

EDUFIN INDEX

Consapevolezza
e comportamenti finanziari
e assicurativi degli italiani

Progetto di Alleanza Assicurazioni



ALLEANZA
ASSICURAZIONI



FONDAZIONE
MARIO GASBARRI
ALLEANZA ASSICURAZIONI

Con la collaborazione scientifica di:

SDA Bocconi
SCHOOL OF MANAGEMENT

1.Introduzione

Nel presente lavoro si intende indagare la *financial e risk literacy* 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 modo istituzionale non esiste un vero consenso su cosa si intenda per alfabetizzazione finanziaria (Allodi et al 2021). Parimenti, manca una definizione comune di educazione assicurativa e comprensione del rischio (*insurance and risk literacy*), peraltro ambiti questi 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, e ha preso piede una metodologia di indagine sviluppata da OCSE-INFE (OECD 2020) secondo cui le competenze finanziarie possano 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, ma, per quanto a nostra conoscenza, ci si differenzia dalle altre indagini lungo diverse dimensioni. 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*) e in generale si fa ampio ricorso a spunti e indicazioni della *behavioural economics*; grazie all'ausilio di strumenti di analisi semantica si introduce uno studio non pre-codificato di comportamenti e attitudini in ambito assicurativo; infine, sempre 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 e risk literacy* si compone di due parti distinte, benché fortemente collegate:

- 1) una ricerca definibile "bottom-up" finalizzata alla costruzione di un indicatore sintetico di literacy – *Edufin index* - e basata sulla rilevazione della *literacy* attraverso la somministrazione svolta da parte di DOXA, avvenuta nel luglio 2022, di un questionario a un campione di 3500 individui rappresentativo della popolazione italiana, a cui si associa un focus limitato alla rilevazione delle conoscenze finanziarie e assicurative (*awareness index semplificato*) di un campione di c.d. "nuovi italiani", 311 cittadini stranieri residenti in Italia di tre diverse etnie: sudamericani, filippini e rumeni;
- 2) una ricerca "top down" svolta attraverso la rilevazione di parole chiave di natura finanziaria e assicurative utilizzate all'interno di micro-blog (messaggi twitter) di normali cittadini (*non-professional*) e di operatori istituzionali in ambito finanziario- istituzioni finanziarie e assicurative e testate giornalistiche specializzate- (*professional*) volta a comprendere il significato e il *sentiment* attribuito ai concetti di rischio finanziario, assicurazione e previdenza dai due diversi campioni e lungo un orizzonte temporale che va da luglio 2021 a giugno 2022, distinguendo il periodo precedente e successivo lo scoppio del conflitto in Ucraina. Analisi quest'ultima svolta facendo ricorso all'applicativo di analisi semantica App2check di Finsa S.p.A..

SEZIONE A – METODOLOGIA DI INDAGINE

2. Presentazione dell'analisi bottom-up

Lo scopo dell'analisi "bottom-up" è quello di costruire, attraverso alla 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 domande¹ raggruppate in 4 sezioni:

- 1) Conoscenze finanziarie e assicurative
- 2) Comprensione e percezione del rischio (*risk literacy*)
- 3) Comportamenti finanziari e assicurativi
- 4) Attitudini finanziarie e assicurative.

2.1 Conoscenze finanziarie e assicurative

La sezione del questionario relativa alle conoscenze in ambito finanziario e assicurativo 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 circa concetti base in ambito finanziario e assicurativo (conoscenza in senso stesso), ma anche, e non meno importante, la capacità di valutare correttamente la propria dimestichezza con i concetti indagati. Pertanto, l'articolazione delle domande prevede che gli intervistati procedano innanzitutto alla autovalutazione delle proprie competenze (percezione ex-ante) in ambito finanziario (inflazione, interesse composto, diversificazione del rischio, relazione rischio-rendimento) e assicurativo (franchigia, massimale, relazione premio-copertura), vengano poi esplicitamente intervistati sui temi finanziari e assicurativi ricordati (valutazione), e infine procedano nuovamente ad auto-valutare la correttezza delle risposte date al questionario (autovalutazione ex-post) anche rispetto agli altri intervistati (autovalutazione rispetto ai peers). 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 step per una razionale domanda di formazione in merito.

La misurazione delle conoscenze effettive consente, nel caso delle conoscenze finanziarie di base, di mettere a confronto i risultati della presente indagine con quelli svolti a più riprese da altri soggetti istituzionali. La rilevazione delle risposte sulle domande relative alla conoscenze assicurative assumono particolare rilevanza per diversi ordini di ragioni: 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, generando 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 peers 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".

¹ L'intero questionario è consultabile nell'Appendice A

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

In questa sezione del questionario, largamente distintiva rispetto ad altre rilevazioni dell'educazione finanziaria, alimentata da 8 domande, ci si pongono 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 impostare una corretta valutazione delle 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, oltre all'analisi della "numeracy" si affianca una domanda posta per comprendere 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 rischiose².

Sempre in ambito di risk literacy, un ulteriore importante elemento di indagine, analizzato attraverso una domanda, riguarda la capacità delle persone di percepire in modo chiari e coerente le differenze che esistono 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, appunto, 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. Se, tuttavia, come accade comunemente, 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 che però non ammette una definizione univoca. Molti sono stati i tentativi di fornirne in tal senso, ma essi risultano variamente diversificati in funzione degli ambiti disciplinari rispetto ai quali il termine stesso

² Ad esempio, ciò che è stato osservato durante la recente emergenza pandemica è stata 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.

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 distinte da quelle di incertezza ontica. Nel primo caso, come spiegano Regan et al (2002), l'incertezza è associata alla conoscenza. Essa infatti risulta dalla conoscenza imperfetta di qualcosa che è in linea di principio conoscibile e, quindi, sempre in linea di principio riducibile con 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. 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 il ritenere che esista la possibilità di 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, risulterebbe scorretto e 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 limitarne la condizione mettendo in atto comportamenti di tipo precauzionale e di tutela, anche assicurativa. Se, viceversa, prevale la convinzione che le probabilità di accadimento possano essere quantificate (in genere in modo soggettivo) potrebbero manifestarsi comportamenti meno cautelativi, rimanendo esposti 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 può essere definita come 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 in genere a sottovalutare o a sopravvalutare determinate categorie di rischi: ad esempio tendono a sottostimare eventi con bassa probabilità e alto impatto, come i disastri naturali, di conseguenza sotto-assicurandosi, e sovrastimare 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 possano esibire 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, generando così 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 per verificare se informare circa la possibilità che subiscano genericamente furti fuori casa – opzione impacchettata - oppure una serie di specifici rischi (portafoglio, orologio etc.) – opzione spacchettata- 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 spacchettata - 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 possa spiegare la sovrastima delle probabilità di eventi il cui impatto risulti più vivido.

L'ultimo fenomeno indagato grazie alla domanda 16 riguarda ciò che Kahneman e Tversky (1979) definiscono come effetto certezza e che ha a che fare con la preferenza che le persone esprimono 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 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" hanno più facilità a essere preda di stereotipi e sono meno inclini a prestare attenzione 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, pertanto nel questionario si pongono quattro domande dedicate a indagare 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, ed infine l'eventuale sottoscrizione di polizze assicurative non obbligatorie.

In questa sezione del questionario si utilizzano per la prima volta domande di tipo aperto e semi aperto per indagare in specifico:

- le motivazioni che spingono a utilizzare specifici canali informativi;
- le motivazioni che spingono a un determinato approccio di scelta;
- le motivazioni che spingono a sottoscrivere polizze assicurative non obbligatorie.

In quest'ultimo caso gli intervistati sono suddivisi in due sotto-campioni per proporre in un caso delle motivazioni pre-codificate e nel secondo caso una domanda totalmente aperta. La scelta è dettata dalla volontà di verificare se le motivazioni adottate nella risposta totalmente aperta possano trovare 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 e 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. In estrema sintesi, in questa parte del questionario, composta da dieci domande, si intende indagare l'attitudine delle persone a "mettere la testa" su tematiche finanziarie o assicurative. Pertanto, si procede nell'osservazione di:

- 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, rispettivamente dedicate agli atteggiamenti in tema di risparmio previdenziale e alla generale predisposizione alla pianificazione, 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.

Al tema della propensione alla protezione vengono dedicate complessivamente tre domande che ricercano l'attitudine davanti alla copertura assicurativa, la natura e l'intensità di timori per il presente e per il futuro e, infine, 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 sottocampioni per proporre in un caso delle motivazioni pre-codificate e nel secondo caso una domanda totalmente aperta. Anche qui, la scelta è stata dettata dalla volontà di verificare se le motivazioni addotte nella risposta totalmente aperta potessero trovare 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 per 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 rischio finanziario e assicurazione una serie di espressioni che rispondono a *sentiment* negativi, positivi e neutrali relativi ai concetti ricordati; 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, etc, 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", che consente la valutazione automatica di un testo al fine di stabilire se all'interno di quest'ultimo si esprime un'opinione positiva o negativa. Tale analisi è ormai comunemente utilizzata allo scopo di scoprire come un prodotto, un servizio o un marchio siano percepiti dagli utenti, ma 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, come 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. La comprensione dell'uso e dell'interpretazione che il pubblico dà di certi concetti finanziari e assicurativi può pertanto fornire spunti per una comunicazione più centrata ed efficace ai fini di un aumento della literacy.

Tra i vari social, Twitter 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, il cui alto numero di utenti che producono milioni di Tweet ogni giorno e la loro eterogeneità, sono tali da rendere l'analisi rappresentativa e di conseguenza un ottimo canale per la ricerca e l'estrazione dei dati.

Per la realizzazione della parte di analisi semantica dei Tweet raccolti sul social, ci si è avvalsi della piattaforma di CX analytics App2check³, una soluzione che utilizza algoritmi proprietari di AI in grado di realizzare 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 si è in grado di cogliere nello stesso verbatim un valore di sentiment positivo per il concetto di "assicurazione" e negativo per il concetto di "contratto" (a titolo di esempio in una frase del tipo "potrei fare un'assicurazione sulla vita, ma ho sempre paura delle clausole nascoste nel contratto"). Un'analisi di questo tipo (se il topic "contratto" avesse una ricorrenza importante) potrebbe indicare la complessità e poca chiarezza delle proposte di prodotti tra gli ostacoli ad una maggiore alfabetizzazione finanziaria e assicurativa.

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. È calcolato sulla base delle risposte fornite al questionario prodotto da SDABocconi e sottoposto da Doxa attraverso un'indagine CAWI condotta nel mese di luglio 2022 a un campione di 3.500 intervistati rappresentativi della popolazione italiana.

Si tratta di un indicatore composito illustrato nella figura 4.1, costruito utilizzando gli spunti teorici derivanti dalla *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 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 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.

³ Una breve spiegazione del funzionamento di questo strumento avanzato di *data analytics* è consultabile nella appendice C del rapporto

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, appunto, "consapevoli" riguardo al proprio livello di conoscenza finanziaria. Esso è costruito, come l'*Edufin index* e l'altra sua componente, il *behavioural index*, su una scala che assume valori compresi tra 0 e 100, considerando raggiunto il livello di sufficienza in caso di realizzazione di 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; e
- 3) la valutazione ex post della performance degli intervistati, in termini assoluti e relativi, cioè nel confronto con i *peers* (gli altri intervistati).
- 4)

Il calcolo dell'*awareness index* è stato svolto prendendo come base di partenza la percezione ex ante, ovvero l'idea che gli intervistati hanno dichiarato di possedere circa il proprio livello di conoscenza nei confronti dei 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 B 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 degli *score* 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, sempre considerando 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 se stessi) che relativi (valutazione rispetto agli altri 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 se le decisioni assunte seguano un processo strutturato e disciplinato con una adeguata capacità di comprendere la natura aleatoria dei possibili risultati o viceversa siano il frutto di una più scomposta reazione comportamentale a stimoli ambientali e set informativi parziali o errati e se le tematiche finanziarie e assicurative assumano o meno una priorità decisionale e quale sia 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.

All’interno di ciascun indice composto da un numero variabile di domande⁴, le risposte sono valutate su una scala da -1 a +1. Il punteggio di ogni indicatore è perciò costruito attraverso la media dei punteggi ottenuti per ogni domanda e 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).

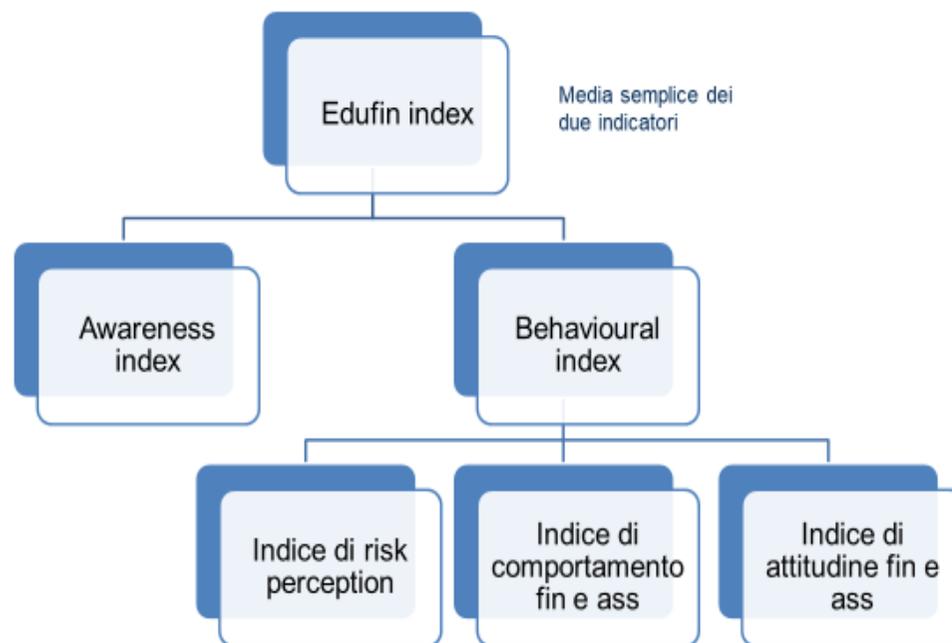
L’indice di *risk perception* è composto dalle risposte a quattro domande tratte dalla sezione B (*risk literacy*) del questionario e valuta quanto la percezione soggettiva del rischio si discosti dai livelli oggettivi, ad esempio indagando sulla capacità di distinguere il rischio dall’incertezza o di 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*), nonché il grado di attenzione/priorità posta a bisogni di natura finanziaria e assicurativa e infine il “sentiment” positivo o negativo nei confronti della finanza. È costruito allo scopo di «premiare» chi «mette la testa» sulle tematiche in questione.

⁴ Le domande del questionario e le modalità specifiche utilizzate per determinare i punteggi sono presentati in dettaglio nella Tabella 2 presente nell’Appendice B del presente rapporto.

Figura 4.1- L'Edufin index in sintesi



5 Analisi e commenti delle risposte fornite alle domande del 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 e area geografica di provenienza dei rispondenti e, quando opportuno, anche rispetto a condizione familiare e lavorativa e reddito dichiarato. Per arricchire l'interpretazione dei risultati, si presentano, se significative, le caratteristiche comportamentali e la numeracy di base dei rispondenti⁵.

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

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 pass intermedi di scala per graduare il tuo livello di conoscenza.

		Nulla				Ottima conoscenza
		1	2	3	4	5
A1.1	Inflazione					
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

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 di 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	3,3	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 appare più preparata rispetto alle altre.

La popolazione over 65 dichiara maggiori conoscenze rispetto alla popolazione più giovane; in particolare, i giovani in 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	79,70%
	Maschio	89%
	Altro	62%
Area Geografica	Nord Ovest	87,60%
	Nord Est	90%
	Centro	84,60%
	Sud e Isole	77,30%
Fasce di età	18-24	75,40%
	25-44	80,50%
	45-65	85,80%
	65+	87,50%

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	<i>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.</i>	1	0	99
A4	<i>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.</i>	1	0	99
A5	<i>In generale, investimenti che offrono rendimenti più elevati tendono ad essere più rischiosi di investimenti che offrono rendimenti più bassi</i>	1	0	99

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

		Vero	Falso	Non so
A6	<i>In un contratto assicurativo la franchigia è l'importo del danno che rimane a carico del cliente che ha sottoscritto il contratto</i>	1	0	99
A7	<i>In un contratto assicurativo il massimale è l'importo fisso a carico dell'assicurato</i>	1	0	99
A8	<i>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</i>	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 che hanno scelto l'opzione non so rispondere, 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 di l'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, di non rispondere alle domande ritenute più difficili.

La popolazione più preparata in generale 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 con una frequenza maggiore rispetto alle altre categorie di astenersi dal rispondere.

Tabella di sintesi del numero medio risposte corrette 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 (numero domande)	Media risposte corrette di (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 Est	5,43	78%	77%
	Nord Ovest	5,27	75%	76%
	Centro	5,09	72%	73%
	Sud e isole	4,51	65%	63%
Fasce d'età	18-24 anni	4,16	65%	52%
	25-44 anni	4,76	68%	68%
	45-64 anni	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 intono alla media si segnala una ampia polarizzazione delle risposte in tema di conoscenze finanziarie. Oltre il 70% del numero di rispondenti da 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

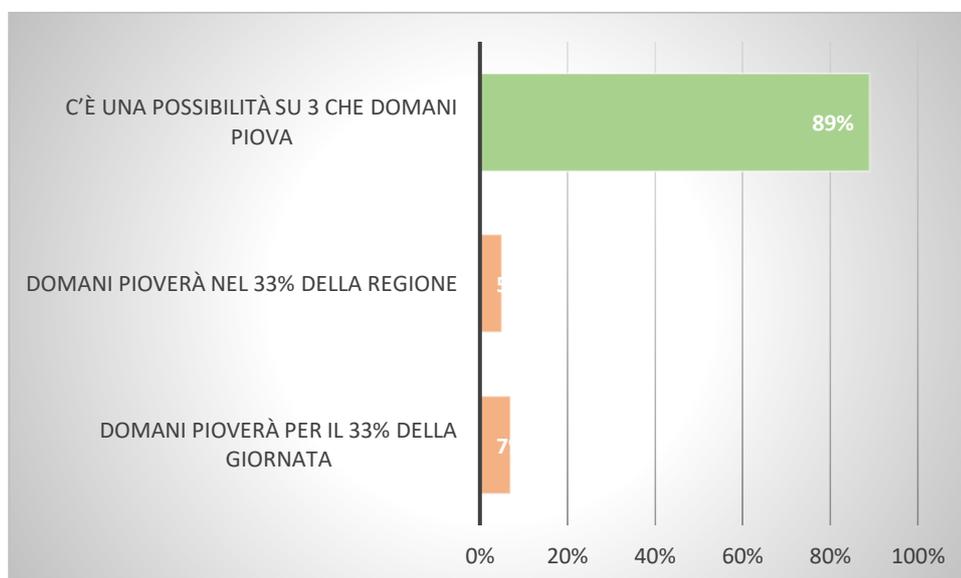
Domanda 11: **Se guardando le previsioni del tempo, sentissi che domani c'è una probabilità di pioggia del 33%. Quale delle seguenti alternative è la descrizione più appropriata della previsione?**

1. Domani pioverà nel 33% della regione
2. Domani pioverà 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 pioverà nel 33% della regione
- 3- Domani pioverà 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	Casalino/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%

