

Monitorare e valutare l'educazione finanziarie: indicazioni dall'indagine ONEEF 2018

Paola Bongini

Università degli Studi di Milano - Bicocca

IL CONTESTO

Consenso circa l'importanza della financial literacy

- Lusardi (anni vari)

Grande aumento dei programmi di educazione finanziaria a tutti i livelli

- OECD (2015)

L'educazione finanziaria serve?

- Ha un impatto sulla financial literacy?
 - Financial knowledge
 - Financial attitude
 - Financial behavior

Bongini, Cucinelli, Rinaldi (2019)

Osservatorio Monetario n.2

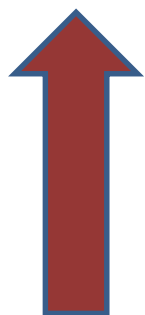
1. Mappatura dei programmi di educazione finanziaria in Italia (indagine ONEEF 2018)
2. Modello di riferimento per la progettazione e valutazione di interventi educativi (TOM-C)
3. Focus sulle fasi di monitoraggio e valutazione
4. Case study (La torta dell'economia)

**Un osservatorio
sui programmi
di educazione
economica in Italia**



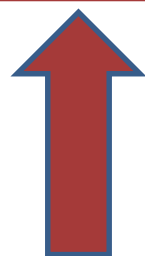
<http://economicscuola.it/oneef>

SITO PER
SEGNALARE I
PROGRAMMI



Per insegnanti,
formatori, enti
promotori, ...

BANCA DATI



Banca dati
standardizzata dei
programmi
(aggiornata e
consultabile
liberamente)

COMITATO
SCIENTIFICO



Comitato che favorisce
il networking, il dialogo
scientifico, la
formulazione di policy
e linee guida

FUNZIONI DI ONEEF

1. DOCUMENTAZIONE: rintracciare in un unico luogo le iniziative poste in essere da una molteplicità di attori, spesso non comunicanti fra loro attraverso uno spazio virtuale di facile consultazione (BANCA-DATI ONLINE)	2. CONOSCENZA (ARCHIVIO ONLINE): sviluppare una conoscenza approfondita su metodi, materiali, progetti, politiche; Fornire un punto di riferimento scientifico a chi si avvicina al tema dell'educazione economica e finanziaria in Italia
3. NETWORKING: stimolare la costituzione di reti sul territorio attraverso la conoscenza dei progetti e il raccordo dell'Osservatorio	4. MONITORAGGIO E RICERCA: fornire indicazioni dalla ricerca scientifica (dati, pubblicazioni...) a tutti gli attori coinvolti (utile alla progettazione e alla valutazione)

Mappatura: indagini precedenti

	Primo censimento (Staderini 2018)	Secondo censimento (Staderini 2018)	ONEEF
<i>Anno di rilevazione</i>	<i>2012-2014</i>	<i>2015-2017</i>	<i>2018</i>
N. Soggetti promotori	256	225	240* (dato provvisorio)
Iniziative	206	193	297

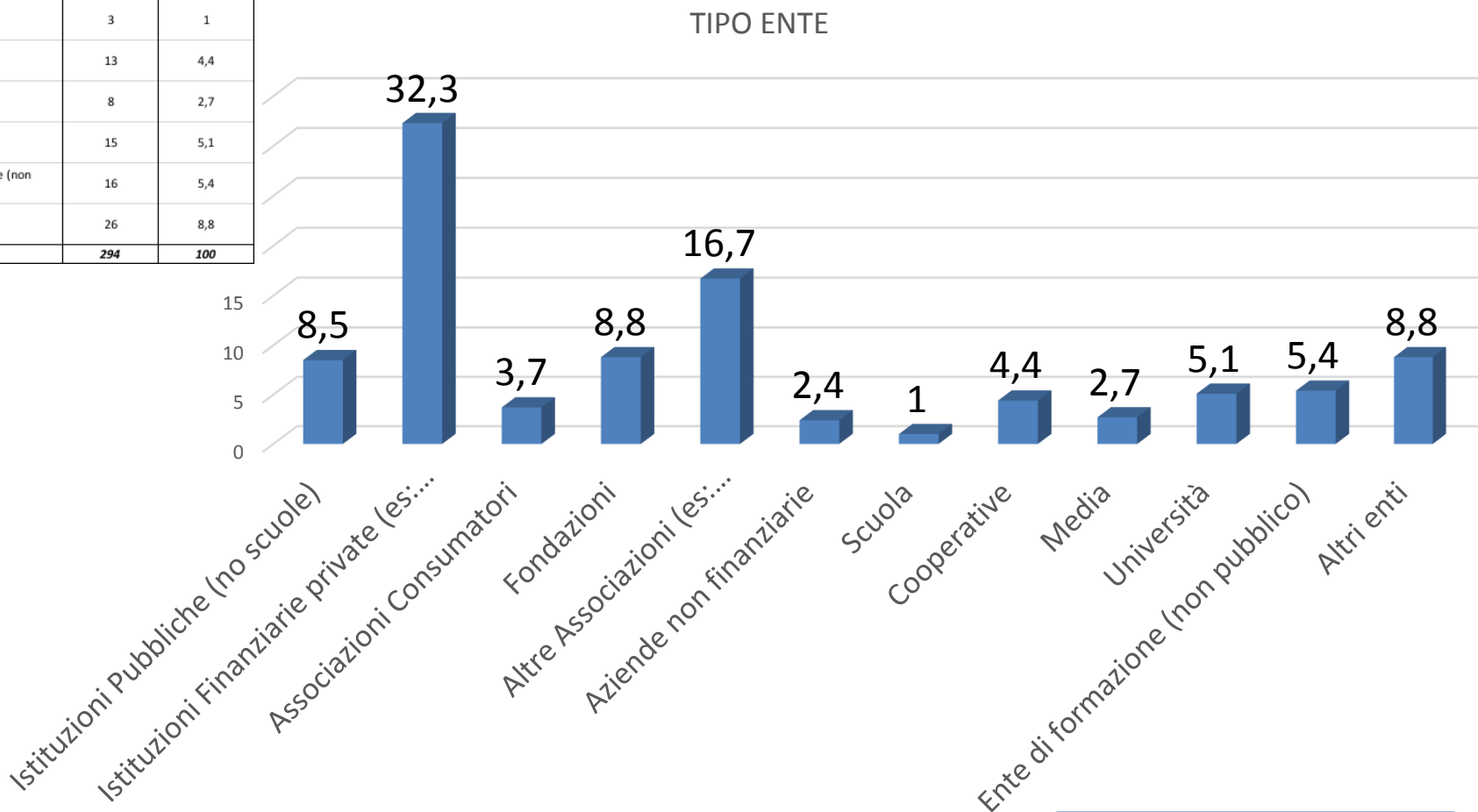
ONEEF: rilevazione programmi svolti dal 1/1/2018 al 31/12/2018

