

PerCorsi Young

NUOVI PERCORSI DI INCLUSIONE FINANZIARIA

GUIDA AL CONTEST EDUCATIVO
A.S. 2024 - 2025



METTETEVI IN GIOCO E VINCETE IL FINDOMESTIC CAMP!

Lo sapevate che un quarto della popolazione mondiale vive marginalizzata e in povertà perché rimane priva di accesso a servizi bancari e finanziari di base come il risparmio, il credito, le assicurazioni e i servizi di trasferimento di denaro? Occorre pensare un mondo diverso, a portata di tutte le persone, dove chi non ha accesso al denaro, ai prestiti, alle banche e ai servizi connessi, trovi un sistema di accoglienza, di accompagnamento, di recupero nella società, attraverso azioni innovative, creative, solidali, di inclusione finanziaria.

Partecipa al contest educativo “Nuovi percorsi di inclusione finanziaria”

Immagina di far parte di una start up che propone soluzioni creative, accessibili, coinvolgenti e anche divertenti per aiutare le persone a sentirsi più incluse nel mondo del denaro, delle banche e della finanza in generale.

Analizza i fattori chiave dell'esclusione, identifica uno o più target che sono esclusi da uno di questi fattori, analizza la loro situazione e proponi una possibile soluzione per includerli nel mondo finanziario.

Cosa chiede il contest?

Insieme a 5 compagne/i:

- Formate un team di 6 “startupper” appartenenti alla stessa classe o a classi diverse per partecipare alla sfida “NUOVI PERCORSI DI INCLUSIONE FINANZIARIA” con lo scopo di contrastare l'esclusione finanziaria delle persone e le ricadute negative che comporta sulla società e sull'economia.
- Leggete con attenzione questa guida dove trovate: informazioni utili sul tema; la scaletta delle azioni da fare per elaborare il vostro progetto; tanti spunti da cui trarre ispirazione.
- Partendo dall'analisi di alcune delle principali barriere all'inclusione finanziaria, domandatevi che cosa si potrebbe fare per superarle e proponete una o più idee innovative utili nella quotidianità delle persone.
- Immaginate quindi una campagna di comunicazione che supporti le vostre proposte e fate una previsione di costi per lo sviluppo e la realizzazione dell'iniziativa.

Il/la docente vi farà da tutor in fase di elaborazione della vostra idea e di presentazione al contest educativo.



Avete tempo fino al 28 Marzo 2025 per presentare il progetto e partecipare alla finale del Findomestic Camp!

Tutti gli elaborati presentati saranno valutati da una giuria qualificata che selezionerà 6 team. I 36 studenti dei 6 team finalisti, insieme ai loro 6 docenti referenti, potranno partecipare alla finale del contest educativo presso il Findomestic Camp, che si terrà per due giorni a Firenze con viaggio a/r e soggiorno a carico di Findomestic Banca.

Saranno a carico dei partecipanti i soli transfer da domicilio/scuola verso aeroporto/stazione treni/stazione e viceversa.



Le tre squadre vincenti riceveranno materiali didattici per la propria scuola, del valore di: 1.500€ per il 1° classificato; 800€ per il 2° classificato; 500€ per il 3° classificato.
[Qui il regolamento completo.](#)

Se guardiamo al modo in cui le persone vivono oggi ci accorgiamo come spesso la loro giornata sia accompagnata da gesti che fanno parte di una routine. Si tratta di azioni come: controllare il saldo sulla App della banca, ritirare i soldi al bancomat, pagare con il telefonino al supermercato, con la carta di credito dal benzinaio, ricaricare il telefono dal proprio smartphone, pagare con PayPal un servizio online, ricevere lo stipendio sul conto corrente, pagare una tassa o una bolletta. Oppure azioni meno quotidiane ma altrettanto importanti come stipulare un'assicurazione, chiedere un prestito, accendere un mutuo.

Per chi gode dei benefici dell'inclusione finanziaria questi sono gesti semplici che fanno sentire le persone parti integranti della società. Al contrario, l'esclusione finanziaria, che determina la mancanza o l'impossibilità di accedere a beni, servizi e relazioni, impedisce all'individuo il pieno dispiegarsi delle potenzialità personali e collettive per formulare e realizzare un proprio progetto di lavoro e di vita.