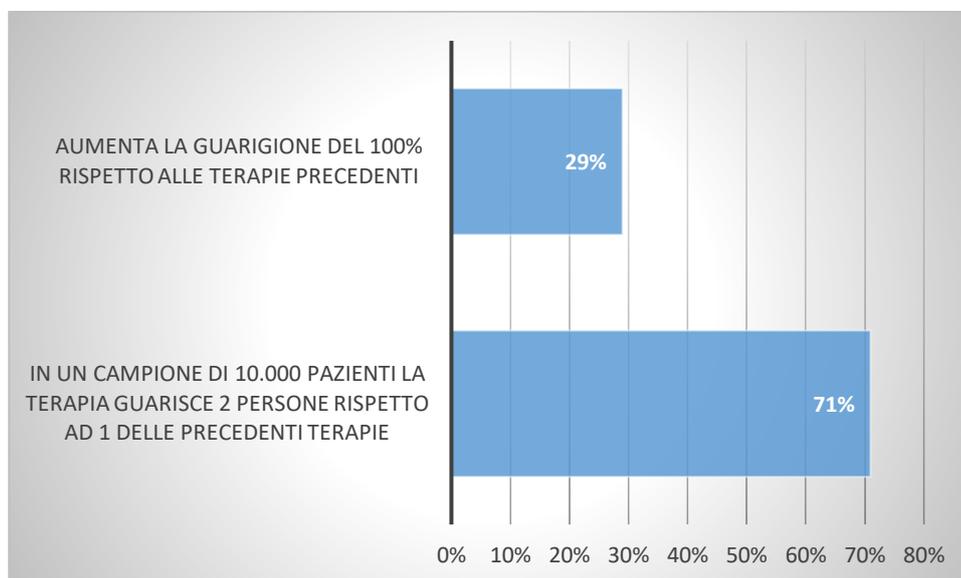
La domanda serve a misurare la capacità delle persone di dare interpretazione corretta dei concetti probabilistici e viene utilizzata assieme alla successiva domanda 13 per costruire un indicatore di *numeracy di base* (vedi dopo). In generale la risposta corretta è stata individuata dall' 89% della 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 meteorologiche è diffusa e molti prestano attenzione alle previsioni meteo, pertanto questa risposta fornisce evidenze della cosiddetta "risk awareness". Come ricorda Allianz (2021) in un recente studio sulla risk literacy in diversi paesi, chi ha sperimentato determinati rischi è più abile nel riconoscerli, pertanto la capacità di fornire risposte corrette riferibili a situazioni note è certamente anche legato 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)



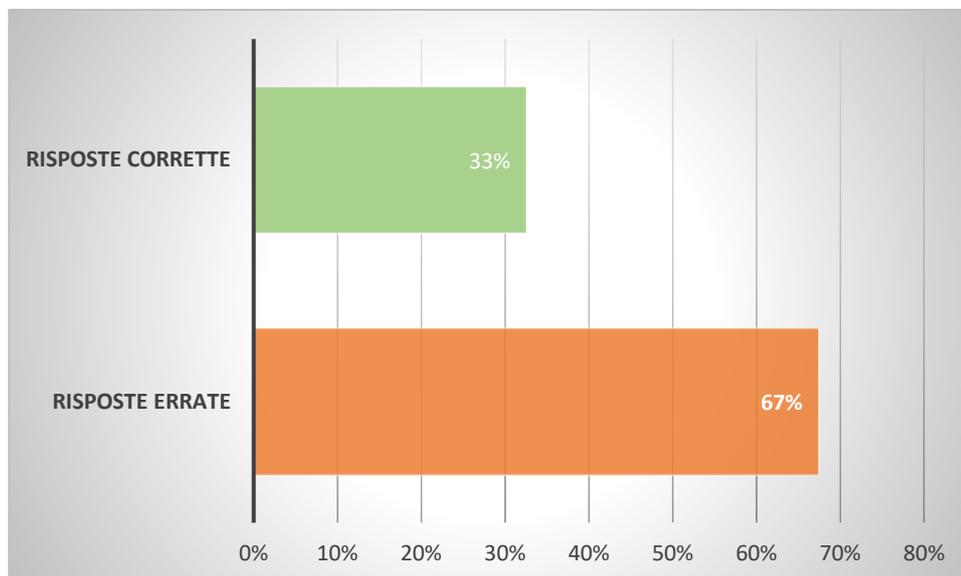
Distribuzione delle risposte suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		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	Casalino/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 ricordo 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 le risulta quindi più facile risolvere 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)



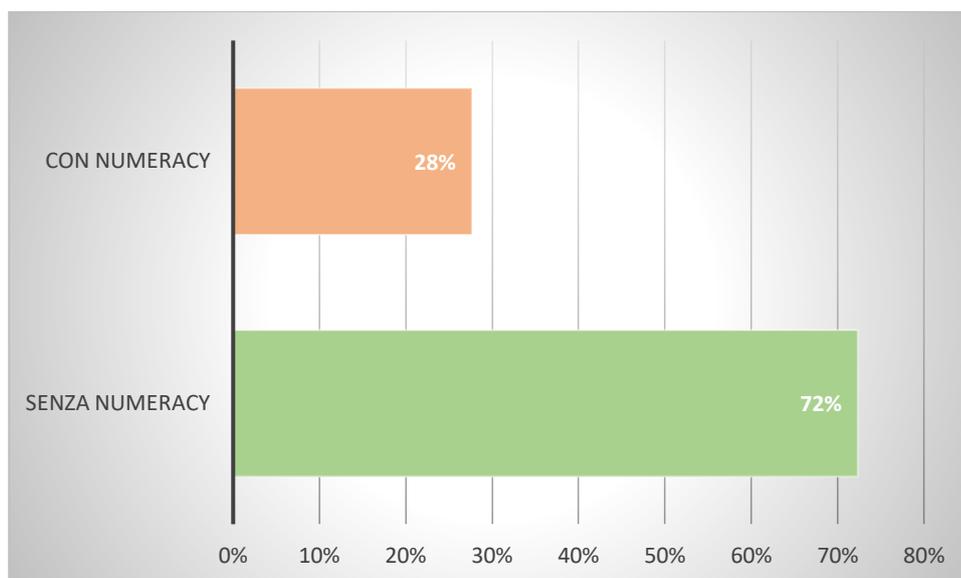
Distribuzione delle risposte suddivise per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		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 Est	31%	35%	23%	11%
	Nord Ovest	31%	32%	24%	13%
	Centro	33%	32%	23%	12%
	Sud e isole	32%	32%	23%	12%
Fasce d'età	18-24 anni	30%	44%	19%	7%
	25-44 anni	29%	40%	19%	12%
	45-64 anni	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 ordinato⁶. 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).

6 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

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



Combinando poi le risposte corrette fornite alla domanda b11 con quelle alla presente domanda è possibile costruire un indicatore di *numeracy di base*⁷ utilizzato nel proseguo 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 ¼ tra i più anziani. Le stesse percentuali si ritrovano tra maschi (circa 1/3) e femmine (circa ¼).

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 d'età	18-24 anni	70%	30%
	25-44 anni	66%	34%
	45-64 anni	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 Twersky (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.

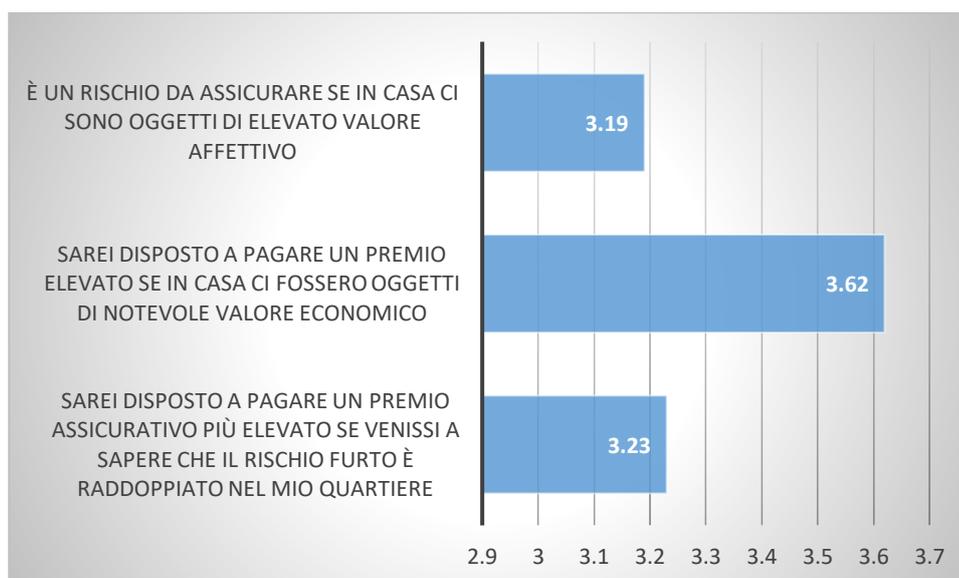
⁷ Tale indicatore è costruito prendendo le risposte delle domande b11 e b13. Se i rispondenti rispondono correttamente ad entrambe le domande presentano una numeracy c.d. di base.

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 Est	7%	18%	30%	38%	8%
	Nord Ovest	5%	18%	30%	41%	6%
	Centro	6%	16%	34%	37%	8%
	Sud e isole	6%	15%	33%	38%	8%
Fasce d'Età	18-24 anni	5%	21%	26%	39%	9%
	25-44 anni	7%	17%	34%	35%	7%
	45-64 anni	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 Est	2%	10%	20%	51%	17%
	Nord Ovest	4%	11%	19%	50%	16%
	Centro	4%	11%	18%	50%	18%
	Sud e isole	4%	11%	26%	47%	12%
Fasce d'Età	18-24 anni	4%	15%	26%	43%	12%
	25-44 anni	4%	13%	26%	45%	12%
	45-64 anni	3%	10%	20%	52%	16%
	65+	3%	9%	19%	52%	18%

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 Est	9%	19%	30%	35%	7%
	Nord Ovest	7%	18%	32%	35%	8%
	Centro	6%	15%	34%	37%	8%
	Sud e isole	8%	15%	31%	39%	8%
Fasce d'Età	18-24 anni	7%	19%	35%	31%	9%
	25-44 anni	8%	17%	34%	34%	7%
	45-64 anni	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 e se 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; mentre la scelta di assicurarsi in presenza di oggetti di elevato valore affettivo 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 e portano evidenze del fatto gli individui valuterebbero in modo più intenso il rischio di subire una perdita legata ad 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 base⁸ e con le caratteristiche comportamentali si nota come le persone che dimostrano di possedere competenze di numeracy propendano per la soluzione razionale, mentre quelle che hanno una maggiore avversione all'ambiguità siano anche più propense ad assicurarsi 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, che l'avversione all'ambiguità spinge verso scelte più cautelative se il c.d. *information gap*, ovvero sia l'incertezza del contesto decisionale, diventa più saliente (Golman et al 2021)

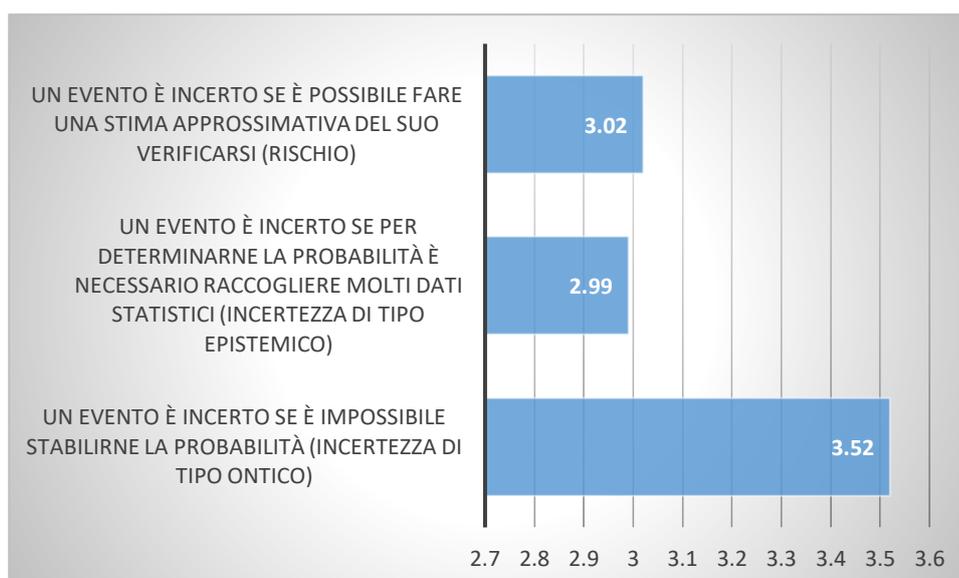
⁸ vedi definizione data alla domanda 13

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 Est	7%	13%	16%	44%	19%
	Nord Ovest	6%	14%	19%	42%	19%
	Centro	7%	14%	20%	40%	19%
	Sud e isole	6%	14%	23%	42%	16%
Fasce d'Età	18-24 anni	6%	16%	29%	38%	12%
	25-44 anni	7%	16%	23%	39%	15%
	45-64 anni	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 Est	12%	22%	31%	30%	5%
	Nord Ovest	11%	24%	27%	31%	7%
	Centro	12%	23%	29%	28%	7%
	Sud e isole	9%	20%	31%	33%	7%
Fasce d'Età	18-24 anni	12%	22%	37%	23%	6%
	25-44 anni	12%	25%	32%	26%	5%
	45-64 anni	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 Est	13%	26%	23%	30%	7%
	Nord Ovest	10%	22%	27%	32%	8%
	Centro	12%	23%	25%	34%	6%
	Sud e isole	9%	22%	28%	33%	7%
Fasce d'Età	18-24 anni	9%	24%	31%	28%	8%
	25-44 anni	12%	24%	28%	28%	7%
	45-64 anni	12%	21%	27%	33%	7%
	65+	9%	23%	23%	37%	8%

Con la collaborazione scientifica di:

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 ed infine 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, dando quindi prova di 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 e 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**

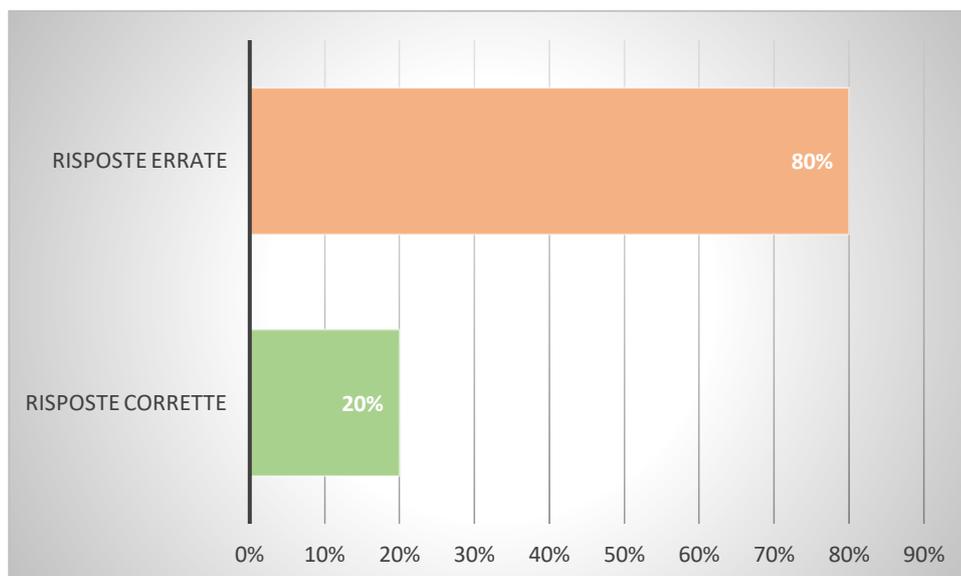
Le risposte sono state indicate in tabella in questa sequenza, dove la numero uno, ossia la risposta corretta, corrisponde a “nessuna delle precedenti”.

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
Totale	Totale	20%	2%	68%	9%
Genere	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	Casalingo/a	20%	1%	71%	8%
	Lavoratore Autonomo	22%	2%	65%	11%
	Lavoratore Dipendente	21%	2%	67%	10%
	Non Occupato	20%	3%	70%	8%
	Studente	20%	4%	66%	10%
	Pensionato/a	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.**

Indica una probabilità da 0 a 100

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 cumulate 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
Area geografica	Nord Est	166,44	27,74	26,57
	Nord Ovest	171,85	28,64	27,01
	Centro	190,68	31,78	28,85
	Sud e isole	188,73	31,45	30,97
Fasce d'età	18-24 anni	213,91	35,65	33,18
	25-44 anni	197,11	32,85	31,05
	45-64 anni	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	27,6
	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	39,41	31,44
	Altro	164	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	30,6	29,84
	Single	176,91	29,49	28,97
	Altro	203,35	33,89	32,41
Fasce di reddito	Meno di €20.000	188,5	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	30,3

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 Est	166,20	125,69
	Nord Ovest	200,16	127,14
	Centro	184,46	123,00
	Sud e isole	172,01	136,22
Fasce d'età	18-24 anni	255,19	187,00
	25-44 anni	183,64	144,79
	45-64 anni	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 (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 spaccettamento, 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 spaccettata 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 pressochè tutti i segmenti della popolazione comunque suddivisi.

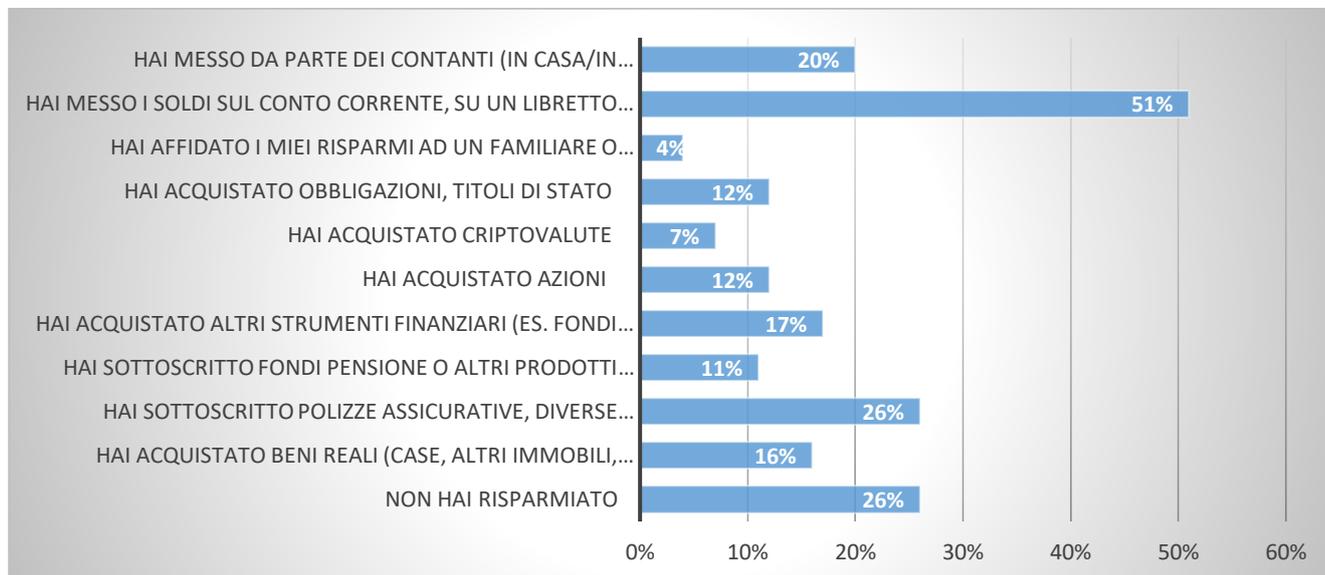
Trova conferma anche l'ipotesi connessa alla willingness to pay che risulta in media pari a 129,09 euro per il campione A e 181,11 euro per il campione B. Anche in questo caso i risultati appaiono omogenei in quasi tutti i segmenti della popolazione.