Numero complessivo delle schede “form brevi” valide inserite:	297
Compilate dagli enti	30%
NB: la procedura di validazione dati per la pubblicazione online delle schede è ancora in corso	

In aggiunta :	54 Iniziative da verificare (se gratuite, se attive nel 2018,...)
Numero delle schede scartate:	58
Motivazioni	<ul style="list-style-type: none">• Perché antecedenti al 2017• Perché iniziative o risorse a pagamento

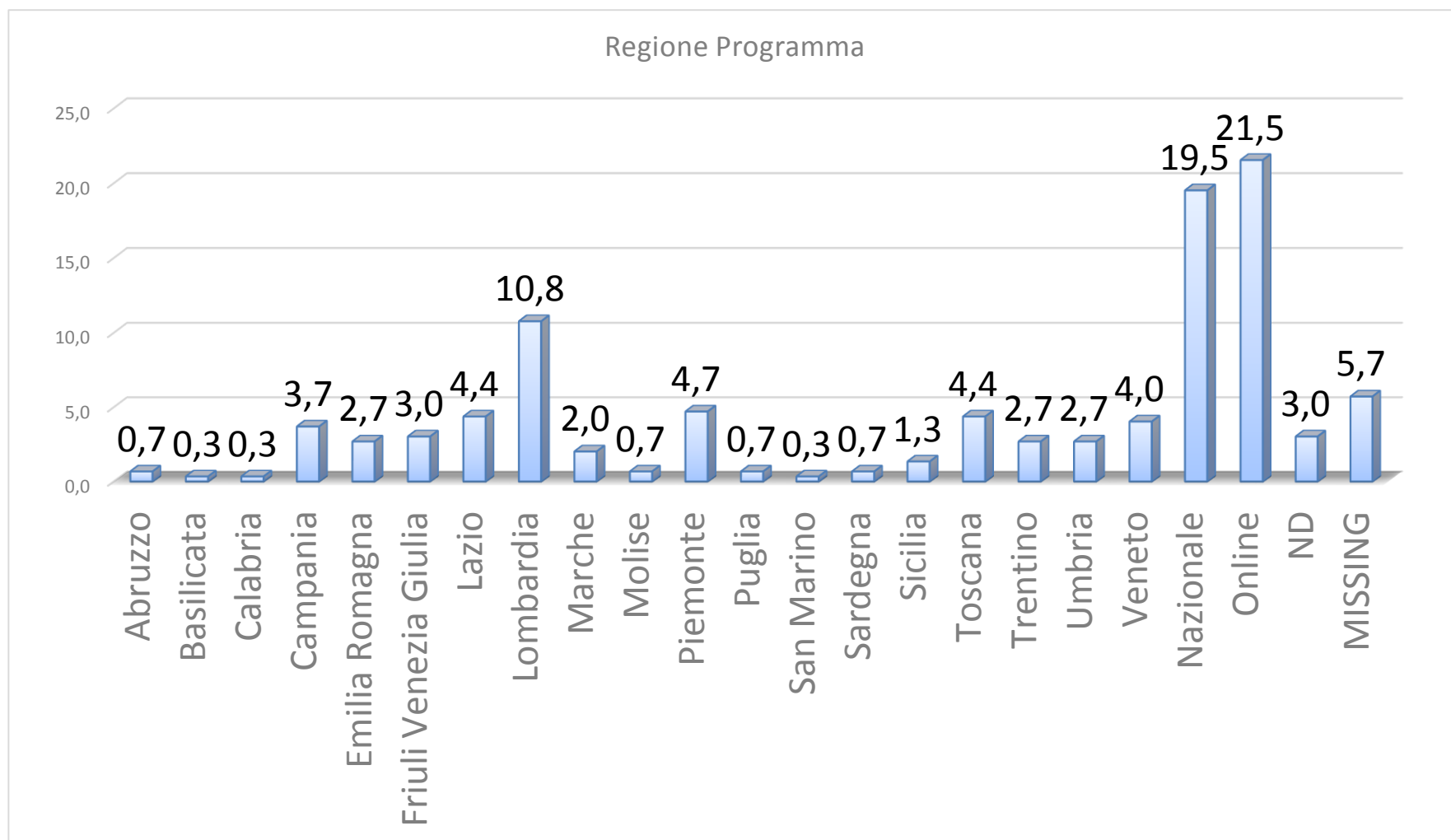
TIPO ENTE	FREQUENZA	PERCENTUALE
Istituzioni Pubbliche (no scuole)	25	8,5
Istituzioni Finanziarie private (es: banche, assicurazioni)	95	32,3
Associazioni Consumatori	11	3,7
Fondazioni	26	8,8
Altre Associazioni (es: Confartigianato, associazioni culturali...)	49	16,7
Aziende non finanziarie	7	2,4
Scuola	3	1
Cooperative	13	4,4
Media	8	2,7
Università	15	5,1
Ente di formazione (non pubblico)	16	5,4
Altri enti	26	8,8
Totale	294	100