I numeri dell'esclusione finanziaria

L'esclusione finanziaria nel mondo.

Secondo l'[ultimo report della Banca Mondiale](#), a livello globale si registrano 1,7 miliardi di *unbanked*, ovvero persone senza alcun conto bancario e possibilità di accesso ai servizi finanziari.



L'esclusione finanziaria in Italia.

Secondo l'elaborazione di Banca Etica dei dati sui bilanci delle famiglie di Banca d'Italia, si può stimare in circa 1,1 milioni il numero di nuclei familiari italiani esclusi finanziariamente, per un totale di 2,3 milioni di individui esclusi dal sistema della finanza. ([link 1](#))



Chi sono le persone escluse dal sistema finanziario?

Ancora oggi esistono persone che non hanno un conto in banca, a cui nessun ente finanziario darebbe un prestito, uomini e donne invisibili al mondo del denaro e bancario. In una parola esistono gli "esclusi", e sono tanti.

In questo scenario, lavoratori precari e *working poors**, donne vittime di violenza, immigrati, anziani, diventano i target privilegiati dell'esclusione finanziaria. Si tratta principalmente di giovani, di persone a basso reddito, di residenti in zone rurali, di persone meno istruite, di anziani marginalizzati e di minoranze. Assicurare loro l'accesso alle banche e ai servizi finanziari è fondamentale per promuovere lo sviluppo economico globale e ridurre la povertà e le disuguaglianze.

*I *working poors* sono lavoratori che, pur avendo un'occupazione, si trovano a rischio di povertà e di esclusione sociale a causa del livello troppo basso del loro reddito, dell'incertezza sul lavoro, della scarsa crescita reale del livello retributivo, dell'incapacità di risparmio, e altri fattori.

Le cause dell'esclusione finanziaria

La non inclusione finanziaria è generata da diversi fattori in base ai quali molte persone non possono accedere ai servizi bancari. Tra questi si possono elencare:

La desertificazione bancaria

Le filiali bancarie chiudono in aree rurali o periferiche, lasciando intere comunità senza accesso fisico ai servizi bancari. In Italia l'area totalmente sprovvista di sportelli bancari è vasta quanto i territori di Lombardia, Veneto e Piemonte, messi insieme. Per milioni di italiani, fra cui molti anziani, ciò significa dover sopportare pesanti disagi per accedere a servizi necessari alla loro vita quotidiana. Anche per molte piccole imprese la chiusura delle filiali rappresenta un problema rilevante. La desertificazione bancaria è poi solo in parte compensata dall'avvento dei servizi bancari digitali, infatti nel nostro Paese, dove l'età media è la più alta d'Europa e la rete internet veloce è ancora lacunosa, soltanto il 45% della clientela sfrutta i canali digitali delle banche, contro il 58% della clientela in Unione Europea.

Le barriere tecnologiche

Esistono in Italia forti divari quando si guarda alle competenze digitali della cittadinanza. La mancanza di accesso a internet o di educazione digitale impedisce a molte persone di utilizzare i servizi bancari online e mobile.

L'alfabetizzazione finanziaria limitata

La scarsa conoscenza in merito ai prodotti e ai servizi finanziari, alle operazioni bancarie e alla gestione del denaro porta a evitare l'uso dei servizi bancari. Da uno studio di Banca d'Italia (2023), condotto su giovani di età compresa tra i 18 e i 34 anni, è emerso che le loro conoscenze finanziarie sono più alte tra gli studenti rispetto a chi già lavora o è in cerca di occupazione. Si è poi evidenziato un divario di genere a sfavore delle donne e anche un divario geografico: i residenti nelle regioni del Centro, del Sud e nelle Isole rispondono peggio degli intervistati nel Nord. Riguardo agli indirizzi di studio, è emerso che le conoscenze sono più elevate tra gli studenti in discipline scientifiche o tecniche. ([link 4](#))

Did you know?



I numeri della desertificazione bancaria in Italia.

