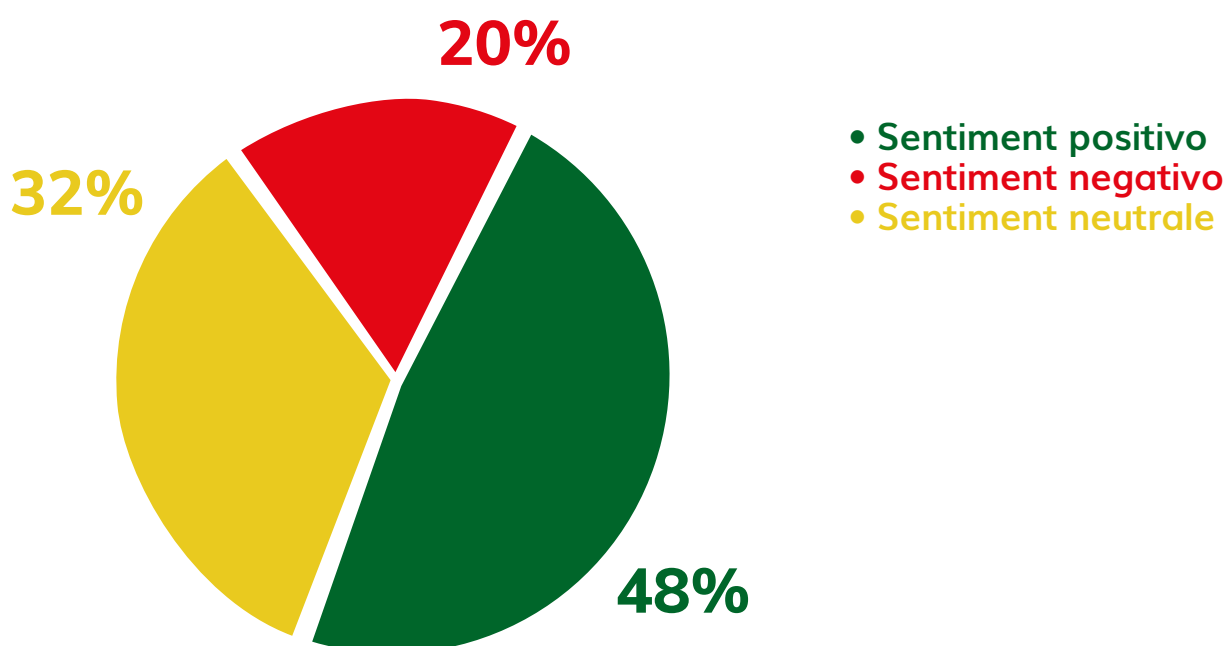


Domanda 31: Quali sono le prime tre parole che ti viene naturale associare a "assicurazione"?

Distribuzione delle risposte dell'intera popolazione (dati in percentuale)



Distribuzione del sentiment relativo ad "assicurazione" della popolazione (dati in percentuale)



Distribuzione del sentiment relativo a "assicurazione" suddiviso per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		SENTIMENT POSITIVO	SENTIMENT NEGATIVO	SENTIMENT NEUTRALE
Genere	Femmina	49%	19%	32%
	Maschio	47%	21%	31%
	Altro	43%	23%	35%
Area Geografica	Nord Ovest	48%	20%	32%
	Nord Est	50%	19%	32%
	Centro	47%	20%	33%
	Sud e Isole	48%	21%	31%
Fasce di età	18-24	52%	20%	28%
	25-44	48%	21%	31%
	45-65	48%	20%	32%
	65+	46%	20%	33%

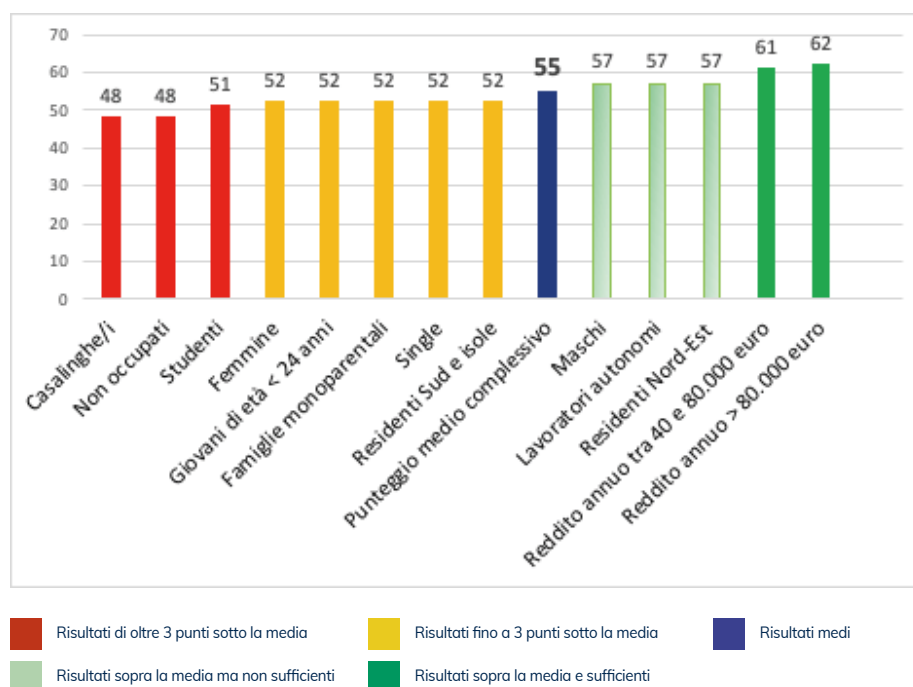
Questa domanda, come la precedente, misura le associazioni logiche e il sentiment relativi al termine assicurazione. Le persone associano al termine assicurazione concetti positivi quali protezione, sicurezza e garanzia. Da ciò deriva un sentiment mediamente positivo, particolarmente accentuato tra i più giovani.

6. I risultati dell'Edufin Index

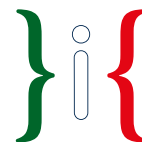
6.1 L'indicatore finale - Edufin Index

L'Edufin Index è l'indicatore che coniuga la consapevolezza degli italiani sui temi finanziari assicurativi (*Awareness Index*) e la loro "compostezza comportamentale" in tali ambiti (*Behavioural Index*). Tale indicatore raggiunge un punteggio complessivo medio pari a 55, livello che indica il mancato raggiungimento della sufficienza.

Figura 6.1 – I punteggi dell'Edufin Index



Al fine di comprendere se, nell'ambito del campione di italiani, ci fossero differenze evidenti a seconda delle principali caratteristiche socio-demografiche degli intervistati, l'Edufin Index è stato segmentato secondo i seguenti criteri: genere, fascia d'età, nucleo familiare, occupazione, ammontare di reddito annuo, area geografica. Da tale spaccato emergono alcune evidenze degne di nota. Innanzitutto, con riferimento al genere esiste una differenza netta tra femmine (52) e maschi (57). Questi ultimi, anche se non raggiungono la sufficienza, presentano un indicatore significativamente superiore. L'Edufin Index, pur indagando con metodologie di analisi diverse da quelle tipiche degli studi di educazione finanziaria, conferma la minore literacy della platea femminile. Lo stesso basso punteggio ottenuto dalle donne è ottenuto dai giovani di età inferiore ai 24 anni e dalle famiglie monoparentali.

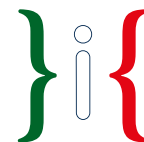


Anche in questo caso, l'Edufin Index conferma evidenze presenti nei lavori istituzionali relative alla “fragilità” del segmento più giovane della popolazione italiana e di chi ha una situazione reddituale modesta. Esiste infatti una relazione diretta tra reddito dichiarato e livello dell'indicatore: la sufficienza (61) è raggiunta da chi dichiara un reddito annuo compreso tra 40.000 e 80.000 euro e il punteggio massimo assoluto (62) lo ottengono i rispondenti a più elevato reddito. Sul fronte opposto casalinghe/i e non occupati presentano il minimo assoluto fermandosi a un punteggio pari a 48, mentre gli studenti raggiungono a loro volta un livello pari a 51. I lavoratori autonomi sono la categoria lavorativa con il miglior punteggio pari a 57. Questo stesso valore, massimo nella segmentazione per area geografica, viene raggiunto dai residenti al Nord Est, mentre il minimo pari a 52 lo si registra al Sud e Isole.

Dall'analisi delle varie componenti dell'indicatore è possibile osservare una solida relazione positiva tra la consapevolezza (awareness) e la compostezza comportamentale (behavioural). In altre parole, i rispondenti che presentano una più elevata consapevolezza mostrano anche comportamenti finanziari e assicurativi più ordinati. In particolare, appare chiara una relazione tra la consapevolezza e la partecipazione ai mercati finanziari assicurativi (indice di Comportamento). Tale relazione è più forte e significativa di quella che si può osservare tra la semplice conoscenza di concetti finanziari e assicurativi* – *financial and risk knowledge* – e la partecipazione ai mercati. Si tratta di un'evidenza di particolare rilevanza, perché consente di introdurre una prospettiva diversa nel dibattito in merito all'efficacia delle iniziative di educazione finanziaria. Se infatti esiste un'ampia letteratura empirica in cui si presentano evidenze di comportamenti finanziari “corretti” da parte di soggetti con maggiore financial knowledge (tra gli altri Lusardi and Mitchell, 2007, 2008, 2014), non vi è tuttavia consenso sulla relazione causale tra conoscenza e comportamenti finanziari (Viale et al. 2020).

La costruzione di progetti educativi in grado di coniugare la divulgazione di concetti finanziari e assicurativi con strumenti di autovalutazione delle competenze, basati su feedback immediati e personalizzati, potrebbe essere un percorso più adatto a innalzare la consapevolezza con auspicabili ricadute sul fronte delle scelte e dei comportamenti finanziari e assicurativi.

* Misurata con le domande 2-8 del questionario



Proseguendo nell'interpretazione dei risultati dell'Edufin Index, è possibile incrociarne le risultanze con quelle dei tratti comportamentali dei rispondenti. Da tale analisi emerge come le persone più “affette” da miopia e ansia ottengano punteggi mediamente più bassi. Seppure nel presente studio non si disponga di strumenti atti ad indagare l'esistenza e la direzione di un nesso causale tra bias emotivi come quelli descritti e financial literacy (Mittal et al. 2019 e Vera 2017), vale comunque la pena ipotizzare che, poiché l'Edufin Index si pone lo scopo di misurare il “baricentro” delle persone in relazione ai temi finanziari e assicurativi, i fattori emotivi ricordati possano in qualche modo rappresentare fattori ostativi al raggiungimento di un miglior equilibrio decisionale in ambito finanziario e assicurativo. D'altra parte, persone con maggior grado di self-efficacy ottengono un punteggio di Edufin Index più elevato.

Se tali ipotesi trovassero conferma, le campagne di educazione finanziaria, per risultare efficaci dovrebbero prestare adeguata attenzione ai bias comportamentali dei target di popolazione che si intendono raggiungere.

Facendo infine riferimento ai temi della risk literacy, nella nostra indagine non emergono relazioni significative tra la numeracy di base e l'Edufin Index. Tuttavia analizzando nel dettaglio le risposte in merito ad attitudini e comportamenti davanti al rischio (sezione C e D del questionario), emerge che i soggetti che dispongono di una numeracy di base sono effettivamente più propensi a fare scelte di protezione razionali, ponderando probabilità e impatto e corrono meno il rischio di confondere il rischio con l'incertezza. Ad una adeguata capacità di problem solving corrisponde poi una maggiore propensione ad acquistare prodotti assicurativi e pensionistici.

Il miglioramento della risk literacy appare augurabile e può essere perseguita a vari livelli e secondo diverse modalità, compreso il modo in cui si comunica e presenta il rischio. Dall'indagine emerge infatti che le persone hanno una maggiore facilità a comprendere le informazioni probabilistiche se presentate utilizzando le frequenze naturali e non i dati percentuali e a rappresentare i rischi a cui sono esposte se aumenta la salienza informativa attribuita alle situazioni aleatorie.

6.2 I sottoindicatori: Awareness Index

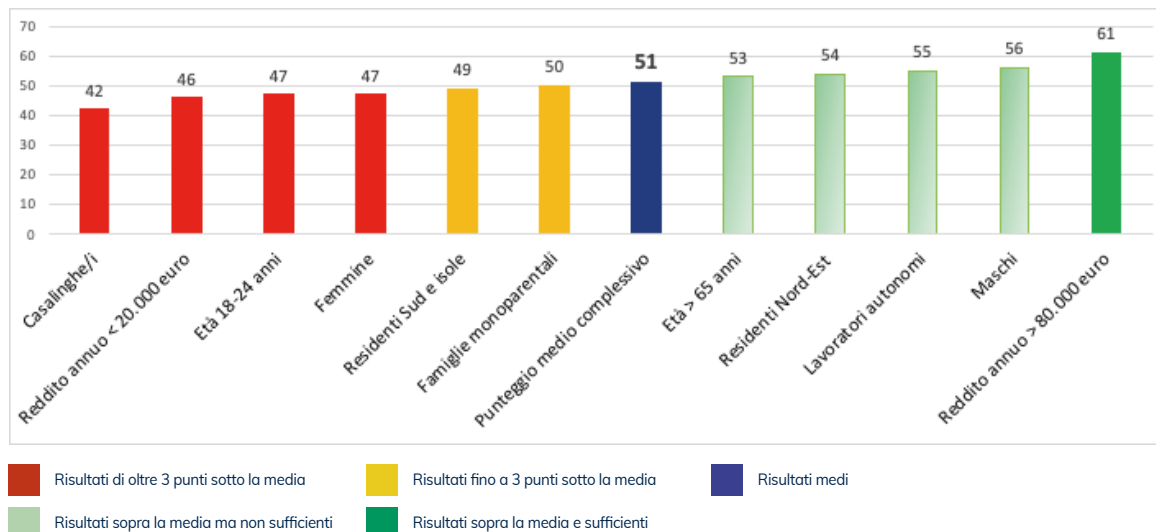
L'analisi delle diverse componenti dell'Edufin Index consente di evidenziare ulteriori elementi degni di adeguata riflessione.

