

BPER:

Banca

La **Galleria**

Collezione e Archivio Storico

**Oggi per
domani.**
Breve
storia del
risparmio.



“**L**a Repubblica incoraggia e tutela il risparmio in tutte le sue forme; disciplina, coordina e controlla l’esercizio del credito.”

Così l’articolo 47 della Costituzione Italiana sancisce la centralità del risparmio per lo sviluppo e il benessere della società.

Il quaderno d’archivio “Oggi per domani”, prendendo spunto dalla ricorrenza della celebrazione della Giornata Mondiale del Risparmio il 31 ottobre di ogni anno, ripercorre le iniziative e i progetti che da sempre BPER Banca ha proposto per promuovere questo valore fondamentale.

Il risparmio è un tema che affonda le sue radici nell’origine stessa dell’allora Banca Popolare di Modena nel 1867, e tuttora è un obiettivo primario, come testimoniano i progetti per un’educazione finanziaria concreta e consapevole promossi da BPER Banca. L’Archivio Storico di BPER Banca è una fonte viva e ricca di tematiche preziose che testimoniano l’impegno dell’Istituto in ambito sociale e culturale, poiché contiene informazioni sulle trasformazioni dell’impresa, ovvero su ciò che è stata nel corso degli anni e su ciò che rappresenta oggi per i territori serviti.

Lo studio e la gestione dell’Archivio rendono BPER Banca protagonista di un presente che affonda le sue radici in un insieme di luoghi e storie, di valori condivisi, di prese di coscienza e importanti conquiste sociali che hanno attraversato oltre 150 anni di storia.

Focus sulla Giornata mondiale del Risparmio

Giovanna Boggio Robutti *Direttrice di FEduF*

Ogni decisione che prendiamo, anche la più banale, porta con sé un risvolto economico, ragione per cui l'educazione finanziaria ha, o dovrebbe avere, una notevole importanza nella nostra quotidianità. Tuttavia, i dati dell'ultimo rapporto IACOFI (Banca d'Italia) rendono evidente che ampie fasce della popolazione - si tratta di circa otto milioni di adulti - gestiscono quotidianamente l'economia familiare e prendono decisioni finanziarie pur non avendo un livello di competenze adeguato.

Le difficoltà economiche, ambientali e sociali del periodo appena trascorso hanno avuto un forte impatto sia sull'andamento finanziario del Paese sia su quello individuale dei cittadini. È fuor di dubbio che si sia trattato di un momento tragico, ma ha avuto forse almeno una conseguenza positiva: quella di far nascere una maggiore consapevolezza e attenzione nei confronti della gestione del denaro e dell'importanza che essa riveste nella vita di ciascuno di noi.

L'educazione finanziaria è materia che a tutti gli effetti contribuisce alla definizione dei concetti di legalità e di democrazia, rappresentando non solo uno strumento di tutela e valorizzazione del patrimonio economico individuale e sociale, ma anche un diritto di cittadinanza **richiamato dalla stessa Costituzione**. Per questa ragione il suo valore non risiede solamente nell'essere una leva strategica di uno sviluppo sociale equilibrato, ma nell'essere **patrimonio comune**. Un patrimonio che, partendo dalla dimensione delle competenze individuali arriva a quella pubblica dell'interesse generale e che, alla stregua della Salute o della Cultura, deve essere accresciuto e tutelato.

Così come va accresciuto e tutelato il **Risparmio**, uno dei numerosi ambiti nei quali noi italiani eccelliamo, tanto che durante la pandemia i risparmi degli italiani sono aumentati come non mai: sembra paradossale ma, secondo i dati ABI (Associazione Bancaria Italiana), a novembre 2020 la liquidità sui conti correnti

ammontava a 1.715 miliardi di euro, registrando un aumento del 32,5% circa rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Un dato che stride con l'enorme debito pubblico del Paese, in drammatica crescita a causa dell'emergenza economica e sociale venutasi a creare con la pandemia.

Competenza e consapevolezza sono oggi fattori critici indispensabili per effettuare scelte economiche consapevoli con un'ottica di lungo periodo. **Lungimiranza e pianificazione** sono elementi essenziali per la sostenibilità economica individuale e sociale, senza i quali il Paese avrà difficoltà a prosperare e innovarsi, ancor più dopo le sconvolgenti vicende che abbiamo vissuto nell'ultimo anno e mezzo.

Proprio il tema del Risparmio, e soprattutto quello di una sua più efficiente allocazione, riporta al centro la **necessità di una corretta diffusione dell'educazione finanziaria**: il 2020 è stato un anno particolare sotto molteplici aspetti e ha confermato quanto gli italiani siano spesso poco consapevoli e razionali nella loro relazione con il denaro. Prova ne è l'ingente quota di risparmio liquido parcheggiato su conti correnti che non solo non pagano interessi ma che, al contrario, erodono (pur con l'inflazione a livelli minimi) il capitale accantonato.

I risparmiatori dotati di un'adeguata alfabetizzazione finanziaria, al contrario, registrano rendimenti annuali superiori di circa lo 0,5%, grazie alla capacità di scegliere in modo consapevole come investire il proprio denaro in prodotti finanziari adeguati rispetto al proprio profilo di rischio e alle proprie esigenze.

I concetti di base della finanza, quali il diverso grado di rischio tra un'azione e un'obbligazione, cosa sia l'inflazione o il tasso di interesse composto, sono ancora diffusamente assenti o poco chiari tra una grande fetta di adulti ma anche e soprattutto tra i **giovani**. E proprio i giovani rappresentano la fascia di popolazione più fragile e bisognosa di acquisire una cultura di cittadinanza economica. Si tratta, per loro, di una competenza davvero vitale se considera-

mo che, per effetto dell'evoluzione demografica e delle riforme pensionistiche in corso, dovranno iniziare ad accantonare una piccola quota delle proprie risorse il più presto possibile per godere dei benefici che un piano di previdenza integrativa può portare nel lungo periodo.

Abbiamo quindi visto che **l'educazione finanziaria porta con sé benessere e sostenibilità individuale e sociale; porta efficienza nella gestione delle risorse delle famiglie e del Paese; contribuisce a uno sviluppo sostenibile della nostra economia** e della società. Allora perché stenta ad entrare a far parte delle competenze di base di ogni cittadino?

C'è un grande rischio che si nasconde proprio nel fatto che nessuno, né a parole né nei fatti, può negarne l'utilità ed è quello di darla per scontata, affermarne la teorica indispensabilità e poi lasciare le cose come sono proprio perché siamo tutti d'accordo. E spesso le cose sulle quali non c'è dialettica o schieramento avanzano poco e male perché ciascuno pensa che siano gli altri a doversi muovere concretamente.

Non cominciamo certo da zero, perché sin dai primi anni 2000 le banche italiane - tra le più attive Banca Popolare dell'Emilia-Romagna prima e BPER Banca successivamente - hanno contribuito concretamente alla diffusione delle competenze economiche di base per i cittadini, impegnandosi nella sistematica programmazione di interventi di educazione finanziaria nella piena convinzione che ciò possa agevolare la crescita di tutto il Paese. Ma oggi è necessario un salto di qualità al quale **le banche italiane, in primis BPER Banca, stanno fortemente contribuendo per riuscire a diffondere l'educazione finanziaria in strati sempre più larghi dell'opinione pubblica**. Non a caso l'articolo 1 dello Statuto dell'Associazione Bancaria Italiana dichiara che l'Associazione "promuove la diffusione dell'educazione societaria, finanziaria e al risparmio" e la stessa ABI nel 2014, ha costituito la Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio (FEduF), statutariamente dedicata a questo scopo.

Lo sforzo maggiore è orientato verso le giovani generazioni che rappresentano il futuro sostenibile del Paese: le giuste premesse sono state poste, ma le radici devono essere stabili e per questo FEduF lavora insieme alle banche per rendere l'informazione finanziaria un elemento strutturale e sistematico nella cultura di cittadinanza degli studenti, a partire dai più giovani delle scuole primarie.

I numeri dicono che c'è ancora molto lavoro da fare: secondo l'ultima indagine OCSE Pisa del 2018, la percentuale di studenti italiani in grado di risolvere i compiti più complessi (top performer Livello 5) è meno della metà di quella registrata a livello medio OCSE (4,5% vs 10,5%), mentre circa uno studente su cinque non possiede le competenze minime necessarie per prendere decisioni finanziarie responsabili e ben informate. Abbiamo, inoltre, un dato sconcertante che ci distingue tra gli altri Paesi oggetto della rilevazione: una **rilevante differenza di genere che vede le ragazze in forte difficoltà** rispetto ai compagni maschi. Dalle ricerche che indagano questo fenomeno risulta chiaro come **questo gap nasca nell'ambito della famiglia e già nei primi anni di vita**, nei quali si forma una prima relazione con il denaro e con i valori ad esso associati, quali ad esempio, quelli del risparmio e del dono. Gli adulti, che, come abbiamo visto, sono poco educati ad una relazione consapevole con il denaro, non hanno strumenti per trasmettere un'educazione economica ai figli che crescono, così, tra stereotipi e differenze di genere come quelle che vedono assegnare la paghetta più ai maschi (che, tra l'altro, percepiscono mediamente somme più elevate) che alle femmine.

Per tutte le ragioni che abbiamo citato **l'educazione finanziaria dovrebbe diventare, un insegnamento di base nell'ambito dell'educazione civica**, materia che a tutti gli effetti è tornata ad avere uno spazio curricolare nelle scuole del primo e del secondo ciclo.