Sono 4 milioni gli abitanti di 3.179 Comuni dove non ci sono più filiali bancarie. Sono 6 milioni gli abitanti che vivono in Comuni con un solo sportello bancario. Nel 2022 sono stati chiusi ben 554 sportelli bancari. ([link 2](#))

Il tasso di diffusione di internet in Italia.

Nel 2023 il 91,9%, delle famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 74 anni (la media UE è 93%) ha internet a casa e nelle famiglie composte da soli anziani il 53,4%. Il 67% delle famiglie composte esclusivamente da persone oltre i 65 anni dichiara la mancanza di capacità di utilizzo; il 29,8 % delle altre tipologie familiari dichiara che il motivo principale è economico.

Le competenze digitali degli italiani.

Da uno studio recente dell'Istat è emerso che hanno competenze digitali di base il 45,7% delle persone di età compresa fra i 16 e i 74 anni e il 61,7% dei ragazzi di 16-24. ([link 3](#), [link 4](#))

Le barriere culturali

Sono tante le barriere culturali che portano all'esclusione bancaria e finanziaria, basti pensare alla mancanza di consapevolezza che colpisce molte persone rispetto ai propri diritti e possibilità.

Le barriere sociali

La discriminazione, i pregiudizi di genere e più in generale l'esclusione basata su fattori quali razza, etnia, religione, genere, status socioeconomico possono ulteriormente perpetuare l'esclusione finanziaria. Alcuni gruppi emarginati potrebbero incontrare ostacoli nell'accesso alle banche e ai servizi finanziari, nell'ottenimento di credito o nella partecipazione a sistemi finanziari formali a causa di pregiudizi.

Le barriere economiche

La mancanza di servizi bancari in lingue diverse da quella ufficiale del Paese rende difficile per chi non la parla in modo fluente comprendere e utilizzare i servizi offerti. Una delle conseguenze più evidenti delle barriere linguistiche è la difficoltà di comunicare in modo efficace.

I vincoli normativi

Aprire un conto bancario o ottenere un prestito richiede documenti di identità, prova di reddito e storia creditizia che molti senza un conto bancario non possiedono. Regolamentazioni complesse, requisiti di documentazione rigorosi e processi burocratici creano barriere per l'accesso ai servizi bancari, specialmente a individui appartenenti a comunità vulnerabili o emarginate.



Take Action!

Attraverso una maggiore cultura finanziaria si possono superare le barriere che ostacolano l'accesso ai servizi finanziari di base da parte delle fasce più deboli della popolazione. Occorre implementare interventi mirati per aiutare le persone disoccupate, in condizioni precarie, le famiglie a basso reddito o monogenitoriali, le persone con disabilità, immigrate, anziane, le persone con scarso livello di scolarizzazione a sentirsi più incluse nella società a vantaggio di tutti.

Avete bisogno di idee per partecipare al contest educativo?

Cerchiamo insieme soluzioni creative per abbattere le principali cause dell'esclusione finanziaria!

Step 1: Formate un team vincente

Ogni squadra è formata da massimo 6 persone. Potete scegliere fra le compagne e i compagni di classe, oppure creare uno o più gruppi interclasse. Riflettete su come valorizzare le competenze di ognuno, per esempio di chi è esperto nell'uso dei canali social o di chi ha una spiccata vena creativa. Qualcuno che ami la matematica e le materie scientifiche potrebbe avere più idee in tema finanziario. Lo studente o la studentessa con più doti comunicative presenterà il progetto. Siate aperti ad accogliere idee, interessi, metodi di studio e ricerca differenti perché, una volta che lavorerete insieme, diventeranno il terreno fertile dove confrontarvi prima di scegliere quale progetto sviluppare.