L'*Awareness Index*, che ricordiamo essere la misura della consapevolezza in ambito finanziario e assicurativo, ottiene un punteggio medio pari a 51 punti, significativamente inferiore al livello di sufficienza dichiarato di 60 punti.

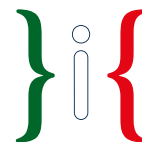
Segmentando l'indicatore per le principali variabili socio-demografiche, emerge che, in media, i valori più elevati di *awareness* sono stati registrati in soggetti con redditi maggiori (61), lavoratori autonomi (55), maschi (56), residenti al Nord-Est (54 punti) e con un'età superiore ai 65 anni (53).

Simmetricamente, i punteggi più bassi si ritrovano in assoluto tra le/i casalinghe/i (42). Hanno poi punteggi ampiamente inferiori alla media i rispondenti che dichiarano redditi bassi (46), le femmine e i più giovani (47), i residenti al Sud e Isole (49) e, poco sotto la media, le famiglie monoparentali (50).

Figura 6.2- I risultati dell'Awareness Index



La “consapevolezza” finanziario-assicurativa è stata indagata anche considerando distintamente gli aspetti finanziari e gli aspetti assicurativi. Le evidenze ottenute mostrano, innanzitutto, che gli italiani hanno una maggiore conoscenza (effettiva) dei concetti di natura finanziaria piuttosto che di quelli di natura assicurativa. Circa il 71% dei rispondenti ha una conoscenza effettiva in materia finanziaria superiore alla conoscenza media del campione. La percentuale si riduce a quasi il 50% se si guarda alla conoscenza assicurativa.



In termini di percezione ex ante, in generale, il campione di italiani mostra prudenza. Gli intervistati dichiarano, infatti, di sapere meno di quanto poi in effetti risulta dall'esame delle risposte date alle domande 2-8 del questionario. Da queste due domande emerge una distinzione tra concetti finanziari, a cui si riferiscono le domande 2-5, e concetti assicurativi, richiamati nelle domande 6-8.

Dalla considerazione separata dei concetti finanziari e assicurativi, emerge che i rispondenti sono più cauti nel dichiarare il proprio livello di conoscenza dei concetti finanziari. In altri termini, sembrerebbe che gli italiani siano in media più fiduciosi nel proprio livello di conoscenza assicurativa piuttosto che finanziaria.

Dal confronto tra la valutazione ex post e la conoscenza effettiva, è stata identificata, inoltre, l'esistenza di fenomeni di *overconfidence* o *underconfidence*. Si tratta di un aspetto di indagine particolarmente importante e utile per la progettazione di politiche di educazione finanziaria. Infatti, come segnalato dalla psicologia educativa, è fondamentale prestare attenzione alla auto-rappresentazione intellettuale che le persone danno di sé, poiché spesso questa diventa una profezia che si auto-avvera: se si pensa di non potere, non si farà e se si pensa di sapere non ci sforza a sufficienza.

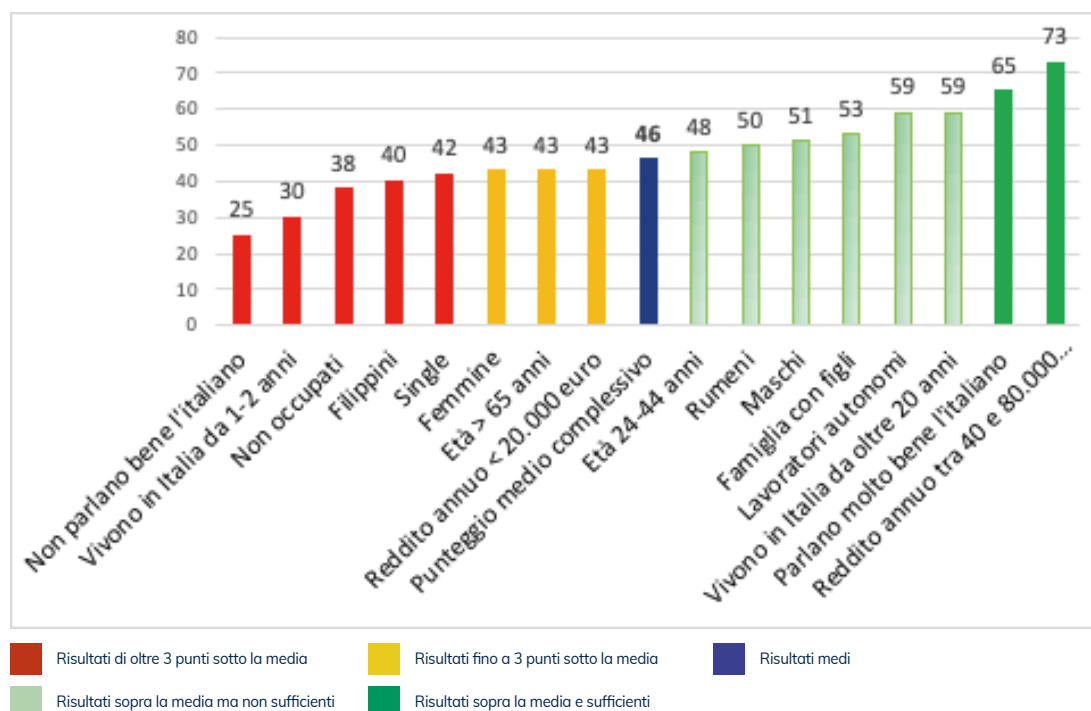
In termini assoluti, cioè considerando unicamente sé stessi, è stato riscontrato che il 33% circa del campione, ex post, non è stato in grado di valutare il proprio livello di conoscenze, dichiarando di aver dato un range di risposte corrette diverso dal numero effettivo. Di questo 33%, quasi il 20% mostra *overconfidence*: è convinto, cioè, di aver fornito un numero di risposte corrette superiore a quello effettivamente dato. Confermando evidenze presenti nella letteratura comportamentale (Bengtsson et al. 2005), i soggetti *overconfident* sono prevalentemente maschi (circa il 55%), di età tra i 45 e i 64 anni (circa il 34%) e con reddito compreso tra 20.000 e 40.000 euro (poco più del 40%).

In termini relativi, cioè facendo una valutazione di sé stessi rispetto agli altri intervistati, l'89% circa del campione non è stato capace di valutarsi correttamente ex post. Di questo 89% circa, quasi il 30% ha mostrato di essere *overconfident*, cioè di essere convinto che il numero di risposte giuste fornite alle domande 2-8 fosse superiore rispetto a quello dato dagli altri intervistati. I soggetti che mostrano *overconfidence* nel confronto con i pari sono, in modo non previsto, prevalentemente femmine (circa il 55%), con un'età compresa tra 45 e 64 anni (circa il 32%) e con un reddito compreso tra 20.000 e 40.000 euro (circa il 38%).

Sul fronte comportamentale, l'Awareness Index conferma quanto già evidenziato in merito all'indicatore di sintesi: le persone con maggiore miopia e ansia hanno minore grado di consapevolezza. Le persone con maggiore *self-efficacy*, invece, hanno effettivamente un grado di consapevolezza più elevato.

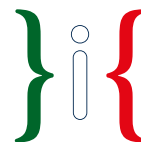
BOX: 6.1 L'awareness del campione di nuovi italiani

Box 6.1 – Figura 1 I risultati dell'Awareness Index semplificato per i nuovi italiani



Come dichiarato nell'introduzione al rapporto, è stata condotta un'analisi sui temi della conoscenza e dell'alfabetizzazione finanziaria e assicurativa di base su un campione di 311 c.d. "nuovi italiani". Il campione includeva cittadini stranieri residenti in Italia e appartenenti a tre diverse etnie: sudamericani, filippini e rumeni. In questo caso è stato calcolato un *Awareness Index* semplificato, costruito partendo dalla percezione ex-ante, confrontando la conoscenza effettiva e registrando la valutazione ex-post dei risultati ottenuti in termini assoluti. I criteri, i punteggi applicati e la procedura seguita ai fini della costruzione dell'indice in questione sono simili a quelli su cui si basa il calcolo dell'*Awareness Index* del campione di italiani*.

* Rispetto alla ricognizione effettuata con la popolazione italiana manca la valutazione ex-post in termini relativi, ovvero rispetto ai peers che non è stata svolta per la difficoltà a individuare un gruppo di riferimento (gli altri immigrati della stessa etnia, gli immigrati in generale, gli italiani). Tale mancanza, assieme al diverso processo di rilevazione delle informazioni (CAPI vs CAWI) e alla diversa rappresentazione socio-demografica nei due campioni, rende i risultati dell'*Awareness Index* semplificato non confrontabile con un analogo indice calcolato per gli italiani e pari a 57.



A livello complessivo, il valore medio dell'*Awareness Index* semplificato è risultato pari a 46 punti, inferiore al livello di sufficienza dichiarato di 60 punti. Anche per il campione di nuovi italiani sono state prese in considerazione le caratteristiche socio-demografiche degli intervistati. L'*Awareness Index* semplificato è stato, pertanto, segmentato per:

- genere,
- fascia d'età,
- situazione familiare,
- occupazione,
- ammontare di reddito annuo,
- area geografica.

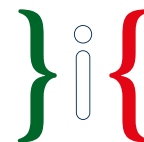
I risultati mostrano che, in media, i valori più elevati dell'indice sono stati rilevati per i soggetti:

- maschi (51 punti);
- appartenenti alla fascia d'età 24-44 anni (48 punti);
- provenienti dalla Romania (seguono Sudamerica e Filippine) (50 punti);
- lavoratori autonomi (59 punti);
- famiglie con figli (53 punti);
- con un reddito elevato, compreso tra 40.000 e 80.000 euro (73 punti);
- residenti in Italia da oltre 20 anni (59 punti);
- che dichiarano di parlare molto bene l'italiano (65 punti).

Simmetricamente, i valori più bassi si registrano per i seguenti soggetti:

- femmine (43 punti);
- appartenenti alla fascia di età superiore a 65 anni (43);
- provenienti dalle filippine (40 punti);
- non occupati (38 punti);
- single (42 punti);
- con reddito inferiore a 20.000 euro (43 punti);
- che vivono in Italia da 1-2 anni (30 punti);
- che dichiarano di non parlare bene italiano (25 punti).

Con riferimento alla percezione ex ante, l'analisi delle risposte fornite dai nuovi italiani mostra che vi è prudenza riguardo ai concetti finanziari. In oltre, in media, gli intervistati credono di avere una conoscenza superiore alla media in ambito assicurativo. Passando dalla percezione ex ante alla conoscenza effettiva, si nota che circa il 47% del campione ha un livello di conoscenza inferiore alla media, con uno scostamento negativo maggiore per i concetti di natura finanziaria.



L'esame dei risultati emersi dal confronto tra la valutazione ex post e la conoscenza effettiva ha rivelato che il 28% circa del campione, ex post, non è stato in grado di valutare il proprio livello di conoscenze, dichiarando di aver dato un range di risposte corrette diverso dal numero effettivo. Di questo 28% circa, oltre il 18% mostra *overconfidence*, pensando di aver fornito un numero di risposte corrette superiore a quello effettivo. I "nuovi italiani" *overconfident* sono prevalentemente femmine (circa il 56%), hanno un'età compresa tra 25 e 44 anni (circa il 47%) e percepiscono un reddito tra 20.000 e 40.000 euro (circa il 51%).

Anche per i nuovi Italiani è stato possibile misurare la *numeracy* di base. La percentuale di rispondenti classificati come *risk literate* supera di poco il 20%, risultando quindi più bassa della percentuale registrata tra la popolazione italiana. Non vi sono particolari differenze di genere, mentre tra i rispondenti di origine sudamericana e tra chi ha più di 65 anni si concentrano il maggior numero di persone con adeguata *numeracy* e conoscenza del rischio.

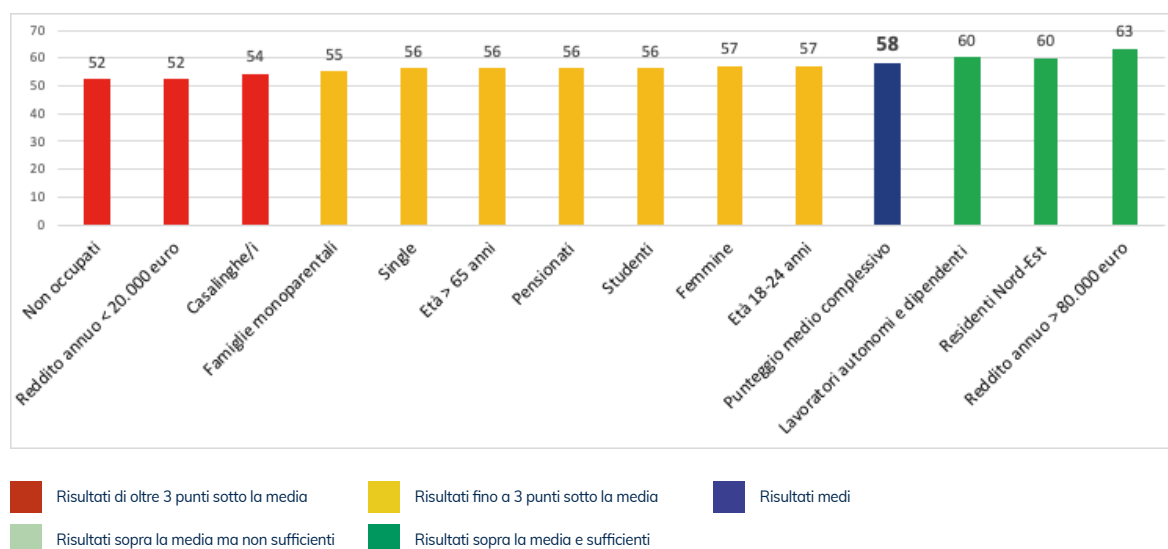
6.3 I sottoindicatori: Behavioural Index

Analizzando le componenti dell'Edufin Index, emerge che il *Behavioural Index*, l'indice che misura la "compostezza comportamentale" in ambito finanziario e assicurativo, raggiunge un punteggio insufficiente pari a 58. In media, quindi, gli italiani presentano un comportamento non adeguatamente "ordinato" davanti alle decisioni finanziarie e assicurative.