BPER Banca ha assunto questo impegno già da molti anni e lo percorre con coerenza e sistematicità promuovendo nelle scuole, ma anche presso le fa-

miglie, attività di educazione finanziaria proposte secondo le migliori regole della divulgazione. Materiali per gli insegnanti, incontri per i genitori, interventi in classe ed eventi digitali per i più giovani, realizzati sia direttamente che in collaborazione con FEduF e con tanti altri soggetti che possano portare questi temi sul territorio in modo efficiente e capillare.

La strada è proprio questa: fare tanto, fare insieme e fare con un’ottica di lungo periodo. Nessuno, da solo, potrà incidere sulla nascita di una nuova cultura economica di base degli italiani: serve un grande lavoro di squadra che, partendo dalla strategia nazionale e dalle linee guida emanate dal Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria, sparga nella popolazione, con lungimiranza e determinazione, piccoli semi di sapere e di visione e li faccia crescere.

E un po’ come il contadino, che cura le sue piantine con sapienza e costanza, anche noi **ce la faremo a far germogliare una nuova generazione di italiani con un DNA impostato sui valori della sostenibilità, dell’equità, del rispetto e dell’inclusione.** Sono valori importanti e grandi ma, se guardiamo bene, in tutti loro possiamo trovare un aspetto economico. E proprio quell’aspetto noi vogliamo far crescere sempre di più anche attraverso l’educazione finanziaria, senza mai dimenticare le parole democrazia e legalità.

Oggi per domani. Breve storia del risparmio

Chiara Pulini *Archivista e curatrice Archivio Storico di BPER Banca*

Il risparmio e i suoi significati

La prima spiegazione della voce del verbo “risparmiare” nel vocabolario Treccani è: v. tr. [dal germ. *sparanjan, da cui anche sparagnare] (io risparmiò, ecc.), astenersi dall’usare, dal consumare una cosa, o limitarne l’uso e il consumo allo stretto indispensabile, per lo più in vista di future necessità.

La definizione ci suggerisce alcune riflessioni: si tratta di un’azione generale, valida in diverse situazioni, che richiede un impegno e uno sforzo di volontà e che proietta nel futuro le conseguenze di questo comportamento.

Il vasto raggio di azione della voce verbale “risparmiare” e del relativo sostantivo ci offrono lo spunto per considerare il concetto del risparmio in senso molto ampio e di caricarlo di valori significativi per il singolo individuo e per la comunità. Le valenze etiche del risparmio, quale strumento di crescita individuale e collettiva, rinviano nel tempo i risultati dei nostri comportamenti attuali. In ambito finanziario, sociale e ambientale l’etica del risparmio si sviluppa e si intreccia in percorsi virtuosi di controllo e contenimento degli sprechi.

Il principio di sviluppo sostenibile previsto dall’Agenda 2030 dell’ONU sottolinea la stretta correlazione fra sostenibilità ambientale, sostenibilità sociale e sostenibilità economica e finanziaria.

L’attuazione dei 17 obiettivi dell’Agenda 2030 sarà possibile solo se si raggiungerà un cambiamento culturale e politico attraverso un’azione di sensibilizzazione dei cittadini, delle imprese, delle associazioni e delle istituzioni sui temi della sostenibilità in tutte le sue declinazioni.

Parlare di sostenibilità finanziaria significa ristabilire un sano rapporto fra etica e finanza. La finanza deve riconsiderare la gestione del risparmio, escludendo scelte solo speculative e di breve termine e incorporando i criteri ambientali, sociali e di buona governance nella tradizionale analisi economico-finanziaria.

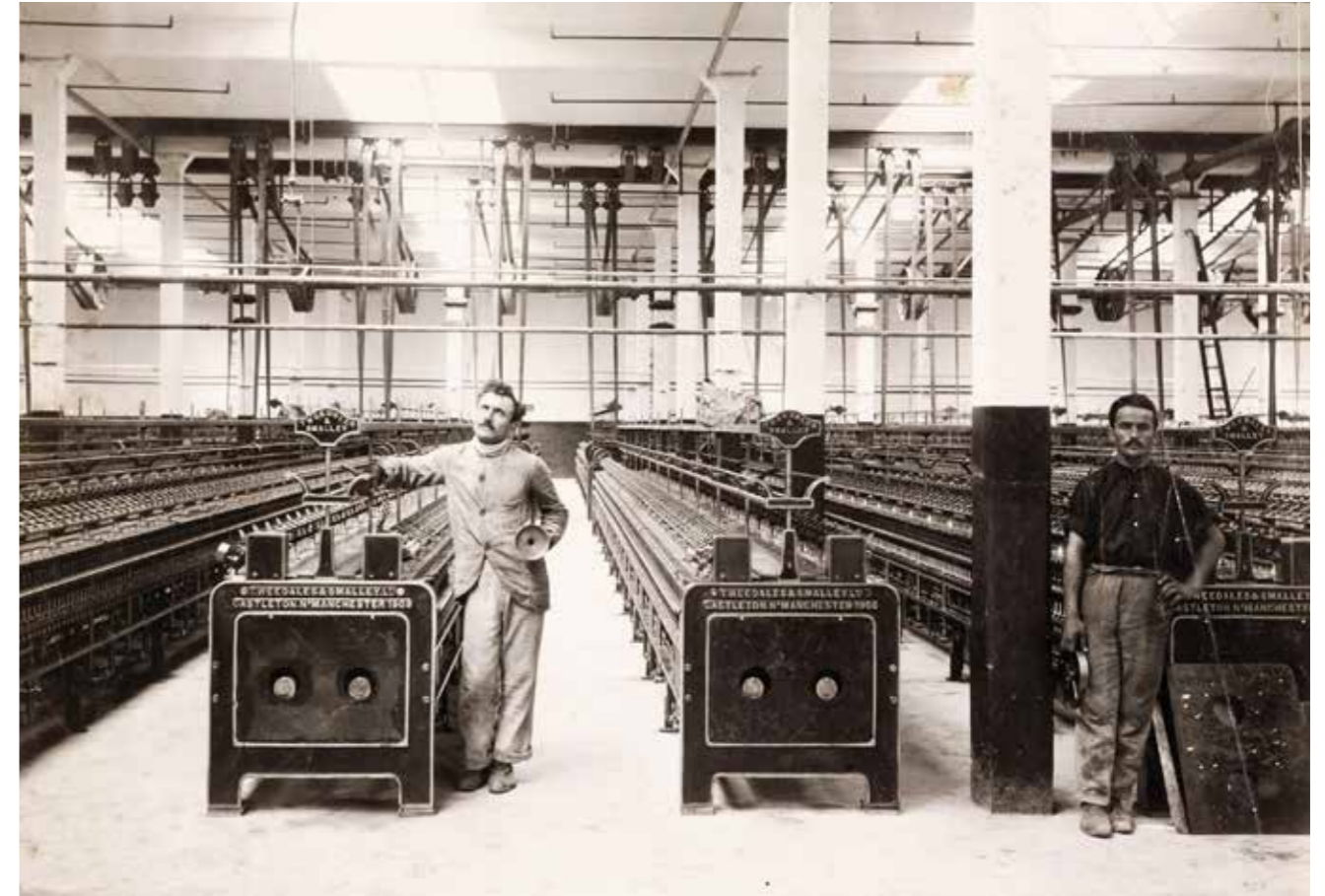
L'uomo e il risparmio

La propensione al risparmio è insita nella natura stessa dell'uomo e, se per l'uomo primitivo si esprimeva in un "risparmio per necessità", principalmente destinato a beni che garantivano la stessa esistenza umana, dal tardo Medioevo, ma soprattutto in età moderna, il risparmio comincia a rappresentare un'opportunità. Per esempio, la dote per la figlia rappresenta una arcaica forma di risparmio di tipo previdenziale: per una donna mettere da parte per il futuro beni e denaro liquido costituisce l'unica garanzia per una vita al riparo da povertà e disonore. Con le rivoluzioni industriali aumenta il bisogno di ricorrere a finanziamenti per investire in beni strumentali, necessari al buon funzionamento dell'azienda (1). Le banche assumono un ruolo fondamentale di intermediazione tra risparmiatori e investitori e, per la prima volta, nuove categorie di clienti si affacciano sulla scena del mercato economico, grazie alle aumentate possibilità di lavoro offerte da piccole e grandi attività industriali e artigianali.