Step 2: Scegliete un target di riferimento

A chi può essere utile un nuovo prodotto, un'iniziativa particolare o un servizio specifico che miri all'inclusione finanziaria? Decidete a chi dare la priorità prima di pensare a possibili soluzioni per loro. Uno o più membri della squadra hanno esperienza di una comunità vittima di esclusione finanziaria? Nel vostro Comune ha chiuso più di uno sportello bancario nell'ultimo anno? Appartenete a una comunità: è presente una grande parte di popolazione anziana e non propensa all'uso di Internet o del telefonino per effettuare le operazioni bancarie? Nel vostro quartiere vivono molte persone che non conoscono bene l'italiano? Scegliete un target che vi sia in qualche modo vicino, socialmente, culturalmente, geograficamente o per qualsiasi altro motivo, ma di cui possiate capire le esigenze.



Step 3: Analizzate i fattori chiave dell'esclusione

Una volta identificato il target di riferimento analizzate con attenzione quali possono essere i fattori chiave dell'esclusione finanziaria. Da cosa è dipesa questa condizione? Quali sono le motivazioni? Quali gli ostacoli da superare? Studiate il territorio dove vive il vostro target. Fate una ricerca sulle possibili cause storiche, geografiche, culturali che possono aver prodotto il fattore di esclusione da voi individuato. Intervistate i vostri concittadini, i vicini di casa, i negozianti di prossimità per capire quali potrebbero essere i loro bisogni quando si tratta di usare la banca o prodotti finanziari o metodi di pagamento vari. Andare alla radice del problema potrà esservi di ispirazione nella ricerca di possibili soluzioni.



Step 4: Fate una proposta

Proponete una possibile soluzione per includere il vostro target nel sistema finanziario. Fate in modo che sia una proposta semplice ma efficace e facilmente applicabile alla vita di tutti i giorni. Date libero sfogo alla vostra creatività nel pensare soluzioni utili al vostro target. Dopo la fase di ascolto delle loro esigenze e di analisi delle cause, è questo il momento di essere propositivi. Fate *brainstorming* fra di voi e date possibilità a tutti i membri della squadra di proporre idee, concetti, suggerimenti. Leggete gli spunti e gli esempi che vi offre questa guida per ispirarvi nella fase creativa e ricordate che spesso una soluzione deve essere semplice per poter essere efficace.



Step 5: Definite un budget

Quanto costa realizzare il vostro progetto? Immaginate di dover presentare la vostra proposta alle persone che dirigono un istituto bancario per ottenere un finanziamento, pensate a tutti i possibili costi che includerà, fate un elenco e presentatelo in modo efficace. Ricordate che il budget di un progetto è un documento programmatico che definisce nel dettaglio le previsioni di spesa: quanto spendere, per cosa e quando. Calcolare il budget prima di iniziare il progetto aiuta a definire l'ambito di lavoro e a controllare i costi. È anche un elemento cruciale per presentare il progetto a possibili finanziatori e ottenere i fondi richiesti.



Step 6: Comunicare la vostra idea

Realizzate un piano di comunicazione della vostra proposta per renderla nota ed efficace. Come spieghereste al pubblico la soluzione che avete trovato per includere o far rientrare un certo gruppo di persone nella realtà finanziaria? Raccontate la vostra idea in modo che resti impressa e che indichi con immediatezza la novità che racchiude. Presentatela in modo da raggiungere il più vasto pubblico possibile. Usate canali tradizionali o innovativi come:

- **la pubblicità su carta stampata:** una buona idea, espressa bene, accompagnata da una grafica accattivante o da una immagine che resta impressa può catalizzare l'attenzione del proprio target. Pensate a realizzare volantini, brochure, depliant, cartelloni pubblicitari o pagine per riviste come supporto della vostra campagna promozionale.
- **gli spot alla radio:** pensate a uno spot per le radio dove far passare il messaggio che è al centro del vostro progetto, prodotto, servizio. Trovate una musica di sottofondo, sviluppate un concept per lo spot e provate a registrarlo nel modo più professionale possibile.
- **i video:** pensate a un corto per il cinema, a un video per canali YouTube, a una pubblicità per la televisione a un reel per Instagram o a una storia per Facebook. Usate le vostre capacità creative e comunicative per trasmettere il vostro messaggio.
- **le campagne social:** per realizzare una campagna social efficace è importante scegliere di cosa parlare, di quale prodotto, di quale servizio, a chi comunicarlo; individuare per ogni canale social il giusto format (foto, video, testo, etc); essere riconoscibili: definire la palette colori, elementi grafici peculiari, set animazioni uniformi, linee guida sulla scelta delle immagini; usare il giusto tono di voce e realizzare contenuti credibili in base al target; gestire le interazioni.
- **le pubblicità non convenzionali:** trovate modi originali per far conoscere la vostra proposta, magari usando la street art, la danza o i flash mob. Pensate al "guerrilla marketing" che usa forme di pubblicità "dal basso" e a basso costo. Si tratta di metodi che hanno bisogno di tempo, energia e immaginazione da parte degli ideatori. Cercate online esempi di successo e date pieno sfogo alla vostra immaginazione.



