

L'Educazione Finanziaria allo Sportello: la Financial Literacy e le Politiche Bancarie di Informazione e Trasparenza

Margherita Fort (Università di Bologna)

Francesco Manaresi (Banca d'Italia)

Serena Trucchi (Università di Bologna)

le opinioni espresse non impegnano necessariamente
l'Istituzione di appartenenza

La ricerca

- ▶ Adult's Financial Literacy and Households' Financial Assets: the Role of Banks Information Policies
(2014) *mimeo*

- ▶ *Versione precedente:*

Banks Information Policy, Financial Literacy and Household Wealth

(2012) IZA DP No. 6989



Alcuni Fatti Economici sulla Financial Literacy

- ▶ La Financial Literacy (capacità dei risparmiatori di svolgere una corretta pianificazione finanziaria) è sempre più importante:
 - ▶ mercati finanziari sempre più accessibili ai «piccoli investitori»;
 - ▶ sistemi pensionistici che mettono al centro le scelte individuali;
 - ▶ crisi economica e difficoltà occupazionali.



Migliorare la propria FL allo sportello?

- ▶ Le politiche di sostegno alla Financial Literacy prediligono spesso l'educazione formale:
 - ▶ Nelle scuole
 - ▶ Nei luoghi di lavoro

La Domanda:

È possibile migliorare la FL attraverso l'informazione data dalle banche ai clienti?



Migliorare la propria FL allo sportello?

- ▶ **Politiche informative:** possono avere fini educativi (spiegare *come funziona* il risparmio);
- ▶ **Politiche di trasparenza:** forniscono *più facilmente* le informazioni.
 - ▶ Svolte in un luogo *saliente* per le decisioni finanziarie;
 - ▶ In modo continuativo e su più larga scala rispetto all'educazione formale.