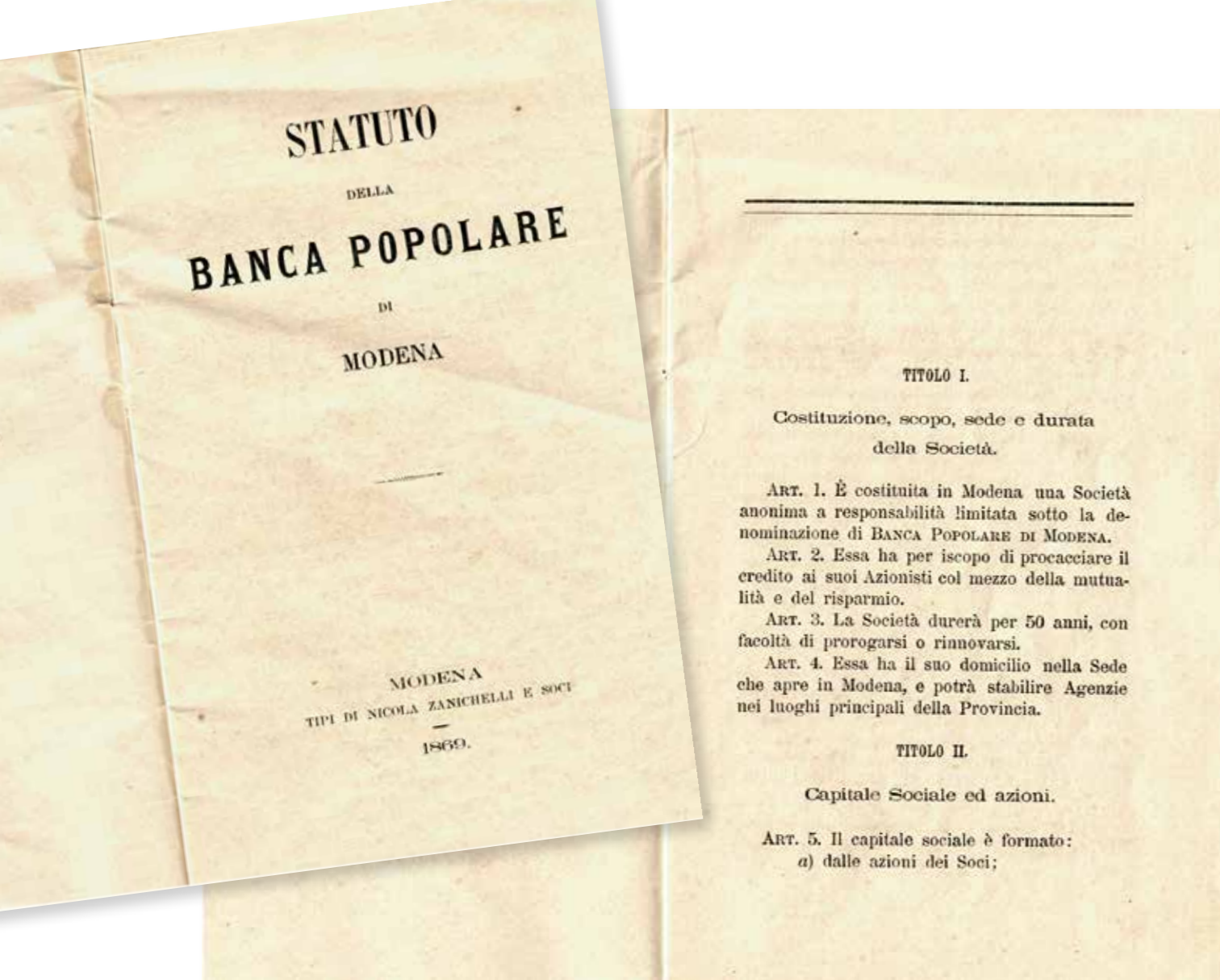
I moderni metodi di gestione delle imprese hanno portato con sé la possibilità di investire con sicurezza dei capitali, dando dei redditi a persone che non avrebbero alcuna seria possibilità di impegnarsi in una qualsiasi impresa, nemmeno nell'agricoltura dove la terra funge già, in certe condizioni, da cassa di risparmio fidata. Queste nuove possibilità hanno indotto taluni a risparmiare qualche cosa per la vecchiaia e provvedere un reddito sicuro alla moglie e ai figli dopo la sua morte. (Alfred Marshall, 1842-1924)

La Banca Popolare di Modena

La Banca Popolare di Modena, fondata nel 1867, pochi anni dopo l'Unità d'Italia, si inserisce nello spirito che, nella seconda metà dell'Ottocento, anima in Europa e in Italia i sostenitori della fondazione delle banche popolari per assicurare e promuovere il risparmio e sostenere la diffusione del credito popolare.



(1) [Cotonificio nel posto dello stabilimento F.I.A.T.], [1909-1914], Modena Biblioteca Civica d'arte e architettura Luigi Poletti, Modena, *Fondi speciali Tonini*, Scatola D1, b.67



(2) *Statuto della Banca Popolare di Modena*, Modena, Tipi di Nicola Zanichelli e soci, 1869. La Casa editrice Zanichelli, fondata a Modena da Nicola Zanichelli nel 1859 e trasferita a Bologna nel 1866, mantiene uno stretto legame con la città di origine e nel 1871 diventa azionista della Banca Popolare, sottoscrivendo 8 quote di azioni di seconda categoria da L. 50 l'una. ASBPER, *Atto costitutivo e statuti*, 1869, n. 3

Il primo Statuto della Banca Popolare di Modena, al Titolo I, articolo 2 afferma che la Banca «... ha per iscopo di procacciare il credito ai suoi Azionisti, col metodo della mutualità e del risparmio» (2).

In Italia, sono gli economisti Vincenzo Boldrini e Luigi Luzzatti a caldeggiare la costituzione di banche popolari per agevolare i piccoli operatori economici. La banca quindi, in questa accezione, stimola il risparmio “previdente” dei lavoratori e ha l’obiettivo di sostenere, con i capitali necessari, lo spirito imprenditoriale. I soci della banca hanno tutti accesso al credito, indipendentemente dalla posizione sociale, e l’unica garanzia è la capacità di risparmio del debitore (3 e 4).

La fiducia è il valore su cui si fonda lo stesso concetto di banca popolare.

Fiducia verso una banca che, grazie alla sua solidità, ha mantenuto gli impegni presi verso i soci fondatori e ha dimostrato che le sue azioni costituiscono una sicura opzione di risparmio anche per i piccoli investitori.

La stessa presenza delle donne azioniste, fin dai tempi della fondazione della Banca, è una conferma della stima e delle aspettative riposte nella Banca Popolare di Modena.



(3) Due esempi di cedole azionarie di seconda categoria da L. 50 l’una, una del 15 settembre 1870 e una del 29 ottobre 1909. ASBPER, *Cedole e certificati azionari. Campionatura*, 1870, 1909

*Elenco
dei Soci iscritti per la formazione
della Banca Popolare*

Numero Sezione	Cognome e Nome	Numero delle Azioni della Categoria		Osservazioni
		Prima	Seconda	
1	1. Ferrari Aug. ^o Enrico		1	1
1	2. Lodi Costantino		1	1
	3. Bertoldi Felice	20		
	4. Lodi Aug. ^o Amilcare	2		
1	5. Cavazzoni Don Angelo	1		1
	6. Pera Gastano		2	
	7. Paslucci March. Francesco	10	10	
	8. Malatesta Avv. ^o Battista	10		
1	9. Fusini Giuseppe		1	1
	10. Sacerdoti Cav. ^o Dott. Giacomo	5		
	11. Bedogni Alfredo		1	
	12. Sacerdoti A. Emanuel	5		
	13. Malagoli Tomaso		10	1
1	14. Tonelli Fedele		2	1
	15. Paggi Camillo	3		
	16. Grimaldi Giovanni		10	
	17. Capri Antonio		10	
1	18. Paltrinieri Cesare		1	
	19. Guastalla Cav. ^o Israele	10		
	20. Sacerdoti Emilia	3		1
	<i>Assuntori B.</i>	67	49	

(4) *Elenco dei soci iscritti per la formazione della Banca Popolare, 1867. L'elenco riporta i nominativi dei primi soci della Banca Popolare di Modena con il numero delle azioni acquistate, distinte fra azioni di prima categoria, riservate ai soci sostenitori, e azioni di seconda categoria «...riservate alla classe lavoratrice in pro della quale è fondata l'istituzione...».*
ASBPER, Fondo Antico, Filza 1. Emissione azioni, 1867, b. 1

I modenesi affidano i loro risparmi alla banca in un periodo in cui non esistono molte forme di tutela: il deposito bancario è uno strumento finanziario utile per custodire il denaro e solo in un secondo momento si intuisce la sua utilità anche per l'istituto bancario depositario.

I depositi bancari rappresentano lo strumento tradizionale di raccolta del risparmio e si caratterizzano per il fatto di essere documentati e garantiti da libretti rilasciati dalla banca al titolare del deposito all'atto del primo versamento.

Si distinguono diverse tipologie di depositi bancari.

I depositi vincolati o a termine offrono al depositante un interesse più elevato di quello corrisposto sui depositi a risparmio ordinario, ma presentano dei vincoli di tempo per il rimborso.

I depositi di conto corrente consentono al depositante di disporre delle somme versate non solo in contanti, ma anche attraverso l'emissione di assegni bancari (5 e 6).

Il ricco patrimonio documentario dell'Archivio Storico di BPER Banca costituisce oggi una testimonianza del "lavoro" svolto dalla Banca per più di un secolo e mezzo, e ci racconta l'evoluzione dei prodotti e degli strumenti finanziari adottati nel tempo (7).

La consistente presenza, almeno fino agli anni Settanta del secolo scorso, di serie documentarie come quelle dei giornali e dei partitari dei depositi, articolati in diverse tipologie di offerta, dai depositi a risparmio vincolati, ai depositi speciali, ai depositi a piccolo risparmio, ci mostra una società di risparmiatori attenti soprattutto alla sicurezza dei capitali che affidano alla Banca (8, 9 e 10).



(5) Libretti di conto corrente.
ASBPER, *Libretti di deposito e di conto corrente*,
1879-1889, fasc. 1



(6) Libretto di deposito a risparmio vincolato.
ASBPER, *Libretti di deposito e di conto corrente*,
12 gennaio 1932, fasc. 1

(7) Antico contenitore d'archivio
ASBPER, *Libretti estinti 1898*



Il risparmio durante il Ventennio

L'economia italiana postunitaria, e in particolare l'economia familiare, denotano una elevata propensione al risparmio, al di là delle inevitabili oscillazioni finanziarie che ciclicamente investono il Paese.

Le banche raccolgono il denaro dei risparmiatori, ma il pensiero di promuovere e incentivare ulteriormente un'etica previdenziale non è ancora maturato, anche per la naturale propensione al risparmio degli italiani.

Con l'affermazione del fascismo la tutela del risparmio assume un nuovo e importante rilievo e diventa un pilastro della nuova politica economica governativa. La legge bancaria del 1926 (RDL n. 812 del 6 maggio 1926) comprende alcuni importanti provvedimenti per la tutela del risparmio che si esprimono, in particolare, attraverso il conferimento alla Banca d'Italia dell'esercizio di controllo e vigilanza degli istituti di credito nazionali.