Presentate la vostra idea con materiali grafici, immagini, video, testi entro e non oltre il **28 Marzo 2025**

Consigli pratici per progetti di educazione e inclusione finanziaria

Il metodo gamification

Per facilitare l'inclusione finanziaria è utile realizzare iniziative che possano alfabetizzare persone giovani, giovanissime, adulte e anziane. Lo scopo è infatti quello di diffondere la conoscenza e la comprensione dei principali concetti base del sistema finanziario.

Nel corso degli anni sono stati sviluppati progetti che utilizzano il metodo gamification che prevede elementi visivi interattivi e infografiche, incorporati a elementi di gioco e interattività.

Per esempio:

Un gioco sul calcio per prendere confidenza con le banche e i soldi

Financial Football di Visa, è un gioco gratuito online che coinvolge in modo interattivo e veloce. I partecipanti imparano giocando concetti finanziari e finiscono per ottenere competenze di gestione del denaro. ([link 5](#))

Target di riferimento: giovani, famiglie, minoranze.

Fattori dell'esclusione: povertà, scarsa alfabetizzazione finanziaria.



Immagina di essere un autista uber che deve far quadrare i conti

The Uber Game, del **Financial Times** è un gioco online che fornisce approfondimenti sulle finanze personali e sui principi economici di base. Rispondendo alle domande del gioco ci si mette nei panni di un autista Uber a tempo pieno e si cerca di trovare soluzioni a come usare il poco o tanto denaro che si guadagna. ([link 6](#))

Target di riferimento: giovani, anziani, famiglie, stranieri marginalizzati.

Fattori di esclusione: barriere culturali e linguistiche, scarse competenze tecnologiche e finanziarie.



Un esempio:

Provate a creare anche voi un gioco coinvolgente, online o da tavolo, per imparare a gestire il denaro. Pensate a giochi come Trivial Pursuit dove ogni partita vede sfidarsi da 2 a 6 giocatori e mette alla prova la loro cultura.

L'uso del microcredito per rientrare nel sistema finanziario

Per aiutare persone marginalizzate e soggette all'esclusione finanziaria in alcuni casi può venire in aiuto il microcredito. Questo sistema di finanziamento si basa sul fornire, a fronte di un'idea valida o di una specifica competenza, piccoli prestiti a chi non ha un conto corrente bancario e non è in grado né di usare propri fondi, né di richiedere prestiti. In questo modo si possono aiutare giovani, persone anziane o marginalizzate, abitanti di aree remote, ad avviare o sviluppare un business, a uscire dalla povertà, a rientrare nel sistema bancario. Oggi il microcredito è senz'altro lo strumento più conosciuto del ventaglio di prodotti e servizi offerti dalla microfinanza. Diffuso soprattutto nelle economie fragili dei Paesi emergenti è apprezzato e praticato anche in quelle avanzate, Italia compresa. Il microcredito può far crescere l'eguaglianza e la giustizia sociale e può combattere la povertà ampliando l'inclusione finanziaria di chi ne è beneficiario. Il microcredito può essere concesso da operatori di finanza solidale e dalle Banche.