I PROMOTORI: TIPO DI ENTE



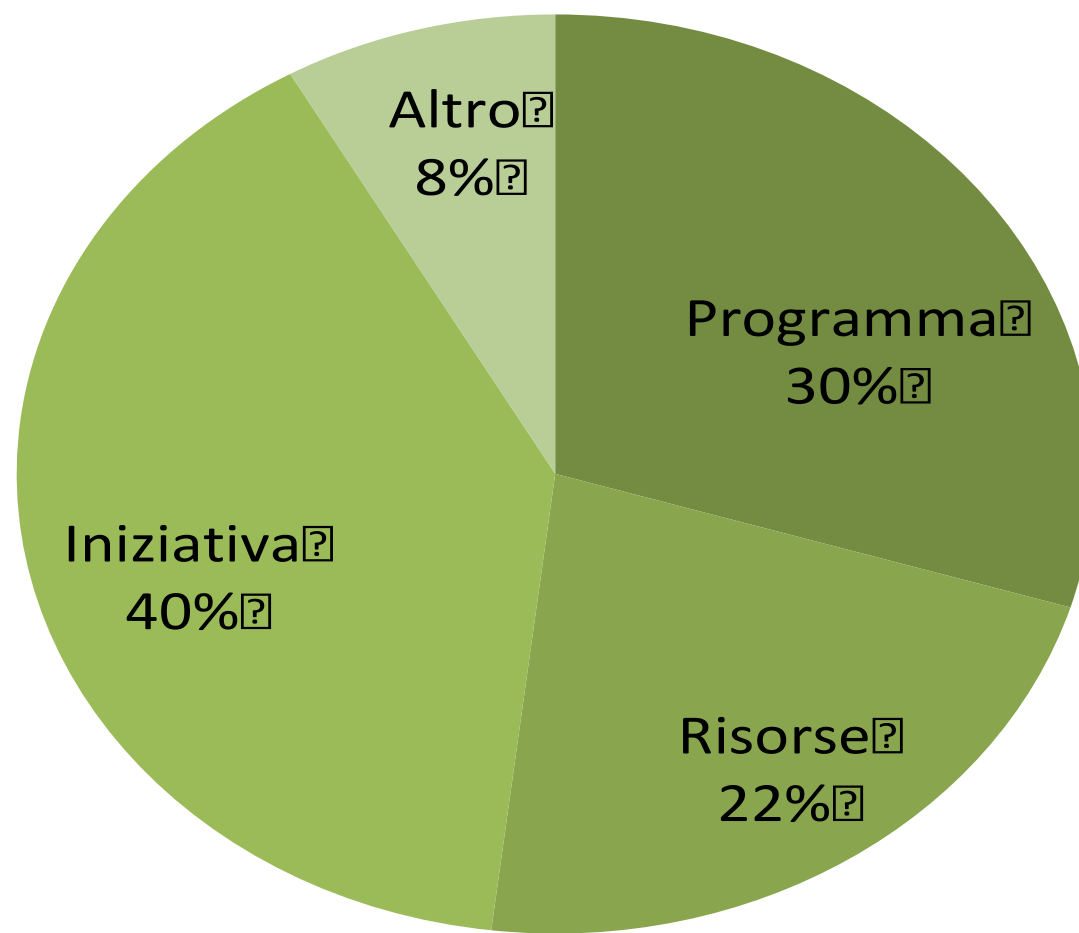
BASE N= 294

REGIONE DEL PROGRAMMA



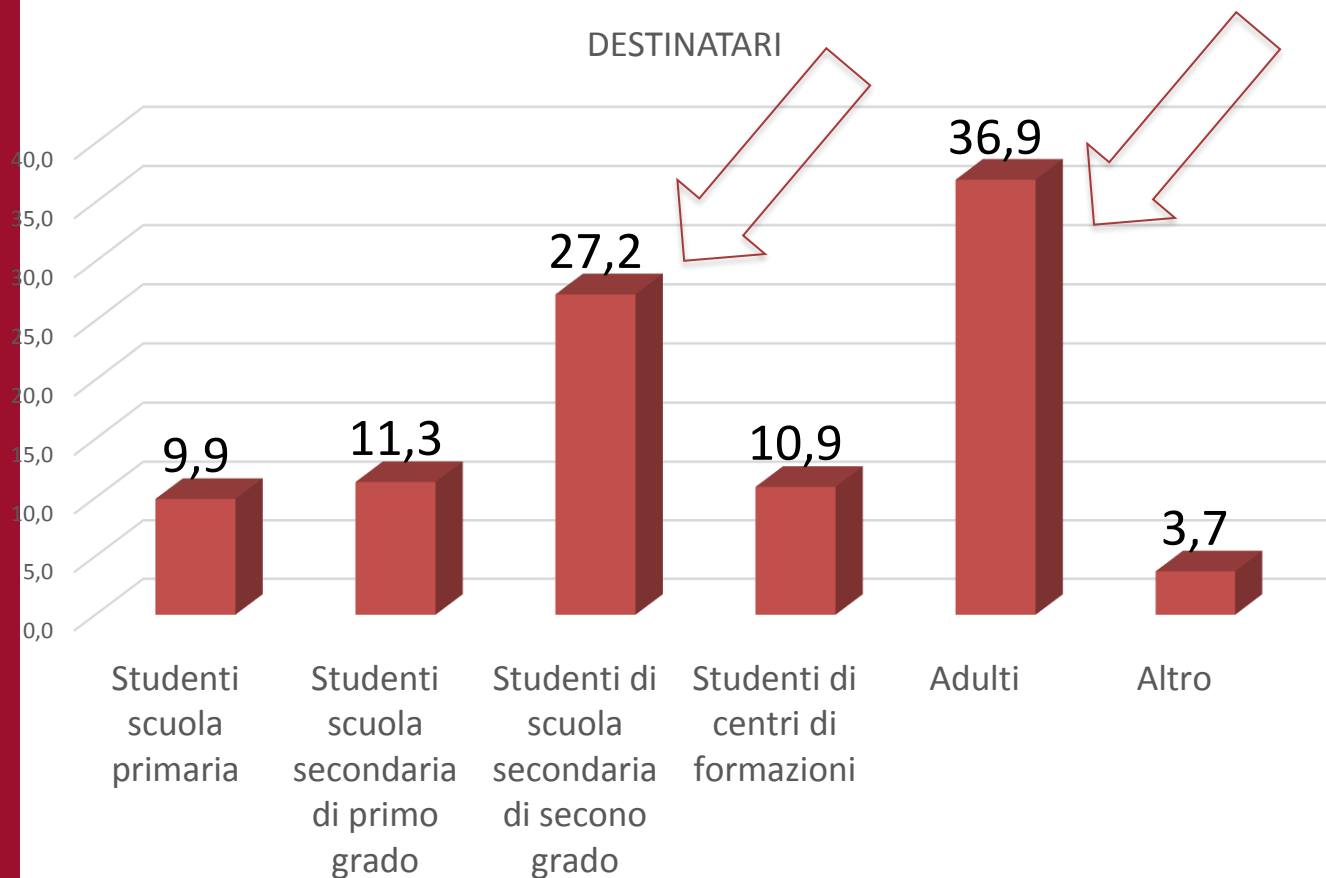
BASE N= 297

CATEGORIA



CATEGORIA	FREQUENZA	PERCENTUALE
Programma	87	29,7
Risorse	65	22,2
Iniziativa	117	39,9
Altro	24	8,2
Totale	293	100

DESTINATARI



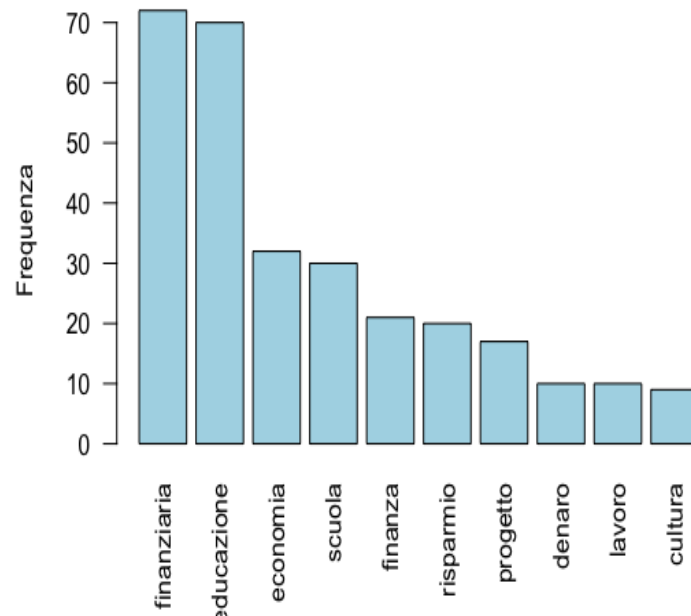
In alcuni casi: progetto destinato a più soggetti (es: insegnanti, genitori, minori...)

TITOLO DEL PROGETTO



TITOLI MOLTO SIMILI

Parole più frequentemente usate



ARGOMENTI

	%*
Alfabetizzazione finanziaria di base (generico)	12,1 
Economia (aspetti storici, macro-economici...)	8,4
Imprenditorialità	4,0
Gestione del denaro (contabilità, strumenti di pagamento...)	13,1 
Risparmio	11,8 
Pianificazione, pensioni	5,1
Assicurazioni, previdenza	3,4
Diritti dei consumatori	6,7 
Investimenti, borsa	8,4
Finanza etica, economia solidale, economia e cooperazione	3,4
Altro* (in corso di classificazione; gioco d'azzardo, fisco, legalità indebitamento, violenza economica, economie "diverse" ...)	23,6
TOTALE	100

*Analisi preliminari, in progress

L' ANALISI DELLE SCHEDE-PROGRAMMA: GLI OBIETTIVI

Definizione degli obiettivi *	
Chiara e specifica	20%
Generica	40%
Molto generica	40%

Ma gli obiettivi dovrebbero essere SMART!



Il modello TOM-C

una proposta di strumento di progettazione

MODELLO T.O.M.-C.

Teoria (es: possible selves; theory of planned behaviour; developmental perspective; behavioral finance, cfr CYFI 2012)

Obiettivi:

- S.M.A.R.T.
- Specifici, Misurabili, Achievable, Rilevanti, Definiti nel Tempo)

