



ROBERTA VISIGALLI

Responsabile Direzione Marketing e Comunicazione

CONSORZIO PATTICHIARI

OPINION LEADER



AREA: BANCHE E FINANZA



Chi oggi si occupa di comunicazione finanziaria deve essere in grado non solo di farsi ascoltare da un pubblico sempre più ampio, ma deve soprattutto riuscire a farsi capire. Il contesto in cui ci si trova a operare non è confortante: quando si parla di economia e finanza le persone sono spesso spaventate, le considerano discipline troppo complesse, quasi incomprensibili. Purtroppo per anni il settore bancario ha utilizzato un linguaggio tecnico, destinato agli addetti ai lavori, che ha disarmato il pubblico, come ancora accade per la medicina o la tecnologia.

È un problema comune a molti altri settori, pensiamo per esempio al mondo della medicina oppure a quello della tecnologia. Per questo oggi è indispensabile utilizzare un linguaggio chiaro, semplice e comprensibile, che aiuti le persone a capire di più

per scegliere meglio. Viviamo in un'epoca in cui siamo spesso travolti dalle informazioni, senza riuscire a ricavarne benefici diretti. La vera sfida, quindi, è trasformare le informazioni in conoscenza, ossia mettere in condizione le persone di utilizzare a proprio vantaggio le informazioni di cui dispongono per effettuare scelte consapevoli. La missione del Consorzio PattiChiari, che oggi rappresenta ben 167 banche italiane, risponde proprio a questa esigenza. Molto è stato fatto in questa direzione, ma molto ancora si deve fare; se continueremo su questa strada, alla diffidenza subentrerà la fiducia che deriva dalla conoscenza.

L'obiettivo è certamente ambizioso, richiede attenzione, investimenti e il coinvolgimento del maggior numero possibile di interlocutori per avviare e alimentare un grande progetto di

educazione finanziaria permanente, che coinvolga tutte le persone, a partire dai più giovani, alle famiglie, agli imprenditori, e promuova un grande cambiamento culturale nel nostro Paese.

PattiChiari, oltre ad aver realizzato dieci iniziative che hanno gettato un ponte tra il settore finanziario e gli oltre 3 milioni di persone che ogni giorno entrano in banca, dando vita così a una nuova relazione banca-cliente che si fonda sui valori della trasparenza e della concorrenza, ha avviato, in collaborazione con le principali associazioni consumeristiche, intense campagne di educazione e informazione finanziaria su tutto il territorio italiano.

Ad oggi, il Consorzio ha incontrato direttamente oltre 150.000 clienti-consumatori che hanno

usufruito di circa 5.000 ore di formazione, ha distribuito 50 milioni di Guide Informative a cittadini, famiglie e imprese; il sito Internet ha registrato 18 milioni di accessi, il numero verde ha gestito 210.000 chiamate.

Ma il nostro lavoro non si limita a migliorare la situazione contingente, mira soprattutto a gettare nuove basi per il futuro, partendo dagli studenti, che stiamo coinvolgendo con programma di sensibilizzazione destinato a 500mila alunni di 23mila classi di terza media in tutta Italia, per fornire loro una formazione di base in economia e finanza. PattiChiari è quindi l'espressione concreta di un rinnovamento culturale promosso dal settore bancario italiano, un progetto di Corporate Social Responsibility, che può ritenersi il primo grande progetto di "Banking Social Responsibility".