Per esempio:

Dalla profumeria alla fumetteria con il microcredito

Per prendere ispirazione da storie di successo avviate grazie al Microcredito guardate questi video su YouTube che raccontano le imprese di **Alda** che, grazie al microcredito, dopo aver perso il lavoro, ha aperto una "profumeria alla spina" o di **Alessandra** che, a causa del Covid, ha chiuso una sua precedente attività e poi con il microcredito ha potuto aprire una "Fumetteria" o di **Gianluca** che, con il microcredito, ha potuto acquistare due mezzi per ampliare il suo impegno nella consegna di medicinali a domicilio e tante altre storie di successo e di inclusione bancaria e finanziaria ([link 7](#)).



Target di riferimento: famiglie povere, abitanti di aree rurali, persone marginalizzate.

Fattori di esclusione: culturali, sociali, geografici, tecnologici.

Mettetevi alla prova

Pensate a come aiutare le persone che desiderano chiedere un microcredito per realizzare un loro progetto. Immaginate di essere una sorta di "sportello" cui rivolgersi per un supporto in fase di sviluppo dell'idea, stesura di un progetto, di una previsione di budget oppure immaginate un servizio di "coaching" per la fase della presentazione del progetto. Come si comunica un'idea? Come si fa a essere convincenti? Quali supporti servono per presentare al meglio un progetto a una banca e avere più opportunità di ricevere il microcredito? Come realizzare un piano comunicazione del bene o servizio che si va a proporre una volta ottenuto il finanziamento? Che sia un servizio "allo sportello" o "online", un software di tutoraggio o un manuale dei "dieci modi per ottenere un microcredito", date libero sfogo alla vostra fantasia e pensate solo a come aiutare le persone a realizzare i loro sogni!

Il ricorso al Fintech: quando fin-anza e tech-nologia si sposano

Il Fintech indica l'innovazione finanziaria resa possibile dall'innovazione tecnologica, in particolare la *fintech for good* può contribuire a migliorare l'inclusione finanziaria, offrendo accesso a servizi come pagamenti di bollettini o spedizione di denaro a persone che hanno un accesso limitato a questi servizi per cause diverse, dall'**assenza di internet alla desertificazione bancaria**. In questo modo le banche, permettendo di svolgere alcune operazioni che normalmente si svolgono agli sportelli bancari o online in altri punti di ritrovo convenzionati con loro, come bar e tabaccherie, aiutano le persone a rientrare nel sistema finanziario. ([link 8](#))

Per esempio:

M-Pesa

È il metodo preferito per effettuare pagamenti in tutta l'Africa, **sia per chi ha un conto bancario sia per chi non ce l'ha**. Permette di inviare e ricevere denaro, ricaricare il credito telefonico, pagare le bollette, ricevere stipendi, ottenere prestiti a breve termine e molto altro. I clienti si registrano per il servizio presso agenti autorizzati, spesso piccoli negozi di telefonia mobile o altri rivenditori come barbieri, macellai, fornai, ecc., tutti esercizi precedentemente convenzionati con una banca di riferimento, e poi depositano denaro in cambio di denaro elettronico.

Target di riferimento: giovani, donne, anziani.

Fattori di esclusione: geografici, sociali ed economici. [link 9](#)



Mooney

Con questa App si possono pagare bollettini, multe, tasse, ricariche cellulari e carte telefoniche anche se non c'è nelle vicinanze uno sportello bancario. *Mooney* permette di pagare con le carte di debito, di credito o prepagate. Questo sistema aiuta nei casi di desertificazione bancaria in quanto con *Mooney* si può prelevare gratuitamente in punti convenzionati con la banca come bar e tabaccherie che si trovano anche in aree remote o rurali del Paese ([link 10](#)).

Target di riferimento: giovani, anziani, persone in aree remote o rurali.

Fattori di esclusione: sociali e economici.



Mettetevi alla prova:

Inventate un modo per aiutare chi non ha competenze tecnologiche o è lontano da uno sportello bancario a effettuare con semplicità normali operazioni come prelevare o depositare contanti, pagare una multa o altro. Pensate a come essere di supporto ad anziani che vivono in aree prive di sportelli bancari e che possono avere bisogno di un servizio di accompagnamento, di un assistente o di un corso esplicativo sui "cosa, come, quando, dove" legati ai servizi bancari di cui necessitano. Immaginate di entrare in una comunità di persone che non parlano la lingua del Paese in cui risiedono ma devono confrontarsi con le banche per depositare denaro, richiedere prestiti, ricevere stipendi. Come aiutarli? Prima di decidere cosa fare provate a mettervi "nei panni" di queste persone e a immaginare cosa potrebbe aiutarli a migliorare la loro vita e a rientrare nel sistema finanziario.