Monitoraggio/Valutazione: documentazione, miglioramento, ascolto attivo

Co-LEARNING: apprendere dai destinatari

VALUTAZIONE E MONITORAGGIO

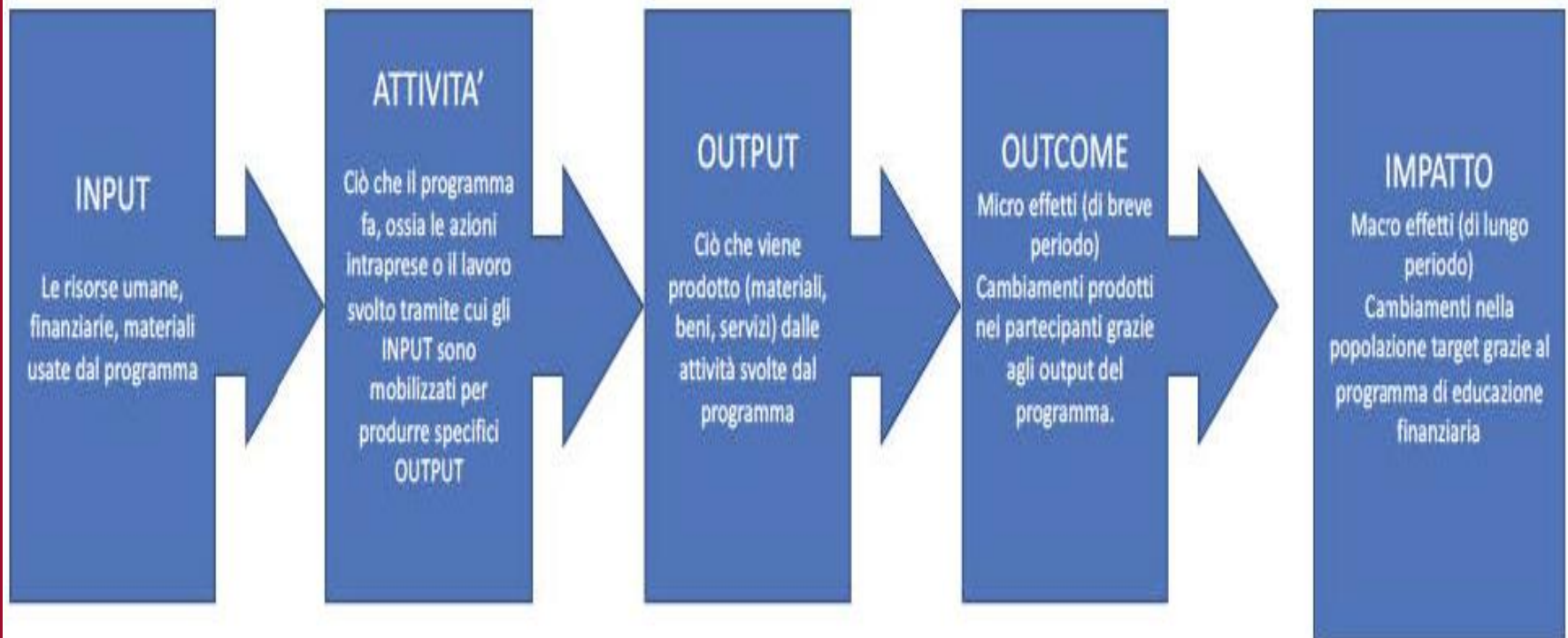
Detailed Guide to Evaluating Financial Education Programmes



* With the support of the Russian/World Bank/OECD Trust Fund



Il modello logico per la valutazione



	MONITORAGGIO	VALUTAZIONE
Cosa è?	Raccolta di dati e informazioni sul progetto per la comprensione del suo stato di fatto	Giudizio sul valore di un progetto in relazione a criteri prestabiliti
Perché si fa?	a) Per tenere sotto controllo i diversi aspetti del progetto; b) Per tenere traccia di quanto realizzato; c) Per fornire materiale per la valutazione	a) Per valutare la performance, l'efficacia, l'efficienza, l'impatto, la sostenibilità di un progetto; b) per confrontare i risultati ottenuti con quelli previsti; c) Per introdurre eventuali processi di cambiamento nella realizzazione del progetto
Es:	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinamento enti/partecipanti • Verifica (requisiti, tempi, tappe, passaggi, prodotti) • controllo (amministrativo, gestionale-organizzativo, tecnico-didattico, del clima relazionale) • OSSERVAZIONE (dialogo/ascolto) 	Valutazione controfattuale; pre-post; quasi-experimental

Fonte: Colombo 2007; e

<https://www.socialhost.it/site/2018/02/05/qual-e-la-differenza-tra-il-monitoraggio-e-la-valutazione-di-un-progetto/>

E' STATA SVOLTA UNA VALUTAZIONE DEI PROGRAMMI?

Che tipo?	%*	Note
Valutazione degli outcome	3,7	
Monitoraggio	25,3	Spesso “blando”. Es: Numero di iscritti; numero di visualizzazioni; numero di partecipanti ai giochi online
Nulla/Dato ND**	71,0	(**Non Disponibile)
Totale	100	

*Analisi preliminari, in progress

Riportare ciò che ha e che NON ha funzionato (*Financial Literacy and Education, 2013*)

Per fare la differenza:

La valutazione rappresenta la chiave per dimostrare come, perché e in che misura il programma educativo riesce a fare la differenza.

Per questo il processo di valutazione deve:

- Essere sistematico
- essere fondato su evidenze empiriche
- definire la portata della misurazione (tutto o specifici aspetti del programma)
- contribuire a prendere decisioni

Osservazioni conclusive

Un bilancio dei programmi in Italia

ELEMENTI NEGATIVI

- Definizione di obiettivi poco chiari
- Limitato studio del contesto e dei destinatari : progettualità “dall’alto”
- Poche sinergie
 - utilizzo delle risorse poco efficiente
 - Sovrapposizioni iniziative
- Scarsa attenzione all’ascolto attivo (opinioni degli studenti/destinatari durante il corso - Landvogn 2007)

ELEMENTI POSITIVI

- Numero crescente di enti
- Numero crescente di programmi di educazione finanziaria
- Sensibilizzazione crescente sul tema anche nelle scuole
 - Meno “paura” del denaro
 - alternanza scuola/lavoro
 - insegnamento trasversale dell’educazione civica (2 maggio 2019 - cfr. Castrovilli 2019)
- Attenzione crescente al monitoraggio e alla valutazione

Una proposta

- 15 INDICATORI PER MIGLIORARE LA QUALITÀ DELLA PROGETTAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI EDUCAZIONE FINANZIARIA IN ITALIA



A. OBIETTIVI

6 aree

B. DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA

C. DESTINATARI FINALI

D. MATERIALI

E. RETI

F. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

1	OBIETTIVI CHIARI	... fornire una comunicazione chiara e pubblica degli obiettivi (possibilmente sia sul web, sia sui documenti informativi di presentazione del programma ai destinatari del programma stesso)	<i>E' possibile leggere una descrizione chiara e completa degli obiettivi online? O sui materiali informativi? Gli obiettivi – almeno in forma sintetica- sono riportati sulla locandina dettagliata? O sulla pagina web dell'ente promotore ?</i>
2	OBIETTIVI IN FORMA S.M.A.R.T.	<p>... definire nei documenti (perlomeno in quelli INTERNI) gli obiettivi seguendo l'acronimo S.M.A.R.T. Ovvero:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Specifici: • Misurabili • Raggiungibili (<i>achievable</i>) • Rilevanti • Temporalmente definiti <p>Questo renderà più facile poi il monitoraggio e la condivisione della progettazione con gli stakeholder coinvolti</p>	<p><i>Gli obiettivi sono definiti in modo S.M.A.R.T.? "Aumentare la consapevolezza finanziaria dei destinatari del programma " non è un obiettivo S.M.A.R.T.</i></p> <p><i>"Aumentare il livello di conoscenza di alcuni strumenti o termini finanziari importanti per i destinatari del programma, misurati tramite un questionario somministrato prima del programma e a distanza di 10 giorni dal termine del programma" è un obiettivo S.M.A.R.T.</i></p>