Le donne, pur migliorando significativamente la propria posizione rispetto ai livelli di *awareness*, ottengono i valori inferiori insieme ai giovani e agli anziani. Al Nord, in particolare al Nord Est dove si raggiunge quota 60, l'indicatore supera il livello medio nazionale. Esiste poi una relazione diretta tra il livello del Behavioural Index e il reddito dichiarato. In questo caso, l'indicatore è pari a 52 per chi dichiara un reddito annuo inferiore a 20.000 euro, mentre è pari a 63 per i redditi sopra 80.000 euro. Chi svolge un'attività lavorativa retribuita (autonomi e dipendenti) raggiunge a sua volta la sufficienza. L'indicatore assume invece un valore significativamente inferiore alla media nel caso di casalinghe, pensionati e studenti. Infine, non raggiungono la sufficienza i disoccupati (52), le famiglie monoparentali (55) e i single (56).

Sul fronte comportamentale, il *Behavioural Index* e le sue sotto-componenti confermano la presenza di una relazione inversa tra miopia, ansia e grado di compostezza comportamentale. Viceversa, segnalano una relazione positiva tra compostezza comportamentale e *self-efficacy*. È inoltre interessante segnalare la relazione inversa registrata tra l'indice di *Risk Perception* e l'avversione all'ambiguità e tra indice di *Risk Perception* e illusione di controllo. Anche se non si dispone di strumenti per indagare il nesso causale, l'evidenza merita considerazione perché suggerisce che chi ha una percezione del rischio meno distorta è anche più disposto a investire il proprio denaro in strumenti finanziari e assicurativi meno familiari ed è meno *overconfident* nel valutare i propri risultati.

Figura 6.3 – I risultati del Behavioural Index



6.3.1 Behavioural Index – indice di Risk Perception

Analizzando i tre sotto-indicatori che compongono il *Behavioural Index*, emergono altre interessanti evidenze.

L'indice di *Risk Perception* assume un valore pari a 47, a indicare una percezione soggettiva del rischio che si discosta in modo significativo dai livelli oggettivi. Ciò si traduce quindi in un'insufficiente capacità di utilizzare le informazioni disponibili per elaborare ragionamenti finanziari e assicurativi oggettivamente corretti.

Tale indicatore assume valore 48 nel NordEst del paese e 49 tra i single. Non presenta differenze significative con riferimento al genere. Tuttavia, mostra abbastanza sorprendentemente livelli inferiori tra i soggetti ad elevato reddito (42) e, meno sorprendentemente, in chi ha un'età pari o superiore a 65 anni e tra i pensionati. Questi ultimi ottengono un punteggio pari a 45. Se, come suggerito in letteratura (Dolmen et al. 2018), la *Risk Perception* è associata alle abilità cognitive, i nostri dati sembrano confermare che, con la contrazione dell'intelligenza fluida che si manifesta con l'invecchiamento, si registra una corrispondente riduzione nelle abilità di *problem solving* (Finke et al, 2017).

6.3.2 Behavioural Index – indice di Comportamento finanziario e assicurativo

L'indice di Comportamento finanziario e assicurativo, che misura la diffusione di tali strumenti, raggiunge un punteggio pari a 64 e mostra come in media gli italiani partecipino ai mercati finanziari e adottino comportamenti di copertura giudicabili come sufficienti. La partecipazione ai mercati finanziari e assicurativi è di gran lunga più elevata tra gli uomini (69) e nel Nord (69 al Nord Est e 68 al Nord Ovest), mentre appare insufficiente al Sud e Isole (57) e tra le donne (59). L'indicatore, che non tiene in conto l'entità di investimenti e coperture, non presenta differenze significative nelle diverse fasce di età, con una minima riduzione nel coefficiente di partecipazione dei più giovani (fascia di età 18-24) e dei più anziani (65 +) che ottengono un punteggio pari a 63. Inoltre, l'indicatore di Comportamento finanziario e assicurativo mostra livelli più elevati della media tra chi è impegnato in un'attività lavorativa retribuita (69), senza significative differenze tra autonomi e dipendenti. È invece significativamente sotto la media per i non occupati (46), le casalinghe/i (50) e gli studenti (58). Analizzando i risultati rispetto alla composizione familiare si collocano sopra la media le coppie (66), mentre sono sotto la media i single con un punteggio pari a 62 e le famiglie monoparentali (56). Infine, come prevedibile, la partecipazione ai mercati finanziari e assicurativi è correlata positivamente con il reddito personale e familiare, raggiungendo un punteggio pari a 84 per i rispondenti con un reddito annuo superiore a 80.000 euro.

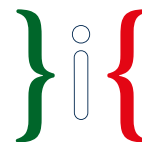


Figura 6.4 – I risultati del Behavioural Index – indice di Risk Perception

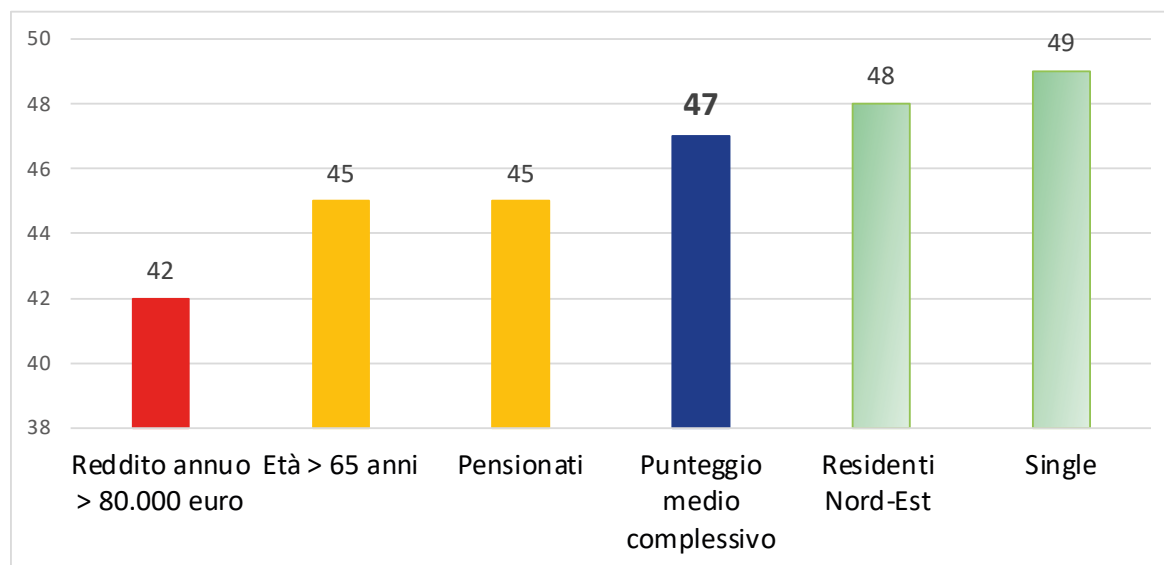
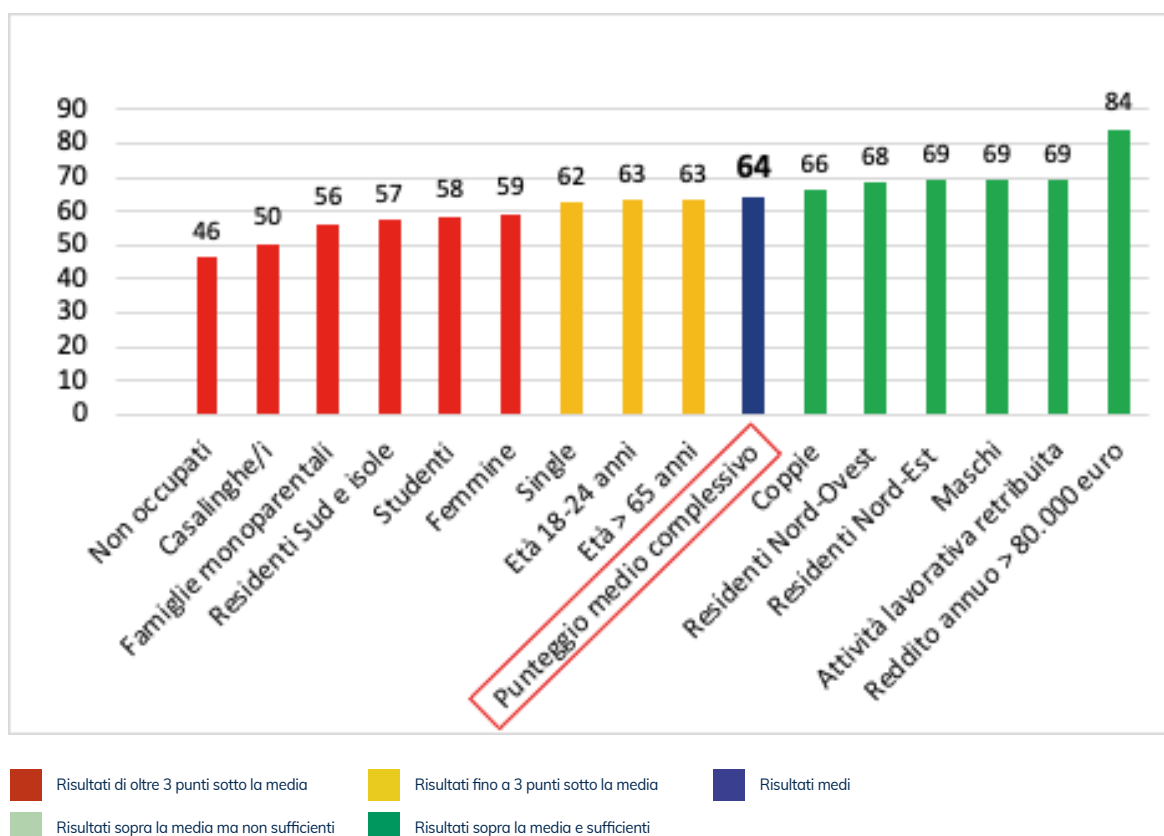
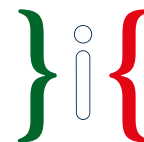


Figura 6.5 – I risultati del Behavioural Index – Indice di Comportamento finanziario e assicurativo





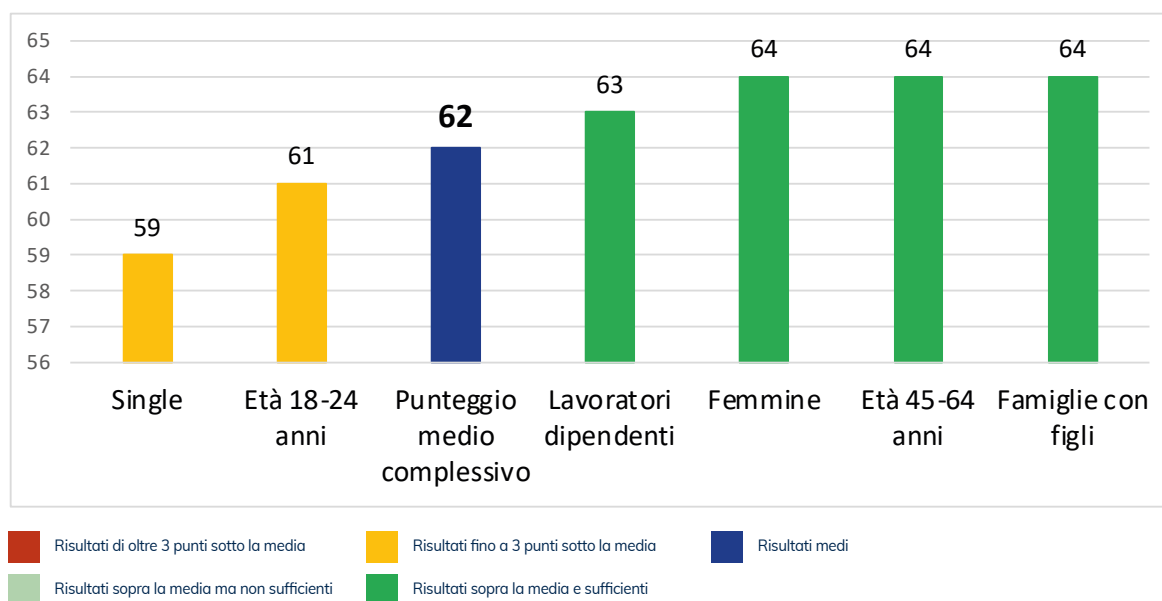
6.3.3 Behavioural Index – indice di Attitudine e sentiment finanziari e assicurativi

Il terzo sotto-indice, che misura attitudine e *sentiment* nei confronti dei mercati finanziari e assicurativi, ottiene un punteggio pari a 62.

Le donne, i rispondenti di età compresa tra 45-64 anni e le famiglie con figli mostrano una maggiore attitudine, raggiungendo quota 64. Le fasce più giovani (18-24) e i single mostrano invece il più basso livello di coinvolgimento, ottenendo, rispettivamente, un punteggio pari a 61 e 59.

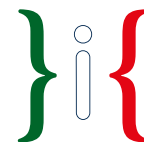
Analizzando i rispondenti per condizione lavorativa, presentano un punteggio superiore alla media i lavoratori dipendenti (63). Non vi sono differenze significative relativamente a reddito e area geografica di appartenenza.

Figura 6.6 – I risultati del Behavioural Index – Indice di Attitudine e sentiment



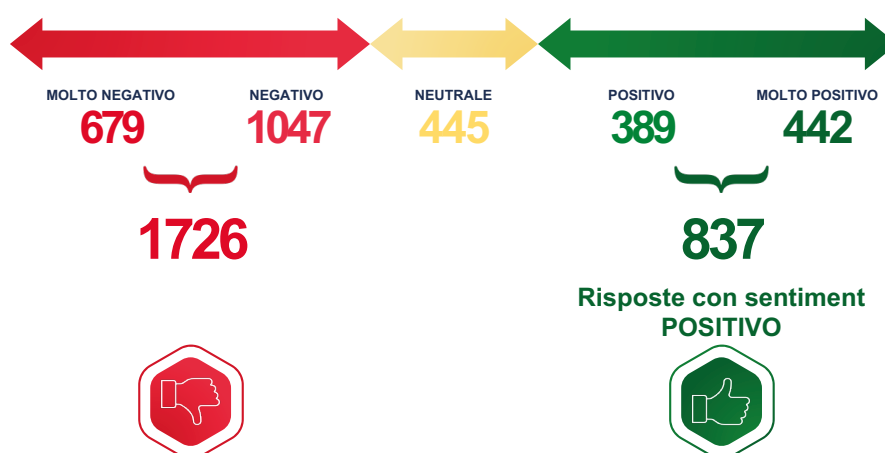
Box 6.2 La rilevazione delle esperienze nel mondo finanziario e assicurativo e l'Edufin Index degli Italiani

L'ultima domanda del questionario sottoposta al campione di italiani chiedeva: *"Pensa alla tua esperienza con il mondo finanziario e assicurativo come ad un viaggio (es. avventuroso, familiare, impervio ecc): ci puoi raccontare qualcosa che ti ha particolarmente colpito?"* Le risposte a questa domanda aperta sono state elaborate attraverso strumenti di analisi semantica che hanno permesso di rilevare le esperienze, vere e proprie recensioni, che gli intervistati hanno segnalato del proprio vissuto nel mondo finanziario e assicurativo.