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 appunto 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)

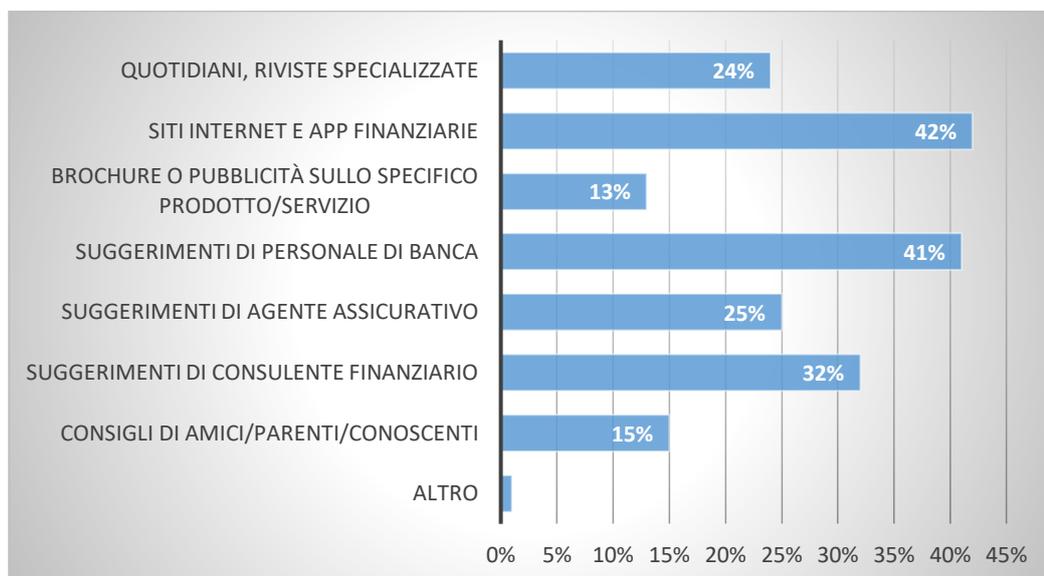
		Contanti	Liquidità in banca	Risparmi a famiglia etc	Obbligazioni etc	Cripto-valute	Azioni	ETF, fondi etc	Fondi pensione etc	Polizze (no RC auto)	Beni reali	No risparmio
Genere	Femmina	20%	49%	4%	9%	3%	8%	12%	9%	21%	16%	30%
	Maschio	20%	54%	4%	15%	10%	17%	23%	13%	31%	16%	22%
	Altro	12%	28%	18%	12%	20%	16%	12%	8%	18%	28%	20%
Area Geografica	Nord Est	19%	50%	3%	15%	6%	15%	22%	14%	28%	16%	21%
	Nord Ovest	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 d'età	18-24 anni	33%	51%	14%	12%	16%	10%	13%	11%	21%	24%	18%
	25-44 anni	24%	56%	6%	11%	11%	13%	14%	13%	27%	23%	19%
	45-64 anni	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 elevati (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 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	Femmine	17%	34%	13%	45%	29%	32%	18%	1%
	Maschi	29%	47%	12%	38%	23%	33%	13%	2%
	Altro	6%	19%	19%	29%	35%	26%	6%	0%
Area Geografica	Nord Est	23%	38%	11%	43%	25%	32%	14%	1%
	Nord Ovest	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 d'età	18-24 anni	14%	42%	27%	38%	27%	24%	14%	1%
	25-44 anni	22%	48%	15%	38%	28%	27%	18%	1%
	45-64 anni	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



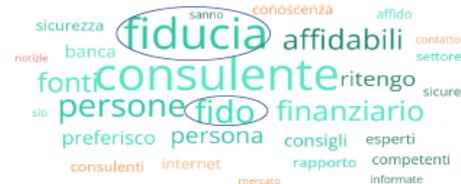
Risposta 2: Siti internet e app finanziarie
Risposte: 699 Sentiment: 3.90



Risposta 5: Suggerimenti di agente assicurativo
Risposte: 426 Sentiment: 4.09



Risposta 6: Suggerimenti di Consulente finanziario
Risposte: 545 Sentiment: 4.17



Risposta 3: Brochure o pubblicità sullo specifico prodotto/servizio
Risposte: 215 Sentiment: 3.78



Risposta 4: Suggerimenti di personale di banca (689 risposte)
Risposte: 689 Sentiment: 4.10



Risposta 7: Consigli di amici/parenti/conoscenti
Risposte: 257 Sentiment: 3.94



Risposta 8: Altro, specificare
Risposte: 22 Sentiment: 2.83



Fonte: Elaborazioni App2check

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, ma è possibile incrociare i dati con l'indicatore di sintesi presentato nei paragrafi precedenti – l'Edufin index - ed 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:

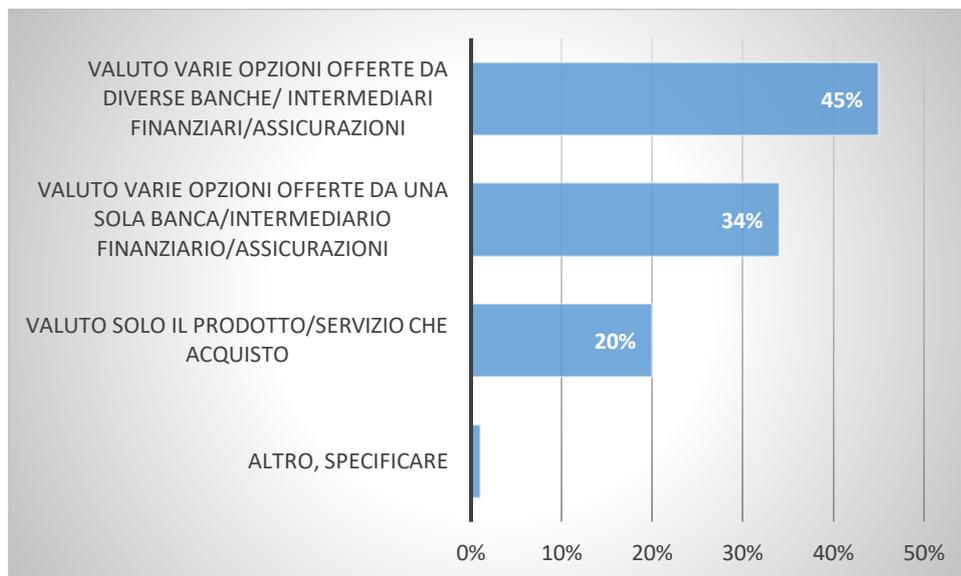
1. La Fiducia quando la fonte è una persona (Consulenti, Amici, Agente Assicurativo e Personale di Banca);
2. L'Affidabilità nel caso in cui la fonte sia uno strumento (Quotidiani, Siti, Brochure)

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)



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

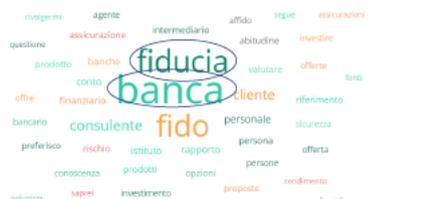
		Valuto varie opzioni offerte da diversi IF	Valuto varie opzioni offerte da un solo IF	Valuto solo il prodotto/ servizio	Altro, specificare
Genere	Femmina	42%	37%	20%	1%
	Maschio	48%	32%	20%	1%
	Altro	35%	45%	19%	0%
Area geografica	Nord Est	46%	33%	20%	1%
	Nord Ovest	45%	36%	19%	1%
	Centro	43%	34%	21%	2%
	Sud e isole	47%	33%	19%	1%
Fasce d'Età	18-24 anni	42%	33%	24%	1%
	25-44 anni	53%	27%	19%	0%
	45-64 anni	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 2: Ho valutato varie opzioni offerte da una sola banca/intermediario finanziario/assicurazioni (33.92%)



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



Risposta 4: Altro, specificare (1.19%)

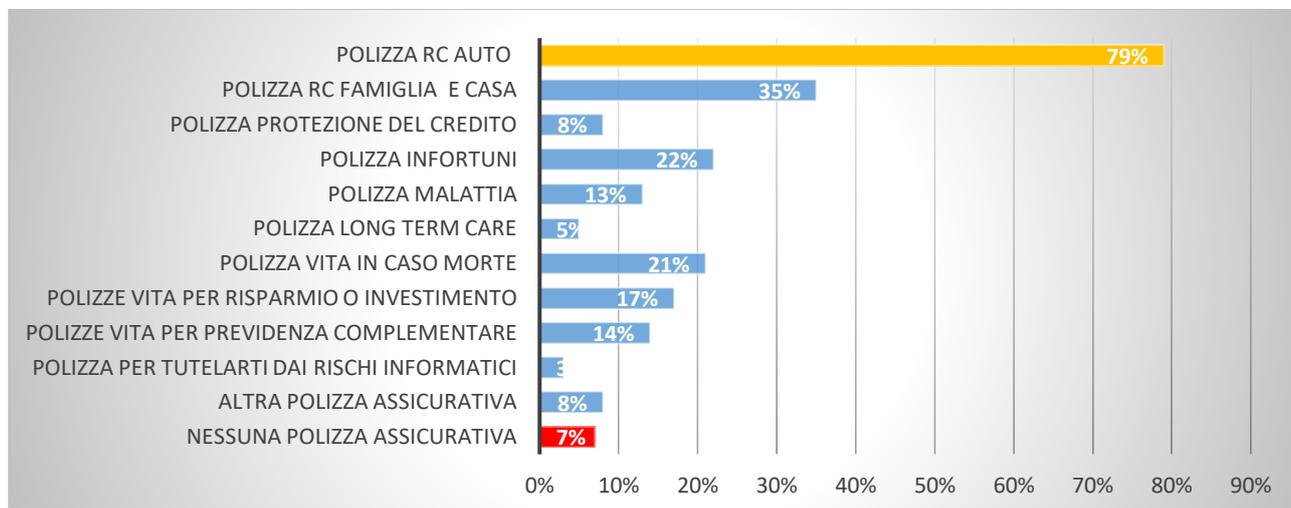


Fonte: App2check

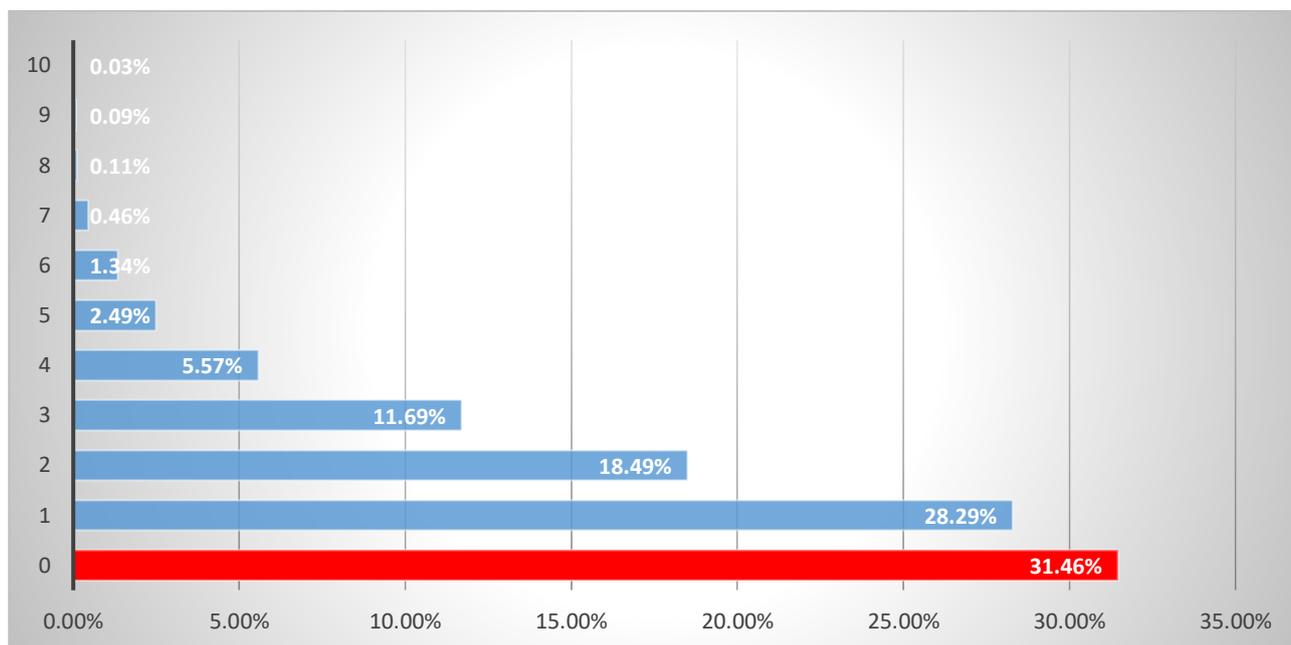
Questa domanda serve ad investigare come gli italiani acquistano strumenti finanziari o assicurativi. Le risposte suggeriscono che, quando si apprestano ad acquistare strumenti finanziari e assicurativi, le persone preferiscono confrontare diverse alternative. La maggioranza preferisce analizzare le 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 confronti tra diverse istituzioni e le seconde che danno 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; mentre 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 Millenials 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 suddivise per gruppi socio-demografici (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%	0,00%
	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%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Area Geografica	Nord Est	21,79%	29,80%	20,88%	13,77%	7,11%	3,78%	2,12%	0,76%	0,00%	0,00%	0,00%
	Nord Ovest	24,61%	27,53%	20,75%	12,62%	7,82%	3,55%	1,98%	0,73%	0,31%	0,10%	0,00%
	Centro	31,94%	28,78%	18,13%	11,80%	5,47%	1,87%	1,29%	0,29%	0,14%	0,29%	0,00%
	Sud e isole	42,11%	27,76%	15,53%	9,70%	2,95%	1,27%	0,42%	0,17%	0,00%	0,00%	0,08%
Fasce d'età	18-24 anni	37,19%	25,26%	18,95%	10,53%	6,32%	0,35%	0,70%	0,35%	0,35%	0,00%	0,00%
	25-44 anni	34,70%	29,77%	15,20%	10,69%	5,03%	2,73%	1,36%	0,31%	0,21%	0,00%	0,00%
	45-64 anni	28,72%	26,77%	19,61%	12,22%	6,61%	2,80%	2,26%	0,70%	0,08%	0,23%	0,00%
	65+	30,23%	29,71%	20,08%	12,30%	4,51%	2,46%	0,31%	0,31%	0,00%	0,00%	0,10%
Occupazione	Casalino/a	49,50%	27,91%	11,63%	5,65%	3,65%	1,00%	0,66%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	Lavoratore autonomo	24,84%	26,37%	19,34%	14,29%	8,13%	3,52%	1,76%	1,10%	0,44%	0,22%	0,00%
	Lavoratore dipendente	26,24%	29,56%	19,91%	12,05%	6,39%	3,13%	1,84%	0,61%	0,12%	0,12%	0,00%
	Non occupato	61,50%	20,32%	10,16%	6,95%	0,53%	0,53%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	Pensionato/a	29,49%	29,49%	19,62%	13,72%	4,53%	2,19%	0,69%	0,14%	0,00%	0,00%	0,14%
	Studente	42,94%	24,54%	19,63%	7,98%	4,29%	0,00%	0,61%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	Altro	31,58%	31,58%	15,79%	13,16%	5,26%	0,00%	2,63%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Nucleo familiare	Coppia	27,39%	29,41%	19,75%	13,48%	5,63%	2,97%	1,06%	0,32%	0,00%	0,00%	0,00%
	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%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	Single	35,18%	28,11%	18,93%	10,71%	3,44%	2,10%	0,96%	0,38%	0,00%	0,19%	0,00%
	Altro	34,69%	30,61%	18,37%	10,20%	5,10%	1,02%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
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	24,15%	30,98%	20,35%	12,98%	6,38%	3,19%	1,29%	0,53%	0,15%	0,00%	0,00%
	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%	0,00%
	Più di 80.000€	8,43%	22,89%	25,30%	19,28%	13,25%	3,61%	6,02%	1,20%	0,00%	0,00%	0,00%
	Preferisco non rispondere	38,11%	26,22%	16,08%	11,71%	4,37%	2,10%	1,05%	0,35%	0,00%	0,00%	0,00%

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%⁹, che non detiene polizze assicurative diverse da 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 prendano tale sicurezza anche dal sistema di protezione che si sono costituiti. Esiste viceversa una relazione inversa tra chi "soffre" di miopia e present bias¹⁰ 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)

⁹ Il valore è calcolato come somma di chi non si assicura e di chi detiene solo polizze obbligatorie (RC Auto)

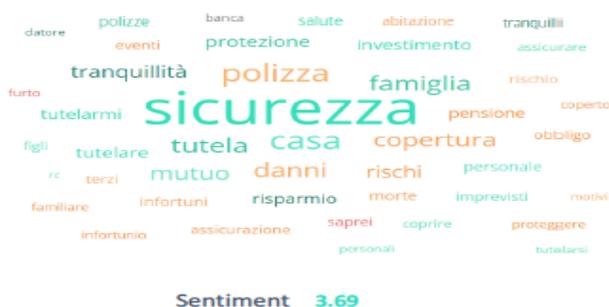
¹⁰ Vedi successiva domanda 24

Dd 22.(seconda parte) –

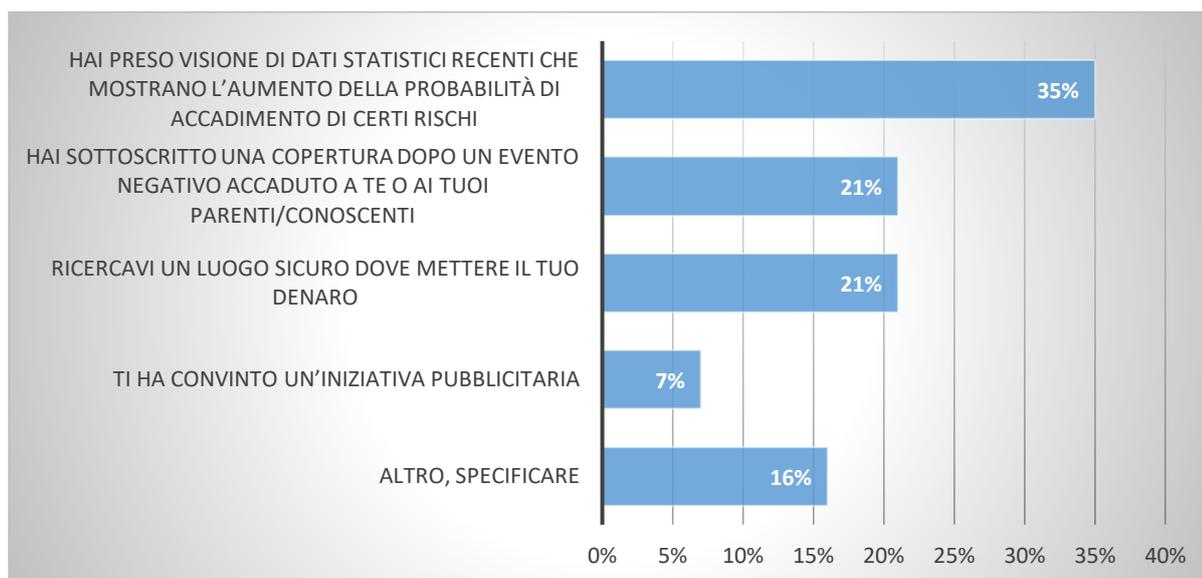
Campione A (domanda aperta elaborata con strumenti di analisi semantica): **Hai indicato di aver sottoscritto / essere coperto da polizze diverse dalla polizza RC Auto obbligatoria, quali motivazioni sono state alla base della tua scelta e della tua famiglia di sottoscrivere queste altre polizze?**

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



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.