La successiva legge bancaria del 1936 (RDL n. 375 del 12 marzo 1936) rafforza i poteri di controllo della Banca d'Italia sul sistema bancario italiano e istituisce l'Ispettorato per la difesa del risparmio e l'esercizio del credito.

Perché durante il Ventennio il risparmio diventa un pilastro della politica economica? La spiegazione è semplice: serve a sostenere i piani autarchici della politica economica del fascismo.

Già nel 1924, infatti, era stata istituita la Giornata Mondiale del Risparmio. Nella sede della Cassa di Risparmio delle Province Lombarde si era tenuto il primo Congresso Internazionale del Risparmio con lo scopo di studiare i mezzi e le modalità di raccolta dagli istituti di credito dei 26 paesi partecipanti, di promuovere il risparmio come disciplina fondamentale per la comunità, per un uso migliore, individuale e sociale della ricchezza, da apprendere fin dai livelli scolastici primari.

Il 31 ottobre, giornata di chiusura del Congresso, è diventata la Giornata Mondiale del Risparmio e, nei primi anni, tutti gli istituti di credito italiani rimanevano aperti per dare la possibilità alle persone di depositare i propri risparmi.

In Italia la ricorrenza della Giornata del Risparmio assume fin da subito una dimensione rilevante per il ruolo strategico giocato dalle banche a sostegno dell'economia del territorio.

Anche la Banca Popolare di Modena partecipa agli eventi promossi dall'Associazione Tecnica Bancaria, su indicazione dell'Associazione di Propaganda per il Risparmio e la Previdenza, con iniziative di comunicazione più moderne e persuasive: manifesti colorati e fortemente espressivi, in cui le raffigurazioni e i colori si impongono secondo uno stile stentoreo e dinamico che risente in maniera evidente dell'influsso dell'arte futurista (11).



(11) Manifesto per la Giornata Mondiale del Risparmio del 31 ottobre 1941, rilasciato dalla Federazione nazionale fascista delle banche popolari. ASBPER, *Economato, Pubblicità*, 1941, b.1

Ai manifesti si aggiungono articoli di cancelleria da regalare alle scuole come, per esempio, le carte assorbenti su cui campeggiano le stampe di disegni e aforismi che inneggiano al risparmio (12).

In questo contesto di forte tutela del risparmio la Banca Popolare di Modena inizia a produrre, come altre banche, i salvadanaï metallici numerati destinati agli alunni delle scuole elementari, collegando il salvadanaï a un libretto di risparmio in cui versare il denaro messo da parte. La chiave del salvadanaï è conservata in banca per evitare ogni tentazione di prelievo "non autorizzato" (13, 14, 15 e 16). A quasi un secolo dalla sua istituzione la Giornata del risparmio continua ad essere celebrata il 31 ottobre di ogni anno e dal 2006, per la ricorrenza, viene scelto un tema specifico da approfondire e sviluppare, legato alle dinamiche del risparmio e alle sue implicazioni sociali, economiche e ambientali.

Dal 2018 la Giornata si pone a conclusione del Mese dell'educazione finanziaria, istituito dal "Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria", in attuazione del Decreto Legge n. 237/2016, convertito in Legge n. 15/2017, recante "Disposizioni urgenti per la tutela del risparmio nel settore creditizio".

continua a pagina 41

(12) Carte assorbenti distribuite alle scuole per esortare al risparmio e all'utilizzo delle cassetine salvadanaï distribuite dalla Banca Popolare di Modena.
ASBPER, *Economato, Carteggio, forniture, lavori di manutenzione, spese di rappresentanza*, 1940, b.1





(13) Nel 1939 la Banca Popolare di Modena ordina alla Società Italiana Brevetti Industriali le prime cassetine salvadanaio numerate dalla n. 1 alla n. 750. ASBPER, *Economato, Spese d'amministrazione*, 1939, b.9



(14) Salvadanaio della Banca Popolare di Modena n. 4087 e 7208, proprietà privata

Milano 11/9/39 XVII
SPETT. BANCA POPOLARE DI MODENA - MODENA -

In riscontro al vsa/memorandum dell'8 corr. Vi comunico che il prezzo espostoVi per l'imbello è quello accettato da tutte le ns/Clients come fisco per ogni 100 Cassette Salvadanaio.
Ad ogni modo lasciamo a Voi una equa riduzione sulla cifra fatturatavi ed in attesa della vostra risposta, passiamo ben distintamente salutarVi.

S. I. B. I.
SOCIETÀ ITALIANA BREVETTI INDUSTRIALI

(15) Catalogo della SIBI, Società Italiana Brevetti Industriali, contenente le istruzioni per l'uso delle cassetine salvadanai. ASCRV, Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio, 1931, b.1



(16) La Banca Popolare di Modena consegna i salvadanai alle scuole di Correggio (RE), anni Settanta. ASBPER, Fotografie

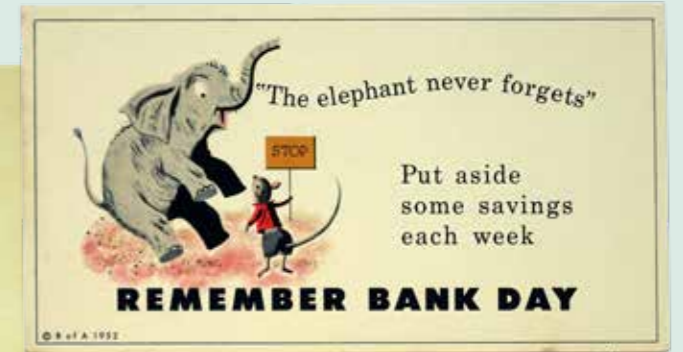
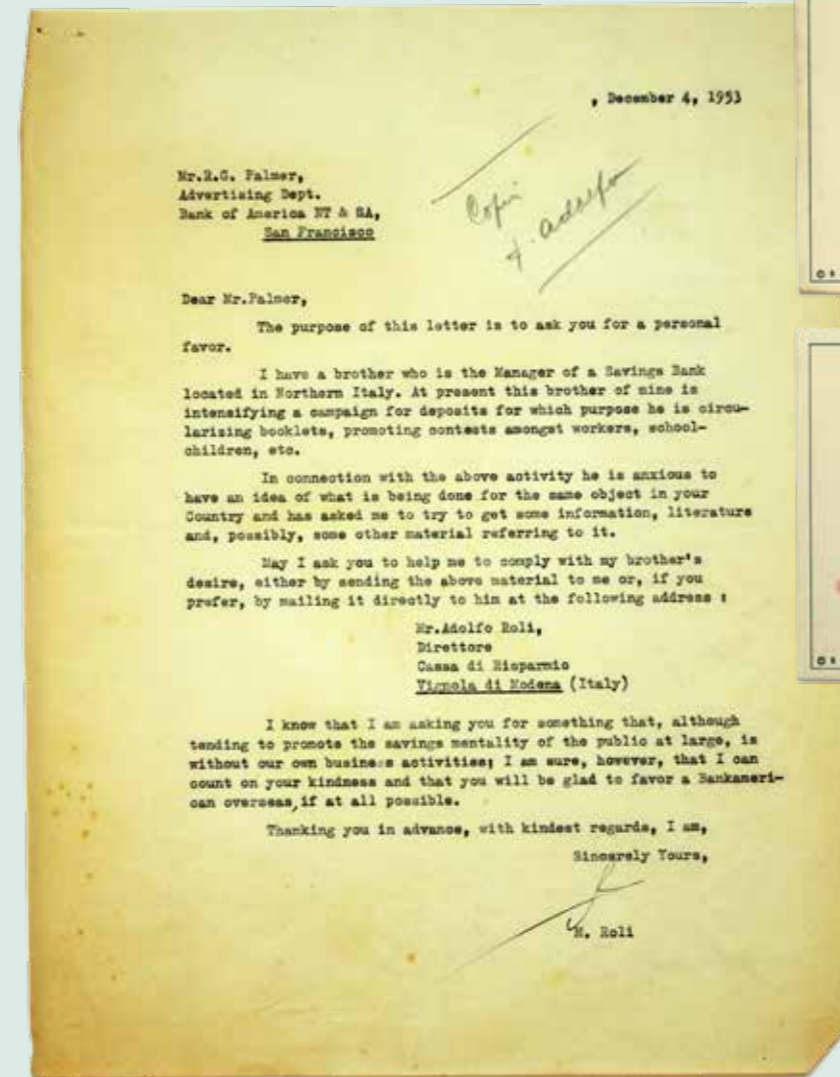
Un caso di studio: la Cassa di Risparmio di Vignola

Angelica Barberini e Margherita Beggi Archiviste e collaboratrici Archivio Storico di BPER Banca

“RISPARMIATE! RISPARMIATE! RISPARMIATE!” è l’invito che risuona con regolarità nei discorsi dei presidenti delle Casse di Risparmio, dal 1925 in poi, e nei festeggiamenti per la Giornata del Risparmio che, più che una ricorrenza ed una festa, è diventata, nel tempo, un vero e proprio rito che non ha mai cessato di esistere nella sua dimensione locale, nazionale ed internazionale.