3	MODALITA' DI REALIZZAZIONE	... fornire una descrizione chiara della modalità di realizzazione del programma (luogo, durata, personale coinvolto)	<i>I materiali descrivono bene come si realizza il programma passo passo? Come ci si iscrive al programma ? È gratuito? Il programma avviene in aula o online? Alla presenza di uno più esperti? Gli esperti sono interni o esterni all'ente promotore? Quante ore dura?</i>
4	CONTATTI	... indicare chiaramente le modalità di contatto con l'ente che propone il programma (email, indirizzo, telefono...)	<i>Nella locandina del programma è indicato un contatto email o telefonico o facebook (o altro social network) per comunicare con l'ente che propone il programma?</i>
5	REPLICABILITÀ	... indicare nei materiali informativi chiaramente se il programma avviene “una tantum” o se può essere replicato in futuro e in che modo	<i>Il programma è replicabile? Se sì, a quali condizioni? Solo nella stessa città o altrove? Sono necessari fondi o è replicabile gratuitamente? I contenuti vengono cambiati di anno in anno oppure no?</i>
B. DESCRIZIONE PROGRAMMA			

6	CONOSCENZA E DEFINIZIONE DEI DESTINATARI	<p>... analizzare i bisogni e le caratteristiche della financial literacy dei destinatari prima di programmare l'intervento</p> <p>..fornire una definizione chiara dei destinatari finali del programma.</p>	<p><i>Conosciamo le caratteristiche della financial literacy dei destinatari? I destinatari del programma sono descritti in modo chiaro nei materiali informativi? Ad esempio: il programma rivolto agli studenti? Di che età? Di quale corso di studi?</i></p>
7	ACCESSIBILITÀ / INCLUSIONE/	<p>... verificare se è il programma garantisce e l'accessibilità alle persone disabili e facilita l'apprendimento anche in persone con difficoltà di apprendimento (es: linguistiche)</p>	<p><i>Il programma tiene in considerazione la presenza di destinatari che, ad esempio, hanno difficoltà a comprendere l'italiano? O affette da sordità? (es: i video usati dal programma sono sottotitolati in italiano? O in inglese?)</i></p> <p><i>La struttura che ospita il programma è accessibile a persone disabili^</i></p>
8	ISCRIZIONE	<p>... fornire una descrizione chiara della modalità di iscrizione al programma per i DESTINATARI FINALI</p>	<p><i>Come ci si iscrive al programma? È gratuito? Ci sono particolari requisiti? Tali informazioni sono descritte chiaramente nei materiali informativi?</i></p>

9	MATERIALI	<p>... fornire, se possibile, una breve descrizione dei materiali che verranno utilizzati</p> <p>Fornire la bibliografia utilizzata per la progettazione del programma</p>	<p><i>E' possibile visionare una parte o tutti i materiali del programma? Se sì, in che modo?</i></p> <p><i>Il programma si è avvalso di una bibliografia di riferimento specifica? Se sì, è condivisibile?</i></p>
10	DOCUMENTABILITÀ	<p>...fornire una documentazione sul programma a eventuali terzi interessati ai fini della condivisione delle buone pratiche e della ricerca e scientifica</p>	<p><i>I progettisti sono disponibili a fornire una documentazione sul programma, pur sintetica, ad altri terzi interessati?</i></p> <p><i>Il programma è stato inserito nel sito di ONEEF per fornire le informazioni base del programma attraverso un format standardizzato?</i></p>

1 1	COERENZA CON LA “STRATEGIA NAZIONALE DI EDUCAZIONE ECONOMICA E FINANZIARIA”	...definire il programma in coerenza con gli obiettivi e le priorità individuate nella versione più aggiornata della “Strategia Nazionale di Educazione Finanziaria” (cfr. http://www.quellocheconta.gov.it/it/chi-siamo/strategia-nazionale/)	<i>Il programma è coerente con la Strategia nazionale? Se sì, in che modo? Tale aspetto è chiaro agli Stakeholder? Il programma è stato segnalato al Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria?</i>
1 2	LAVORO DI RETE	..progettare sulla base di un lavoro di rete con enti diversi (pubblici, privati, no profit, comunità locali, gruppo informali...) specialmente se tali enti lavorano a stretto contatto con i destinatari finali (ad esempio, un programma di educazione finanziaria per i migranti che coinvolge associazioni di migranti)	<i>Quali enti sono stati coinvolti nella progettazione dei materiali e del percorso didattico ? Sono enti che lavorano vicino ai destinatari finali? In che modo è previsto il coordinamento tra i diversi enti? Ognuno ha lavorato per conto proprio, o c'è stato una possibilità di scambio e confronto costante? (cfr. English et al. 2012)</i>
13	SINERGIA CON PROGRAMMI SIMILI	... verificare, tramite ricerca di parole chiave sul web o appositi siti (es. ONEEF), l'esistenza di programmi simili ai propri e valutare eventuali sinergie con gli enti coinvolti per ottimizzare le risorse	<i>Esistono già programmi simili? Esistono già materiali simili? Sono già stati fatti progetti simili in quella scuola?</i>