Il Fintech e l'intelligenza artificiale per l'inclusione finanziaria

Il Fintech ha creato i **roboadvisor**, dei “consulenti robot” che sono in realtà piattaforme digitali che cercano di emulare i servizi di un consulente finanziario. Fornendo alcuni dati e rispondendo a un certo numero di domande, questi software propongono pacchetti personalizzati di prodotti finanziari cui affidarsi per mettere a frutto i propri risparmi. Si rivolgono in particolare a giovani e meno esperti o persone anziane senza competenze tecniche.

Per esempio:

Un amico “fintastico”!

Guardate come funziona “**Fintech Buddy**” creato da *Fintastico*, per aiutare gli utenti a individuare i conti correnti o le carte di pagamento perfetti in base alle loro esigenze specifiche ([link 11](#)).

Target di riferimento: giovani, anziani, minoranze.

Fattori di esclusione: culturali, sociali, tecnologici.



Mettetevi alla prova:

Sapreste creare una vostra piattaforma digitale capace di aiutare chi non ha competenze finanziarie o tecnologiche a muoversi meglio nel mondo delle banche e nella gestione del denaro? Provate a usare l'Intelligenza Artificiale in modi che possano essere utili a chi ha bisogno di consigli sul tema del denaro, del risparmio, dei prodotti finanziari. I dati raccolti dall'IA potrebbero essere utilizzati per individuare il tipo di carta di credito più adatto a un consumatore e le offerte e gli sconti più interessanti in base alle abitudini e alle preferenze di spesa o potrebbero fornire al singolo consumatore informazioni che prima erano appannaggio solo di esperti del settore. Immaginate un “amico”, un personaggio dei fumetti o un avatar creato dall'IA che sappia aiutare chi ha bisogno di essere guidato nel mondo delle banche e della gestione responsabile del denaro. Provate a scandagliare le mille nuove opportunità che offre l'Intelligenza Artificiale quando è messa al servizio del cittadino ([link 12](#)).



Comunicare bene aiuta a combattere le barriere culturali: l'uso dei social e delle app

L'inclusione finanziaria si ottiene anche con una buona comunicazione dei servizi, delle opportunità e dei vantaggi di essere nel sistema bancario come clienti. Le banche fanno sempre più affidamento ai canali social per raggiungere un pubblico giovane e spesso inesperto e hanno quasi tutte fatto ricorso alle Applicazioni per offrire servizi ai loro clienti direttamente sui loro dispositivi come cellulari e computer.

Chi più risparmia più guadagna con le App per monitorare le spese

Appiggy

La App **APPIGGY** si rivolge a ragazze e ragazzi con sindrome di Down e con disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) come dislessia e discalculia e supporta nella gestione del denaro e dei risparmi. Sviluppata dagli studenti della Apple Developer Academy di Napoli, è un esempio di come la tecnologia si possa usare in modo semplice ed efficace come mezzo per abbattere ogni forma di barriera all'inclusione finanziaria.

Target di riferimento: giovani, minoranze.

Fattori di esclusione: culturali, sociali, tecnologici.



Mettetevi alla prova:

Progettate la tipologia di contenuti per una pagina Instagram/Facebook o di altri Social Network pensata per aiutare chi è rimasto escluso dal sistema finanziario e delle banche, oppure pensate come realizzare un portale web in grado di presentare in modo semplice e immediato cosa offre il mercato delle banche in termini di servizi, proposte e offerte per aiutare gli utenti a trovare la migliore soluzione per le loro esigenze. Immaginate una App dove un giovane che si affaccia al mondo delle banche e del risparmio possa trovare risposte alle sue domande. Ispirandosi al team di studenti della Apple Developer Academy di Napoli, proponete una App che possa aiutare persone con fragilità cognitive o appartenenti ad altre specifiche minoranze.