Logo internazionale della Giornata del Risparmio, retro di copertina dell'anno spagnolo "DIA DEL AHORRO". ASCRV, Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio, 1928, b.1



Corrispondenza intercorsa tra la CRV e la Bank of America, 4 dicembre 1953. Il carattere internazionale della Giornata del Risparmio si arricchisce dello scambio di esperienze tra stati ed istituti bancari di tutto il mondo. ASCRV, Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio, 1953, b.9

“Remember bank day” - materiale di propaganda della Bank of America inviato alla CRV come modello di pubblicità, da utilizzare prevalentemente nelle scuole. ASCRV, Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio, 1953, b.9

I documenti dell'archivio storico della Cassa di Risparmio di Vignola, il cui patrimonio documentario è diventato parte integrante del grande Archivio Storico di BPER Banca, dopo l'incorporazione avvenuta nel 2010, sono preziosi testimoni delle risorse spese a favore del risparmio e delle energie profuse per realizzare iniziative dedicate all'educazione finanziaria, rivolte prevalentemente alle scuole e alle famiglie.

“Giornata mondiale del Risparmio, 31 ottobre 1933-XII. Chi risparmia è buon seminatore”. Manifesto di grandi dimensioni in cui compare, per la prima volta, il salvadanaio di coccio, oggetto pensato per i bambini e destinato poi ad entrare nell'immaginario collettivo come simbolo universale del risparmio. ASCRV, *Propaganda e pubblicità/ Giornata del Risparmio*, 1931, b.24

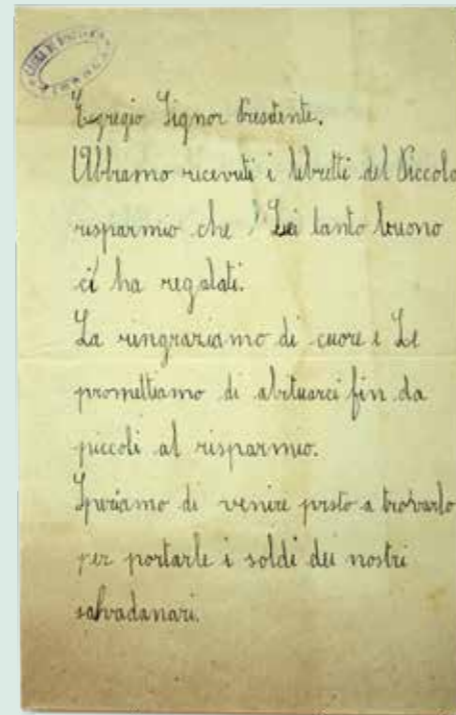
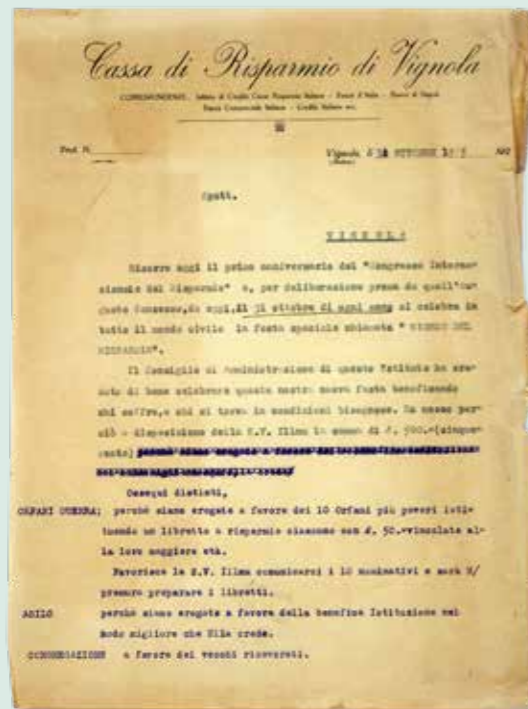


“Col risparmio si avverano i sogni della fanciullezza”, slogan su un quaderno scolastico donato dalla CRV alle scuole del circondario di Vignola: il materiale scolastico era distribuito annualmente come efficace mezzo di propaganda per la Giornata del Risparmio. ASCRV, *Propaganda e pubblicità/ Giornata del Risparmio*, 17 ottobre 1938, b.6



Pubblicità e propaganda destinate alle famiglie, nella convinzione che il risparmio avesse una funzione sociale e un carattere morale, foriero di benessere non solo personale ma anche collettivo. ASCRV, *Propaganda e pubblicità/ Giornata del Risparmio*, 1931, b.24

La prima attività risale al 31 ottobre 1925 quando il Consiglio di amministrazione della Cassa di Risparmio eroga la somma di 50 lire, suddividendole in 10 libretti a favore degli orfani di guerra più poveri, all'asilo vignolese e al ricovero per anziani; emerge in modo evidente il contesto in cui nascono tali scelte, cioè a pochi anni dalla fine della Prima Guerra Mondiale e dell'epidemia di influenza spagnola, eventi che avevano lasciato un'ampia parte della società italiana, e non solo, in gravi condizioni economiche.



Prima iniziativa assoluta della Giornata mondiale del Risparmio del 31 ottobre 1925. La CRV eroga dei libretti di risparmio da 50 £ per gli orfani di guerra, per l'asilo e per la congregazione a favore dei vecchi ricoverati. ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, 1925, b.1

Lettera di ringraziamento scritta dagli alunni della scuola elementare di Ospitaletto (Vignola, Mo) ed indirizzata al direttore della CRV, in segno di ringraziamento per i libretti di risparmio ricevuti in premio, con la promessa di "...abituarci fin da piccoli al risparmio". ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, 8 novembre 1926, b.1



Disegno scolastico realizzato in occasione della Giornata del Risparmio. ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, anni '30-'40, b.5

Da questo momento in poi diventa instancabile l'attività per richiamare l'attenzione del grande pubblico sulla necessità di economizzare e risparmiare a favore del proprio futuro, delle proprie famiglie e di tutta la società in un'ampia ottica educativa, tanto che, per solennizzare la Giornata del Risparmio e attribuirle un alto valore simbolico, diventa ricorrente l'usanza di esporre la bandiera nazionale nelle sedi delle banche e delle loro filiali.



Circolare della Prefettura di Modena con cui si autorizza l'esposizione della bandiera nazionale durante le celebrazioni organizzate per la Giornata del Risparmio, 14 ottobre 1932. Il risparmio e la patria sono due tra i messaggi più ricorrenti ed utilizzati dalla propaganda del tempo.
ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, 1932, b.2

Una banda tricolore incornicia un messaggio tutto incentrato su concetti chiave quali beneficenza, risparmio ed economia, principi fondanti dell'attività della Cassa di Risparmio di Vignola.
ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, 1939, b.6



“Ricordate il 31 ottobre Festa mondiale del Risparmio. Richiedete a tempo prezzi e campioni del salvadanaio”, è il messaggio del volantino dove compare un'altra tipologia, rettangolare e metallica, di salvadanaio in sostituzione di quella a forma di maialino.
ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, 1934, b.3

L'impegno alla propaganda al risparmio passa anche attraverso la stampa di giornalini dedicati; è il caso de "La via migliore", un periodico per la propaganda scolastica e familiare pubblicato sotto gli auspici della Federazione delle Casse di Risparmio dell'Emilia. ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, 1950, b.8



Disegno scolastico realizzato in occasione della Giornata del Risparmio. ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, anni '30-'40, b.5

Sono principalmente due le direzioni verso cui, con regolarità, nel tempo, si incanalano le forze delle Casse di Risparmio, non solo a Vignola, ma in tutta Italia: la pubblicità a mezzo stampa, radio e cinema e il mondo della scuola.

Le prime indicazioni in merito all'esigenza di investire nella pubblicità e nella propaganda sono in linea con il periodo storico e con l'esigenza di sviluppare la mentalità all'economia e al risparmio: un'idea rivolta alle classi ricche e a quelle povere, nella convinzione che il risparmio abbia una funzione educativa sociale e un carattere morale, portatore di benessere non solo personale ma soprattutto collettivo.



Prime forme di educazione finanziaria passano attraverso compitini e disegni scolastici: lavoro, guadagno e risparmio diventano parole e concetti concatenati che entrano piano piano a far parte del bagaglio culturale e mentale dei bambini. ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, 1934, b.3



Manifesto pubblicitario con un immediato richiamo all'antico sistema di "tenere i soldi sotto al materasso"; la CRV si impegna in un'imponente campagna pubblicitaria per diffondere l'uso dei libretti di risparmio, presentati come mezzo sicuro di deposito con la garanzia di interessi e di assicurazione per i propri figli. ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, 1933, b.24

La bilancia, da sempre simbolo di equilibrio, uguaglianza e parità, pende dalla parte del risparmio accompagnando il concetto che, per il benessere familiare e sociale, le uscite non devono mai superare le entrate. Si tratta dell'immagine di un registro delle spese, proposto per una migliore gestione dell'economia domestica. ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, 1952, b.9



Nel 1934 la Federazione delle Casse di Risparmio dell'Emilia interviene con alcune proposte tra cui l'idea più originale e di successo è quella del salvadanaio che, ancora oggi, rappresenta per tanti l'immagine del risparmio. È stata proposta l'adozione di un salvadanaio di ceramica faentina... l'oggetto è così grazioso che è un peccato romperlo. Ma se fa da soprammobile esso richiama ogni giorno l'idea del risparmio e il ricordo dell'Istituto che lo distribuisce alla mente di chi lo possiede ...