=> abbassano il costo di acquisire FL



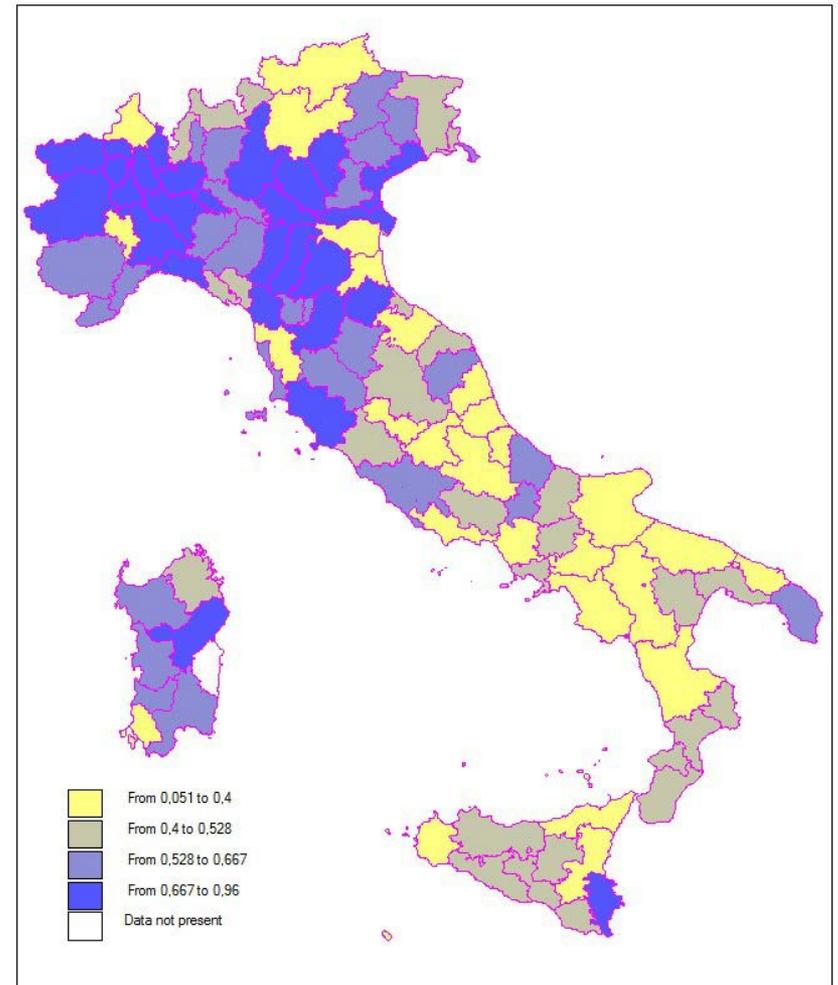
Il paper

- ▶ Sfruttiamo la presenza di un consorzio di banche che implementa politiche informative (PattiChiari)
- ▶ Studiamo come la FL differisca tra le famiglie clienti e non clienti del consorzio.
- ▶ Analizziamo la relazione tra valore e composizione degli attivi finanziari e FL, sfruttando le politiche informative come variabile strumentale.



Un primo caso di studio: il Consorzio PattiChiari

- ▶ Nato nel 2003;
- ▶ Scopi:
 - ▶ favorire la trasparenza bancaria
 - ▶ diffondere l'educazione finanziaria;
- ▶ Nel 2010, 98 banche (65% degli sportelli)



Un primo caso di studio

- ▶ **Gli Impegni per la Qualità (attivi nel 2010):**
 1. Trasferibilità dei servizi bancari
 2. **Materiale informativo standardizzato su conti correnti, investimenti, mutui -**
 3. Sicurezza nell'home banking
 4. **Confrontabilità dei conti correnti**





CambioConto

COME CAMBIARE
CONTO
CORRENTE



www.pattichiari.it
Numero verde 800.002266



CambioMutuo

COME GESTIRE
AL MEGLIO
IL TUO MUTUO



www.pattichiari.it
Numero verde 800.002266



Guida alla sicurezza, in banca

PER GESTIRE
AL MEGLIO
I PAGAMENTI
ELETTRONICI



www.pattichiari.it
Numero verde 800.002266

I Dati

- ▶ L'Indagine sui Bilanci e sulla Ricchezza delle Famiglie – 2010 fornisce per 4,865 famiglie italiane:
 - ▶ La Financial Literacy del capofamiglia;
 - ▶ Le banche dove la famiglia ha conti correnti (fino a 5);
 - ▶ Dati socio-demografici (età, sesso e istruzione del capofamiglia, numero di componenti, redditi);
 - ▶ Informazioni sul patrimonio finanziario.



Identificare la Financial Literacy

- ▶ L'Indagine misura la FL *di base* attraverso 3 domande (Lusardi e Mitchell 2014):
 1. Supponga di lasciare 1.000 euro su un conto corrente che le frutta un tasso d'interesse dell'1 per cento e che non ha spese di gestione. Immagini inoltre che l'inflazione sia pari al 2 per cento. Lei ritiene che, fra un anno, quando preleverà i soldi, sarà in grado di comprare la stessa quantità di beni che potrebbe comprare spendendo oggi i 1.000 euro? (sì, di più, di meno)
 2. Con quali delle seguenti tipologie di mutuo lei pensa di poter stabilire fin dall'inizio l'ammontare massimo e il numero delle rate che dovrà pagare prima di poter estinguere il suo debito? (tasso fisso, tasso variabile, tasso variabile e rata costante)
 3. Secondo Lei, quali delle seguenti strategie di investimento comporta un maggior rischio di perdere del denaro? (investire in una sola società, in titoli di più società)





L'analisi empirica

- ▶ Consideriamo il modello:

$$FL_{ip} = \alpha_0 + \alpha_1 PC_{ip} + X\alpha_2 + \delta_p + \varepsilon_{ip}$$

- ▶ α_1 rappresenta l'effetto delle politiche di informazione sotto 2 ipotesi:

1. **Unconfoundedness:** Al netto delle politiche informative, le banche che appartengono al Consorzio non differiscono dalle altre nei servizi bancari;
2. **Selezione:** I clienti non selezionano le banche del Consorzio *a causa* delle politiche informative (e le banche non entrano nel Consorzio per selezionare i clienti);



Evidenze a favore delle ipotesi di identificazione

1. Unconfoundedness:

- ▶ Costi e tariffe dei servizi di conto corrente non sono diversi (mediamente) tra banche PC e non-PC;
- ▶ No differenze nell'accesso al credito da parte dei diversi clienti.