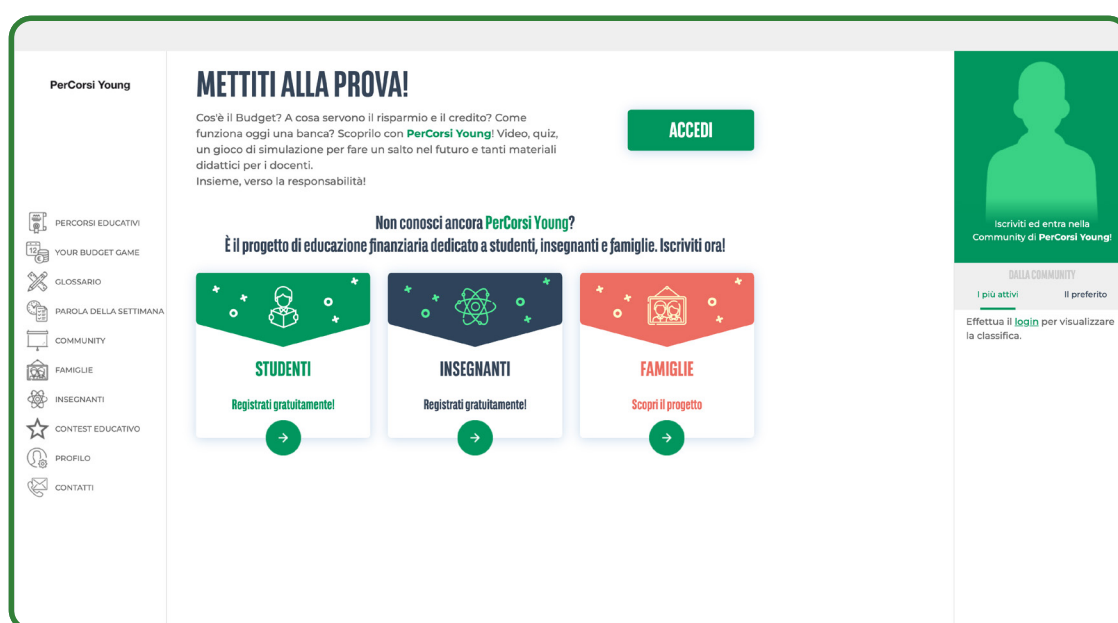
È il progetto per l'educazione finanziaria che si articola in diversi strumenti, fra i quali: un kit didattico digitale (al suo interno una lettera di presentazione, questa Guida al contest educativo "Nuovi percorsi di educazione finanziaria", tre mini guide sul budget, il credito e il ruolo delle banche), la piattaforma www.percorsiyoung.it, webinar, lezioni in presenza e il PCTO [Find your Future](#).

Iscrivetevi sulla piattaforma per imparare divertendovi!

Il sito propone un percorso di conoscenza, sviluppato in tre moduli, che racconta cosa è il budget (personale e familiare) e come gestirlo, svela il mondo del credito (spiegando per esempio come finanziare un progetto) e spiega il ruolo e le responsabilità delle banche.

I moduli sono arricchiti da video e quiz interattivi.

Inoltre, è possibile creare un "avatar" per simulare la propria futura situazione finanziaria.



IL PCTO

Nell'ambito di PerCorsi Young, Findomestic propone inoltre [Find Your Future](#), il PCTO che accompagna studentesse e studenti degli ultimi tre anni di scuola superiore alla scoperta dell'ecosistema-banca, trasmettendo loro le conoscenze utili a orientarsi verso una nuova professione con la guida di esperti Manager e Ambassador Findomestic.

Un percorso interessante, arricchito da video-interviste e approfondimenti, che può essere d'ispirazione per le proprie future scelte di studio e lavorative.

Iscrivetevi! Terminato il percorso vengono riconosciute 30 ore come PCTO.



PerCorsi Young

Centro Coordinamento PerCorsi Young
La Fabbrica, Viale Monza, 259 - 20126 Milano

Numero verde: 800129992

Email: percorsiyoung@lafabbrica.net

WhatsApp +39 329.8286241