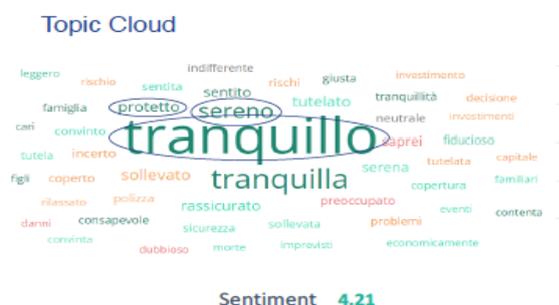
Partendo dalle risposte codificate, la prima motivazione che spingerebbe le persone ad assicurarsi pare essere la consapevolezza di un aumento della probabilità di possibili eventi avversi, e a seguire, con pari rilevanza, compaiono la salienza connessa ad eventi negativi avvenuti nella propria cerchia 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.

Incrociano 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.

La sicurezza, seguita dalla tranquillità sono le parole che escono più comunemente nella domanda di tipo aperto e vengono associate con più frequenza a polizze relative alla casa (oltre il 23% delle occorrenze) e a polizze scelte con finalità di investimento (circa 14% delle occorrenze). Esistono quindi solo parziali punti di contatto tra la domanda codificata e quella non codificata. In questa seconda situazione è una generica motivazione di protezione che emerge dai commenti, con gran parte delle risposte che non esplicita una relazione causa-effetto legata alla scelta di coprirsi.

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]?*)

Topic cloud delle risposte di chi si è assicurato



Risposte con Sentiment Positivo: **660**

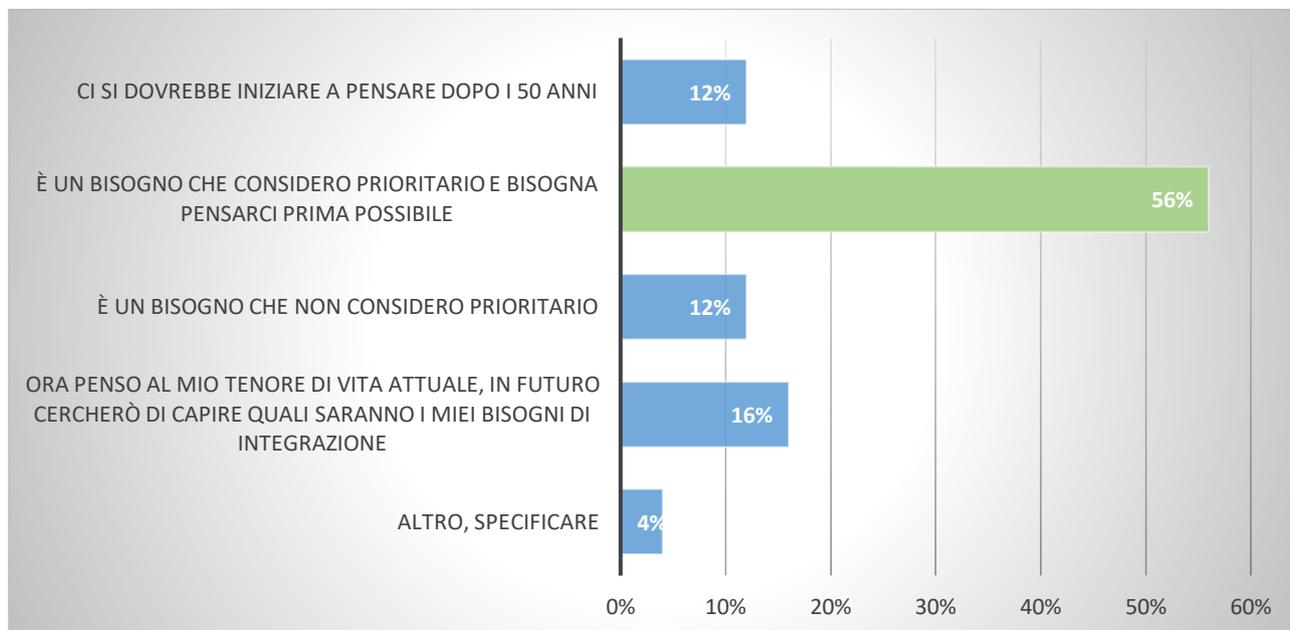
Risposte con Sentiment Negativo: **129**

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)

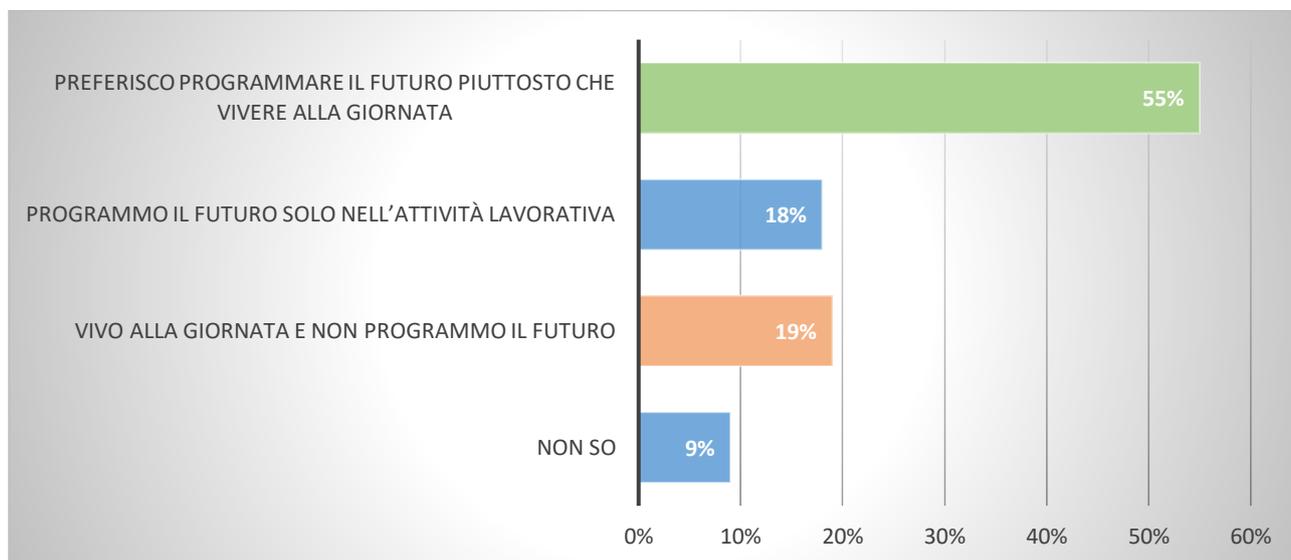
		Dopo i 50 anni	Prioritario	Non prioritario	Tenore di vita attuale	Altro
Genere	Femmina	10%	58%	13%	15%	4%
	Maschio	13%	54%	11%	18%	4%
	Altro	12%	24%	48%	14%	3%
Area Geografica	Nord Ovest	8%	59%	12%	16%	5%
	Nord Est	10%	57%	13%	14%	5%
	Centro	11%	57%	12%	18%	3%
	Sud e Isole	16%	52%	13%	17%	3%
Fasce di 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	Casalingo/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 e 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 considerano infine prioritaria la scelta di pianificare a lungo termine i rispondenti più avversi all'ambiguità, 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)

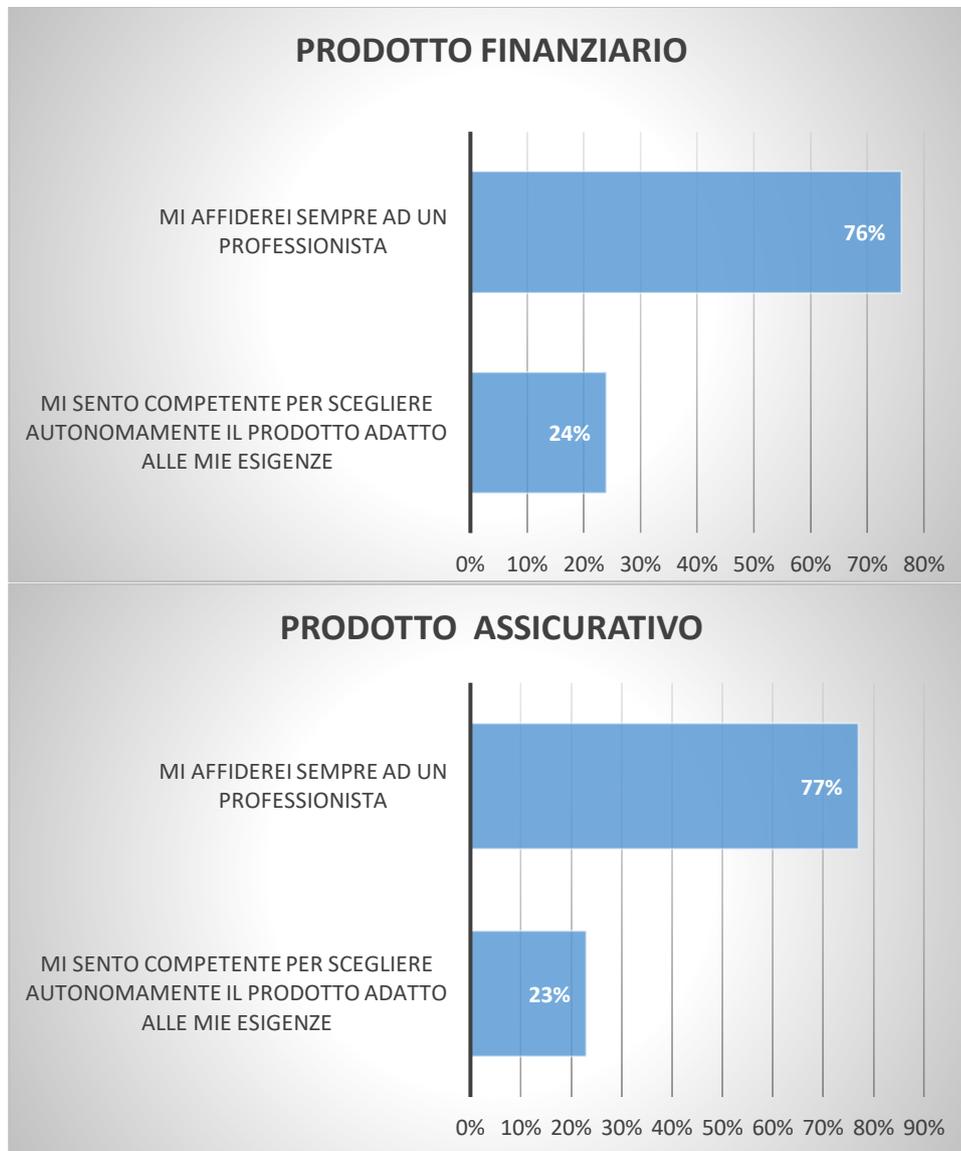
		Preferisco programmare	Programmo lavoro	Vivo alla giornata	Non so
Genere	Femmina	57%	18%	17%	8%
	Maschio	52%	18%	20%	10%
	Altro	56%	26%	8%	10%
Area Geografica	Nord Ovest	60%	18%	15%	8%
	Nord Est	59%	16%	17%	8%
	Centro	56%	18%	18%	7%
	Sud e Isole	47%	20%	22%	11%
Fasce di età	18-24	44%	33%	19%	5%
	25-44	51%	24%	16%	8%
	45-65	55%	17%	18%	10%
	65+	61%	9%	21%	9%
Occupazione	Casalingo/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 Familiare	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%	7%	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 e le famiglie monoparentali. Il present bias appare particolarmente forte tra i residenti al Sud e Isole. Per quanto attiene alla 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 sono meno esposti al present bias coloro i quali presentano una più elevata avversione all’ambiguità, come già registrato nel caso delle risposte fornite alla domanda 23, a questi si associano anche coloro i quali presentano una più accentuata avversione al rammarico.

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”: coloro i quali hanno capacità di numeracy scelgono di programmare il futuro più della media dei rispondenti.

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 Est	76%	24%	77%	23%
	Nord Ovest	75%	25%	75%	25%
	Centro	75%	25%	74%	26%
	Sud e isole	77%	23%	79%	21%
Fasce d'età	18-24 anni	73%	27%	74%	26%
	25-44 anni	73%	27%	73%	27%
	45-64 anni	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 presentano invece maggiore propensione all'autonomia, soprattutto in ambito finanziario, coloro i quali sono più overconfident (illusione di controllo) e mostrano 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 Est	30%	39%	23%	7%	2%
	Nord Ovest	28%	37%	25%	8%	2%
	Centro	27%	37%	25%	11%	1%
	Sud e isole	22%	32%	31%	12%	2%
Fasce d'Età	18-24 anni	20%	37%	28%	14%	1%
	25-44 anni	20%	36%	30%	11%	2%
	45-64 anni	27%	37%	26%	8%	2%
	65+	32%	33%	23%	10%	1%
Occupazione	Casalino/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 Est	14%	32%	26%	24%	3%
	Nord Ovest	13%	30%	25%	28%	4%
	Centro	11%	28%	25%	30%	6%
	Sud e isole	10%	28%	29%	28%	6%
Fasce d'Età	18-24 anni	8%	27%	34%	29%	3%
	25-44 anni	10%	27%	30%	28%	5%
	45-64 anni	12%	30%	27%	26%	5%
	65+	14%	31%	22%	27%	6%
Occupazione	Casalino/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 Est	2%	8%	20%	48%	21%
	Nord Ovest	3%	9%	21%	49%	19%
	Centro	2%	9%	26%	46%	17%
	Sud e isole	2%	9%	27%	48%	14%
Fasce d'Età	18-24 anni	5%	12%	31%	37%	15%
	25-44 anni	3%	12%	28%	45%	13%
	45-64 anni	1%	8%	23%	49%	19%
	65+	2%	7%	18%	53%	19%
Occupazione	Casalino/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 una attività lavorativa retribuita, i percettori di redditi più bassi e i residenti al Sud e Isole appaiono meno propensi ad assicurarsi, mentre 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.

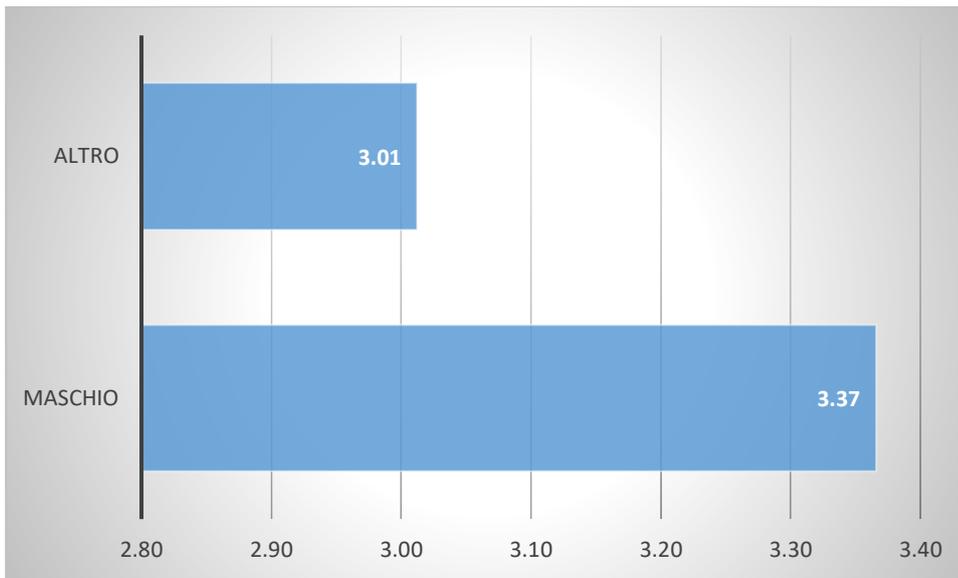
Esiste inoltre una relazione diretta tra fascia di reddito e propensione ad assicurarsi. Incrociando poi i dati con i tratti comportamentali, coerentemente con quanto suggerisce la letteratura (Alary *et al* 2013), i soggetti che mostrano una più elevata avversione all'ambiguità si dichiarano d'accordo con l'opportunità di coprirsi anche in presenza di bassa probabilità, chi viceversa ha un'elevata avversione al rammarico è propenso a concordare con l'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

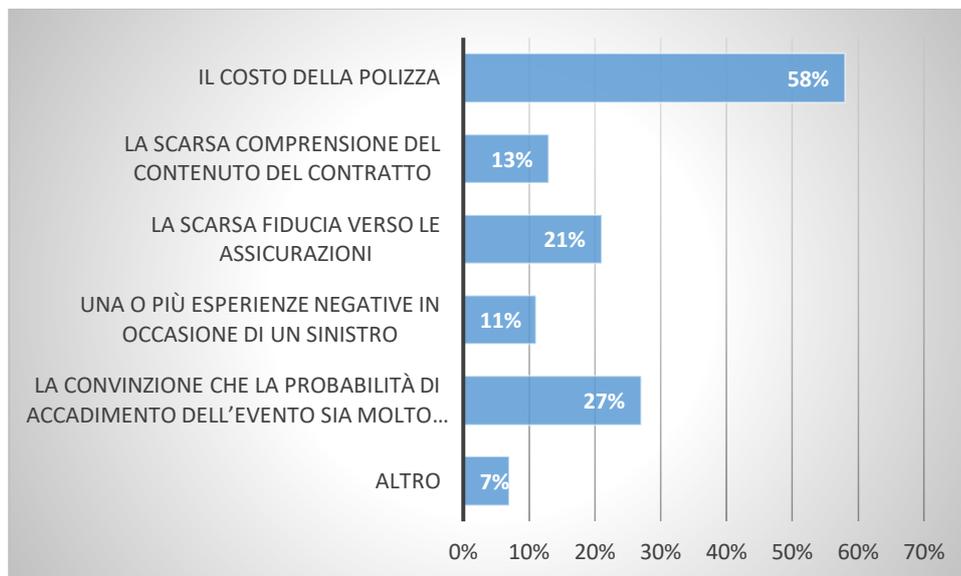
La domanda vuole investigare quali siano le principali preoccupazioni degli italiani. Nel mese di luglio 2022 quando sono state condotte le interviste, i rispondenti si mostravano molto o abbastanza preoccupati per l'aumento dei prezzi e per possibili problemi di salute determinati da malattia, entrambe preoccupazioni 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 ed 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 etc) 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)



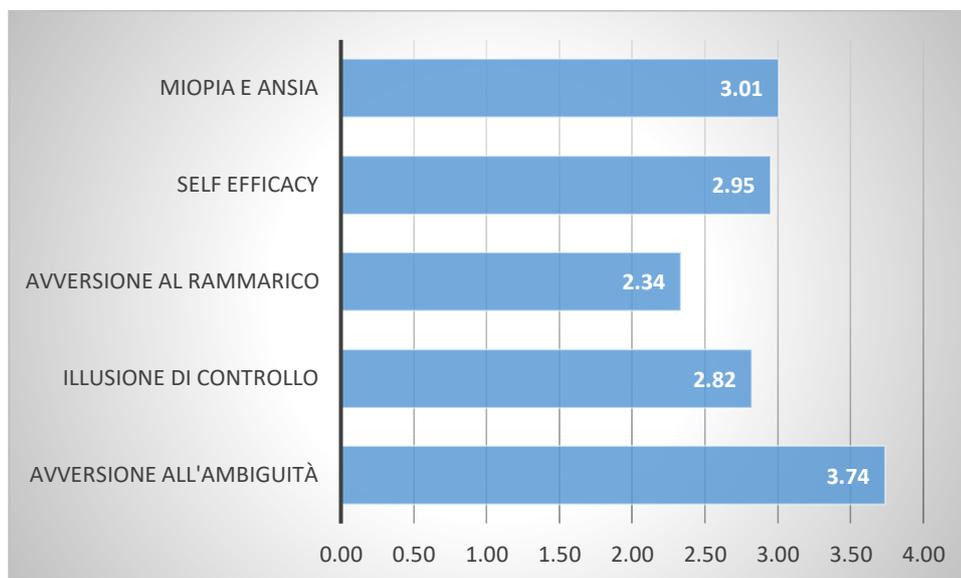
La domanda è posta per comprendere quali ragioni spingano le persone a non assicurarsi. Come già fatto in precedenza con la domanda 22, la popolazione indagata è suddivisa in due campioni: ai membri del primo (campione A) vengono fornite risposte codificate, mentre ai secondi (campione B) si chiede di esprimere liberamente le ragioni che li ha 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, 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)