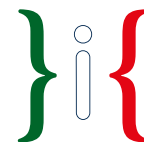


Utilizzando tecniche di *Natural Language Processing* e modelli di *Deep Learning*, e grazie all'applicativo **App2check**, è stato possibile assegnare a ogni porzione semanticamente rilevante della risposta fornita (es. a una frase del testo) e anche a ogni parola di rilievo (detta topic) il relativo sentiment, ovvero l'opinione e il grado di apprezzamento degli utenti riguardo alla propria esperienza nel mondo finanziario e assicurativo. In questa analisi di sentiment, la misura del grado di positività, neutralità o negatività è stata poi standardizzata in una scala 1-5: 1 molto negativo, 2 negativo, 3 neutrale, 4 positivo, 5 molto positivo. Nel campione di 3500 intervistati, è stato possibile rilevare il sentiment per quasi il 90% delle risposte fornite (3002 rispondenti). I risultati sono rappresentati nella figura 1.

Box 6.2 - Figura.1. Risultati analisi di sentiment "finanziario e assicurativo" sul campione della popolazione italiana



In sintesi, quasi il 60% descrive un'esperienza con sentiment molto negativo o negativo e meno del 30% ha un'opinione positiva o molto positiva. La tabella 6.1, che riporta i risultati segmentati per le principali variabili socio-demografiche, mostra alcune differenze significative in diverse fasce della popolazione: i più giovani (età fino a 44 anni), i maschi e i lavoratori autonomi hanno sentiment negativi inferiori alla media; viceversa, i single, i non occupati e le/i casalinghe/i rappresentano nelle loro risposte un'esperienza particolarmente negativa.



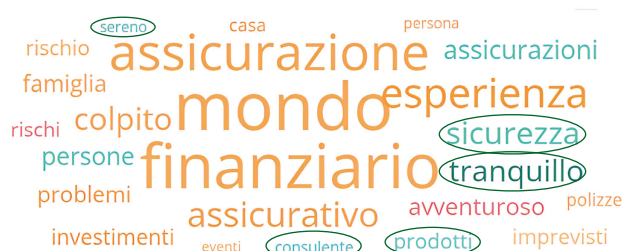
Distribuzione delle risposte suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		1	2	3	4	5
Genere	Femmina	22%	39%	13%	11%	15%
	Maschio	23%	31%	17%	15%	15%
	Altro	36%	38%	6%	6%	15%
Area Geografica	Nord Ovest	23%	36%	13%	14%	15%
	Nord Est	23%	33%	17%	13%	13%
	Centro	22%	35%	15%	12%	16%
	Sud e Isole	23%	36%	14%	13%	15%
Fasce di età	18-24	21%	35%	13%	14%	16%
	25-44	21%	34%	16%	15%	14%
	45-65	21%	36%	15%	12%	15%
	65+	26%	34%	14%	12%	15%
Occupazione	Casalingo/a	25%	40%	13%	6%	16%
	Lavoratore autonomo	21%	32%	19%	14%	13%
	Lavoratore dipendente	21%	34%	15%	13%	16%
	Non occupato	27%	40%	11%	13%	10%
	Pensionato/a	25%	35%	13%	13%	14%
	Studente	22%	33%	12%	17%	16%
	Altro	22%	34%	15%	13%	15%
Nucleo Familiare	Coppia	23%	34%	15%	13%	16%
	Famiglia Monoparentale	20%	40%	16%	12%	11%
	Famiglia con figli	26%	36%	14%	12%	12%
	Single	10%	34%	14%	16%	15%
	Altro	22%	34%	15%	13%	15%
Fasce di reddito	Meno di €20.000	24%	38%	14%	10%	14%
	Tra €20.000 e €40.000	22%	33%	15%	14%	15%
	Tra €40.000 e €80.000	21%	29%	17%	15%	18%
	Più di €80.000	18%	25%	16%	19%	22%
	Preferisco non rispondere	25%	40%	13%	12%	10%

Andando ad approfondire i contenuti che determinano i diversi sentiment, dall'analisi semantica emergono 5 macro-argomenti in comune tra i commenti positivi e quelli negativi: Viaggio, Assicurazione, (Mondo) Finanziario, Esperienza ed Investimenti. Pur comuni, tali macro-argomenti vengono trattati complessivamente con sentiment con polarità diversa e determinato da opinioni su micro-argomenti differenti. Nella figura 6.2 sono presentati i *topic cloud* delle varie risposte fornite.

Figura 6.2 – Topic cloud delle risposte con sentiment positivo e negativo

Risposte con sentiment **POSITIVO**



Risposte con sentiment **NEGATIVO**

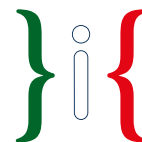


Fonte: App2check

Da una parte, gli utenti che forniscono commenti positivi sono consapevoli della complessità e del rischio o della mancanza di competenze tecniche. Nonostante ciò, descrivono esperienze tranquille e familiari, anche grazie alla presenza di consulenti finanziari giudicati preparati e che contribuiscono a determinare un contesto rassicurante e di fiducia.

Dall'altra parte, chi fornisce commenti negativi racconta esperienze legate a perdite economiche in investimenti, incidenti auto e relativi problemi nei rimborsi, mancanza di conoscenza ed esperienza in ambito finanziario che determina un basso livello di fiducia.

Poiché nei commenti riportati ricorre il tema della conoscenza ed esperienza, nonché della fiducia, si è deciso di incrociare i dati di sentiment con quelli dell'Edufin Index e dei suoi sotto-indici. Da ciò emerge una relazione positiva e mai ambigua tra i diversi indicatori di *literacy* e il sentiment che deriva dalla propria esperienza nel mondo finanziario e assicurativo.



Chi mostra sentiment negativo si sente perso, considera il mondo finanziario come un viaggio impervio e riferisce cattive esperienze e mancanza di fiducia. Questi soggetti ottengono punteggi significativamente inferiori alla media.

Emerge invece il contrario per chi mostra sentiment positivo, dichiarando più consapevolezza e più serenità verso il mondo finanziario.

La relazione tra sentiment e *literacy* finanziaria e assicurativa non è mai stata indagata in precedenza e consente di adottare una chiave di lettura inedita. È infatti difficile immaginare che le persone possano fare sforzi per aumentare le proprie skills finanziarie se provano un senso di disagio profondo nei confronti di tale mondo.

La *financial literacy* è a tutti gli effetti una forma di cittadinanza attiva. Questa rappresenta la capacità di districarsi in vari contesti, di fare scelte informate e consapevoli tali da garantire un livello di benessere finanziario sufficiente per sé stesso e, indirettamente, per la società in cui si vive.

Al pari della cittadinanza attiva, il circolo virtuoso passa per una condizione di fiducia nelle istituzioni, politiche in quel caso, e finanziarie nel nostro. Il processo attraverso il quale si accumula fiducia, e con essa partecipazione, si basa su una valutazione spesso non razionale e retrospettiva dell'esperienza vissuta.

Il sentiment cambia se si riesce a cambiare la valutazione dell'esperienza ed è quindi su questi aspetti che devono essere costruite le strategie di comunicazione ed educazione. Per poter chiedere alle persone di interessarsi ai temi finanziari bisogna, innanzitutto, convincerle che valga la pena farlo.

7. Risultati dell'analisi top-down

7.1 Premessa

A completamento e a parziale verifica dell'analisi campionaria bottom-up, svolta mediante questionario, si riportano di seguito i risultati dell'analisi svolta sul web. Tale analisi ha preso in esame tutti i commenti presenti su Twitter nel periodo 01/07/2021 – 30/06/2022 relativamente ai temi Rischio Finanziario, Assicurazione e Previdenza.

Twitter è uno dei social network più diffusi al mondo, con circa 320 milioni di profili stimati nel 2022. A differenza di altri social media*, Twitter consente di estrarre tutti i tweets che riguardano uno specifico argomento di interesse ed uno specifico intervallo temporale (oltre ad altri eventuali parametri, come ad esempio la lingua). Pertanto si è deciso di utilizzare Twitter, focalizzando l'analisi sui tre argomenti e sul periodo sopra specificati. Inoltre, si è ritenuto opportuno tenere distinti i commenti degli operatori istituzionali (es. banche, assicurazioni, testate giornalistiche) da quelle degli "altri" utilizzatori (es. singoli individui, influencer, media minori) e di verificare se vi fossero differenze significative nel periodo precedente e successivo allo scoppio della guerra in Ucraina (23/02/2022).

L'analisi, svolta tramite la piattaforma **App2check**, ha dapprima applicato le query di ricerca in logica booleana per scaricare i tweets sui tre argomenti di interesse. Successivamente, li ha analizzati applicando tecniche di Natural Language Processing e Machine Learning (in proposito si rimanda all'appendice metodologica sull'analisi semantica). Per ogni tweet sono state raccolte anche le informazioni relative alle "reactions", ovvero like, condivisioni e citazioni che formano nel seguito l'indicatore denominato "Engagement".

7.2 Dati raccolti

Sono stati raccolti in totale **59,387** tweets nel periodo compreso tra il 01/07/2021 e il 30/06/2022, così suddivisi per i tre argomenti: **Rischio Finanziario 16.687, Assicurazione 26.828 e Previdenza 15.872**.

I tweets di ogni tema/query sono stati poi analizzati separatamente, separando quelli pubblicati dai **106 profili istituzionali** (che rappresentano il 9% dei profili totali) da quelli di tutti gli altri (nel seguito "other", che rappresentano il restante 91%).

* Il social media è lo strumento, l'app o il software fisico, mentre il social network sono le persone che utilizzano il social media per creare la propria rete di comunità online (ndr).

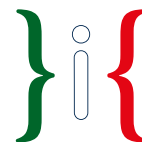
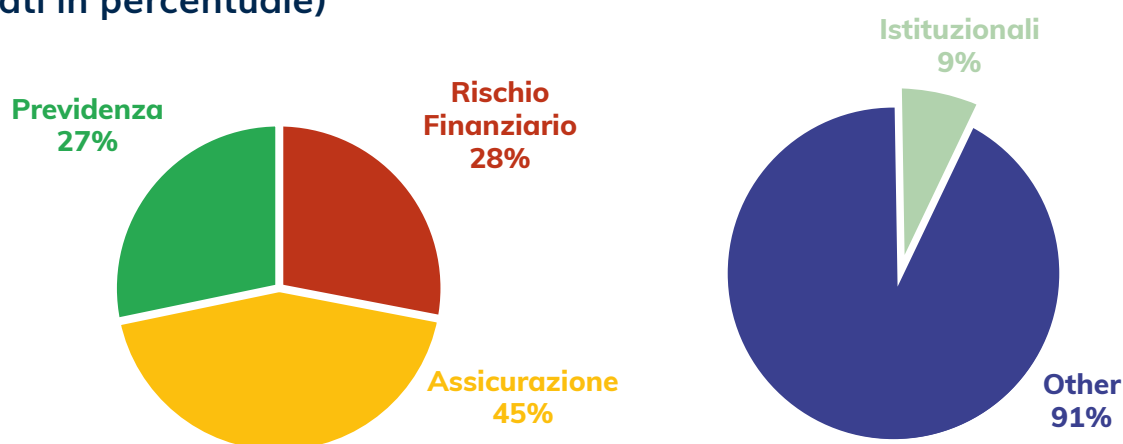


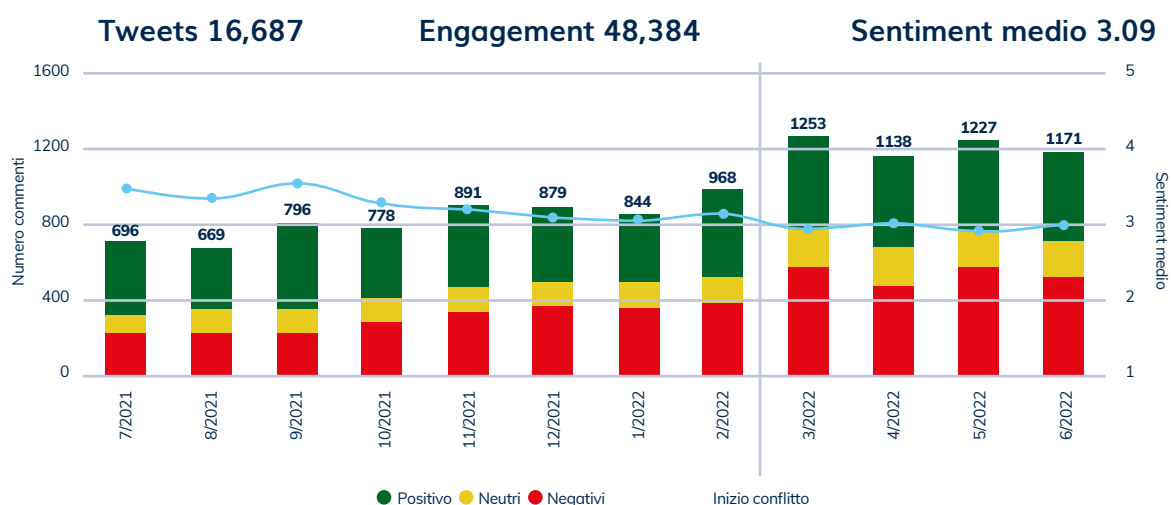
Figura 7.1 Distribuzione del numero di tweet per i tre argomenti (dati in percentuale)

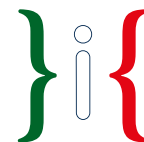


7.3 L'analisi dei tweet relativi al tema **Rischio Finanziario**

Solo riguardo al tema **Rischio Finanziario** emerge un impatto significativo nell'andamento generale dei tweets prima e dopo lo scoppio del conflitto tra Russia e Ucraina. In particolare si nota un incremento nel volume dei tweets ed una riduzione nel valore del sentiment, che passa da 3.45 di luglio 2021 (vicino alla soglia positiva) a 2,86 di maggio 2022. Ciò riflette una percezione in peggioramento sul mondo degli investimenti e una preoccupazione sull'andamento dei mercati.