Il salvadanaio, di ceramica faentina prima, di cocchio poi, diventa uno degli emblemi più frequenti nella propaganda al risparmio, immagine spesso legata a quella di bambini virtuosi pronti a "mettere da parte" qualche soldino per il proprio futuro. ASCRV, Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio, 1934, b.3



Quaderni e compiti delle scuole elementari di Vignola e di Spilamberto in cui ricorre l'abbinamento bambino-salvadanaio. ASCRV, Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio, 1939, b.6

Importanti sono anche la donazione gratuita di biblioteche scolastiche e la donazione di radio rurali per scuole elementari, colonie di orfani, scuole serali o dopo-lavori. Per il mondo della scuola, sembra particolarmente efficace la realizzazione di un giornalino: a partire dal 31 ottobre 1932 si stampa, in 50.000 copie, "Il piccolo risparmiatore", a cadenza mensile, da distribuire gratuitamente agli alunni delle scuole elementari emiliane *col proposito di coltivare tra i fanciulli sempre più intensamente la virtù del risparmio.*

"Il piccolo risparmiatore" è una pubblicazione mensile per ragazzi edita sotto gli auspici della Federazione delle Casse di Risparmio dell'Emilia a partire dal 1932. Racconti, vignette e disegni, semplici spiegazioni e racconti edificanti riempiono le sei facciate del giornalino che entra a pieno titolo sulla scia dei giornalini per bambini e ragazzi, che dall'inizio del Novecento avevano intento formativo e educativo. Il successo de "Il Piccolo risparmiatore" fu tale che, anche durante le difficili fasi della Seconda Guerra Mondiale, a fronte della diminuzione della disponibilità di carta e di inchiostro e alla conversione di tante industrie, continuò ad essere stampato, seppur in un minore numero di copie. ASCRV, Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio, 1932, b.2

Altra intuizione fortunata, che incontra il favore delle scuole e delle associazioni giovanili, è la stesura degli inni del risparmio: la composizione musicale che li accompagna, la copertina colorata e ricca di illustrazioni, il testo in strofe, con rime semplici ed immediate da memorizzare, ne fanno un importante strumento per diffondere il messaggio del risparmio, con i toni e le sensibilità che mutano negli anni.



Inno al risparmio, 1925. Si tratta di brevi composizioni poetiche e musicali, composte ogni anno per essere memorizzate, recitate e suonate in occasione della giornata del risparmio. ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, 1928, b.3

Copertina di un Inno alla Previdenza, considerata la regina delle stelle. ASCRV, *Propaganda e pubblicità/Giornata del Risparmio*, s.d., b.24

segue da pagina 27

Il risparmio nel Dopoguerra

Col Dopoguerra la centralità del risparmio, nell'ambito dello sviluppo economico-sociale italiano, è sancita dalla Carta costituzionale del 1948, il cui articolo 47 dichiara:

La Repubblica incoraggia e tutela il risparmio in tutte le sue forme; disciplina, coordina e controlla l'esercizio del credito. Favorisce l'accesso del risparmio popolare alla proprietà dell'abitazione, alla proprietà diretta coltivatrice e al diretto e indiretto investimento azionario nei grandi complessi produttivi del Paese.

Negli anni della ricostruzione la Banca Popolare di Modena si impegna attivamente per una riorganizzazione dei servizi offerti alla clientela, con l'obiettivo di ampliare i volumi dei depositi e degli impieghi, con i criteri di prudenza e rigore nella selezione dei rischi che fin dalle origini contraddistinguono le scelte della Banca.

Le "Relazioni del Consiglio di amministrazione" per l'approvazione dei bilanci di esercizio degli anni Cinquanta registrano una situazione di stabile e progressivo incremento dell'attività creditizia grazie alla ripresa economica della provincia modenese nei settori agricoli, industriali e commerciali e, in particolare, «[...] evidenziano una larga disponibilità di capitali liquidi che comporta l'accrescimento dei depositi bancari, con larga preferenza dei depositi vincolati che offrono un rendimento notevolmente superiore a quelli ordinari, riaffermando così la attuale natura di non temporaneo investimento dei depositi bancari [...]».

Colpisce, invece, dal Dopoguerra, la limitata comunicazione sui temi del risparmio, in particolare nei confronti delle scuole.

Il contrasto con le campagne martellanti attivate in epoca fascista è evidente, ma ciò non significa che la promozione del risparmio si sia fermata.

(17) Pubblicazioni distribuite alle scuole in occasione della Giornata del Risparmio. In seconda di copertina è sempre presente un breve testo che ricorda e sottolinea l'importanza del risparmio e l'opportunità di possedere un libretto di risparmio della Banca Popolare di Modena. ASBPER, Biblioteca

Semplicemente ora il risparmio è inteso come un'abitudine consolidata a cui la Banca e la clientela possono fare riferimento senza l'esigenza di lanciare campagne pubblicitarie apposite, complice la favorevole contingenza del "miracolo economico italiano" che, dopo i difficili anni della Grande Guerra, contribuisce a un ritorno alla formazione del risparmio anche da parte dei ceti meno abbienti. La Giornata del risparmio continua ad essere celebrata ogni 31 ottobre nelle scuole e la Banca distribuisce omaggi educativi, come i salvadanai o collane di pubblicazioni come quella sulla natura edita dalla casa editrice Martello di Milano dal 1958 al 1976, la pubblicazione sulla pittura pompeiana del 1978 e la collana sulla pittura e la scultura italiane a cura di Enzo Carli, pubblicata dal 1979 al 1989 (17). L'assenza di testimonianze dirette, sulle misure adottate dalla Banca per la promozione del risparmio nel lungo periodo che va dagli anni Cinquanta alla fine



degli anni Settanta, non rappresenta quindi l'abbandono di un valore che accompagna da sempre la Banca Popolare. È invece il segnale che il risparmio è un'abitudine e che il rapporto di fiducia costruito nel tempo con la clientela fa intendere l'investimento nella Popolare il modo più sicuro e redditizio di impiegare i propri risparmi (18).

La Banca Popolare di Modena in questi anni è quindi una banca stabile grazie alla reputazione di cui gode, ma avverte l'urgenza di rafforzare la propria posizione in un territorio dove la concorrenza di altre banche si fa sempre più agguerrita.

È indispensabile rivedere la struttura organizzativa aziendale per renderla più moderna e al passo coi tempi, così come è necessaria una maggiore dinamicità per ampliare la rete delle filiali sul territorio e per diversificare l'offerta del credito a fronte delle trasformazioni del tessuto produttivo dell'economia modenese.

Verso la fine degli anni Sessanta la forte esigenza di crescita dimensionale



(18) Porta blindata posta all'ingresso del caveau della sede di BPER Banca in via San Carlo 8 a Modena.

spinge la Banca Popolare di Modena a uscire dalla ristretta cerchia dei confini provinciali e, a partire dagli anni Settanta, a cercare di ingrandirsi anche tramite l'acquisizione di banche minori (19).



(19) ASBPER, Pubblicità, Raccolta di manifesti e locandine, inizi anni Ottanta.

Dal risparmio all'investimento

Il generale miglioramento economico delle famiglie italiane nel Secondo Dopoguerra comporta una maggiore capacità di risparmio e la necessità di diversificare gli investimenti. Il risparmiatore non si accontenta più del libretto di risparmio, ma vuole investire in attività finanziarie più strutturate.

Negli anni Ottanta nascono i fondi comuni d'investimento e le forme di risparmio assistito e le banche offrono ai risparmiatori una gamma sempre più vasta di prodotti finanziari.

Con la maggiore offerta e complessità dei servizi bancari diventa fondamentale avvicinare la Banca ai clienti per far conoscere i nuovi strumenti finanziari (20, 21 e 22).



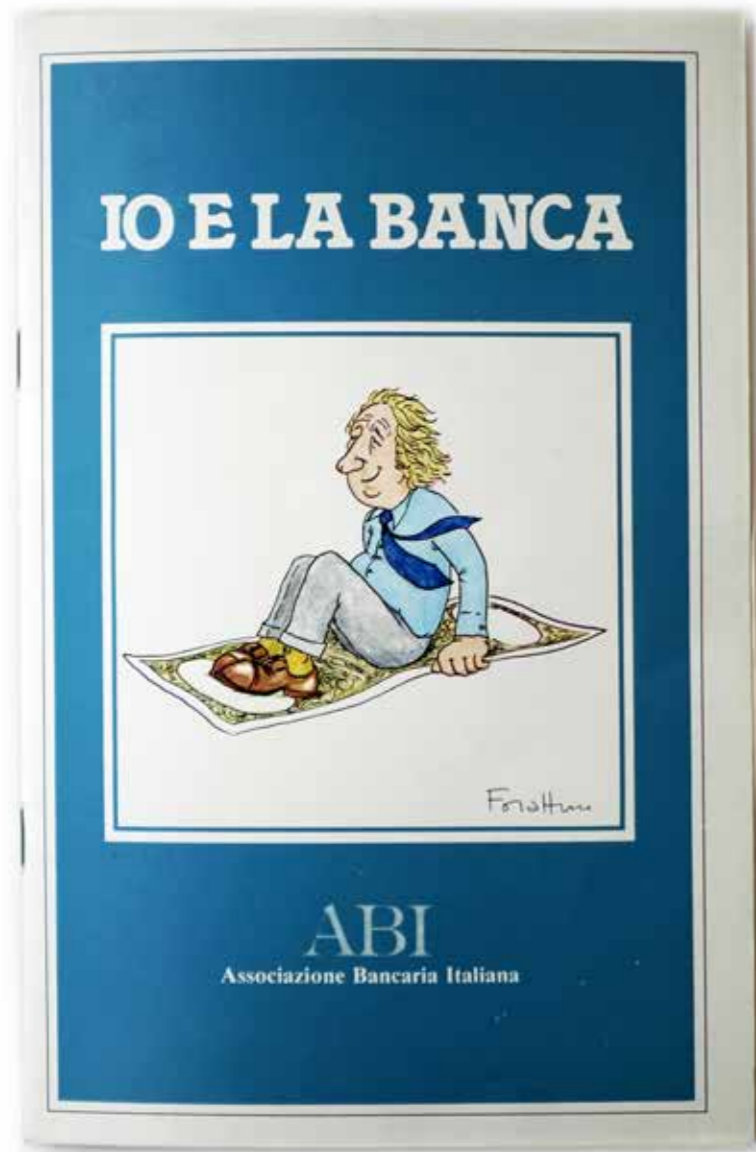
(20) ARCA. Fondi comuni di investimento. Come si legge sui pieghevoli pubblicitari: «L'idea vincente dei fondi comuni è molto semplice: riunire tanti piccoli risparmi dei partecipanti e affidarli a una solida società che li amministra con capacità e prudenza, avvalendosi di una grande équipe di esperti». ASBPER, Pubblicità, Raccolta di manifesti e locandine, [1989]