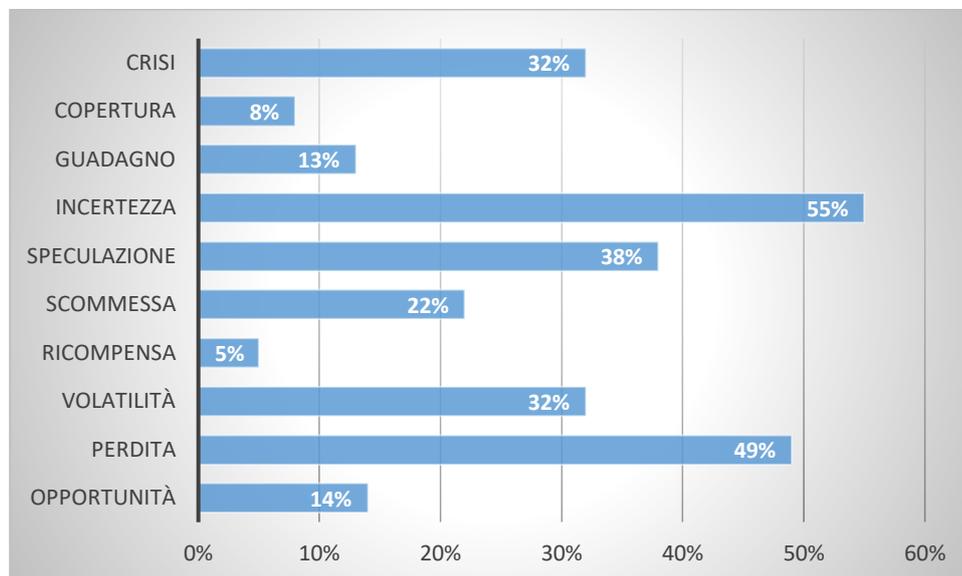
Punteggio medio indicatori di financial composure suddivisi per gruppi socio-demografici (1 Basso, 5 Alto)

		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	2,7	2,7	2,82
Area geografica	Nord Est	2,98	2,95	2,26	2,76	3,77
	Nord Ovest	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 d'età	18-24 anni	3,07	2,90	2,68	3,05	3,47
	25-44 anni	3,04	2,93	2,49	3,01	3,71
	45-64 anni	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

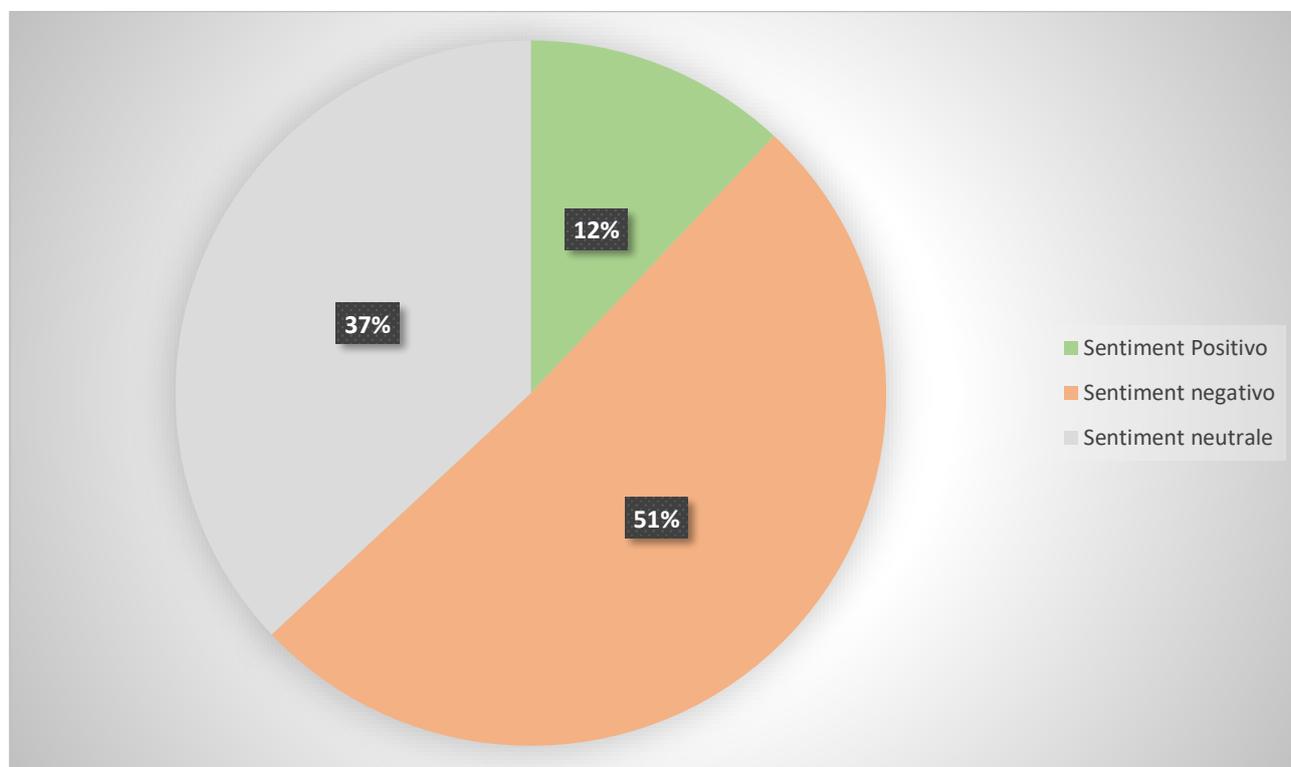
Questa domanda serve a raccogliere evidenze utili a comprendere alcune principali caratteristiche comportamentali che possono influenzare scelte finanziarie e assicurative (Oxford Risk 2022). Con alcune domande “classiche” di profilazione comportamentale sono stati generati degli indicatori sintetici 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 le persone di genere maschile 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 e 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)



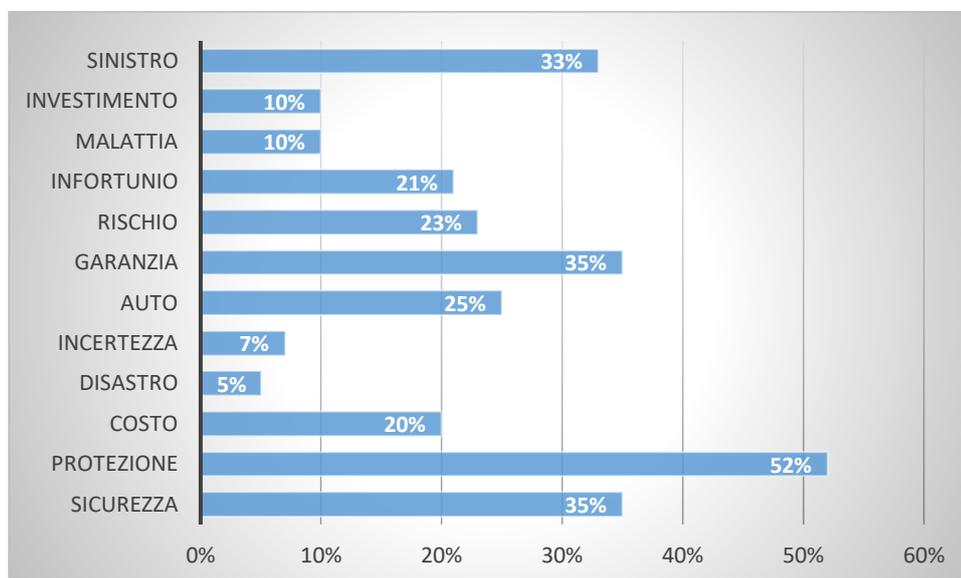
Distribuzione del sentiment relativo al rischio finanziario suddiviso per gruppi socio-demografici (dati in percentuale)

		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%

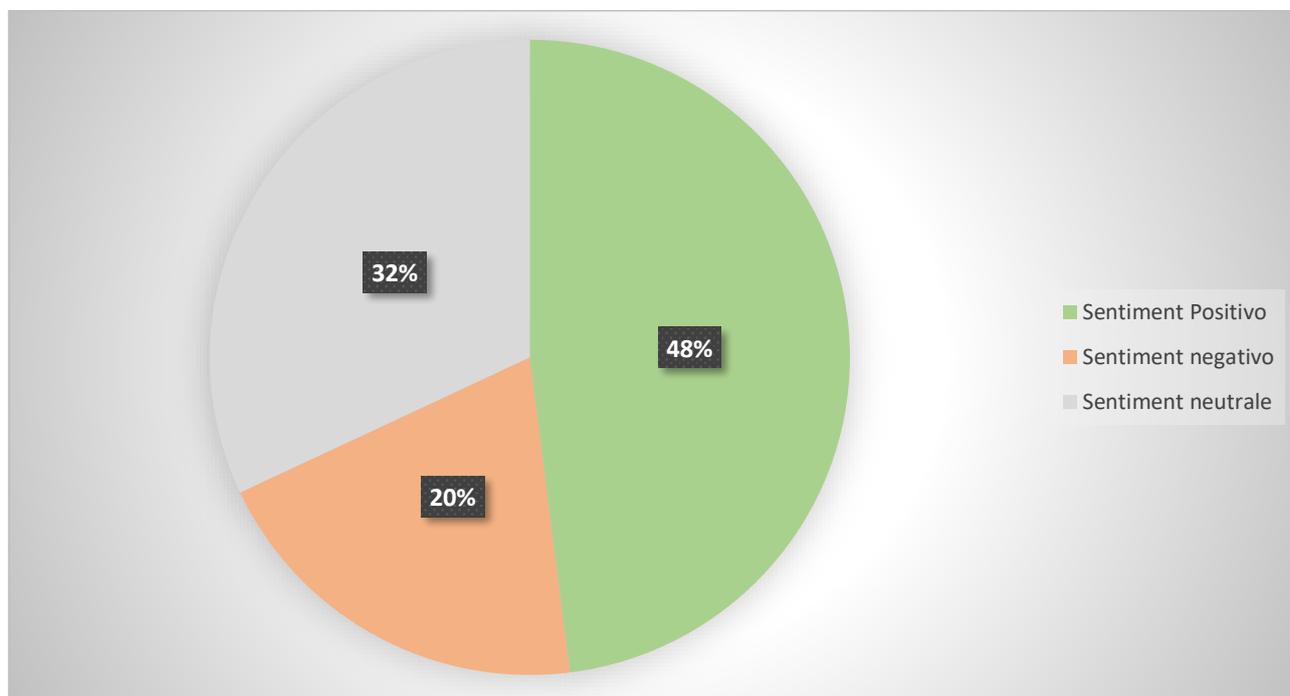
In questa e nella successiva domanda si richiede alle persone di ricercare associazioni logiche a concetti finanziari e assicurativi. Le varie associazioni proposte individuano un diverso sentiment secondo classificazioni semantiche proposte in letteratura (Kwak e Grable 2021)¹¹. Le parole che più comunemente 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%

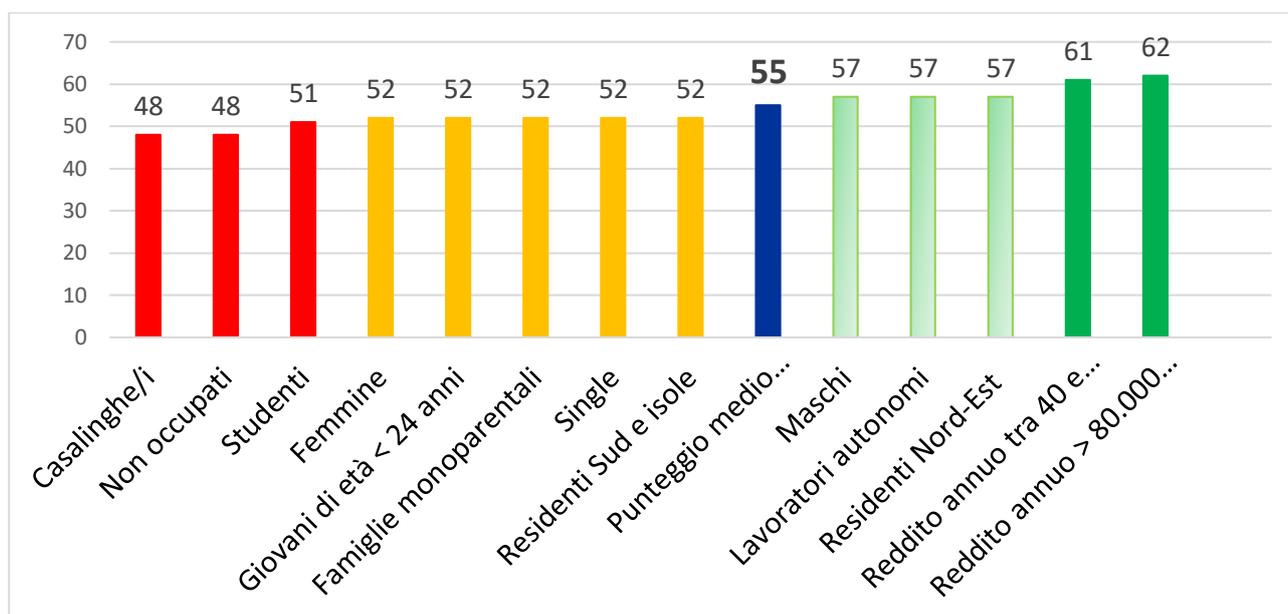
La domanda, come la precedente, misura le associazioni logiche e il sentiment relativi al termine assicurazione. Le persone associano al termine assicurazione concetti positivi quali protezione, sicurezza e garanzia, da ciò deriva un sentiment mediamente positivo particolarmente accentuato tra i più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

7 Edufin index

7.1 L'indicatore finale – Edufin

L'Edufin index, indicatore che coniuga la consapevolezza degli italiani sui temi finanziari assicurativi, awareness index, e la loro "compostezza comportamentale" in tali ambiti, behavioural index, 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 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 assicurativi¹² – *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.

Proseguendo nell'interpretazione dei risultati dell'edufin index, è possibile incrociare 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 più elevato.

Se tali ipotesi trovassero conferma, campagne di educazione finanziarie 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 in percentuali e a rappresentare i rischi a cui sono esposte se aumenta la salienza informativa attribuita alle situazioni aleatorie.

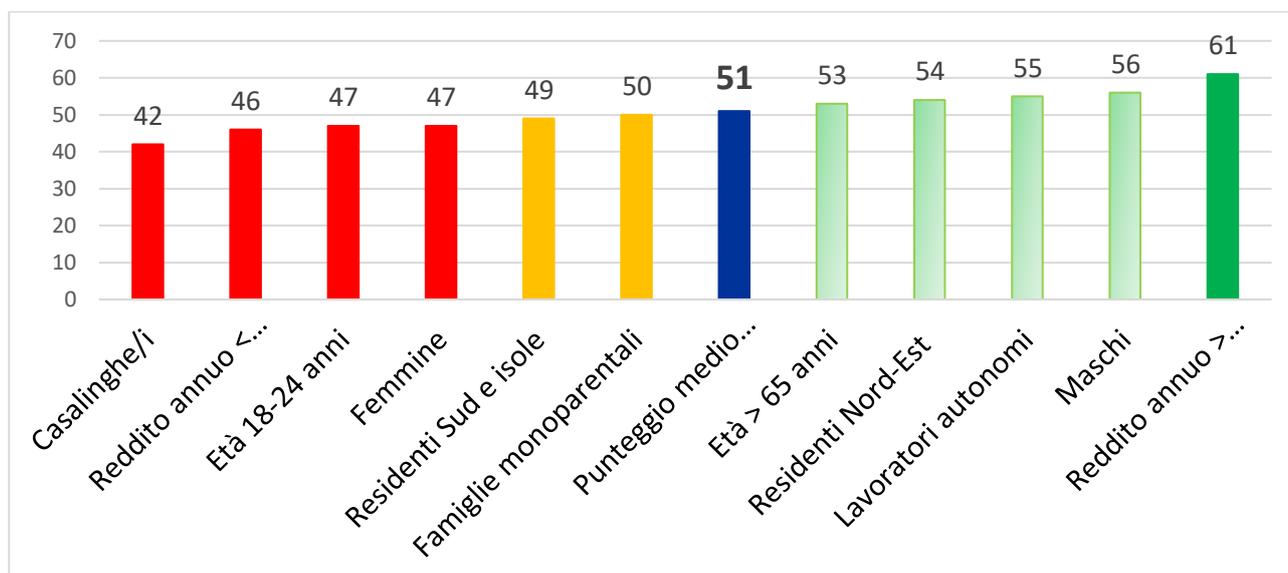
7.2 I sottoindicatori: awareness index

L'analisi delle diverse componenti dell'edufin index consente di evidenziare ulteriori elementi degni di adeguata riflessione. L'*awareness index*, 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 corrispondenza di soggetti con redditi maggiori (61), che svolgono un lavoro autonomo (55), sono di genere maschile (56), vivono al Nord Est (54 punti) e hanno 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 infine, poco sotto la media le famiglie monoparentali (50)

¹² Misurata con le domande 2-8 del questionario

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, all’interno delle quali è possibile operare 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.

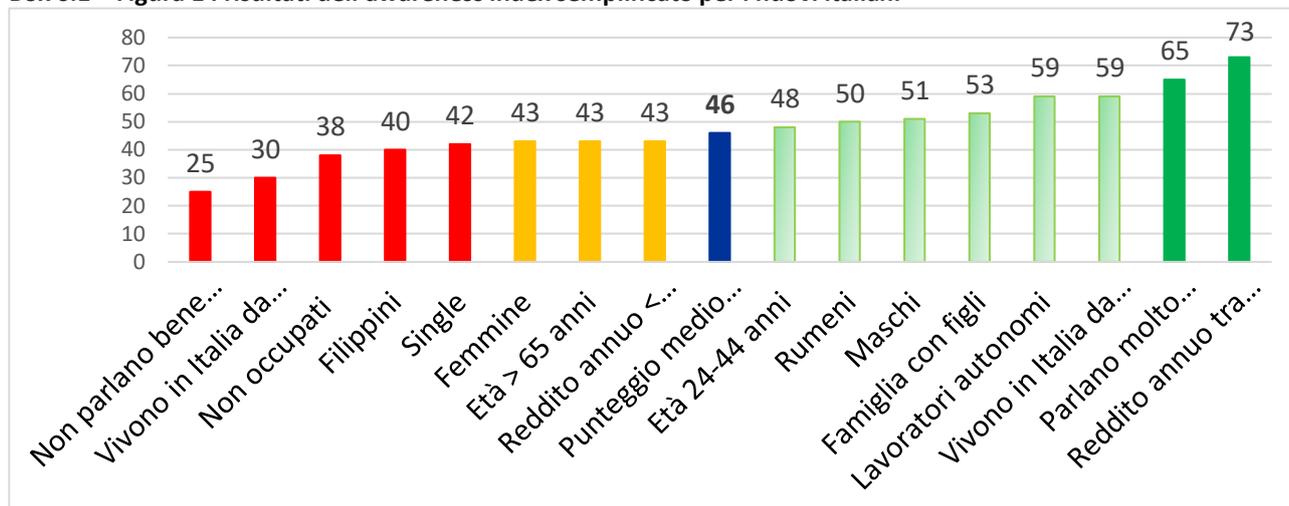
Approfondendo l’esame dei risultati emersi dal confronto tra la valutazione ex post e la conoscenza effettiva, è stato possibile, inoltre, identificare l’esistenza di fenomeni di *overconfidence* o *underconfidence*. Si tratta di un aspetto di indagine particolarmente importante e utile per la progettazione di politiche di educazione finanziaria, poiché come segnalato dalla psicologia educativa è fondamentale prestare attenzione alla auto-rappresentazione intellettuale che le persone danno di se, poiché spesso questa diventa una profezia che si auto-avvera: se si pensa di non potere, non si farà, ma altrettanto se si si pensa di sapere non ci sforza a sufficienza. In termini assoluti, cioè considerando unicamente se stessi, è stato, innanzitutto, 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 se 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%), hanno un’età compresa tra 45 e 64 anni (circa il 32%) e dispongono di 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 minori gradi di consapevolezza; mentre le persone con maggiore self-efficacy 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 c.d. "nuovi italiani", composto da 311 intervistati. Per il campione di "nuovi italiani", cittadini stranieri residenti in Italia appartenenti a tre diverse etnie, sudamericani, filippini e rumeni, 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, gli *score* 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 italiani¹³.