Figura 7.2 Andamento dei tweet relativi al Rischio Finanziario durante il periodo





Dai tweets sul tema **Rischio Finanziario**, emergono aspetti negativi strettamente collegati agli andamenti di mercato, in quanto vengono condivise informazioni sull'esito delle sedute del mercato azionario o più in generale sull'andamento di asset o argomenti specifici (es. Inflazione, gas, dax, ftse, opzioni, future, ecc.). In particolare, in ordine decrescente di ricorrenza, emergono come topic negativi Future (sentiment 2,26), DAX (sentiment 1,56), Gas (sentiment 2,32) e Opzioni (sentiment 1,5). Vale invece la pena di evidenziare la ricorrenza e il sentiment positivo associato ai temi ESG (sentiment 3,82).

Tabella 7.1 Ricorrenza dei topic collegati al Rischio Finanziario

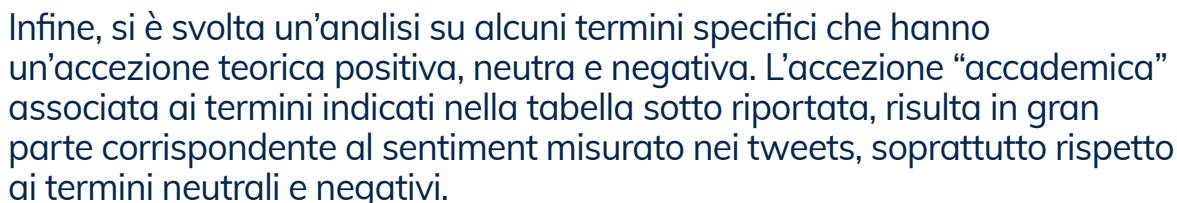
TOPIC	SENTIMENT	OCCORRENZA
Future	2,26	6,81%
DAX	1,56	6,45%
Gas	2,32	6,09%
Opzioni	1,50	4,95%
ESG	3,82	4,47%

Molto marcata è la **differenza tra il mondo delle Istituzioni e gli «other»**: i primi affrontano l'argomento con un approccio più orientato alla formazione ed alla informazione relativa al mondo degli investimenti. Per gli «other», invece, il sentiment è più basso e gli argomenti trattati sono più vicini al mondo del self-trading, legato, oltre che ad azioni, anche al mondo emergente delle criptovalute e alle materie prime (es. petrolio, gas, oro).

Sull'insieme dei tweets istituzionali, risulta essere predominante la presenza di Milano Finanza, che da solo rappresenta il **73%** di tutti i tweets istituzionali. La topic cloud che include Milano Finanza indica chiaramente l'utilizzo dei tweets per raccontare l'andamento del mercato, con topic ricorrenti quali seduta, correzione, recupero, rialzo.

Escludendo Milano Finanza, emerge più chiaramente la differenza tra tweets istituzionali e non. Si evince la presenza/assenza di topic specifici: ad esempio, in "other" è ricorrente il topic **Criptovalute** (4.96% di ricorrenza), mentre sui profili istituzionali è significativo il topic **Certificati** (20.82%), a testimonianza di un maggior orientamento degli istituzionali verso modalità di investimento più consolidate ed intermedie.

Figura 7.3 – Topic cloud sul Rischio Finanziario suddivisi per natura degli utenti



1. Dei termini positivi in ambito accademico, su Twitter il termine **Opportunità risulta in fascia neutrale alta**, vicino a quella positiva e rimane sostanzialmente costante pre e post inizio della guerra in Ucraina, con un leggero aumento probabilmente associato alle opportunità che spesso derivano dalle crisi.
2. Tra le neutre, **Speculazione ha un'accezione sostanzialmente negativa nelle opinioni dei profili Twitter, in drastico peggioramento** a seguito della guerra in Ucraina. Copertura, seppur poco menzionato, era percepito positivamente prima del conflitto, mentre quasi in modo negativo successivamente.
3. Riguardo alle differenze tra pre e post inizio del conflitto in Ucraina, **su Twitter si misura chiaramente una riduzione del sentiment** rispetto alle prospettive di **Guadagno**, alla **Speculazione** latente, al senso di **Copertura**, all'**Incertezza** e alla **Perdita** di denaro.
4. Prima del conflitto, Crisi e Volatilità erano presenti e negative per via della crisi innescata dal Covid.

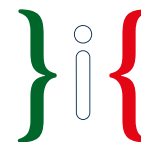


Figura 7.4 – Confronto tra sentiment “teorico” e sentiment rilevato in tema di Rischio Finanziario

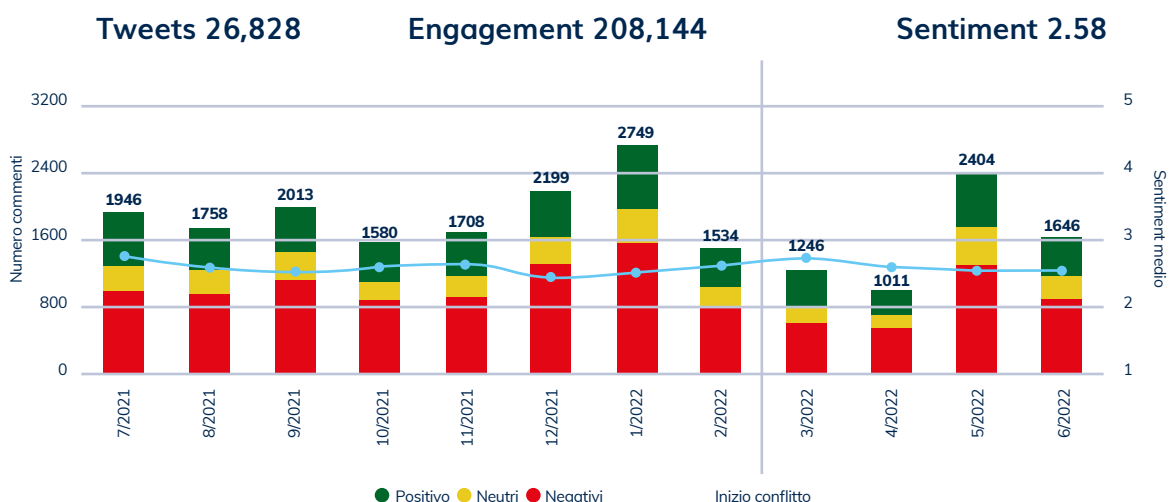
	TUTTO IL PERIODO				PRE-CONFLITTO				POST INIZIO CONFLITTO				
ACCEZIONI TEORICHE	TOPIC	SENTIMENT	TWEET	RICORRENZA	TOPIC	SENTIMENT	TWEET	RICORRENZA	TOPIC	SENTIMENT	TWEET	RICORRENZA	DELTA POST/ PRE CONFLITTO
Positivo	Opportunità	3.59	191	1.14%	Opportunità	3.55	90	0.89%	Opportunità	3.62	101	1.52%	0.07
Positivo	Guadagno	3	25	0.14%	Guadagno	3.33	12	0.11%	Guadagno	2.69	14	0.21%	-0.64
Positivo	Ricompensa		0		Ricompensa		0		Ricompensa		0		0
Neutro	Volatilità	2.81	105	0.62%	Volatilità	2.31	32	0.31%	Volatilità	2.93	73	1.10%	0.62
Neutro	Speculazione	2.07	22	0.13%	Speculazione	2.8	8	0.07%	Speculazione	1.7	14	0.21%	-1.1
Neutro	Copertura	3.17	12	0.07%	Copertura	4	6	0.05%	Copertura	2.33	6	0.09%	-1.67
Neutro	Scommesse	3	10	0.05%	Scommesse	2.5	5	0.04%	Scommesse	3.4	5	0.07%	0.9
Negativo	Crisi	3.14	82	0.49%	Crisi	2.3	23	0.22%	Crisi	3.47	59	0.89%	1.17
Negativo	Incertezza	2.25	36	0.21%	Incertezza	3	7	0.06%	Incertezza	2.07	29	0.43%	-0.93
Negativo	Perdita	1.74	27	0.16%	Perdita	1.86	14	0.13%	Perdita	1.62	13	0.19%	-0.24

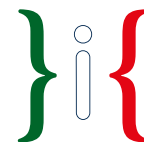
7.4 L'analisi dei tweet relativi al tema Assicurazione

In generale, anche sul tema Assicurazione, si conferma una netta differenza di percezione tra profili istituzionali e non. I primi segnano un sentiment più alto, sottolineando gli **aspetti positivi** dell'utilizzo di assicurazioni aggiuntive e spesso svolgono su Twitter un **ruolo educativo e di formazione**; gli «other» sono influenzati dalla **percezione negativa sugli indennizzi** e da un generale **pregiudizio nei confronti delle assicurazioni**.

Il volume di commenti vede una lieve variazione tra prima e dopo il conflitto: tra luglio 2021 e gennaio 2022, si registrano in media 1.993 tweets al mese, mentre tra marzo 2022 e giugno 2022 si scende a 1.576. Il sentiment rimane invece sostanzialmente costante in tutto il periodo in fascia neutrale (2,58).

Figura 7.5 – Andamento dei tweet relativi e assicurazione durante il periodo





Il punto di vista espresso è principalmente quello degli utenti delle assicurazioni e si discute frequentemente di indennizzi legati alle polizze assicurative, spesso legate a quelle sanitarie e agli impatti del Covid19 e dei vaccini.

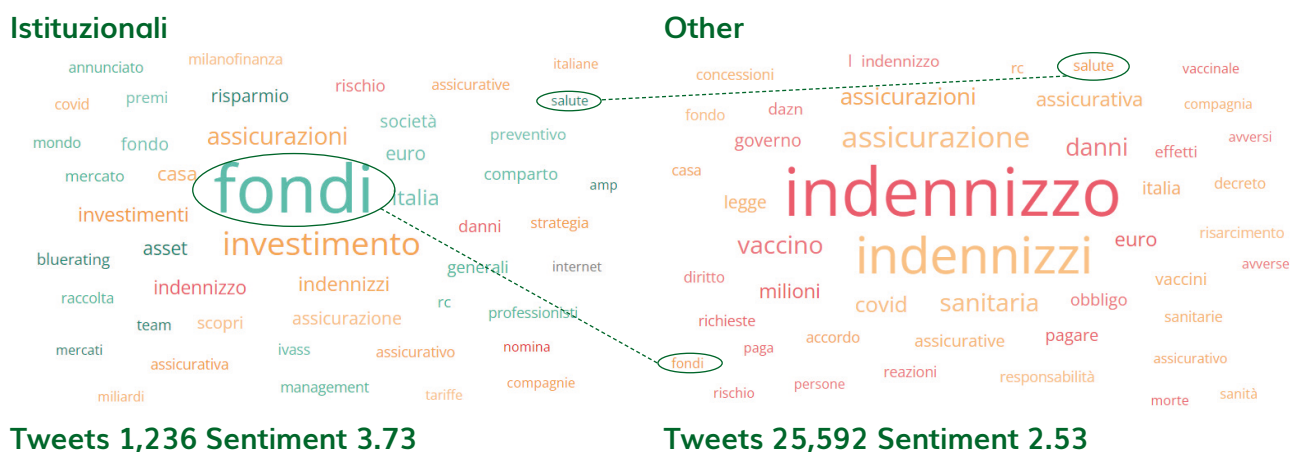
A livello aggregato, infatti, il topic più ricorrente è proprio Indennizzo, con un sentiment decisamente negativo (1,73). I tre topic maggiormente correlati alla parola indennizzo sono Vaccino, Danni e Covid. Ha invece un sentiment positivo il topic Salute, con commenti relativi ad esempio al tema della prevenzione e delle possibilità di rimborso offerte dalle polizze sanitarie.

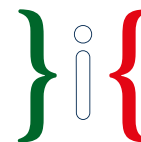
Tabella 7.2. Ricorrenza dei topic collegati a assicurazione

TOPIC	SENTIMENT	OCCORRENZA
Indennizzo	1,73	17,22%
Vaccino	2,02	4,26%
Danni	2,04	3,99%
Salute	3,68	1,20%

Il confronto tra la topic cloud dei profili istituzionali e quella degli other mostra una marcata differenza di sentiment: i primi hanno un sentiment complessivo positivo (3.73), mentre per gli other è neutro (2.53, la differenza è di 1.2). Ad esempio, il topic **Fondi** di investimento ha un sentiment positivo per i profili istituzionali (4.04) e neutro per gli other (3.49). Il topic **Salute**, che risultava essere nei top topic positivi dell'aggregato, qui si distingue tra istituzionali (4.75) e other (3.6).

Figura 7.6 – Topic cloud su assicurazione suddivisi per natura degli utenti





Per quanto concerne il confronto tra le topic cloud prima e dopo lo scoppio del conflitto tra Russia e Ucraina, non si osservano significative variazioni di sentiment e anche i topic sono molto simili. L'unica differenza degna di nota riguarda la riduzione del sentiment del topic **Assicurazione** dal valore neutro 2.62 nel periodo prima del conflitto al valore negativo 2.31 nel periodo successivo. Il fenomeno sembra legato principalmente all'aumento dei costi, come rilevato dal peggioramento del sentiment sul tema **Costo**, che passa infatti dal neutro 2.41 al negativo 2.10.