2. Selezione dei clienti:

- ▶ I motivi per cui si sceglie la propria banca principale non differiscono tra clienti PC e non-PC (il 64% sceglie per prossimità, il 15% per condizioni finanziarie).
- ▶ Test «*placebo*»: reddito e ricchezza degli individui *prima* che fosse introdotto il Consorzio (nel 2002) non differiscono tra i successivi clienti PC e non-PC.



Risultati

- ▶ A parità di caratteristiche, i clienti PattiChiari hanno una maggiore Financial Literacy:
 - ▶ + 0.23 risposte corrette fornite (12% in più rispetto alla media)
- ▶ Tale effetto è più forte tra le donne, gli anziani, ed i single.
- ▶ Il risultato è robusto a spiegazioni alternative: re-test, diverse relazioni banca-cliente, diverse caratteristiche e preferenze dei clienti. È presente anche nel 2006 e 2008.



Stima IV

- ▶ Utilizziamo PC come strumento per FL e stimiamo il modello:

$$AF_{ip} = \beta_0 + \beta_1 FL_{ip} + X\beta_2 + \gamma_p + \epsilon_{ip}$$

- ▶ Ipotesi: l'effetto di essere clienti di una banca PC passa solo attraverso l'aumento della FL.

Risultati:

- ▶ Un aumento del 10% della FL media aumenterebbe la ricchezza finanziaria della famiglia di circa 1,500 euro (8% della ricchezza media).
 - ▶ L'effetto passa attraverso una maggiore diversificazione del portafoglio (+ mkt. obbligazionario e azionario)
-



Conclusioni

- ▶ Un adeguato livello di educazione finanziaria rappresenta un valore sempre più rilevante per le famiglie e per la società.
- ▶ Le politiche a sostegno della FL possono travalicare i confini dell'educazione formale e investire il campo dell'informazione bancaria.
- ▶ Le nostre evidenze empiriche mostrano che i clienti di banche che hanno implementato tali politiche evidenziano una maggiore educazione finanziaria di base.
- ▶ La ricerca potrebbe beneficiare di esperimenti sul campo controllati che sfruttino tutte le fonti di dati disponibili.



Variable	Mean	Std. Dev.
Financial literacy (nb. correct)	1.925	0.983
Inflation correct	0.74	0.439
Loan correct	0.639	0.48
Portfolio diversification correct	0.547	0.498
Financial assets	19.377	22.366
<i>PattiChiari</i> dummy	0.728	0.445
Savings	8.042	12.942
Planning for retirement*	0.455	0.498
Stock market participation	0.116	0.321

Anno: 2010, Capofamiglia di età 30+, trimming di Fin.assets 5%

N. = 4,865

* N. = 2,653



Type of Bank	Avg. Cost Bank Transf. (desk)	Avg. Cost Bank Transf. (online)	Avg. Cost of Withdrawal (desk)	Avg. Cost of Withdrawal (online)
<i>non-PattiChiari</i>	1.88 (5.26)	0.35 (4.03)	0.05 (0.90)	0.31 (1.93)
<i>PattiChiari</i>	2.05 (6.09)	0.52 (4.66)	0.07 (1.62)	0.29 (1.82)
Welch t-test (p-value)	0.84 (0.20)	1.17 (0.19)	0.66 (0.32)	0.34 (0.38)

Type of Bank	Basic Account Fees	Debit Card Fees	Credit Card Fees	Obs
<i>non-PattiChiari</i>	34.9 (30.3)	7.09 (6.28)	15.67 (20.5)	917
<i>PattiChiari</i>	36.3 (38.6)	4.33 (5.20)	14.6 (12.93)	5800
Welch t-test (p-value)	1.25 (0.18)	13.1 (0.00)	2.32 (0.28)	



Effetti di essere cliente di PC e della FL - baseline

	OLS	FS	ITT	IV
Financial literacy	2.231*** (0.630)			8.273*** (2.979)
Client of <i>PattiChiari</i>		0.235*** (0.035)	1.941*** (0.723)	
N	4865.000	4865.000	4865.000	4865.000
Ftest				43.849