A livello complessivo, il valore medio dell'*awareness index semplificato*, riferito al campione di 311 "nuovi italiani" è risultato pari a 46 punti, inferiore al livello di sufficienza dichiarato di 60 punti.

Anche per il campione di "nuovi italiani", come fatto per quello di 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. A riguardo, i risultati mostrano che, in media, i valori più elevati dell'indice sono stati rilevati per 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);
- che, riguardo alla situazione familiare, dichiarano di essere una famiglia con figli (53 punti);
- con reddito elevato, compreso tra 40.000 e 80.000 euro (73 punti);
- che vivono in Italia da oltre 20 anni (59 punti);
- che dichiarano di parlare molto bene l'italiano (65 punti)

¹³ 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 campione rende i risultati dell'awareness index semplificato non confrontabile con un analogo indice calcolato per gli italiani e

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)

E infine 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 mentre 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 sia 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*: ha, cioè, l'idea di aver fornito un numero di risposte corrette superiore a quello effettivamente dato. 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 e la percentuale di rispondenti che possono essere classificati come *risk literate* è più bassa di quella registrata tra la popolazione italiana e si assesta a poco sopra il 20%. 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.

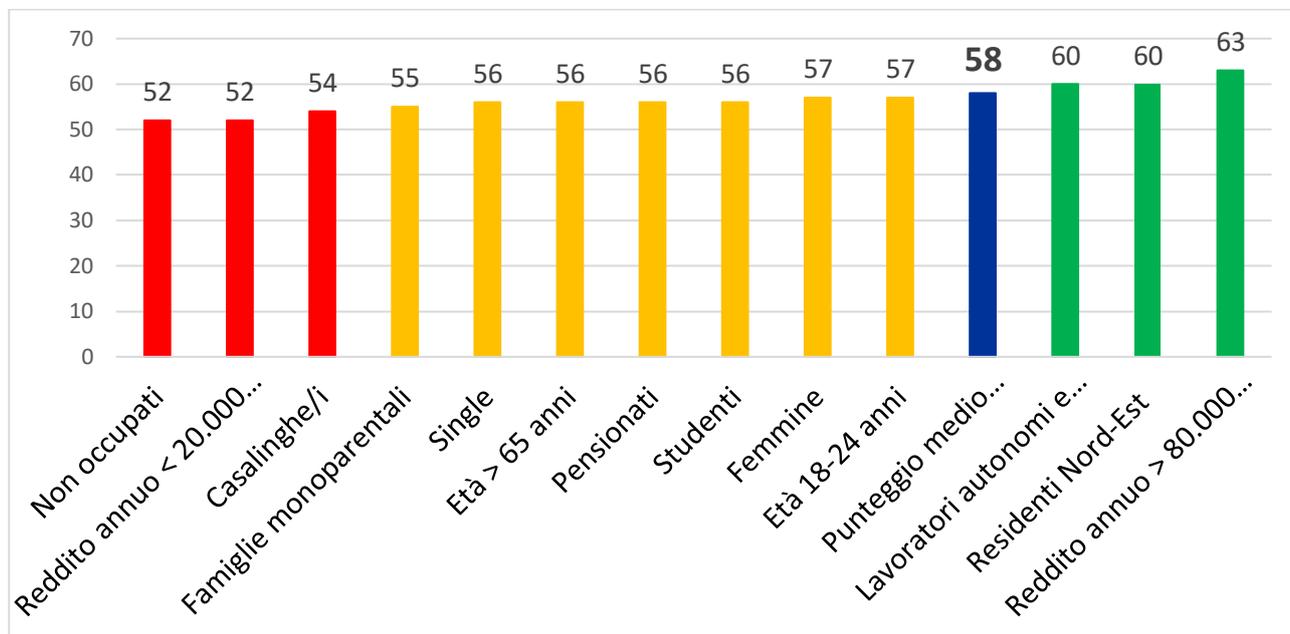
7.3 I sottoindicatori: behavioural index

Procedendo nell'analisi delle componenti dell'edufin index emerge come il *behavioural index*, l'indice che misura la "compostezza comportamentale" in ambito finanziario e assicurativo, raggiunga un livello pari a 58, indicando il mancato raggiungimento della sufficienza. In media gli italiani presentano quindi un comportamento non adeguatamente "ordinato" davanti alle decisioni finanziarie e assicurative. Le donne pur migliorando significativamente la propria posizione rispetto ai livelli di awareness-, i giovani e gli anziani ottengono i valori inferiori. 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 con l'indicatore che passa da un livello minimo pari a 52 per chi dichiara un reddito annuo inferiore a 20.000 euro e un livello massimo 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, mentre l'indicatore assume valore significativamente inferiore alla media nel caso di casalinghe, pensionati e studenti e registra un dato minimo pari a 52 nel caso dei non occupati. Infine, facendo riferimento al nucleo familiare, non raggiungono la sufficienza le famiglie monoparentali (55) e i single (56).

Sul fronte comportamentale, il behavioural index e coerentemente le sue sotto componenti confermano la presenza di una relazione inversa tra miopia e ansia e il grado di compostezza comportamentale e viceversa una relazione positiva tra quest'ultima e la self-efficacy. In aggiunta, è interessante segnalare la relazione inversa registrata tra l'indice di risk perception e l'avversione all'ambiguità e tra il primo e l'illusione di controllo. Come già si ricordava, non si dispone di strumenti per indagare il nesso causale, ma l'evidenza merita comunque considerazione perché ciò che suggerisce è che chi ha una percezione del rischio meno

distorta è anche più disposto a investire il proprio denaro in strumenti finanziari e assicurativi meno famigliari ed è meno overconfident nel valutare i propri risultati.

Figura 6.3 -I risultati del behavioural index



7.3.1 Behavioural index – indice di risk perception

Analizzando i tre sotto-indicatori che compongono il *behavioural index* è possibile presentare 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 e, quindi, un'insufficiente capacità di utilizzare le informazioni disponibili per elaborare ragionamenti finanziari e assicurativi oggettivamente corretti. Tale indicatore assume valore 48 nel Nord Est del paese e 49 tra i single. Non presenta differenze significative con riferimento al genere, tuttavia mostra, abbastanza sorprendentemente, livelli decisamente inferiori tra i soggetti ad elevato reddito (42) e, meno sorprendentemente, nella fascia di età che raggruppa i rispondenti con un'età pari o superiore a 65 anni e, parallelamente, tra i pensionati, che 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).

7.3.2 Behavioural index – indice di comportamenti 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, mentre è 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 non raggiungono la sufficienza 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

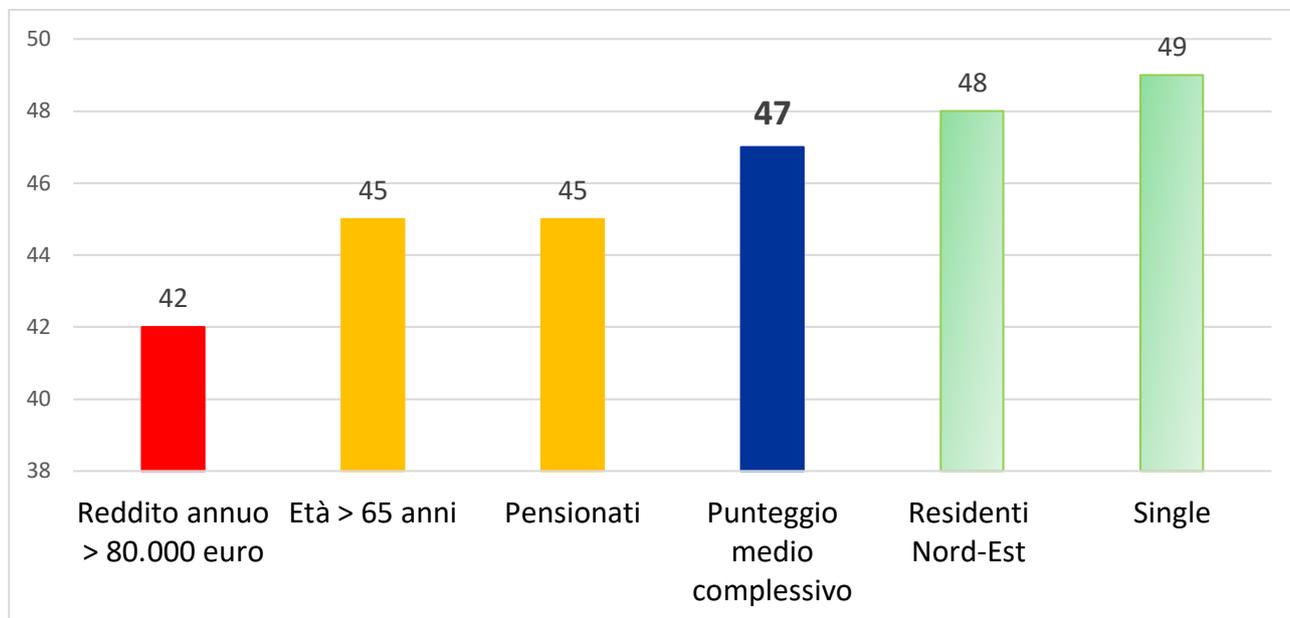
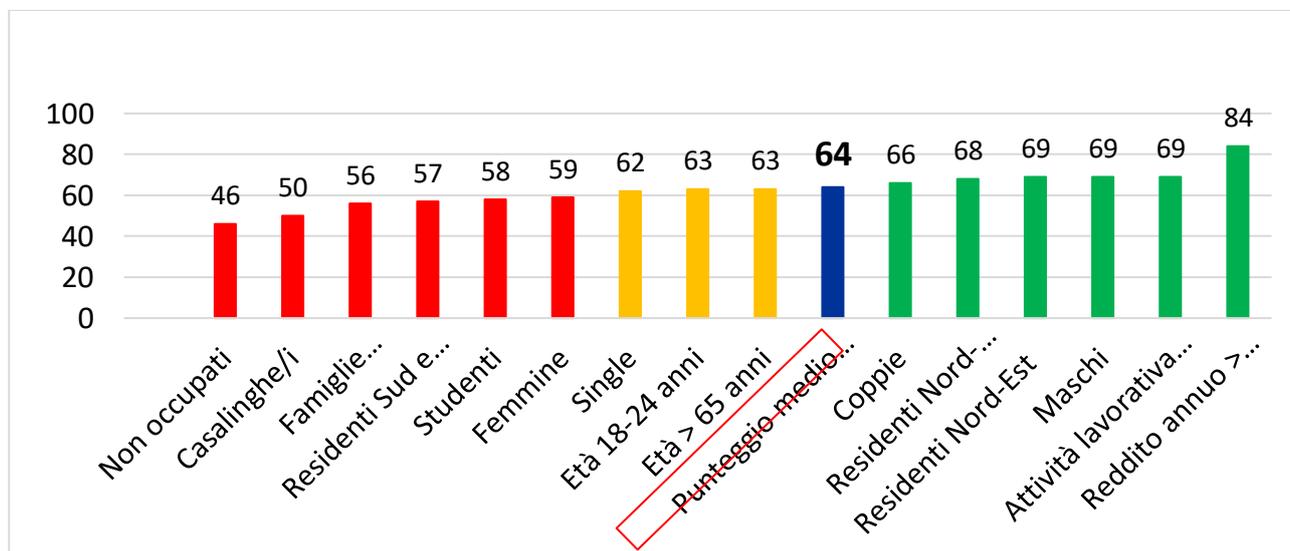


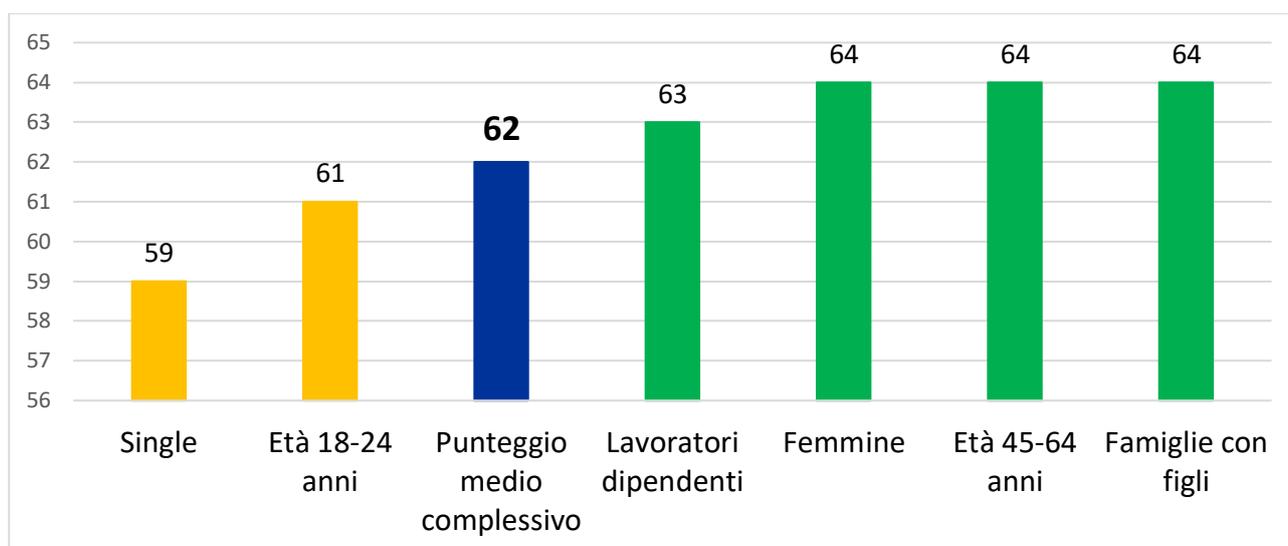
Figura 6.5 – I risultati del behavioural index – Indice di comportamento finanziario e assicurativo



7.3.3 Behavioural index – indice di attitudine e sentiment finanziario e assicurativo

Il terzo sotto-indice, che misura attitudine e *sentiment* nei confronti dei mercati finanziari e assicurativi, ottiene un punteggio pari a 62. Le donne mostrano una maggiore attitudine raggiungendo quota 64; lo stesso valore dell'indice è raggiunto dai rispondenti di età compresa tra 45-64 anni e dalle famiglie con figli, mentre le fasce più giovani (18-24) e i single mostrano il più basso livello di coinvolgimento ottenendo, rispettivamente, un punteggio pari a 61 e 59. Analizzando i rispondenti per la 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.

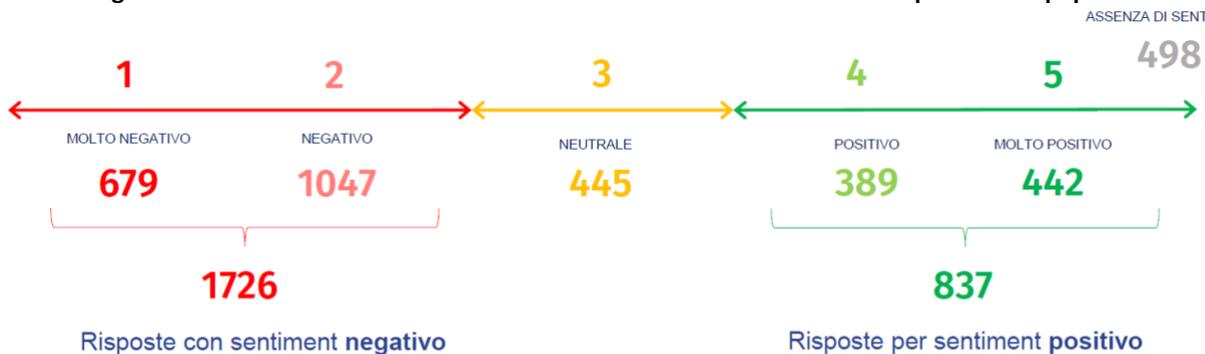
Figura 6.6 – I risultati del behavioural index – Indice di attitudine e sentiment



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, grazie all’applicativo utilizzato, App2check, è stato possibile assegnare all’intera risposta fornita, ad ogni sua porzione semanticamente rilevante (es. ad una frase del testo) e anche ad ogni parola di rilievo (detta topic) il sentiment, ovvero l’opinione e in ultima istanza 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 all’interno di un testo è stata poi standardizzata in un valore compreso 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) e 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, 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.

Box 6.2 Tabella 1- Distribuzione del sentiment della popolazione italiana rispetto alle principali variabili socio-demografiche

		1	2	3	4	5
Genere	Maschio	22%	39%	13%	11%	15%
	Femmina	23%	31%	17%	15%	15%
	Altro	35%	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	20%	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%

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) rispetto a quelli degli "altri" (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).

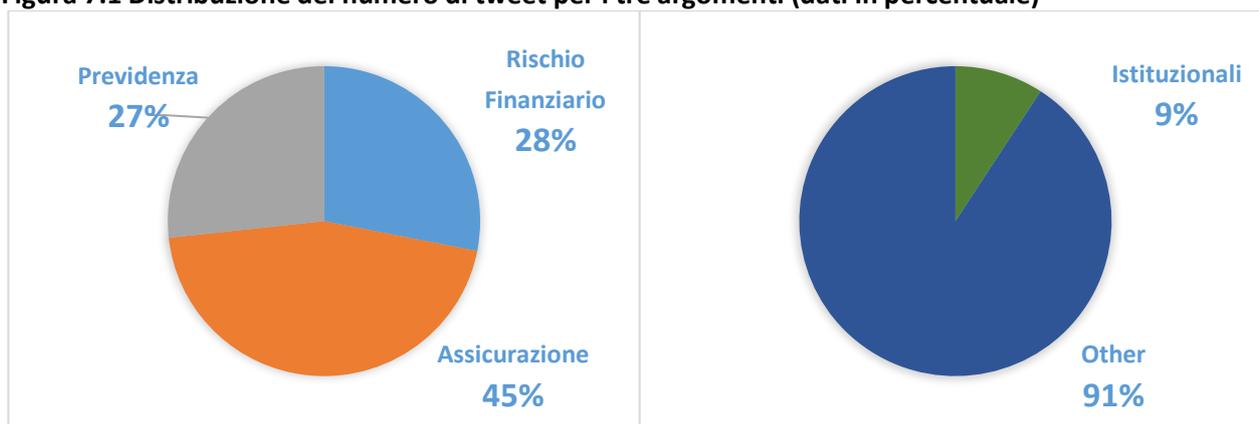
L'analisi è stata svolta utilizzando la piattaforma App2check che ha dapprima applicato le query di ricerca in logica booleana per scaricare i tweets sui tre argomenti di interesse e successivamente li ha analizzati applicando tecniche di Natural Language Processing e Machine Learning (in proposito si 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, 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, distinguendo tra quelli pubblicati dai **106 profili istituzionali** (che rappresentano il 9% dei profili totali) e tutti gli altri (nel seguito «other», che rappresentano il restante 91%).