(21) L'offerta di prodotti e servizi è diversificata in base ai differenti target della clientela. ASBPER, Pubblicità, Raccolta di manifesti e locandine, metà anni Novanta



(22) Campagna pubblicitaria "Risparmio famiglia" La Banca si rivolge alla famiglia per promuovere un pacchetto di servizi finanziari creati per rispondere alle esigenze di sviluppo e di crescita di tutti i componenti del nucleo familiare. ASBPER, Marketing, Relazioni esterne, Pubblicità, Comunicazione di prodotto, 1986-1990, b.9



Si sente, in generale, per la prima volta, il bisogno di sensibilizzare e educare la cittadinanza alle tematiche finanziarie. Le iniziative partono dall'alto, a livello nazionale, e l'Associazione Bancaria Italiana (ABI) nel 1983 pubblica alcuni opuscoli, intitolati "Io e la banca", illustrati dal noto vignettista Giorgio Forattini, che spiegano in modo semplice, diretto e divertente, le principali attività svolte da un istituto di credito.

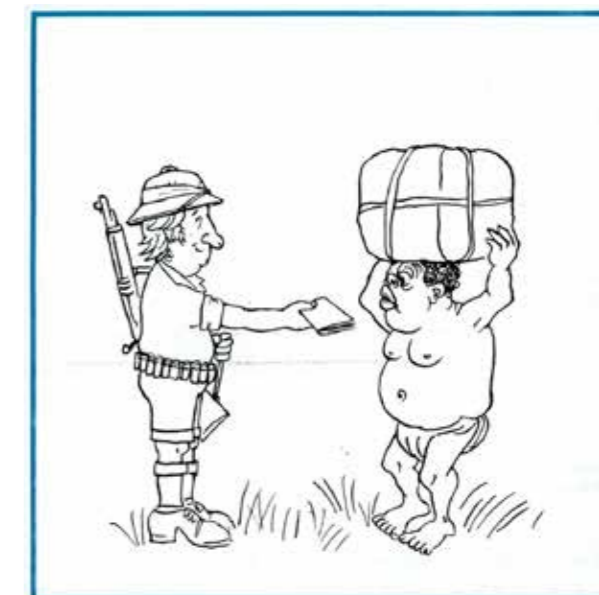
Dal deposito vincolato, al libretto al portatore, all'assegno circolare, al conto corrente, tutti i servizi della banca sono illustrati con ironia e leggerezza per [...] soddisfare tutte le curiosità dei lettori sulla banca [...] come si legge nel colophon della pubblicazione (23).

Con gli anni Ottanta, in collaborazione con il Consorzio Banche Popolari (COBAPO), la Banca comincia a instaurare un dialogo più moderno con bambini e ragazzi, offrendo servizi più completi e innovativi.

(23) *Io e la banca*, ABI, 1983
 ASBPER, *Pubblicità, Raccolta di manifesti e locandine*, 1983



Il deposito vincolato



Il libretto al portatore



L'assegno circolare



Il conto corrente

Gli anni Ottanta e Novanta

Sono trascorsi sessant'anni dall'istituzione della Giornata del Risparmio e in questo lungo arco temporale il rapporto fra la Banca e i giovani e le scuole è rimasto fermo e cristallizzato sulla formula consolidata della promozione del risparmio tramite messaggi mirati, la tradizionale omaggistica alle scuole e la diffusione dei salvadanai.

Ora invece i giovani, per la prima volta, sono visti come un interessante e significativo settore del mercato di riferimento delle banche per vari motivi, da quello più eticamente educativo e di investimento a lungo termine, a quello più immediatamente remunerativo di attrazione delle famiglie attraverso la familiarizzazione dei giovani ai servizi bancari.

Nel 1986 la Banca Popolare, con le altre Popolari aderenti al Consorzio Banche Popolari (COBAPO), inventa la nuova formula "Risparmio jeans" per giovani fra gli otto e i diciotto anni (24).

Dalle circolari interne della Banca e dal materiale promozionale del nuovo servizio si coglie l'intento pedagogico assegnato al nuovo libretto poiché «... contribuisce ad abituare i giovani ad una amministrazione responsabile e discretamente autonoma del proprio risparmio, visto come strumento valido per realizzare desideri o per permettere acquisti futuri».

La formula del "Libretto jeans" viene definita "rivoluzionaria" nella realtà italiana perché «i piccoli risparmiatori, dopo aver depositato i propri risparmi in banca, possono, a loro piacimento, ritirare personalmente e senza alcuna difformità rispetto alla abituale clientela, l'importo desiderato».

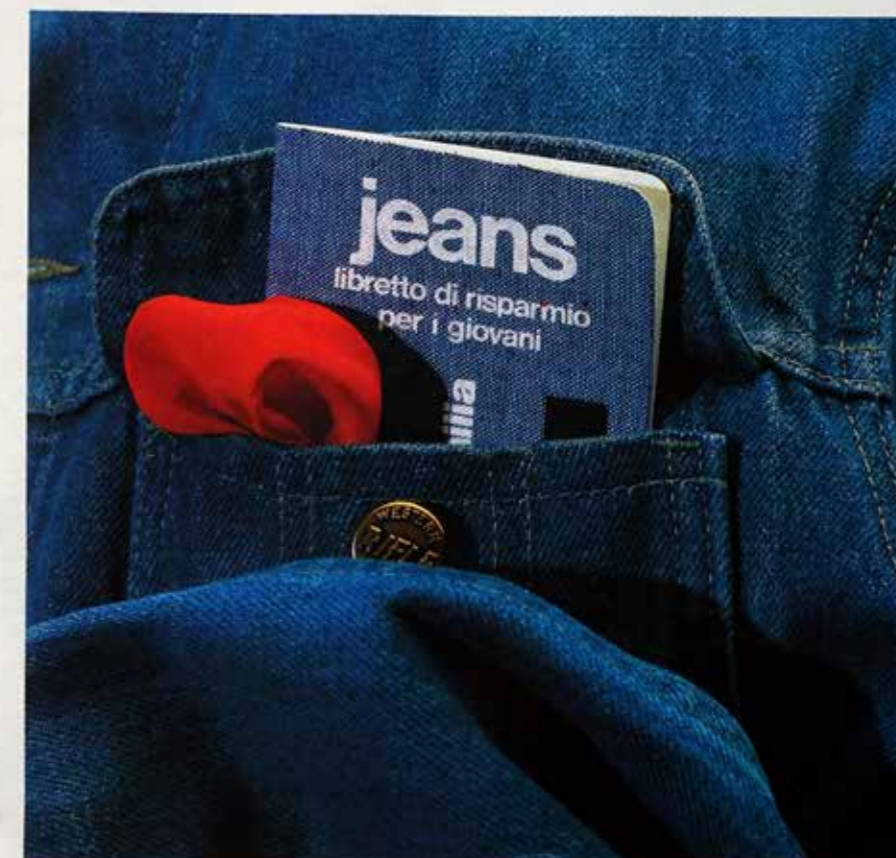


Bancapopolaredell'Emilia

Notiziario trimestrale
della
Banca Popolare dell'Emilia

Anno III - Numero 10
Il trimestre 1986

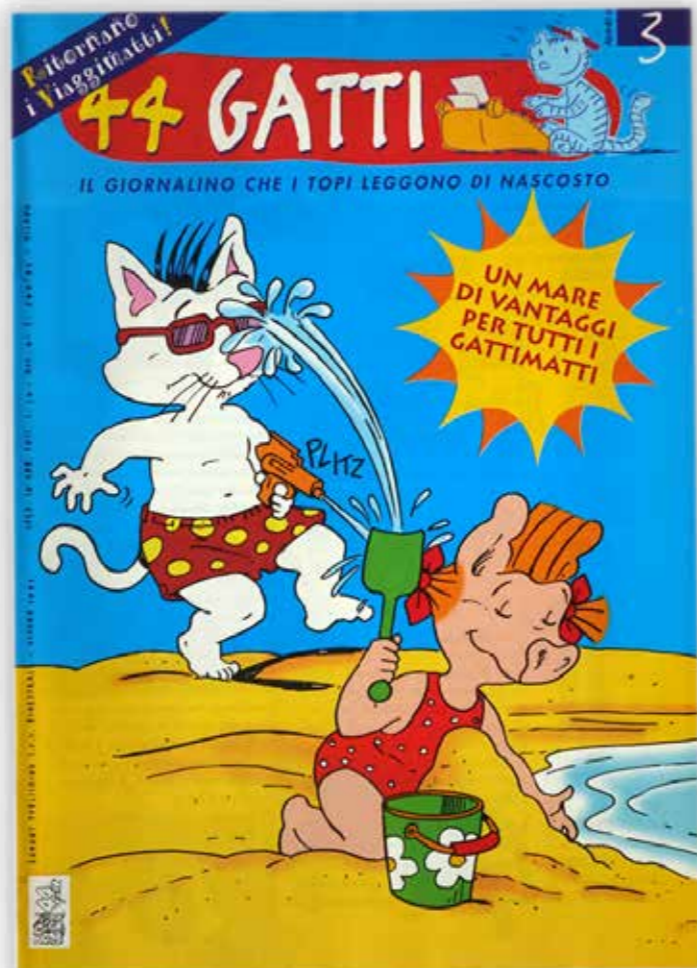
Spedizione in
abbonamento postale
gruppo IV/70



(24) Conto "Risparmio jeans",
Banca Popolare dell'Emilia,
notiziario trimestrale, Anno III,
numero 10, Il trimestre 1986,
ASBPER, Biblioteca



(25) Conto "44 gatti"
ASBPER, Marketing, Relazioni esterne, Pubblicità. Diverse relazioni esterne, 1994-1999, b. 17



Negli anni Novanta i prodotti destinati ai giovani clienti si arricchiscono con i conti "44 gatti", "Under 18" e "Volere Volare". L'offerta è articolata e si individuano le fasce di età a cui rivolgere i servizi: il conto "44 gatti" è dedicato ai bambini da 0 a 12 anni e i titolari dei libretti godono di originali benefici grazie all'appartenenza al "Club dei Gattimatti" (25).