Infine, come già per il **Rischio Finanziario**, si è svolta un'analisi su alcuni termini specifici che hanno un'accezione teorica positiva, neutra e negativa. Anche in questo caso, l'accezione «accademica» associata ai termini indicati nella tabella sotto riportata, risulta in gran parte corrispondente al sentiment misurato nei tweets. Tuttavia emergono le seguenti interessanti evidenze:

1. **Rischio e Sinistro**, che in ambito «accademico» vengono classificati come neutri, nei tweet assumono, comprensibilmente, un'accezione negativa, in quanto temi che trattano argomenti in media polarizzati negativamente;
2. **Garanzia e Costo** vengono menzionati con un'accezione neutrale; ciò è dovuto anche alla presenza di tweet provenienti da fonti istituzionali che presentano le garanzie fornite ed i costi in ottica informativa;
3. Riguardo alle differenze pre e post inizio conflitto, si evidenzia una riduzione del sentiment di **Investimento e Garanzia**.

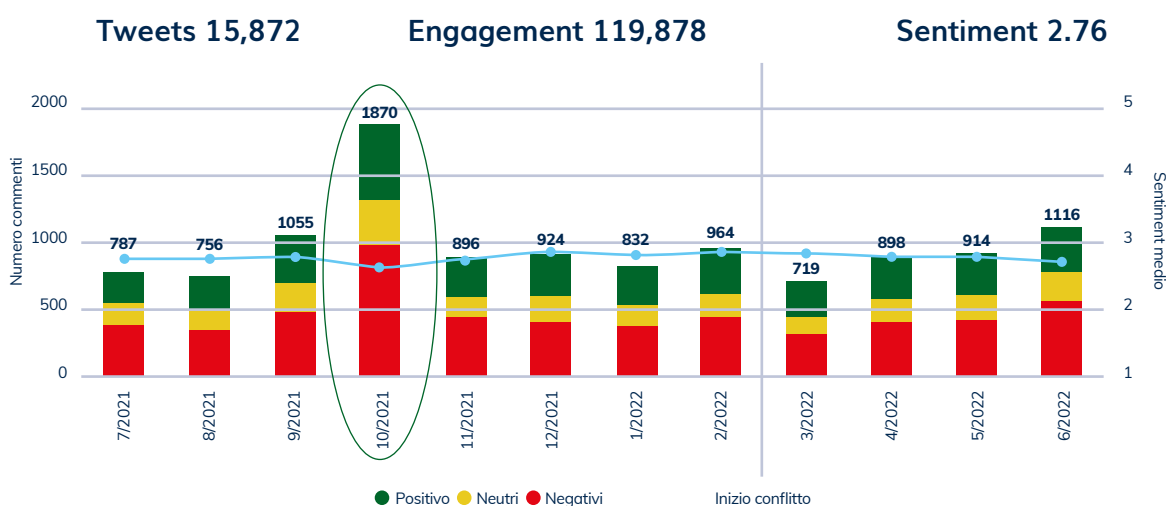
Figura 7.7 – Confronto tra sentiment “teorico” e sentiment rilevato in tema assicurazioni

ASSICURAZIONE - TUTTO IL PERIODO					ASSICURAZIONE - PRE-CONFLITTO				ASSICURAZIONE - POST INIZIO CONFLITTO				
ACCEZIONI TEORICHE	TOPIC	SENTIMENT	TWEET	RICORRENZA	TOPIC	SENTIMENT	TWEET	RICORRENZA	TOPIC	SENTIMENT	TWEET	RICORRENZA	DELTA POST/ PRE CONFLITTO
Positivo	Investimento	4.12	205	0.76%	Investimento	4.29	163	0.85%	Investimento	3.48	42	0.53%	(-0.81)
Positivo	Protezione	3.70	125	0.46%	Protezione	3.81	70	0.36%	Protezione	3.56	55	0.69%	-0.25
Positivo	Sicurezza	3.75	101	0.37%	Sicurezza	3.71	68	0.35%	Sicurezza	3.82	33	0.41%	0.11
Positivo	Garanzia	2.93	82	0.30%	Garanzia	3.12	43	0.22%	Garanzia	2.72	39	0.49%	(-0.4)
Neutro	Auto	2.88	803	2.99%	Auto	2.80	466	2.45%	Auto	2.99	337	4.27%	0.19
Neutro	Rischio	2.05	273	1.01%	Rischio	2.02	168	0.88%	Rischio	2.1	105	1.33%	0.08
Neutro	Sinistro	1.99	25	0.09%	Sinistro	1.89	13	0.06%	Sinistro	2.1	12	0.15%	0.21
Neutro	Incertezza	3.25	7	0.02%	Incertezza		0		Incertezza	3.25	7	0.08%	
Negativo	Malattia	1.99	147	0.54%	Malattia	2.02	83	0.43%	Malattia	1.95	64	0.81%	-0.07
Negativo	Costo	2.49	104	0.38%	Costo	2.46	61	0.32%	Costo	2.53	43	0.54%	0.07
Negativo	Infortunio	1.95	81	0.30%	Infortunio	1.94	67	0.35%	Infortunio	2.01	14	0.17%	0.07
Negativo	Disastro	1.50	6	0.02%	Disastro	1.5	2	0.01%	Disastro	1.5	4	0.05%	0

7.5 L'analisi dei tweet relativi al tema Previdenza

L'andamento nel tempo dei tweet relativi all'argomento Previdenza non mostra variazioni significative né per quanto concerne il volume, né per quanto concerne il sentiment, il cui valore medio è 2.76 (fascia neutrale). Lo scoppio del conflitto risulta influente. Si rileva invece un picco di tweet nell'ottobre 2021 causato dalle discussioni sull'abolizione di quota 100 e sull'adozione di altri algoritmi per il conteggio dell'età pensionabile.

Figura 7.8 Andamento dei tweet relativi a previdenza durante il periodo



A livello aggregato, la topic cloud mostra prevalentemente topic in fascia neutrale. Tra i topic con sentiment positivo emergono i termini **Giovani, Pensione Integrativa, Garanzia**: i commenti parlano infatti della pensione di garanzia per i giovani e dell'opportunità di pensare ad una pensione integrativa sin da giovani. I topic negativi riguardano prevalentemente il tema dell'età pensionabile, con termini ricorrenti quali **Età, Opzionedonna, Stipendio**.

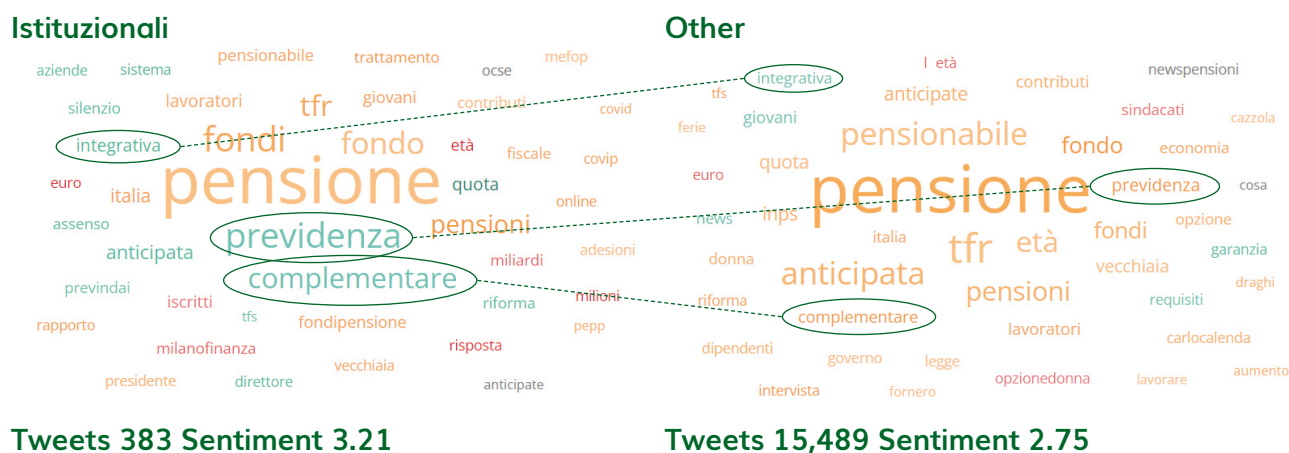
Tabella 7.3 Ricorrenza dei topic collegati a Previdenza

TOPIC	SENTIMENT	OCCORRENZA
Giovani	3,68	3,05%
Integrativa	3,79	2,39%
Garanzia	3,94	1,60%
Età	1,77	1,88%
Opzionedonna	2,00	2,00%
Stipendio	2,25	2,25%

Anche per l'argomento **Previdenza**, è emersa una marcata differenza tra i profili istituzionali (sentiment 3.21) e gli other (sentiment 2.75). Il confronto tra le due topic cloud mostra ad esempio che il topic **Previdenza** sui profili istituzionali ha un sentiment positivo di 3.83 e ricorrenza del 18.54%, mentre sugli altri profili ottiene sentiment neutro 3.46 e ricorrenza del 3.93%. Discorso simile per **Complementare** (istituzionali: 3.91 14.1%; "other": sentiment 3.58 e ricorrenza 3.18%). Il topic **Integrativa** ha un sentiment molto alto per gli istituzionali (4.4), mentre è tendente al medio per gli "other" (3.77).

Questa distanza è dovuta al fatto che i profili istituzionali trattano l'argomento in luce positiva e di formazione/informazione degli utenti, sottolineando i vantaggi della sottoscrizione e gli impatti positivi legati al futuro dei sottoscrittori. Gli "other" in gran parte commentano la pensione integrativa come una necessità dovuta dalle basse pensioni erogate dallo Stato, ma evidenziano le difficoltà economiche che ne impediscono la sottoscrizione.

Figura 7.9 Topic cloud su previdenza per natura degli utenti



7.6 Conclusioni

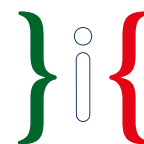
Per i concetti di **Rischio Finanziario** e **Assicurazione** è stato poi possibile confrontare il sentiment emerso dall'analisi campionaria con quello rilevato sui social network.

Innanzitutto, in tema di **Rischio Finanziario**, da entrambe le analisi emerge un'accezione tendenzialmente negativa attribuita e associata al termine da parte delle persone comuni. Per gli utenti istituzionali su Twitter, invece, al concetto di rischio si associa un'opinione decisamente più benevola.

In tema di **Assicurazione**, tra le persone comuni i sentiment sono invece diversi: tendenzialmente positivi tra gli intervistati e negativi, pur se non esageratamente, su Twitter.

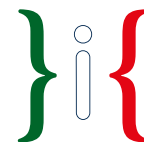
In modo abbastanza sorprendente, il sentiment positivo prevalente nelle risposte del questionario, in cui il termine **assicurazione** è largamente associato a **protezione** e **sicurezza**, trova conferma nei tweet dei soggetti istituzionali.

Infine, si osserva un sostanziale allineamento tra l'associazione teorica di alcuni termini – positivi, neutri e negativi – utilizzata per misurare l'opinione presente nelle risposte del questionario e il sentiment che emerge dai tweet sugli stessi termini. Le ricorrenze e l'utilizzo di tali associazioni sono tuttavia diverse nel tempo e variano tra le diverse categorie di utenti.

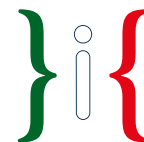


8. Bibliografia

- Alary, D., Gollier, C., & Treich, N. (2013) The Effect of Ambiguity aversion on insurance and self-protection, *The Economic Journal*, 123(573): 1188–1202
- Alemanni, B. (2017) From nudging to engaging in pension, in a cura di Linciano N., Soccorso, P. Challenge in ensuring financial competences, CONSOB working paper n.84
- Allianz (2021) Risk literacy and choices: stubbing toes in the dark, Allianz research, febbraio
- Allodi, E., Cervellati, E. M., Stella, G. P. (2020) A new proposal to define Insurance Literacy: paving the path ahead. *Risk Governance & Control: Financial Markets & Institutions*, 10(4): 22-32.
- Barberis, N. (2013) The psychology of tail events: progress and challenges, *American Economic Review*, 103 (3): 611-616
- Bengtsson, C., Persson, M., Willenhag, W. (2005) Gender and overconfidence, *Economics Letters*, Vol. 86 (2):199-203.
- Best, R., Carman K.G., Parker A.M., Peters E. (2022) Age declines in numeracy: An analysis of longitudinal data. *Psychol Aging*, 37(3):298-306.
- Bordalo, P., Gennaioli, N., Shleifer, A. (2013). “Salience and Consumer Choice,” *Journal of Political Economy*, vol. 121(5): 803 - 843.
- Borgonovi, F., Choi, A., Paccagnella, M. (2021) The evolution of gender gaps in numeracy and literacy between childhood and young adulthood, *Economics of Education Review*, 82:1-18
- Braun, M., Muermann, A. (2004) The Impact of Regret on the Demand for Insurance. *Journal of Risk and Insurance*, 71: 737-767
- Cesari, R., D'Aurizio, L. (2021) Le competenze finanziarie e assicurative degli italiani. Quaderno IVASS n.21
- Cokely, E. T., Galesic, M., Schulz, E., Ghazal, S., & Garcia-Retamero, R. (2012) Measuring risk literacy: The Berlin Numeracy Test. *Judgment and Decision Making*, 7(1): 25–47.
- D'Alessio, G., De Bonis, R., Neri A., Rampazzi, C. (2020) L'alfabetizzazione finanziaria degli italiani: I risultati dell'indagine della Banca d'Italia del 2020, *Questioni di Economia e Finanza*, n. 588.
- Delfabbro, P., King D.L., Williams, J. (2021) The psychology of cryptocurrency trading: Risk and protective factors. *J Behav Addict*. 10(2):201-207
- Di Rosa, E., Durante, A. (2017) Evaluating Industrial and Research Sentiment Analysis Engines on Multiple Sources. In: Esposito, F., Basili, R., Ferilli, S., Lisi, F. (eds) *AI*IA 2017 Advances in Artificial Intelligence*. *AI*IA 2017. Lecture Notes in Computer Science*, vol 10640. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-70169-1_11