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

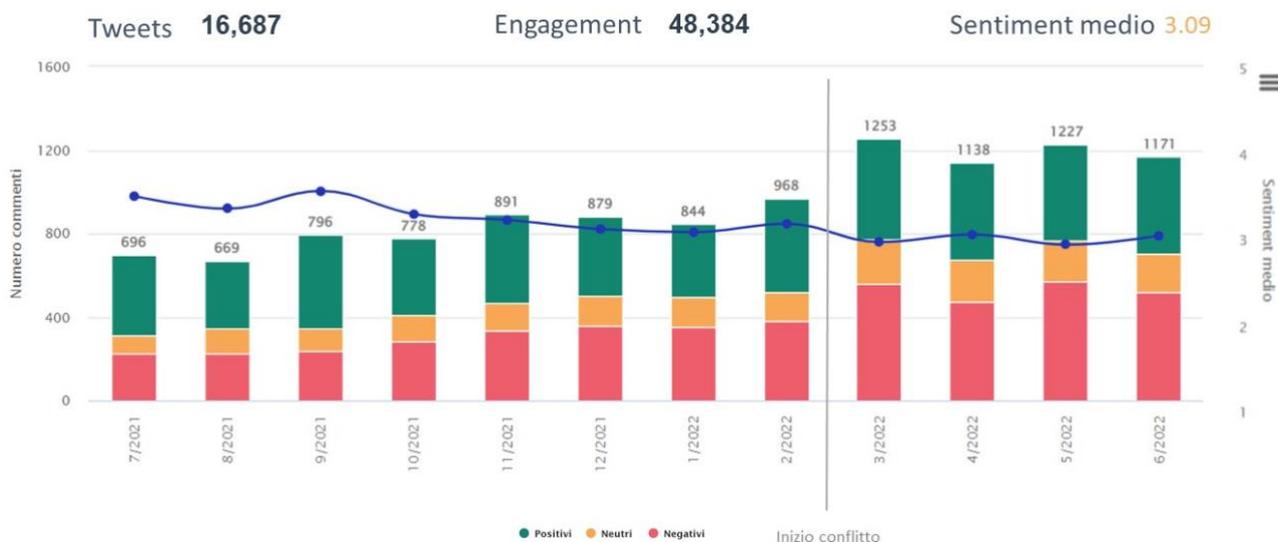


¹⁴ Il social media è lo strumento, l'app o il software fisico, mentre il social network sono le persone che utilizzano il social media per creare la propria rete di comunità online (ndr)

7.3. L'analisi del tweet relativi al rischio finanziario

Sul tema Rischio Finanziario (non sugli altri due) 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



Sul complesso dei tweets che affrontano il 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, etc.). 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

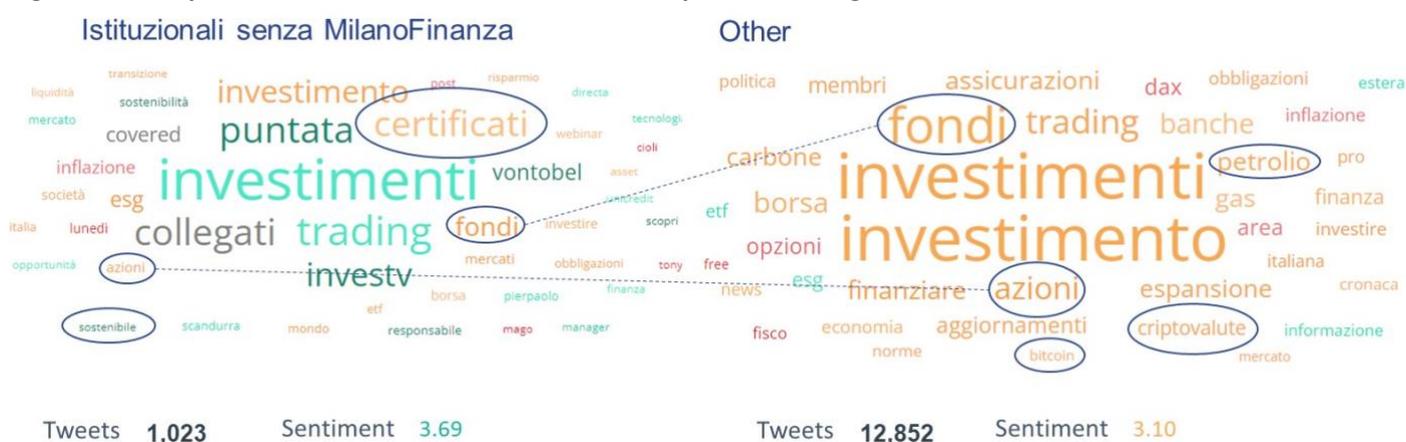
TOPIC	SENTIMENT	OCCORRENZA
Future	2,26	6,81%
DAX	1,56	6,45%
Gas	2,32	6,09%
Opzioni	1,5	4,95%
ESG	3,82	4,47%

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, mentre per gli «other», 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 MilanoFinanza, 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 MilanoFinanza, 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. Sempre osservando le ricorrenze, cambia anche il valore di alcune parole specifiche: ad esempio, in "other" è più alta la ricorrenza di parole come **Fondi** (19.05% contro 13.39%) e **Azioni** (10.39% contro 3.62%). La principale evidenza che emerge dal confronto dei due topic cloud sotto riportati è però la differenza di sentiment del topic **Investimenti**, positivo – anche se per poco – per gli istituzionali (**3.67**), neutro per gli other (**3.35**); e per il topic **Trading**, rispettivamente 3.78 e 3.28.

Figura 7.3 – Topic cloud sul rischio finanziario suddivisi per natura degli utenti



Infine si è svolta un'analisi su alcuni termini specifici che hanno un'accezione teorica positiva, neutra e negativa. L'accezione "accademica" associata ai termini indicati nella tabella sotto riportata, risulta in gran parte corrispondente al sentiment misurato nei tweets, soprattutto rispetto ai termini neutrali e negativi. Tuttavia emergono le seguenti interessanti evidenze:

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 nell'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

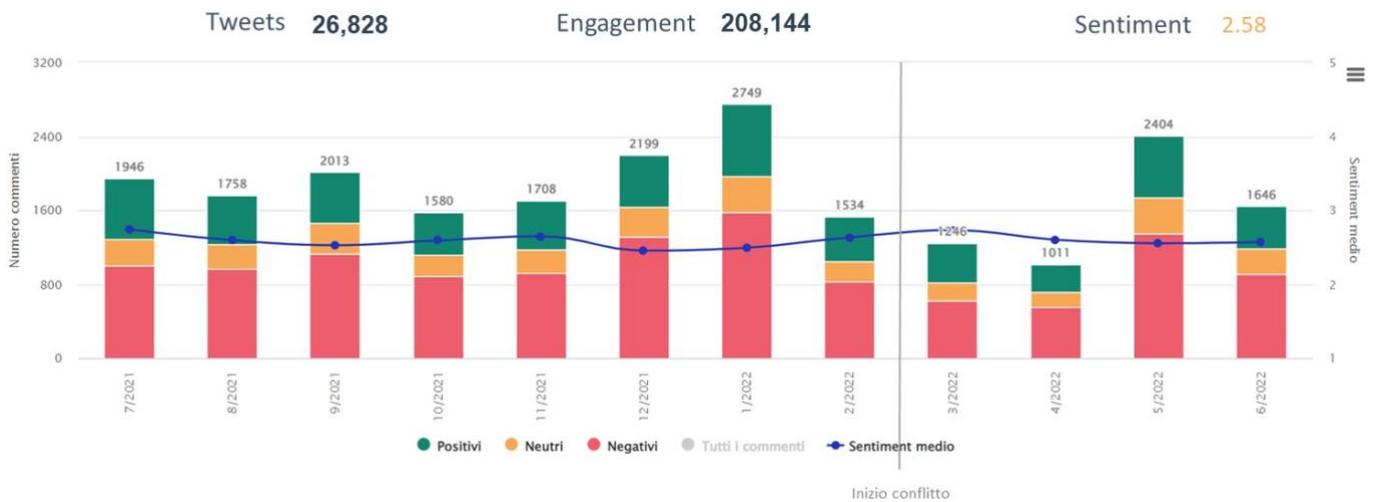
Acezioni Teoriche	Tutto il periodo				Pre-conflitto				Post inizio conflitto				
	Topic	Sentiment	Tweet	Ricorrenza	Topic	Sentiment	Tweet	Ricorrenza	Topic	Sentiment	Tweet	Ricorrenza	Delta post/pre conflitto
Positivo	Opportunità	3.59	191	1.14%	Opportunità	3.56	90	0.89%	Opportunità	3.62	101	1.52%	0.07
Positivo	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	2.61	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	Scommessa	3	10	0.05%	Scommessa	2.5	5	0.04%	Scommessa	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

7.3 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 a 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.

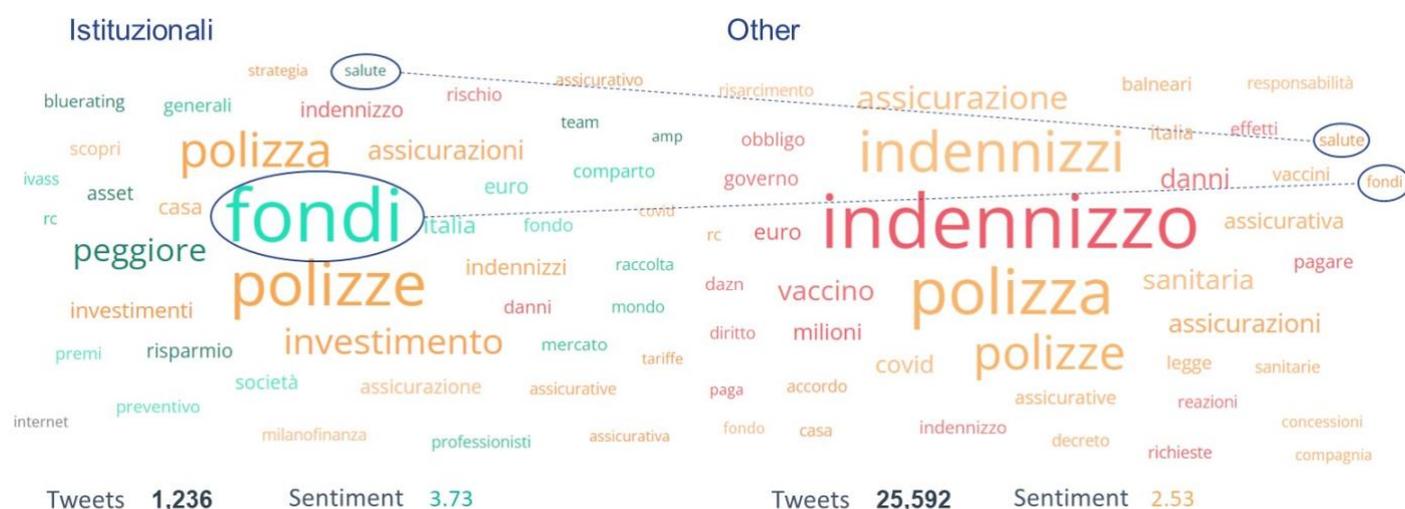
A livello aggregato, infatti, il topic più ricorrente è proprio Indennizzo, con un sentiment decisamente negativo (1,73). I tre topic maggiormente correlati alla parola indennizzo sono Vaccino, Danni e Covid. Ha invece un sentiment positivo il topic Salute, con commenti relativi ad esempio al tema della 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 neutrali, nei tweets 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 tweets 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

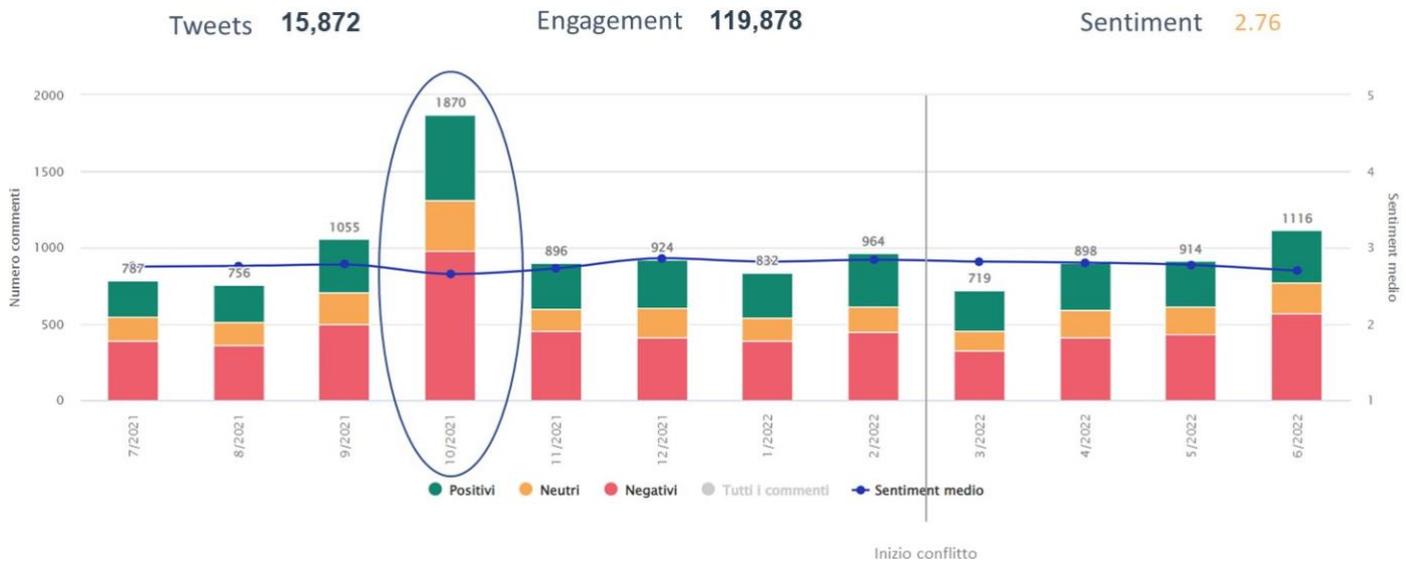
Figura 7.7 Confronto tra sentiment “teorico” e sentiment rilevato in tema assicurazioni

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	2.38	803	2.99%	Auto	2.8	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	0	0.00%	Incertezza	3.25	7	0.08%	0
Negativo	Malattia	1.99	147	0.54%	Malattia	2.02	83	0.43%	Malattia	1.95	64	0.81%	-0.07
Negativo	Costo	2.48	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 tweets 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 tweets 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 *l’Età*, *Opzionedonna*, *Stipendio*.

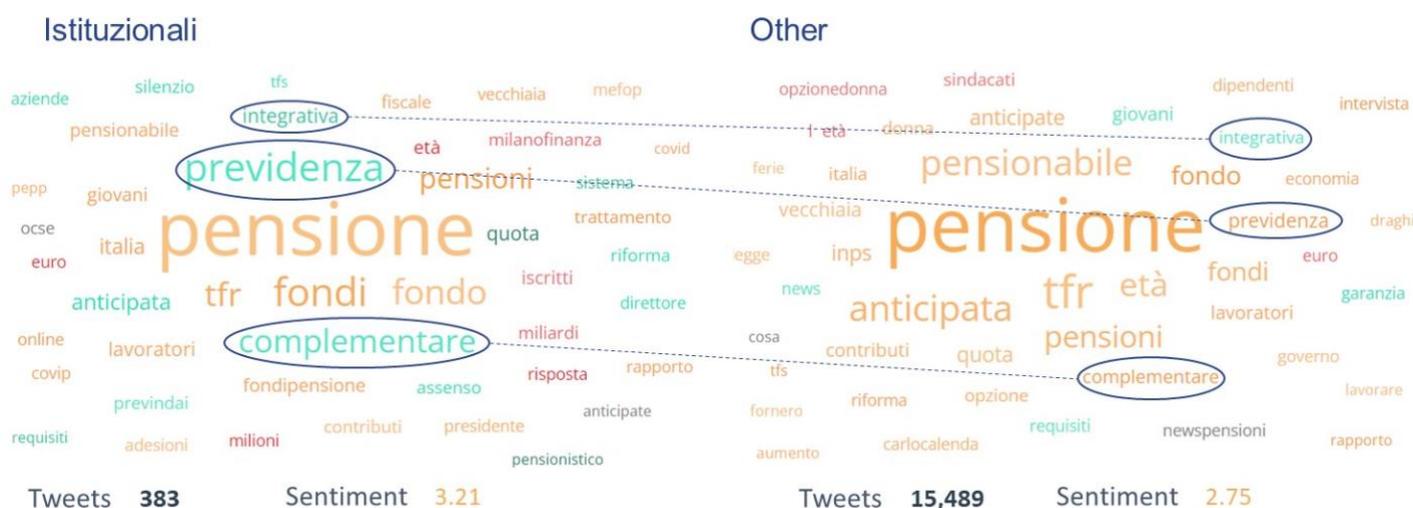
Tabella 7.3. Ricorrenza dei topic collegati a previdenza

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	2%
Stipendio	2.25	2.2%5

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: sentiment 3.91 e ricorrenza 14.1%; other: 3.58 e 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 suddivisi per natura degli utenti



7.6 Conclusioni

Per i concetti di Rischio Finanziario e Assicurazione è stato poi possibile confrontare il sentiment emerso nelle risposte fornite nell'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, mentre per gli utenti istituzionali su Twitter al concetto di rischio si associa un'opinione decisamente più benevola. Per il concetto "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 tweets sugli stessi termini. Le ricorrenze e l'utilizzo di tali associazioni è tuttavia diversa nel tempo e varia tra le diverse categorie di utenti.

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 KG, Parker AM, 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. and 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 DL, 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.; and 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*, INFORMS, vol. 63(1), 213-230, January.
- Gigerenzer, G., & Edwards, A. (2003). Simple tools for understanding risks: from innumeracy to insight. *Bmj*, 327(7417), 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 heuristics 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

Appendice A – Questionario utilizzato per la rilevazione

UNIVERSO E CAMPIONE

UNIVERSO: POPOLAZIONE ITALIANA 18+

CAMPIONE: 3.500 INTERVISTE CAWI, suddivise in 2 campioni gemelli da 1.750 interviste ciascuno

INTRO

Stiamo svolgendo un'indagine statistica con finalità scientifiche. Lo scopo dello studio è comprendere la cultura ed il comportamento finanziario degli italiani per attivare iniziative a loro beneficio.

QUESTIONARIO

A: CONOSCENZE FINANZIARIE

A1. 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				Ottima conoscenza
		1	2	3	4	5
A1.1	Inflazione					
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

A2. 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

A3,4,5. 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 ad essere più rischiosi di investimenti che offrono rendimenti più bassi	1	0	99

A6,7,8. 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 preveda che, al verificarsi del danno, una parte di questo resti a carico dell'assicurato costa come una polizza che non la preveda	1	0	99

A9. 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

1. Tutte 7
2. Da 3 a 6
3. Meno di 3

A10. Come ritieni abbiano risposto gli altri italiani intervistati?