In successione temporale dal 1993 al 1995, i conti "Under 18" e "Volere Volare" si rivolgono agli adolescenti e i titolari entrano a far parte di club dedicati, usufruendo di offerte e agevolazioni di vario genere (26). Per rendere più attraenti i nuovi prodotti per il risparmio offerti ai giovani, la comunicazione affianca la vendita del prodotto: concorsi, gadget, convenzioni, giornalini, tessere per l'adesione al club dei risparmiatori e testimonial famosi come nel caso dell'attore-regista Maurizio Nichetti sono le risorse messe in campo per avvicinare i giovani alla banca (27).

(26) Conto "Under 18"
ASBPER, Pubblicità, Raccolta di manifesti e locandine, 1993-1995

a 15 anni il futuro non basta

i grandi progetti cominciano presto, la tua banca ti aiuta a realizzarli con il

conto under 18
della

Bancapopolaredell'Emilia
Sede di Milano - via Mengoni, 2
Agenzia di città n. 1-viale Restelli, 1/a (presso Mondeselli)
Sportello interno allo stabilimento Santi Gobani S.p.A.
via Romagnoli, 6.

Oggi bastano 15 anni per avere il tuo conto in banca. Con il **conto under 18** del Consorzio fra le Banche Popolari dell'Emilia Romagna Marche l'indipendenza economica ce l'hai già oggi, per gestire personalmente i tuoi risparmi, per non "dover chiedere" ai genitori per poter pianificare da solo anche acquisti importanti. Ti serve solo una dichiarazione d'assenso dei genitori, una volta sola. E poi mostra ai tuoi amici che si può diventare grandi più in fretta.



(27) Conto "Volere Volare"
ASBPER, *Marketing, Relazioni esterne, Pubblicità. Diverse relazioni esterne*, 1995-2000, b. 18



I legami della Banca con le scuole si intensificano e rafforzano nel corso degli anni Novanta attraverso la creazione di percorsi educativi e con la proposta di concorsi di disegno su temi legati alla propria città, come nel caso del Concorso jeans e Under 18, "La città, il tuo paese in un tuo disegno" del 1993 (28).



(28) Disegno del castello dei Pio a Carpi realizzato da uno studente delle Scuole medie Fassi di Carpi in occasione del Concorso jeans e Under 18 "La città, il tuo paese in un tuo disegno" promosso dalla Banca Popolare dell'Emilia Romagna nel 1993.



(29) ASBPER, *Raccolta di elaborati scolastici*, anni Novanta.



Verso la metà degli anni Novanta nell'ambito del concorso legato al conto "44 gatti" rivolto alle scuole modenesi vengono proposti temi legati all'urbanistica e alla sostenibilità ambientale.

In questi disegni troviamo i germogli di un percorso che, nell'arco di vent'anni, porterà a caricare di valenze positive il significato del termine risparmio (29).

Svincolato da un'interpretazione esclusivamente economica e finanziaria, oggi il risparmio è sempre più associato al mondo di valori che ruotano intorno al concetto di sostenibilità.

La Banca e l'educazione finanziaria

Giovanna Zacchi *Responsabile ESG Strategy di BPER Banca*

Come emerge dalla ricerca archivistica, fin dalle origini, la Banca presta particolare attenzione al sostegno dell'educazione finanziaria.

Il tema assume rilevanza strategica quando, nel luglio del 2014, viene deliberata dal Consiglio di Amministrazione dell'allora Banca popolare dell'Emilia Romagna, l'adesione alla neocostituita FEduF (Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio).

La Banca inizia quindi una prima collaborazione con la Fondazione grazie alla quale raggiunge ogni anno molte scuole su tutto il territorio nazionale. A favore dei docenti, inoltre, vengono messi a disposizione contenuti sui concetti di maggior rilievo dell'educazione finanziaria.

Nel frattempo, a livello nazionale, la Legge n. 15 del 2017 sancisce l'istituzione della Strategia nazionale per l'educazione finanziaria. Viene, al contempo, fondato il Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria e l'Italia aderisce all'indagine PISA – Programme for International Student Assessment – dell'OCSE – Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico che, con periodicità triennale, misura le competenze degli studenti quindicenni dei Paesi aderenti.

BPER Banca, come significativa risposta a un dovere civile e morale, consolida la collaborazione con la FEduF e avvia progetti in autonomia dedicati alle scuole e alle famiglie, arrivando a coinvolgere in attività di educazione finanziaria oltre 100.000 studenti all'anno.

Il primo percorso proposto dalla Banca, partito nel 2016 e attualmente attivo per le classi 4 e 5 delle scuole primarie, è GRANDE!, sviluppato con Libri Progetti Educativi, che prevede un kit didattico utile a spiegare l'economia ai bambini attraverso una metodologia ludica e interattiva. I bambini sono infatti guidati dall'insegnante in un percorso di apprendimento utile ad aumentare quella cultura di "cittadinanza economica" che mette al centro lo sviluppo



GRANDE! Un salvadanaio per il futuro concorso scuole 2018-2019



di valori di legalità e sostenibilità, di una corretta percezione del valore del denaro e delle responsabilità civili e sociali in capo ad ognuno.

Nel 2019 nasce il progetto di educazione finanziaria per famiglie “Tarabaralla. Il tesoro del bruco baronessa”, realizzato con Carthusia Edizioni, oggi diventato anche un percorso semi-digitale per le scuole dell’infanzia e per la primaria. Il progetto ruota intorno ad un albo illustrato e musicato che vuole sensibilizzare i più piccoli al valore delle cose e all’importanza del “mettere da parte” per realizzare i propri sogni, nonché per parlare del valore dell’amicizia e della solidarietà.

“Un passo verso il futuro” è l’iniziativa realizzata con CivicaMente e dedicata agli studenti delle scuole secondarie di primo e secondo grado e declinata secondo le esigenze dei due diversi livelli di scuola. Si tratta di un percorso didattico online strutturato per sensibilizzare i ragazzi a un concetto più ampio di finanza che, oltre alle nozioni più prettamente economiche, includa i temi dell’etica, della sostenibilità e del risparmio delle risorse del Pianeta. Per raggiungere un pubblico più ampio, negli ultimi anni, BPER Banca ha ampliato i canali di diffusione dei contenuti di educazione finanziaria utilizzando anche il sito bper.it e i social network, in particolare Facebook, dove diverse rubriche approcciano, con un linguaggio fresco, il tema dell’economia. Anche Teen! Space, account di Instagram, dedicato ai teenager, viene utilizzato per proporre ai più giovani semplici nozioni di economia.

Durante la pandemia l’impegno della Banca non si è fermato ed è stato organizzato un ciclo di eventi digitali “La cicala e la formica. Come la natura pianifica il futuro”, a cura dell’entomologo Gianumberto Accinelli, che ha utilizzato la metafora della cicala e della formica per spiegare l’importanza di conoscere con quali strumenti finanziari-assicurativi è possibile proteggersi dagli imprevisti.

Per BPER Banca, ottobre, il Mese dell'Educazione finanziaria è un appuntamento fisso per proporre iniziative alle scuole secondarie che spaziano su temi diversi, come le criptovalute, i rischi del gioco d'azzardo, i sistemi di pagamento digitali e la finanza comportamentale, sempre con l'obiettivo di ampliare le conoscenze e le competenze della popolazione italiana e di raggiungere un livello di consapevolezza adeguato ad un contesto in continua evoluzione.

Focus sulla Giornata mondiale del Risparmio	4
Oggi per domani. Breve storia del risparmio	9
Un caso di studio: la Cassa di Risparmio di Vignola	28
La Banca e l'educazione finanziaria	56

BPER:

Banca

LaGalleria

Collezione e Archivio Storico

Oggi per domani.

Breve storia del risparmio.

Testi a cura di

Giovanna Boggio Robutti

Chiara Pulini

Angelica Barberini

Margherita Beggi

Giovanna Zacchi

Grafica del sistema visivo

Avenida

Si ringraziano

Alessandro Alaimo, Laura Checchia,

Vera Donatelli, Fondazione di Vignola, Claudio Lolli

Pubblicazione realizzata nell'ambito del progetto:

La Galleria.

Collezione e Archivio Storico

Responsabile

Sabrina Bianchi

Coordinatrice

Greta Rossi

Curatrice Archivio Storico BPER Banca

Chiara Pulini

Telefono 059 2021598

lagalleria@bper.it

archiviostorico@bper.it

www.lagalleriabper.it

@lagalleriabper

“La Galleria. Collezione e Archivio Storico”

di BPER Banca è il programma di valorizzazione del patrimonio culturale raccolto dalla banca nel corso del tempo.

La collezione d'arte rappresenta una delle maggiori corporate collection a livello nazionale.

L'Archivio Storico raccoglie la documentazione storica della Banca a partire dalla sua fondazione nel 1867, è notificato, catalogato e inventariato.