- Dimmock, S. G., Kouwenberg, R., Mitchell, O.S., Peijnenburg, K. (2013) Ambiguity Aversion and Household portfolio choices: empirical evidence, Working Paper 18743
- Dohmen, T., Falk, A., Huffman, D., Sunde, U. (2018) On the Relationship between Cognitive Ability and Risk Preference. *The Journal of Economic Perspectives*, 32(2): 115–134. <http://www.jstor.org/stable/26409427>
- Finke, M. S., Howe, J. S., Huston, S. J. (2017) Old Age and the Decline in Financial Literacy, *Management Science*, vol. 63(1): 213-230
- Gigerenzer, G., & Edwards, A. (2003) Simple tools for understanding risks: from innumeracy to insight. *Bmj*, 327:741-744.
- Gigerenzer, G., Gaissmaier, W., Kurz-Milcke, E., Schwartz, L. M., Woloshin, S. (2007) Helping doctors and patients make sense of health statistics. *Psychological science in the public interest*, 8(2): 53-96.
- Golman, R., Gurney, N., Loewenstein, G. (2021) Information gaps for risk and ambiguity. *Psychological Review*, 128(1): 86–103.
- Hsee, C.K., Kunsreuthe, H.C. (2000) The affection effect in insurance decisions, *Journal of risk uncertainty*, 20(2): 141-159
- Ivass (2021), Risultati dell'indagine sulle conoscenze e sui comportamenti assicurativi degli italiani
- Kahneman, D., Tversky, A. (1979) Prospect Theory: an analysis of decision under risks, *Econometrica*, 47(2): 263-292
- Kahneman, D. (2011) Thinking, fast and slow. Farrar, Straus and Giroux.
- Kwak, E.J, Grable, J.E (2021) Conceptualizing the use of the term financial risk by non-academics and academics using twitter messages and ScienceDirect paper abstracts. *Soc Netw Anal Min.*,11(1):6.
- Knight, F.H. (1921) Risk, Uncertainty and profit, Boston:Houghton Mifflin
- Laibson, D. (1997) Golden eggs and hyperbolic discounting, *The Quarterly Journal of Economics*, 112(2): 443-477
- Lovelady, S. (in corso) Regret aversion and dynamic choices, http://www2.warwick.ac.uk/study/csde/gsp/eportfolio/directory/pg/live/ecrcax/upgrade_final_-_stephen_lovelady.pdf
- Lown, J., Jinhee, K. Gutter, M., Hunt, A. (2015) Self-efficacy and Savings Among Middle and Low Income Households. *Journal of Family and Economic* vol.36
- Lusardi, A., Mitchell, O.S. (2007) Financial literacy and retirement preparedness: evidence and implications for financial education, *Bus Econ* 42: 35–44,
- Lusardi, A., Mitchell O.S. (2008) Planning and financial literacy: how do women fare?, *American Economic Review*, 98(2): 413-417



- Lusardi, A., Mitchell O.S (2014) The economic importance of financial literacy: theory and evidence, *Journal of Economic Literature*, 52(1): 5-44
- Mittal, S. K. (2019) Behavior biases and investment decision: theoretical and research framework. *Qualitative Research in Financial Markets*.
- McKinsey (2022) Wake up and see the women: wealth management's underserved segment, *McKinsey insight*, Giugno
- OECD (2020) OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy
- Oxford Risk (2022), The Science of suitability, working paper
- Regan, H.M., Colyvan, M. and Burgman, M.A. (2002) A taxonomy and treatment of uncertainty for ecology and conservation biology. *Ecological Applications*, 12: 618-628
- Ring, P., Neyse, L., David-Barett, T., Schmidt, U. (2016) Gender Differences in Performance Predictions: Evidence from the Cognitive Reflection Test, *Front Psychol.*;7:1680.
- Savadori, L., Rumiati, R. (2005) Nuovi rischi, vecchie paure. La percezione del pericolo nella società contemporanea, (a cura di), Bologna, Il Mulino.
- Slovic, P., Finucane, M. L., Peters, E., MacGregor, D. G. (2007) The affect heuristic. *European journal of operational research*, 177(3): 1333-1352.
- Tversky, A., Kahneman, D. (1973) Availability. A heuristic for judging frequency and probabilities, *Cognitive Psychology*, 5(2): 207-232
- Viale, R., Filotto, U., Alemanni, B. Mousavi S. (2021) Financial education and risk literacy, Edward Elgar Publishing

9. Appendici

Appendice A - Criteri di costruzione dell'Awareness Index, del Behavioural Index e dei sotto indici di riferimento

Tabella A.1 – Criteri di costruzione dell'Awareness Index e score

Indice di awareness (sezione A del questionario)

Domanda	Possibili risposte	Score	Motivazione
1. Anzitutto, quanto sai di ...	6. Inflazione 7. Tasso di interesse composto 8. Diversificazione del rischio 9. Relazione rischio-rendimento 10. Franchigia 11. Massimale assicurativo 12. Premio assicurativo	Si calcola la media aritmetica della somma dei punteggi da 1 (conoscenza nulla) a 5 (conoscenza ottima) attribuiti dagli intervistati alle 7 risposte.	Il punteggio (medio) è più elevato per gli intervistati che hanno espresso una percezione ex ante maggiore del proprio livello di conoscenza sui sette concetti finanziario-assicurativi proposti.
2. Supponi di spendere 50 euro per la spesa settimanale, se l'inflazione sale del 4%, quale delle seguenti situazioni ti sembra quella più corretta?	5. Non succede nulla al mio carrello della spesa: con 50 euro continuo a riempirlo come prima 6. Per mantenere invariato il mio carrello della spesa devo spendere di più 7. Con l'inflazione aumenta anche la quantità di spesa che posso permettermi con 50 euro 8. Nessuna delle risposte precedenti	Si confronta la conoscenza effettiva degli intervistati (somma dei punti ottenuti rispondendo correttamente alle domande 2-8) con la conoscenza effettiva media del campione, applicando, dopo aver suddiviso in quartili i valori degli scostamenti dalla media, i seguenti punteggi: -1, -0.5, +0.5, +1.	Il punteggio premia i soggetti che mostrano una conoscenza effettiva (domande 2-8) superiore alla media.
3, 4, 5. Secondo te le seguenti affermazioni sono vere o false?	1. Depositi 1000 euro in banca al 5% annuo e alla fine del primo anno non ritiri capitale e interessi. Al termine del secondo anno sul tuo conto ci saranno 1100 euro. 2. In generale, investire 1000 euro in azioni di una sola società è un investimento meno rischioso rispetto a investire 1000 euro in azioni di 10 società diverse. 3. In generale, investimenti che offrono rendimenti più elevati tendono ad essere più rischiosi di investimenti che offrono rendimenti più bassi	Di seguito le risposte corrette alle domande: Domanda 2: Se 1 = 0 Se 2 = 1 (risposta corretta) Se 3 = 0 Se 4 = 0 Domande 3-5: Se 1 = Vero = 0 Se 1 = Falso = 1 Se 1 = Non so = 0 Se 2 = Vero = 0 Se 2 = Falso = 1 Se 2 = Non so = 0 Se 3 = Vero = 1 Se 3 = Falso = 0 Se 3 = Non so = 0 Domande 6-8: Se 1 = Vero = 1 Se 1 = Falso = 0 Se 1 = Non so = 0 Se 2 = Vero = 0 Se 2 = Falso = 1 Se 2 = Non so = 0 Se 3 = Vero = 0 Se 3 = Falso = 1 Se 3 = Non so = 0	

6, 7, 8. Secondo te le seguenti affermazioni sono vere o false?	1. In un contratto assicurativo la franchigia è l'importo del danno che rimane a carico del cliente che ha sottoscritto il contratto 2. In un contratto assicurativo il massimale è l'importo fisso a carico dell'assicurato 3. Una polizza assicurativa che preveda che, al verificarsi del danno, una parte di questo resti a carico dell'assicurato costa come una polizza che non la preveda		
9. Sui 7 test di conoscenza che hai fatto finora, quante risposte corrette pensi di aver dato? Ti ricordiamo che i test riguardavano 1 quesito sull'effetto dell'inflazione, 3 quesiti vero-falso sul rendimento del denaro e 3 quesiti vero-falso sui contratti assicurativi	4. Tutte 7 5. Da 3 a 6 6. Meno di 3	Se c'è mismatch tra conoscenza effettiva (numero di risposte corrette alle domande 2-8) e valutazione assoluta ex post delle proprie conoscenze (risposta fornita alla domanda 9) = -1	Il punteggio penalizza i soggetti che non sono capaci di valutare ex post la propria conoscenza in termini assoluti.
10. Come ritieni abbiano risposto gli altri italiani intervistati?	3. Meglio di me 4. Come me 5. Peggio di me 6. Non saprei	Si confronta la conoscenza effettiva degli intervistati (numero di risposte corrette alle domande 2-8) con la conoscenza effettiva media del campione (numero medio di risposte corrette del campione). In caso di mismatch tra lo scostamento dalla media della conoscenza effettiva e la valutazione relativa ex post delle proprie conoscenze (risposta fornita alla domanda 10) = -1	Il punteggio penalizza i soggetti che non sono capaci di valutare ex post la propria conoscenza in termini relativi.

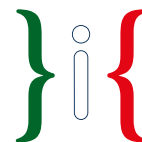


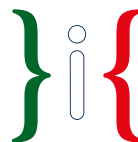
Tabella A.2 – Criteri di costruzione del Behavioural Index, score e sotto indici di riferimento

Indice di Risk Perception (scala di valutazione (-1,+1) alfa di crombach 0,54)

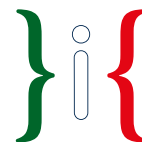
Domanda	Possibili risposte	Score	Motivazione
14.2 e 3 - indica quanto sei d'accordo con la seguente affermazione	1. "Sarei disposto a pagare un premio elevato se in casa ci fossero oggetti di notevole valore economico" 2. "E' un rischio da assicurare se in casa ci sono oggetti di elevato valore affettivo"	Per nulla d'accordo +1 Poco d'accordo 0,5 Neutrale 0 Abbastanza d'accordo -0,5 Molto d'accordo -1	Il punteggio penalizza chi utilizza punti di riferimento errati/parziali per determinare le scelte di protezione dal rischio
15.3- parlando di incertezza quanto sei d'accordo con la seguente affermazione	"Un evento è incerto se è possibile fare una stima approssimativa del suo verificarsi"	Per nulla d'accordo +1 Poco d'accordo 0,5 Neutrale 0 Abbastanza d'accordo -0,5 Molto d'accordo -1	Il punteggio penalizza chi scambia rischio per incertezza
16.1 Quale dei seguenti metodi per fare previsioni ed analisi (ad esempio una diagnosi medica o per individuare i colpevoli a processo) dà risultati certi al 100%	a. Test HIV b. Test DNA c. Oroscopo professionale d. Nessuna delle precedenti	d.=1; a.,b=0;c=-1	La risposta premia chi non incorre nella cosiddetta "illusione di certezza" e coglie la distinzione tra elevata probabilità e certezza

Indice di Comportamento scala di valutazione (-1,+1); alfa di Crombach 0,58

Domanda	Possibili risposte	Score	Motivazione
19 Negli ultimi 24 mesi	1. Hai messo da parte dei contanti (in casa/in cassaforte) 2. Hai messo i soldi sul conto corrente, su un libretto di risparmio o su un conto di deposito (libero o vincolato) 3. Hai affidato i miei risparmi ad un familiare o conoscente 4. Hai acquistato obbligazioni, titoli di Stato 5. Hai acquistato criptovalute 6. Hai acquistato azioni 7. Hai acquistato altri strumenti finanziari (es. fondi comuni di investimento, ETF) 8. Hai sottoscritto fondi pensione o altri prodotti pensionistici 9. Hai sottoscritto polizze assicurative, diverse dall'RC auto 10. Hai acquistato beni reali (case, altri immobili, terreni, gioielli, quadri, oro, ...) 11. Non hai risparmiato	11. =-1 3=-0,5 1,2,10=0 Uno €4-9=0,5 Più di 1 €4-9=1	Il punteggio premia chi partecipa ai mercati finanziari e assicurativi anche diversificando la propria allocazione

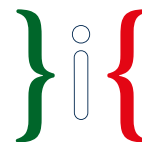


22 Da quali delle seguenti tipologie di polizze sei attualmente coperto (sottoscritta da te o da un tuo familiare)?	1. Polizza RC auto 2. Polizza casa o responsabilità civile della famiglia (RC famiglia – anche animali domestici) 3. Polizza protezione del credito: per tutelarsi in caso non si sia in grado di pagare le rate di un mutuo o un prestito (ad esempio per malattia grave o perdita del posto di lavoro) 4. Polizza infortuni 5. Polizza malattia 6. Polizza per garantirsi un sostegno economico in caso di perdita dell'autosufficienza quando si sarà anziani (LTC) 7. Polizza vita in caso morte 8. Polizze vita per risparmio o investimento 9. Polizze vita per previdenza complementare 10. Polizza per tutelarti dai rischi informatici 11. Altra polizza assicurativa 12. Nessuna polizza assicurativa	12.= -1 1=0 Uno €2-11=0,5 Più di 1€2-11= +1	Il punteggio premia chi sceglie di proteggersi contro rischi non obbligatori
--	--	--	---



Indice di Attitudine/sentiment scala di valutazione (-1;+1); alfa di Crombach 0,72