1. Meglio di me
2. Come me
3. Peggio di me
4. Non saprei

B: RISK LITERACY

PARLIAMO ORA DI CALCOLO DELLE PROBABILITÀ

B11. 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?

4. Domani piovcherà nel 33% della regione
5. Domani piovcherà per il 33% della giornata
6. C'è una possibilità su 3 che domani piova

B12. Rispetto all'efficacia di una terapia medica, quale delle due espressioni è più informativa?

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

B13. 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?

1. 10%
2. 25%
3. 40%
4. Nessuno dei precedenti

B14. Con riferimento alla copertura assicurativa del rischio furto nell'abitazione, indica quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni

		Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutrale	Abbastanza d'accordo	Molto d'accordo
B14.1	Sarei disposto a pagare un premio assicurativo più elevato se venissi a sapere che il rischio furto è raddoppiato nel mio quartiere	1	2	3	4	5
B14.2	Sarei disposto a pagare un premio elevato se in casa ci fossero oggetti di notevole valore economico	1	2	3	4	5
B14.3	È un rischio da assicurare se in casa ci sono oggetti di elevato valore affettivo	1	2	3	4	5

B15. Parlando di incertezza, quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni

		Per nulla d'accord o	Poco d'accord o	Neutrale	Abbastanza d'accordo	Molto d'accord o
B15.1	Un evento è incerto se è impossibile stabilirne la probabilità	1	2	3	4	5
B15.2	Un evento è incerto se per determinarne la probabilità è necessario raccogliere molti dati statistici	1	2	3	4	5
B15.3	Un evento è incerto se è possibile fare una stima approssimativa del suo verificarsi	1	2	3	4	5

B16. 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%?

5. test HIV
6. test DNA
7. oroscopo professionale
8. nessuno dei precedenti

AVVIO PRIMA SEZIONE DI DOMANDE SUDDIVISE PER CAMPIONI GEMELLI

CAMPIONE A (50% del campione) - MIN 0 – max 100

B17.A. Qual è la probabilità annuale di subire un qualsiasi tipo di furto fuori casa?

Indica una probabilità da 0 a 100

%

CAMPIONE A (50% del campione)

- MIN 0 – max 1000

B18.A. Quanto saresti disposto a pagare all'anno per una polizza a copertura di un qualsiasi tipo di furto fuori casa?

Indica una cifra da 0 a 1000 euro

€

CAMPIONE B (50% del campione)

B17.B. Leggi qui un elenco di possibili furti che si potrebbero subire fuori casa.

Indica una probabilità da 0 a 100

B17.B1	Portafoglio				%
B17.B2	Orologio				%
B17.B3	Telefonino				%
B17.B4	Gioiello				%
B17.B5	Bicicletta				%
B17.B6	Mezzo a motore				%

CAMPIONE B (50% del campione)

MIN 0 – max 1000

B18.B. Quanto saresti disposto a pagare all'anno per una polizza a copertura dell'insieme di questi rischi di furto?

Indichi una cifra da 0 a 1000 euro

€

FINE PRIMA SEZIONE DI DOMANDE SUDDIVISE PER CAMPIONI GEMELLI

COMPORAMENTI

C19. Negli ultimi 24 mesi:

PUOI DARE PIÙ DI UNA RISPOSTA

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

Se in C19 cod. 4-9 - ha acquistato un prodotto finanziario o assicurativo - MASSIMO 3 RISPOSTE

C20. Per l'acquisto di prodotti finanziari o assicurativi, quali sono di solito le tue principali fonti di informazione?

PUOI INDICARNE FINO A 3

1. Quotidiani, riviste specializzate
2. Siti internet e app finanziarie
3. Brochure o pubblicità sullo specifico prodotto/servizio
4. Suggerimenti di personale di banca
5. Suggerimenti di agente assicurativo
6. Suggerimenti di Consulente finanziario
7. Consigli di amici/parenti/conoscenti
8. Altro, specificare _____

Se in C19 cod. 4-9 - ha acquistato un prodotto finanziario o assicurativo – open

C20A. 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.

Se in C19 cod. 4-9 - ha acquistato un prodotto finanziario o assicurativo

C21. Per l'acquisto di prodotti finanziari o assicurativi, in che modo sei solito effettuare la tua scelta?

1. Ho valutato varie opzioni offerte da diverse banche/ intermediari finanziari/assicurazioni
2. Ho valutato varie opzioni offerte da una sola banca/intermediario finanziario/assicurazioni
3. Ho valutato solo il prodotto/servizio che ho acquistato
4. Altro, _____ specificare _____

Se in C19 cod. 4-9 - ha acquistato un prodotto finanziario o assicurativo

C21A. Per quale motivo per l'acquisto di un prodotto finanziario o assicurativo hai [inserire risposta di c19, senza HO iniziale] _____?

C22. 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

AVVIO SECONDA SEZIONE DI DOMANDE SUDDIVISE PER CAMPIONI GEMELLI

CAMPIONE A (50% del campione)

Se in C22 cod.2 o 11 (ha acquistato una polizza diversa da RCA)

22.A. 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 (50% del campione)

Se in C22 cod.2 o 11 (ha acquistato una polizza diversa da RCA) - singola

C22.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?

1. Hai sottoscritto una copertura dopo un evento negativo accaduto a te o ai tuoi parenti/conoscenti
2. Hai preso visione di dati statistici recenti che mostrano l'aumento della probabilità di accadimento di certi rischi
3. Ricercavi un luogo sicuro dove mettere il tuo denaro
4. Ti ha convinto un'iniziativa pubblicitaria
5. Altro, specificare _____

CAMPIONE B (50% del campione)

Se in C22 cod.2 o 11 (ha acquistato una polizza diversa da RCA)

C22.B. Ci puoi spiegare come ti sei sentito dopo aver effettuato questa scelta?

FINE SECONDA SEZIONE DI DOMANDE SUDDIVISE PER CAMPIONI GEMELLI

ATTITUDINI

D23. 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 _____

D24. 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

D25. Supponi di dover acquistare un PRODOTTO FINANZIARIO. 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

D25A. Supponi di dover acquistare un 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

D26. Con riferimento alle assicurazioni, indica il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni.

		Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutrale	Abbastanza d'accordo	Molto d'accordo
D26.1	Non ha senso assicurarsi perché non è detto che si verifichi l'evento negativo, quindi, si rischia di "pagare per nulla"	1	2	3	4	5
D26.2	L'assicurazione ha senso solo quando la probabilità di subire un danno è elevata	1	2	3	4	5
D26.3	L'assicurazione è utile perché permette di coprirsi dalla possibilità di subire un danno anche se la probabilità è bassa	1	2	3	4	5

D27. Di seguito trovi un elenco di preoccupazioni possibili per il presente o per il futuro. Indica quanto ciascuna di queste ti preoccupa.

		Per nulla	Poco	Così, così	Abbastanza	Molto
D27.1	Problemi di salute per malattia o infortuni	1	2	3	4	5
D27.2	Rischio di furti, scippi, aggressioni	1	2	3	4	5
D27.3	Danni all'abitazione	1	2	3	4	5
D27.4	Disastri naturali (terremoti, alluvioni, ...)	1	2	3	4	5
D27.5	Danni che tu o i tuoi familiari potete involontariamente causare ad altri	1	2	3	4	5
D27.6	Non riuscire a provvedere al benessere degli eredi (figli, nipoti, ...)	1	2	3	4	5
D27.7	Dover fronteggiare la non autosufficienza di persone care	1	2	3	4	5
D27.8	Riduzione del reddito quando andrai in pensione	1	2	3	4	5
D27.9	Mancanza di un reddito sicuro	1	2	3	4	5
D27.1 0	Perdita del lavoro e incertezza delle prospettive economiche	1	2	3	4	5
D27.1 1	Le forti oscillazioni del mercato finanziario	1	2	3	4	5
D27.1 2	Aumento dei prezzi dei beni alimentari e/o energetici (gas/luce, ecc)	1	2	3	4	5

AVVIO TERZA SEZIONE DI DOMANDE SUDDIVISE PER CAMPIONI GEMELLI

CAMPIONE A (50% del campione)

D28A. 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)

1. Il costo della polizza
2. La scarsa comprensione del contenuto del contratto
3. La scarsa fiducia verso le assicurazioni
4. Una o più esperienze negative in occasione di un sinistro
5. La convinzione che la probabilità di accadimento dell'evento sia molto bassa
6. Altro: *specificare* _____

CAMPIONE B (50% del campione)

D28A. Se ritieni di essere esposto a certi tipi di rischio, ma non hai sottoscritto coperture assicurative, perché non ti sei assicurato?

FINE TERZA SEZIONE DI DOMANDE SUDDIVISE PER CAMPIONI GEMELLI

D29. Quanto ti riconosci nelle seguenti affermazioni?

		Per nulla	Poco	Così, così	Abbastanza	Molto
D29.1	Quando i miei investimenti scendono di valore anche per poco tempo mi preoccupo molto	1	2	3	4	5
D29.2	Sono ben informato sulle opportunità di investimento	1	2	3	4	5
D29.3	Sono soddisfatto della mia situazione finanziaria	1	2	3	4	5
D29.4	Spesso prendo decisioni finanziarie affrettate e poi me ne rammarico	1	2	3	4	5
D29.5	Ritengo che i miei successi finanziari siano il frutto di abilità	1	2	3	4	5
D29.6	Evito di acquistare strumenti finanziari e assicurativi che non mi sono familiari	1	2	3	4	5
D29.7	Sono insoddisfatto dei miei risultati positivi se scopro che altri hanno fatto meglio di me	1	2	3	4	5
D29.8	Non ho problemi a vendere i miei investimenti per coprire spese impreviste	1	2	3	4	5

D30. Quali sono le prime tre parole fra quelle elencate 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*

D31. 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*

Abbiamo quasi finito

D32. 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?

FAMILIARITY

D33. Conosci Alleanza Assicurazioni?



1. Sì, sono cliente
2. Sì, sono stato cliente in passato
3. Sì, conosco, ma non sono mai stato cliente
4. No, non conosco

DATI DI CLASSIFICAZIONE

ETA' PUNTUALE DA PANEL

REGIONE DA PANEL

Z1. Tu sei

1. Femmina
2. Maschio
3. Non binario
98. Preferisco non rispondere

Z2. Quale delle seguenti definizioni descrive meglio la tua situazione familiare attuale?

1. Vivo con i genitori
2. Vivo da solo/a
3. Siamo una coppia senza figli (mai avuti, oppure non conviventi)
4. Siamo una coppia con figli ancora in casa
5. Vivo con figli piccoli o grandi ancora in casa (non vivo in coppia)
6. Vivo con la famiglia di mio figlio/a
7. Vivo con altre persone (amici, altri parenti, colleghi, ...)

Z3. Quanti familiari sono a tuo carico?

1. Nessuno
2. 1
3. 2
4. 3
5. 4
6. 5 o più

Z4. Qual è il titolo di studio più elevato che hai conseguito tra quelli elencati?

1. Scuola Elementare
2. Scuola Media
3. Liceo/Ragioneria/Professionale
4. Laurea Triennale
5. Laurea Specialistica
6. Master/Dottorato

Z5. Qual è la tua occupazione?

Appendice B - Criteri di costruzione dell'awareness index, del behavioural index e dei sotto indici di riferimento

Tabella B.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	Il punteggio premia i soggetti che mostrano una conoscenza effettiva (domande 2-8) superiore alla media.

<p>3, 4 ,5. Secondo te le seguenti affermazioni sono vere o false?</p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>3. In generale, investimenti che offrono rendimenti più elevati tendono ad essere più rischiosi di investimenti che offrono rendimenti più bassi</p>	<p>punteggi: -1, -0.5, +0.5, +1.</p> <p>Di seguito le risposte corrette alle domande: Domanda 2: Se 1 = 0 Se 2 = 1 (risposta corretta) Se 3= 0 Se 4 = 0</p> <p>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</p> <p>Domande 6-8: Se 1= Vero = 1 Se 1= Falso = 0 Se 1 = Non so = 0 Se 2= Vero = 0 Se 2= Falso = 1</p>	
--	---	--	--

<p>6, 7, 8. Secondo te le seguenti affermazioni sono vere o false?</p>	<p>1. In un contratto assicurativo la franchigia è l'importo del danno che rimane a carico del cliente che ha sottoscritto il contratto</p> <p>2. In un contratto assicurativo il massimale è l'importo fisso a carico dell'assicurato</p> <p>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</p>	<p>Se 2 = Non so = 0 Se 3= Vero = 0 Se 3= Falso = 1 Se 3 = Non so = 0</p>	
--	---	--	--

<p>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</p>	<p>4. Tutte 7 5. Da 3 a 6 6. Meno di 3</p>	<p>Se c'è <i>mismatch</i> 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</p>	<p>Il punteggio penalizza i soggetti che non sono capaci di valutare ex post la propria conoscenza in termini assoluti.</p>
<p>10. Come ritieni abbiano risposto gli altri italiani intervistati?</p>	<p>5. Meglio di me 6. Come me 7. Peggio di me 8. Non saprei</p>	<p>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 <i>mismatch</i> tra lo scostamento dalla media della conoscenza effettiva e la valutazione relativa ex post delle proprie conoscenze (risposta fornita alla domanda 10) = -1</p>	<p>Il punteggio penalizza i soggetti che non sono capaci di valutare ex post la propria conoscenza in termini relativi.</p>

Tabella B.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	<ul style="list-style-type: none"> • “Sarei disposto a pagare un premio elevato se in casa ci fossero oggetti di notevole valore economico” • “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			
19 Negli ultimi 24 mesi	12. Hai messo da parte dei contanti (in casa/in cassaforte) 13. Hai messo i soldi sul conto corrente, su un libretto di risparmio o su un conto di deposito (libero o vincolato)	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

	<p>14. Hai affidato i miei risparmi ad un familiare o conoscente</p> <p>15. Hai acquistato obbligazioni, titoli di Stato</p> <p>16. Hai acquistato criptovalute</p> <p>17. Hai acquistato azioni</p> <p>18. Hai acquistato altri strumenti finanziari (es. fondi comuni di investimento, ETF)</p> <p>19. Hai sottoscritto fondi pensione o altri prodotti pensionistici</p> <p>20. Hai sottoscritto polizze assicurative, diverse dall'RC auto</p> <p>21. Hai acquistato beni reali (case, altri immobili, terreni, gioielli, quadri, oro, ...)</p> <p>11. Non hai risparmiato</p>		
<p>22 Da quali delle seguenti tipologie di polizze sei attualmente coperto (sottoscritta da te o da un tuo familiare)?</p>	<p>13. Polizza RC auto</p> <p>14. Polizza casa o responsabilità civile della famiglia (RC famiglia – anche animali domestici)</p> <p>15. 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)</p> <p>16. Polizza infortuni</p> <p>17. Polizza malattia</p> <p>18. Polizza per garantirsi un sostegno economico in caso di perdita</p>	<p>12.=-1</p> <p>1=0</p> <p>Uno €2-11=0,5</p> <p>Più di 1€2-11= +1</p>	<p>Il punteggio premia chi sceglie di proteggersi contro rischi non obbligatori</p>

	<p>dell'autosufficienza quando si sarà anziani (LTC)</p> <p>19. Polizza vita in caso morte</p> <p>20. Polizze vita per risparmio o investimento</p> <p>21. Polizze vita per previdenza complementare</p> <p>22. Polizza per tutelarti dai rischi informatici</p> <p>23. Altra polizza assicurativa</p> <p>24. Nessuna polizza assicurativa</p>		
Indice di attitudine/sentiment scala di valutazione (-1;+1); alfa di Crombach 0,72			
23. Con riferimento all'eventuale integrazione del reddito che si avrà nell'età della pensione, in quale delle seguenti affermazioni ti ritrovi maggiormente?	<p>13. Ci si dovrebbe iniziare a pensare dopo i 50 anni</p> <p>14. È un bisogno che non considero prioritario</p> <p>15. È un bisogno che considero prioritario e bisogna pensarci prima possibile</p> <p>16. Ora penso al mio tenore di vita attuale, in futuro cercherò di capire quali saranno i miei bisogni di integrazione</p> <p>17. Altro, specificare</p>	<p>Se 1 o 2=-1</p> <p>Se 3 =+1</p> <p>Se 4= 0</p> <p>Se 5 manuale [-1;+1]</p>	Il punteggio premia l'attitudine positiva alla pianificazione di più lungo termine
24. Quale delle seguenti affermazioni rispecchia meglio il tuo modo di vivere?	<p>9. Vivo alla giornata e non programmo il futuro</p> <p>10. Programmo il futuro solo nell'attività lavorativa</p> <p>11. Preferisco programmare il futuro piuttosto che vivere alla giornata</p> <p>12. Non so</p>	<p>Se 1 o 4 =-1</p> <p>Se 2= 0</p> <p>Se 3 =+1</p>	Il punteggio penalizza chi presenta una condizione di present bias

<p>25 e 25.A Supponi di dover acquistare un PRODOTTO FINANZIARIO (PRODOTTO ASSICURATIVO). In quale delle seguenti affermazioni ti ritrovi maggiormente.</p>	<p>3. Mi affiderei sempre ad un professionista 4. Mi sento competente per scegliere autonomamente il prodotto adatto alle mie esigenze</p>	<p>Se 1=1 Se 2=-1</p>	<p>Il punteggio premia chi mostra un'attitudine di fiducia nei confronti della consulenza finanziaria o assicurativa</p>
<p>26.1 e 2 Con riferimento alle assicurazioni, indica il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>Per nulla d'accordo +1 Poco d'accordo 0,5 Neutrale 0 Abbastanza d'accordo - 0,5 Molto d'accordo -1</p>	<p>Il punteggio penalizza chi mostra una attitudine negativa nei confronti della protezione</p>
<p>26.3 Con riferimento alle assicurazioni, indica il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni.</p>	<p>"L'assicurazione è utile perché permette di coprirsi dalla possibilità di subire un danno anche se la probabilità è bassa"</p>	<p>Per nulla d'accordo= -1 Poco d'accordo =-0,5 Neutrale= 0 Abbastanza d'accordo= 0,5 Molto d'accordo =1</p>	<p>Il punteggio premia chi presenta un'attitudine positiva nei confronti della protezione</p>
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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, ...) 	<p>Per nulla =-1 Poco =-0,5 Così, così = 0 Abbastanza = 0,5 Molto = 1</p>	<p>Il punteggio premia chi considera le tematiche possibili priorità da trattare</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Dover fronteggiare la non autosufficienza di persone care • Riduzione del reddito quando andrai in pensione 		
30. Quali sono le prime tre parole che ti viene naturale associare a "rischio finanziario"	<ol style="list-style-type: none"> 1. Opportunità 2. Perdita 3. Volatilità 4. Ricompensa 5. Scommessa 6. Speculazione 7. Incertezza 8. Guadagno 9. Copertura 10. Crisi 11. Altro, <i>specificare</i> 	<p>Se 1,4,8 =+1 Se 2,7,10 =-1 Se 3,5,6,9= 0 Altro valutato manualmente</p>	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"	<ol style="list-style-type: none"> 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, <i>specificare</i> 	<p>Se 1,2,7,11 =+1 Se 3,4,9,10 =-1 Se 5,6,8,12= 0 Altro valutato manualmente</p>	Il punteggio premia chi associa al termine assicurazione accezioni positive

Appendice C – 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 della fonte Twitter, è possibile analizzare l’opinione degli utenti su tutti i tweets 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** che 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, nè 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)

che 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

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. In termini 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 identificano 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.