1 4	MONITORARE	... prevedere un processo di monitoraggio del programma (cfr. ALLEGATO C)	<p><i>Esiste un processo di monitoraggio del programma? Il programma è stato svolto per intero o solo una parte? Sono stati riscontrati ostacoli? Sono intervenute modifiche?</i></p> <p><i>Se esiste un monitoraggio, come e con chi vengono discusse le indicazioni raccolte?</i></p>
1 5	VALUTAZIONE	<p>... prevedere un processo di valutazione del programma</p> <p>Se possibile, preferire azioni di valutazione svolte da un gruppo indipendente e quindi diverso dall'Ente Promotore</p>	<p><i>Esiste un processo di valutazione degli effetti del programma? O della soddisfazione dei soggetti coinvolti? È svolto da un gruppo di ricercatori indipendente dall'Ente proponente?</i></p> <p><i>Quale parte del programma viene valutata?</i></p> <p><i>Se esiste una procedura di valutazione, come e con chi vengono discusse le indicazioni raccolte?</i></p>

Grazie dell'attenzione

Paola Bongini

paola.bongini@unimib.it

CONTATTI: SEGRETERIA ONEEF, info@oneef.org

Case study

“La torta dell’economia”

**UN PROGETTO PER EDUCARE AL RISPARMIO, AL
DONO, ALLA PROGETTUALITA' E ALLA
SOLIDARIETA**

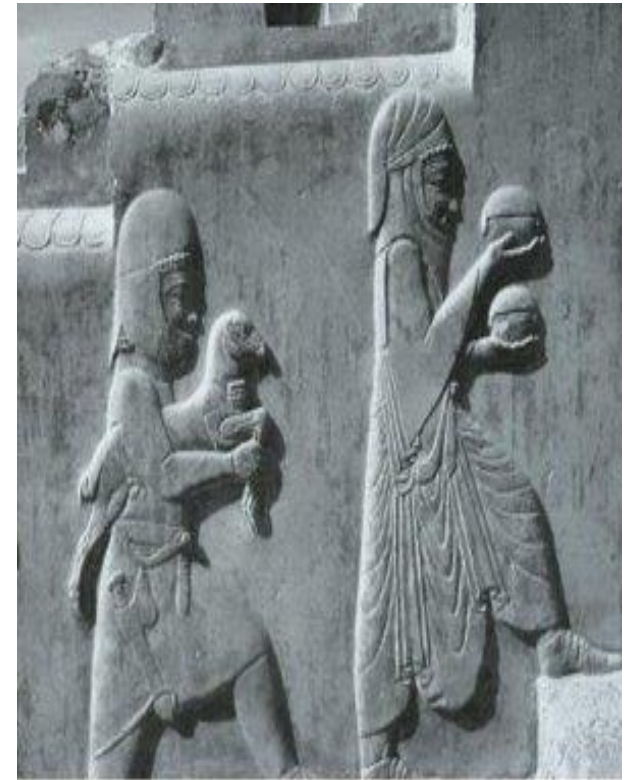
“La torta dell’economia”



- Progetto ideato dall'associazione FARECONOMIA e realizzato dal'a.s. 2016/2017 in collaborazione con: Cooperativa Sociale Pandora ONLUS, Orizzonti.tv, Università di Milano Bicocca,

(T). Riferimenti teorici

1. Gli studi di Berti e Bombi (1981) sullo sviluppo del pensiero economico dei bambini
2. Gli studi di Marcel Mauss (1969) sul dono **gli studi sugli usi sociali delle paleo-monete nelle tribù**: essi hanno mostrato come i membri delle tribù della Polinesia, osservate dagli antropologi alla fine Ottocento, fossero abituati a distinguere (simbolicamente e anche fisicamente) le monete destinate a scopi diversi
3. Gli studi sull'uso del denaro e la felicità (Norton e Dunn, 2013)



THE GIFT

{ *The Form and Reason for Exchange
in Archaic Societies* }

TRANSLATED BY W. D. HALLS • FOREWORD BY MARY DOUGLAS

MARCEL MAUSS

"[A] profound and original book," -from the foreword

(O) Gli obiettivi



1. Sostenere l'alfabetizzazione di base in ambito finanziario (financial literacy)
2. Sostenere l'interesse verso lo studio dell'economia e della finanza
3. promuovere un orientamento pro-sociale sensibile ai desideri dei componenti del gruppo di riferimento (dono - rete familiare, amici, gruppo dei pari) e alla collettività allargata (solidarietà);
4. Sostenere la propensione al risparmio e l'attenzione all'uso del denaro per scopi differenti
5. Stimolare negli studenti la capacità di pianificazione, agendo sul loro orientamento intertemporale (tema del risparmio e della progettualità);

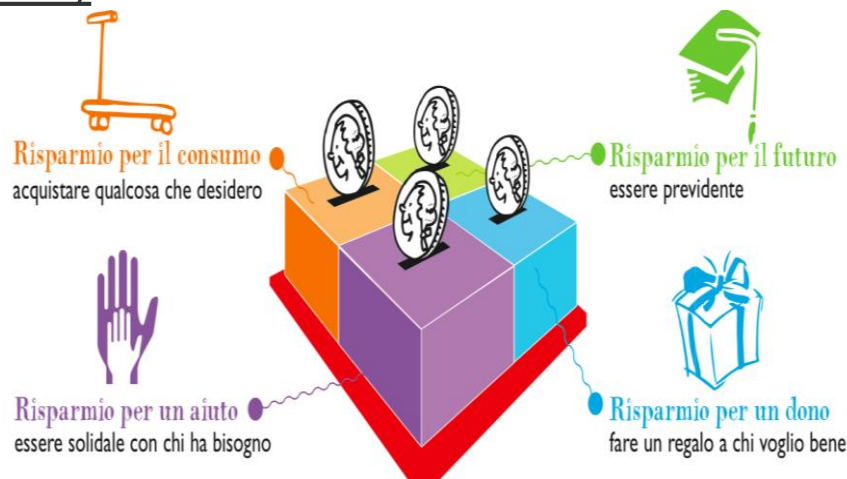


Un percorso per le scuole primarie abbinato a una ricerca (ricerca + valutazione controfattuale)

Le “4 fette”, i “4 comportamenti”.

Risparmiare per acquistare a breve un oggetto che desidero
(risparmio breve termine)

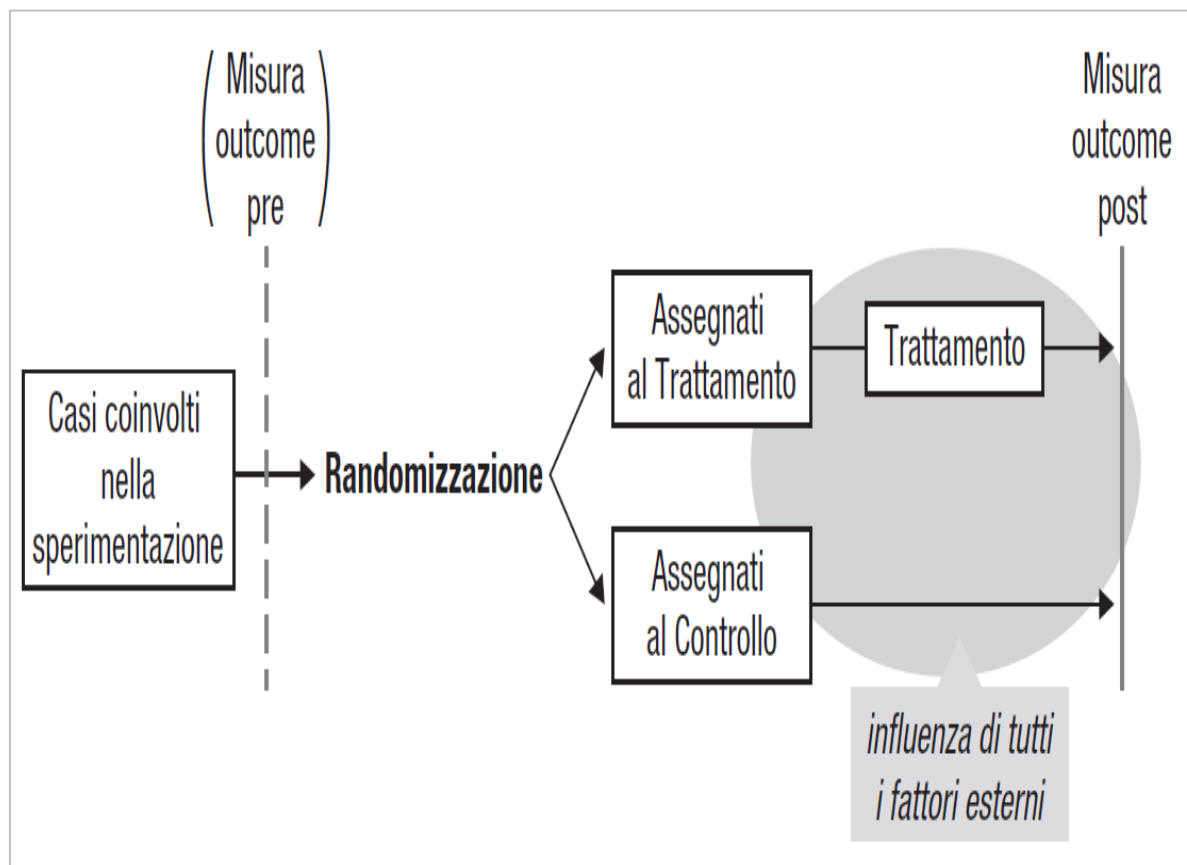
Risparmiare per miei progetti futuri
(pianificazione)



Risparmiare per donare una parte dei miei soldi ad un'iniziativa di solidarietà/cooperazione

Risparmiare per fare un regalo alle persone alle quali voglio bene (dono)

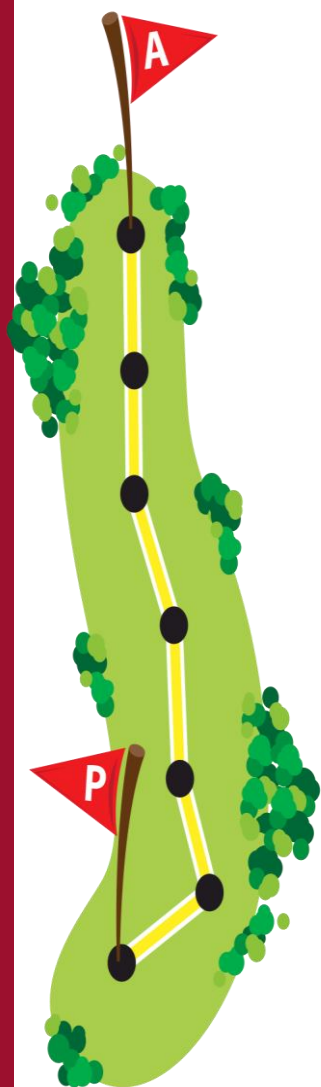
(M) LA RICERCA: modello di SPERIMENTAZIONE CONTROLLATA



(M) Valutazione controfattuale svolta da gruppo di ricerca indipendente

Grado scolastico	Assegnazione al trattamento	Assegnazione al controllo	Totale
Terze	9	9	18
Quarte	11	11	22
Quinte	10	10	20
Totale	30	30	60
Studenti presenti ad almeno un questionario	617	597	1.214
Studenti presenti ad entrambi i questionari	443	428	871

Il percorso



1. Incontro n.1: questionario pre-progetto alla presenza di un ricercatore
2. Incontro n.2: su RISPARMIO e costruzione del salvadanaio, fiabe, esercizi (proseguono nell'incontro 3 e 4) alla presenza dell'educatore + insegnante
3. Incontro n. 3 su PROGETTUALITA' e DONO
4. Incontro n.4 su SOLIDARIETA' e ripasso
5. Incontro 5. questionario post-test.
6. Interviste telefoniche e face to face ad insegnanti ed animatori

C (co-learning)

C (co-learning)