Domanda	Possibili risposte	Score	Motivazione
23. Con riferimento all'eventuale integrazione del reddito che si avrà nell'età della pensione, in quale delle seguenti affermazioni ti ritrovi maggiormente?	1. Ci si dovrebbe iniziare a pensare dopo i 50 anni 2. È un bisogno che non considero prioritario 3. È un bisogno che considero prioritario e bisogna pensarci prima possibile 4. Ora penso al mio tenore di vita attuale, in futuro cercherò di capire quali saranno i miei bisogni di integrazione 5. Altro, specificare	Se 1 o 2=-1 Se 3 =+1 Se 4= 0 Se 5 manuale [-1;+1]	Il punteggio premia l'attitudine positiva alla pianificazione di più lungo termine
24. Quale delle seguenti affermazioni rispecchia meglio il tuo modo di vivere?	1. Vivo alla giornata e non programmo il futuro 2. Programmo il futuro solo nell'attività lavorativa 3. Preferisco programmare il futuro piuttosto che vivere alla giornata 4. Non so	Se 1 o 4 =-1 Se 2= 0 Se 3 =+1	Il punteggio penalizza chi presenta una condizione di present bias
25 e 25.A Supponi di dover acquistare un PRODOTTO FINANZIARIO (PRODOTTO ASSICURATIVO). In quale delle seguenti affermazioni ti ritrovi maggiormente.	1. Mi affiderei sempre ad un professionista 2. Mi sento competente per scegliere autonomamente il prodotto adatto alle mie esigenze	Se 1=1 Se 2=-1	Il punteggio premia chi mostra un'attitudine di fiducia nei confronti della consulenza finanziaria o assicurativa
26.1 e 2 Con riferimento alle assicurazioni, indica il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni.	• Non ha senso assicurarsi perché non è detto che si verifichi l'evento negativo, quindi, si rischia di "pagare per nulla" • L'assicurazione ha senso solo quando la probabilità di subire un danno è elevata	Per nulla d'accordo +1 Poco d'accordo 0,5 Neutrale 0 Abbastanza d'accordo -0,5 Molto d'accordo -1	Il punteggio penalizza chi mostra una attitudine negativa nei confronti della protezione
26.3 Con riferimento alle assicurazioni, indica il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni.	"L'assicurazione è utile perché permette di coprirsi dalla possibilità di subire un danno anche se la probabilità è bassa"	Per nulla d'accordo= -1 Poco d'accordo =-0,5 Neutrale= 0 Abbastanza d'accordo= 0,5 Molto d'accordo =1	Il punteggio premia chi presenta un'attitudine positiva nei confronti della protezione



27.1-8 Di seguito trovi un elenco di preoccupazioni possibili per il presente o per il futuro. Indica quanto ciascuna di queste ti preoccupa	• Problemi di salute per malattia o infortuni • Rischio di furti, scippi, aggressioni • Danni all'abitazione • Disastri naturali (terremoti, alluvioni, ...) • Danni che tu o i tuoi familiari potete involontariamente causare ad altri • Non riuscire a provvedere al benessere degli eredi (figli, nipoti, ...) • Dover fronteggiare la non autosufficienza di persone care • Riduzione del reddito quando andrai in pensione	Per nulla = -1 Poco = -0,5 Così, così = 0 Abbastanza = 0,5 Molto = 1	Il punteggio premia chi considera le tematiche possibili priorità da trattare
30. Quali sono le prime tre parole che ti viene naturale associare a "Rischio Finanziario"	1. Opportunità 2. Perdita 3. Volatilità 4. Ricompensa 5. Scommessa 6. Speculazione 7. Incertezza 8. Guadagno 9. Copertura 10. Crisi 11. Altro, specificare	Se 1,4,8 = +1 Se 2,7,10 = -1 Se 3,5,6,9 = 0 Altro valutato manualmente	Il punteggio premia chi associa al concetto Rischio Finanziario accezioni positive
31. Quali sono le prime tre parole che ti viene naturale associare a "assicurazione"	1. Sicurezza 2. Protezione 3. Costo 4. Disastro 5. Incertezza 6. Auto 7. Garanzia 8. Rischio 9. Infortunio 10. Malattia 11. Investimento 12. Sinistro 13. Altro, specificare	Se 1,2,7,11 = +1 Se 3,4,9,10 = -1 Se 5,6,8,12 = 0 Altro valutato manualmente	Il punteggio premia chi associa al termine assicurazione accezioni positive

Appendice B – Metodologia per l'analisi semantica

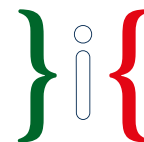
App2Check è una piattaforma di raccolta, monitoraggio ed analisi delle Opinioni da una molteplicità di canali pubblici e privati (Customer Experience Analysis o anche Voice of the Customer Analysis Platform).

L'engine che sta alla base di App2Check gestisce **nativamente la lingua italiana** e quella inglese, senza ricorrere a traduzioni. App2Check è utilizzabile in modo intuitivo sia da analisti sia da manager e consente di ottenere, in modo rapido ed a contenuti costi di gestione, una chiara rappresentazione dei desiderata, dei “*pain points*” e dei punti di forza dei propri prodotti e servizi attraverso l'analisi in forma testuale dell'opinione del cliente. Nel caso di Twitter, è possibile analizzare l'opinione degli utenti su tutti i tweet che trattano di un determinato argomento, selezionato tramite un'apposita “query”.

Alla base delle capacità di text analytics della piattaforma vi è l'engine X2Check, risultato di un'importante attività di ricerca e sviluppo in ambito industriale, che applica tecniche dello stato dell'arte di **Natural Language Processing, Machine Learning, Semantic and Sentiment Analysis**, al fine di estrarre valore ed insights da grandi moli di dati testuali non strutturati.

Da un punto di vista tecnico, l'approccio è innovativo in quanto vede l'integrazione della tradizionale pipeline di Natural Language Processing (che vede tra gli altri processi di tokenizzazione, stemming, lemmatizzazione, PoS tagging, etc) con le più moderne tecniche di **Machine Learning**, le quali consentono l'apprendimento automatico dai dati sia in modo supervisionato che non supervisionato.

App2Check realizza un'integrazione di tecniche bottom-up tipiche sia dell'approccio statistico sia del machine learning, automatiche dalla prospettiva dell'analista, e di tecniche top-down che vedono invece coinvolto l'analista dell'azienda in prima persona, laddove desidera approfondire certi fenomeni identificati attraverso lo strumento, al fine di trovarne adeguate spiegazioni. Quest'ultima attività consiste nell'utilizzo di query intuitive, in logica booleana, per la definizione di temi di analisi, attività che **non necessita né dell'intervento di personale specializzato di App2Check, né tantomeno di linguisti, rendendo in questo modo autonomo l'analista.**



Ad esempio, **la creazione del topic cloud avviene in modo automatico bottom-up**, attraverso la sola valutazione dei dati testuali originali. Le parole che occorrono più spesso, anche se queste fossero neologismi, ignoti ad App2Check, emergeranno naturalmente se molto citati dai clienti. Ciò implica che non è necessaria la tradizionale e costosa attività di aggiornamento di vocabolari o, peggio, di tassonomie, potendo da subito iniziare ad utilizzare il sistema. Ovviamente, oltre alle stopwords standard, ulteriori termini non rilevanti per l'analisi e tipici della lingua parlata vengono automaticamente filtrati e non appaiono nel topic cloud, che diventa quindi realmente uno strumento per focalizzare l'attenzione dell'analista rispetto agli argomenti citati dai propri clienti e di maggiore interesse.

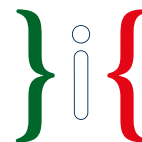
Inoltre, **il topic diventa anche uno strumento di clustering automatico dei commenti**: una volta cliccato il topic di interesse su App2Check, è possibile leggere tutti i commenti a questo collegati. Attivando la funzionalità di lemmatizzazione all'interno del topic cloud, sarà possibile intercettare tutti i commenti che contengono tutte le declinazioni del termine selezionato. Tale **funzionalità di clustering dei commenti è generalizzata poi dalla definizione dei cosiddetti "temi"**, ovvero query in logica booleana che combina i topic ricercati (vedi nel seguito).

La definizione di un tema di analisi, invece, rappresenta un'operazione top-down realizzata in modo semplice dall'analista per approfondire la propria analisi di interesse. Ad esempio, è possibile cercare tutti i commenti rispetto alla query in logica booleana seguente:

(dimenticato OR smarrito OR "non ricordo") AND (pin OR codice)

Tale query individua tutti i commenti che parlano dello smarrimento o di aver dimenticato il pin o il codice, in modo rapido e compatto.

Altra fondamentale componente di App2Check sono le funzionalità di Sentiment Analysis ed Entity extraction, realizzate tramite il suo algoritmo predittivo di machine learning. Questa non richiede di alcun setup iniziale.



A basso livello, l'engine X2Check realizza le 3 seguenti principali funzionalità:

- **Document-level** sentiment analysis:
L'obiettivo è attribuire una classificazione complessiva di sentiment al testo dell'utente, laddove è rilevata la presenza di un'opinione
- **Sentence-level** sentiment analysis:
L'obiettivo è di attribuire una classificazione di sentiment alle porzioni del testo fornito dall'utente (es. una specifica frase).
- **Entity-level o Aspect-based** sentiment analysis:
L'obiettivo è di **estrarre automaticamente le entità o gli argomenti nel testo** e di attribuire a queste una **classificazione di sentiment**

Ad esempio:

L'**app** è bella, ma quando provo a pagare i bollettini va in crash!
Fate qualcosa!!!

A livello di document-level sentiment analysis, si può attribuire un sentiment complessivo medio-basso o negativo, in quanto l'utente lamenta una grave anomalia del software che non gli consente di utilizzarla. A livello di sentence-level sentiment analysis, tuttavia, la prima frase è chiaramente positiva, mentre la seconda e la terza sono negative. Infine, è possibile attribuire un valore positivo al topic "app" e negativo a "bollettini", "crash" e al concetto di "pagamento".

A completamento di queste tecniche, si focalizza l'aspect-based sentiment analysis, volta ad attribuire ad ogni singolo topic il sentiment della sola porzione di testo che lo contiene. Ciò consente di epurarlo dal sentiment di altre componenti della frase, potenzialmente non collegate al topic oggetto di attenzione.

Sentiment di un testo

Il sentiment è il KPI che indica la positività, neutralità o negatività di un testo. App2Check lo rappresenta come un valore compreso in una scala tra 1 e 5: 1 molto negativo, 2 negativo, 3 neutrale, 4 positivo, 5 molto positivo. Viene assegnato all'intero testo, ad ogni sua porzione semanticamente rilevante (es. ad una frase del testo) e anche ad ogni parola semanticamente rilevante (detta topic). Il sentiment viene attribuito dalla piattaforma App2Check tramite l'applicazione di tecniche di Natural Language Processing e modelli di Deep Learning.

Sentiment di una fonte

Per ogni fonte viene calcolato un valore di sentiment medio. Tale valore è ottenuto calcolando la media del sentiment di ogni recensione/tweet/commento registrata nel periodo di interesse. Le soglie tra le fasce positiva, negativa e neutra del sentiment medio sono indicate in figura.

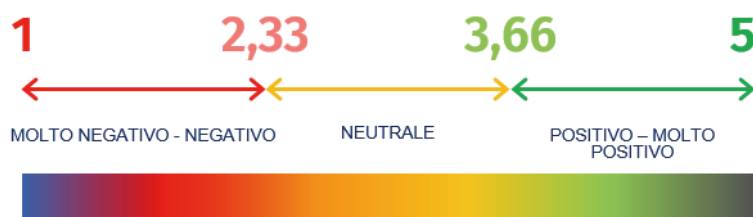


Figura 2: Soglie che indentificano la polarità positiva, neutrale e negativa di un sentiment medio.

Sentiment di un aggregato

Il sentiment di un aggregato è determinato dal sentiment medio di tutte le recensioni o commenti che provengono dalle fonti che lo compongono, nel periodo di interesse.

Topic

I topic sono **parole semanticamente rilevanti** all'interno di un testo. Vengono determinati "dal basso" tramite il calcolo delle parole più frequenti nella collezione di testi, epurate da quelle prive di rilevanza semantica. Non è presente una lista predeterminata di parole. Ciò consente di far emergere eventuali neologismi o termini specifici del dominio automotive.



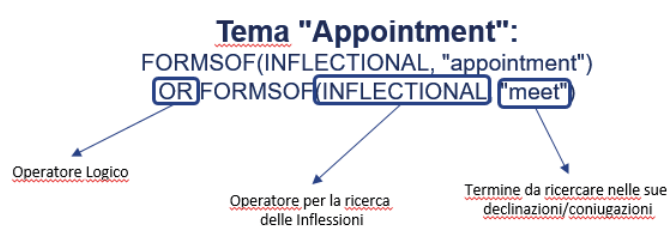
Topic Cloud

È la nuvola dei **topic più ricorrenti** all'interno della collezione di testi/recensioni (una fonte o un aggregato). La **dimensione** della parola è proporzionale alla sua ricorrenza. Il colore di una parola nel cloud rappresenta il suo sentiment. L'intensità di colore è proporzionale al sentiment. Ad esempio, il verde intenso indica una maggiore positività; il rosso intenso, rappresenta una negatività marcata del topic. Il colore arancione marcato indica un sentiment neutro vicino alla fascia positiva.



Temi

Un tema ha la funzione di filtrare la porzione di testi/recensioni che contengono uno specifico argomento di interesse. Questo è composto da una complessa query semantica che sfrutta operatori di ricerca testuali (come operatori booleani AND, OR, NOT, Inflations, etc) per trovare i testi che soddisfano la query. Vengono scelti a priori dall'analista e dal business.



COMITATO SCIENTIFICO



Barbara Alemanni, Affiliate Professor of Banking and Insurance presso SDA Bocconi School of Management e Professore ordinario di Economia degli Intermediari Finanziari presso l'Università di Genova



Francesco Billari, Professore di Demografia e Rettore presso l'Università Bocconi di Milano



Massimo Greco, Dirigente Divisione promozione della concorrenza, semplificazioni per le imprese e servizi assicurativi del Ministero Sviluppo Economico



Barbara Lucini, Head of Country Corporate Social Responsibility, Generali Italia



Andrea Mencattini, Presidente Fondazione Mario Gasbarri



Davide Passero, CEO Alleanza Assicurazioni e Country Chief Marketing & Product Officer di Generali Italia



Sergio Veroli, Presidente di Consumers' Forum

TEAM SDA BOCCONI

Barbara Alemanni, Affiliate Professor of Banking and Insurance presso SDA Bocconi School of Management e Professore ordinario di Economia degli Intermediari Finanziari presso l'Università di Genova

Maria Cristina Arcuri, Fellow di Banking and Insurance presso SDA Bocconi School of Management e ricercatore di Economia degli intermediari finanziari presso l'Università di Parma

Paola Castelli, Senior Lecturer di Banking and Insurance e membro della Core Faculty di SDA Bocconi School of Management

Umberto Filotto, Affiliate Professor di Banking and Insurance presso SDA Bocconi School of Management e Professore Ordinario di Economia delle Aziende di Credito presso l'Università di Roma Tor Vergata

Cecilia Marchesi, Junior Lecturer di Corporate Finance presso la SDA Bocconi School of Management

CON LA COLLABORAZIONE DI





Progetto di Alleanza Assicurazioni

Progetto di:



Con la collaborazione scientifica di:

