



Progetto cofinanziato dall'Unione Europea, Fondo Europeo per l'Integrazione di cittadini di Paesi Terzi



MINISTERO
DELL'INTERNO

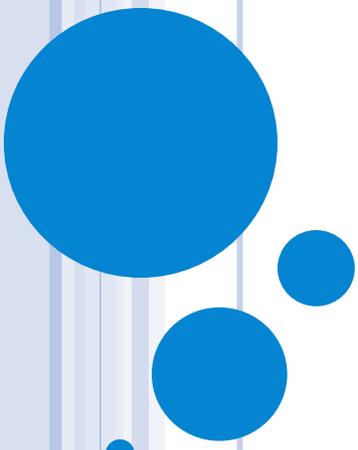


CeSPI

Centro Studi di Politica Internazionale

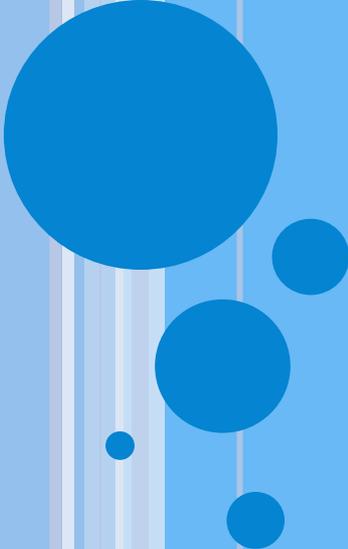
OSSERVATORIO NAZIONALE SULL'INCLUSIONE FINANZIARIA DEI MIGRANTI

04 dicembre 2014



ABI Associazione
Bancaria
Italiana

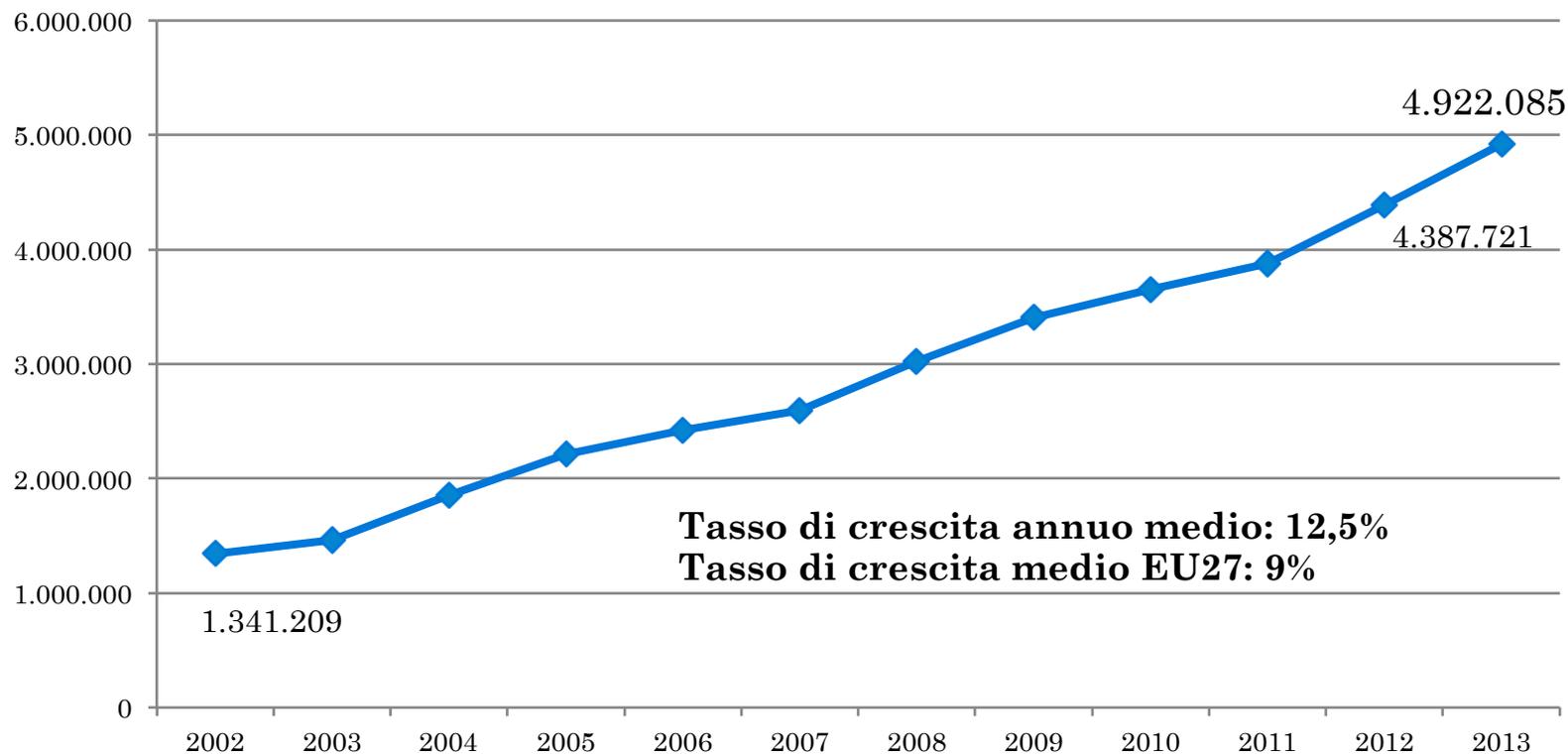
Daniele Frigeri – Direttore CeSPI



DATI DI CONTESTO

PRESENZA: STRANIERI RESIDENTI

Sebbene in calo rispetto agli anni precedenti, l'Italia è meta di consistenti flussi migratori dall'estero

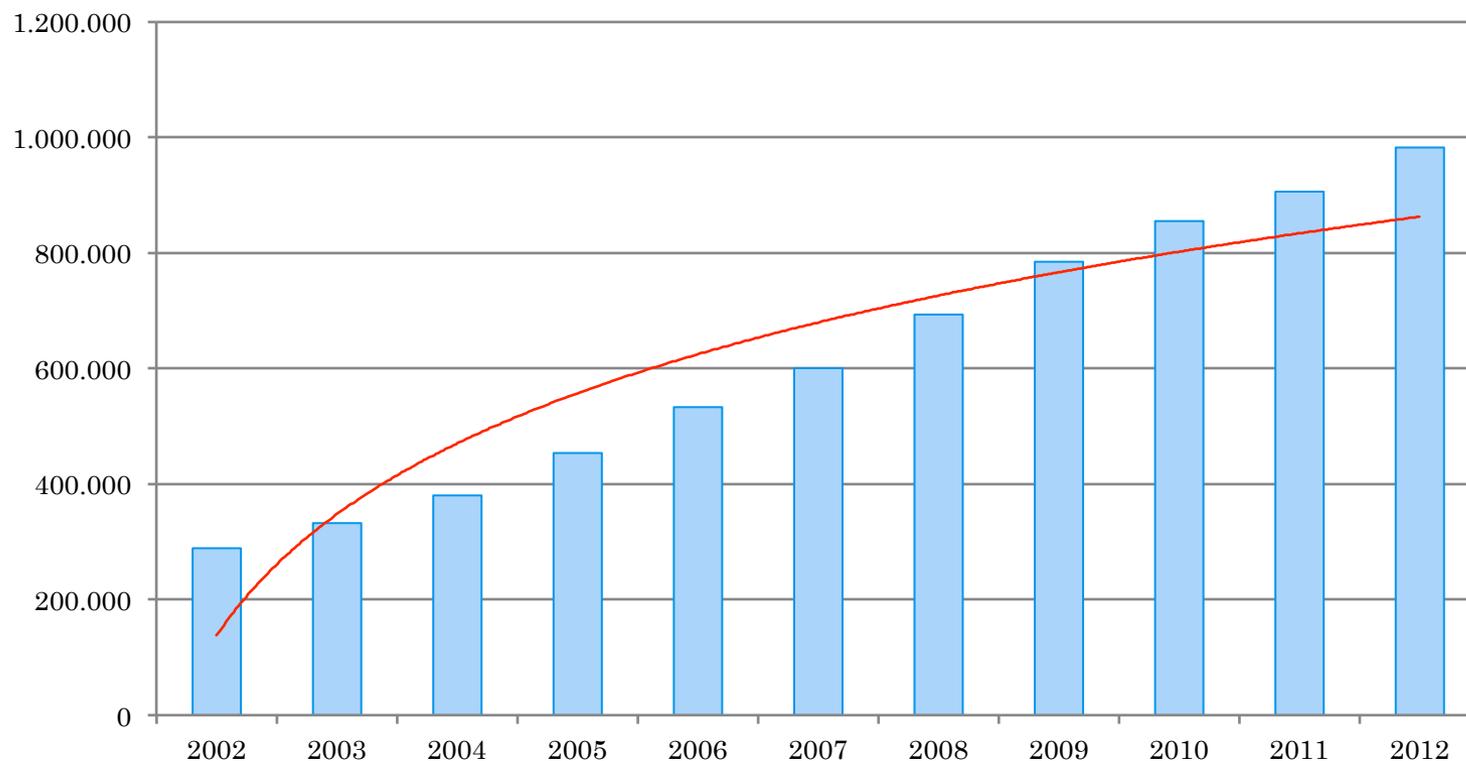


Fonte: Istat, 2014. I dati precedenti al 2011 non sono stati ancora ricostruiti alla luce del Censimento del 2011



I MINORI STRANIERI

I minori stranieri sono in continuo aumento e hanno raggiunto il milione nel 2013



Fonte: Ministero dell'Interno, 2014

UNA MIGRAZIONE CHE STA CAMBIANDO

Permessi di soggiorno per motivi familiari (141.000) hanno superato quelli per motivi di lavoro (124.000).

Titolari permesso CE per soggiornanti di lungo periodo: 54,3% cittadini non comunitari

Peso sulla popolazione complessiva: 8,1%

Peso sull'impreditoria: 8,2% (2,5% imprese evolute su campione di 58.000 imprese)

Età media: 32 anni

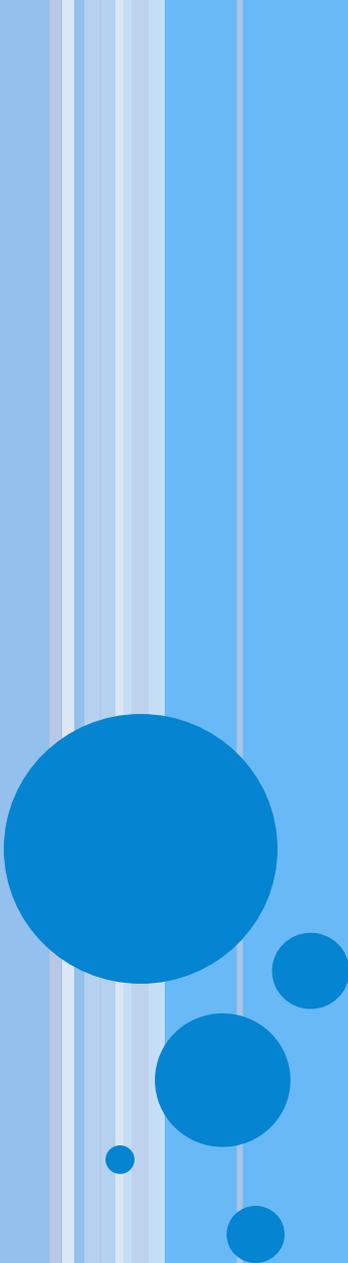
Incidenza neonati: 15% (2013) con picchi superiori al 20% in Lombardia, Emilia Romagna e Veneto)

Tasso di occupazione: 65% (4 punti superiori agli italiani)

Tasso di disoccupazione 19% (6 punti superiori agli italiani)

Proprietà abitazione: 23% (era il 14% nel 2009)

Propensione al risparmio: 15%-18% (13% per gli Italiani – Eurisko 2012)



IL PROCESSO DI BANCARIZZAZIONE DATI 2013

IL PROCESSO DI INCLUSIONE FINANZIARIA PROCEDE SOTTO PROFILI DIVERSI

Come fenomeno complessivo

	2010	2011	2012	2013
Numero c/c intestati a clienti immigrati	1.782.426	1.919.628	2.477.065	2.510.927
% c/c con più di 5 anni (consumer)	21,9%	34,6%	38,0%	40,2%
Tasso di bancarizzazione	61,2%	72,4%	85,7%	n.d.
Numero carte con IBAN + Poste Pay	n.d.	706.671	884.716	1.102.033
% c/c cointestati*	n.d.	18,7%	18,0%	17,5%
Saldo netto c/c*			169.952	101.538

Come fidelizzazione

Come innovazione

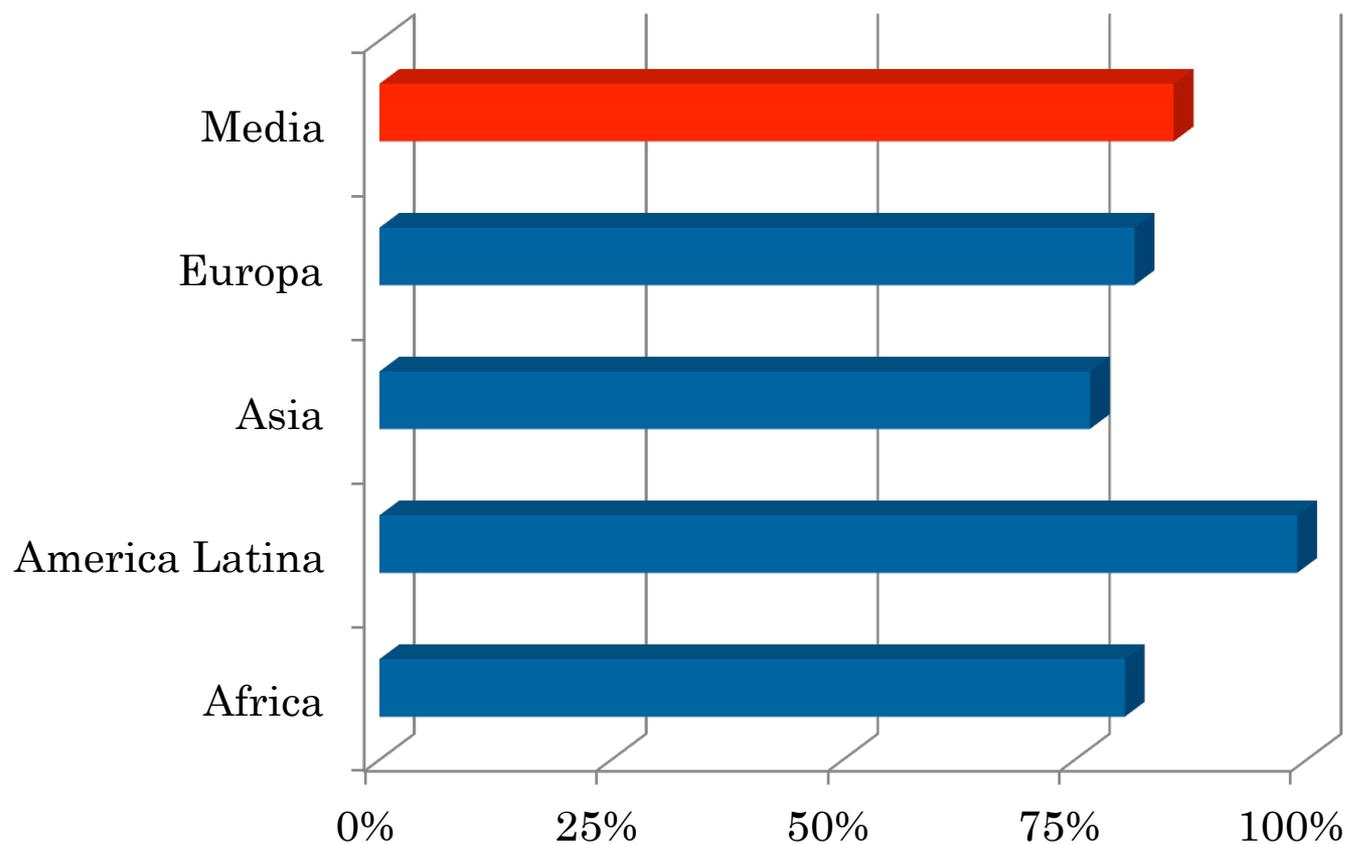
Le carte con IBAN sono cresciute ad un ritmo del 25% annuo

Un trend decisamente positivo con alcuni elementi di attenzione e forte disomogeneità

* Campione omogeneo: 51% sportelli e 66% attivo + BancoPosta

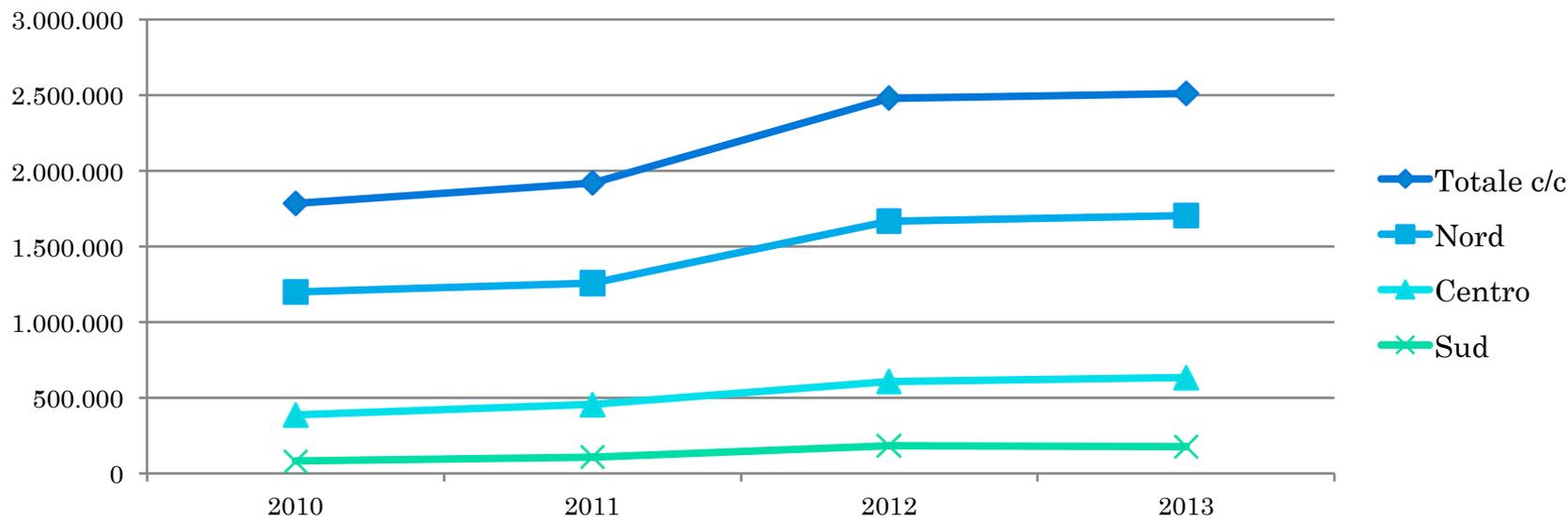
TASSO DI BANCARIZZAZIONE – DETTAGLIO

AREA DI PROVENIENZA



ANALISI TERRITORIALE

Numero c/c

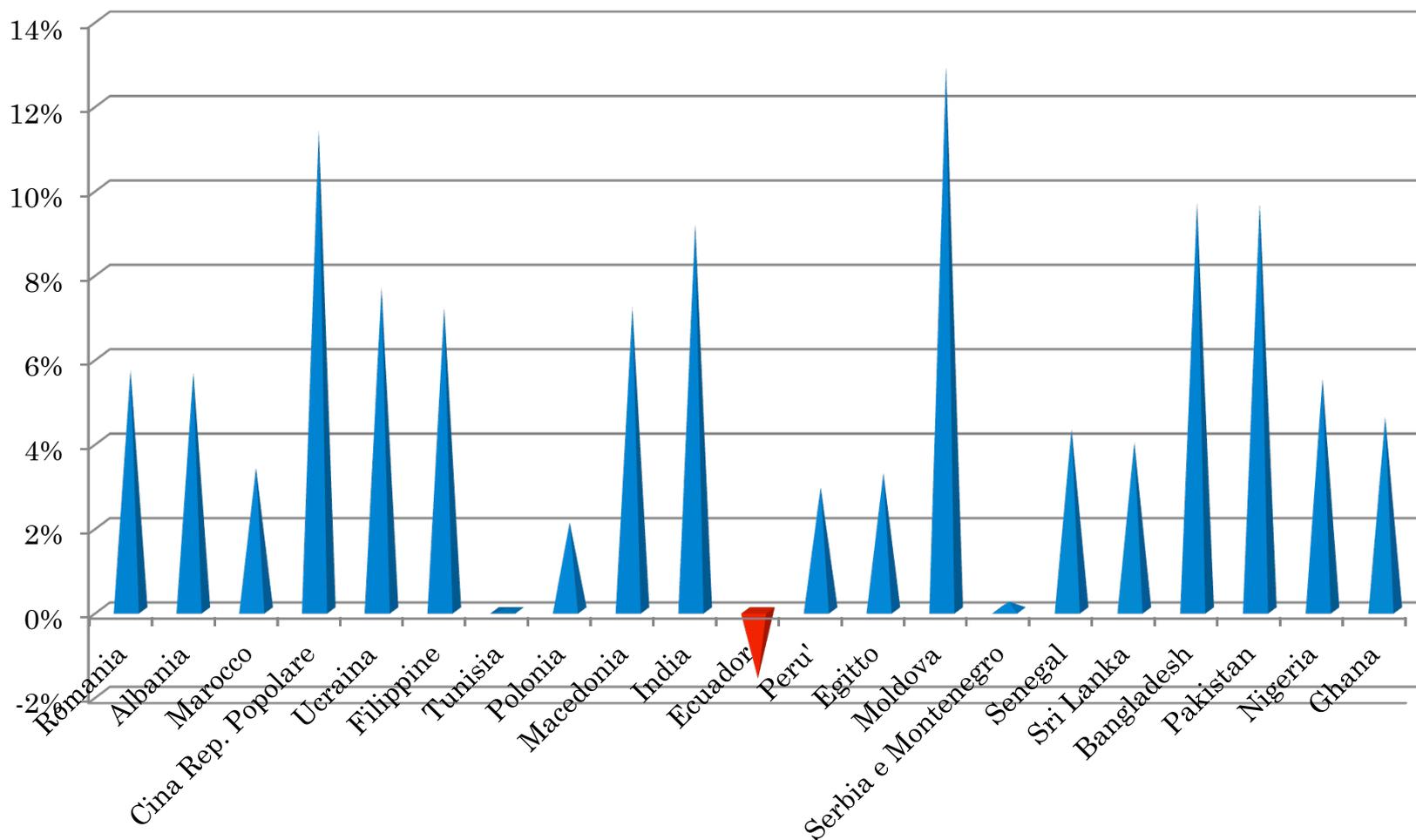


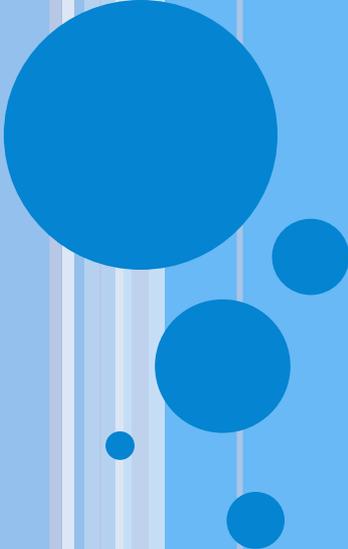
Nel 2012 per ogni conto chiuso ne sono stati aperti

- 3,44 al Sud
- 2,83 al Nord
- 2,62 al Centro

Roma e Milano pesano per il 23% sul totale c/c in parti uguali (11,9% Milano e 11,4% Roma)

CAMPIONE OMOGENEO BANCHE + BANCOPOSTA. SEGMENTO CONSUMER - DELTA 2012-2013 NUMERO C/C





PROFILI FINANZIARI IN EVOLUZIONE

BISOGNI FINANZIARI E FASI DEL PROCESSO MIGRATORIO

Arrivo

*Durata: media
1,5 anni*

- Ricerca lavoro
- Documenti
- Problemi linguistici
- Comunità unico riferimento

- Accesso sistema dei pagamenti
- Risparmio
- Invio denaro in patria (pagamento debito)

Stabilizzazione

*Durata: da 2 a
5 anni*

- Stabilità lavorativa
- Avvio processo di integrazione

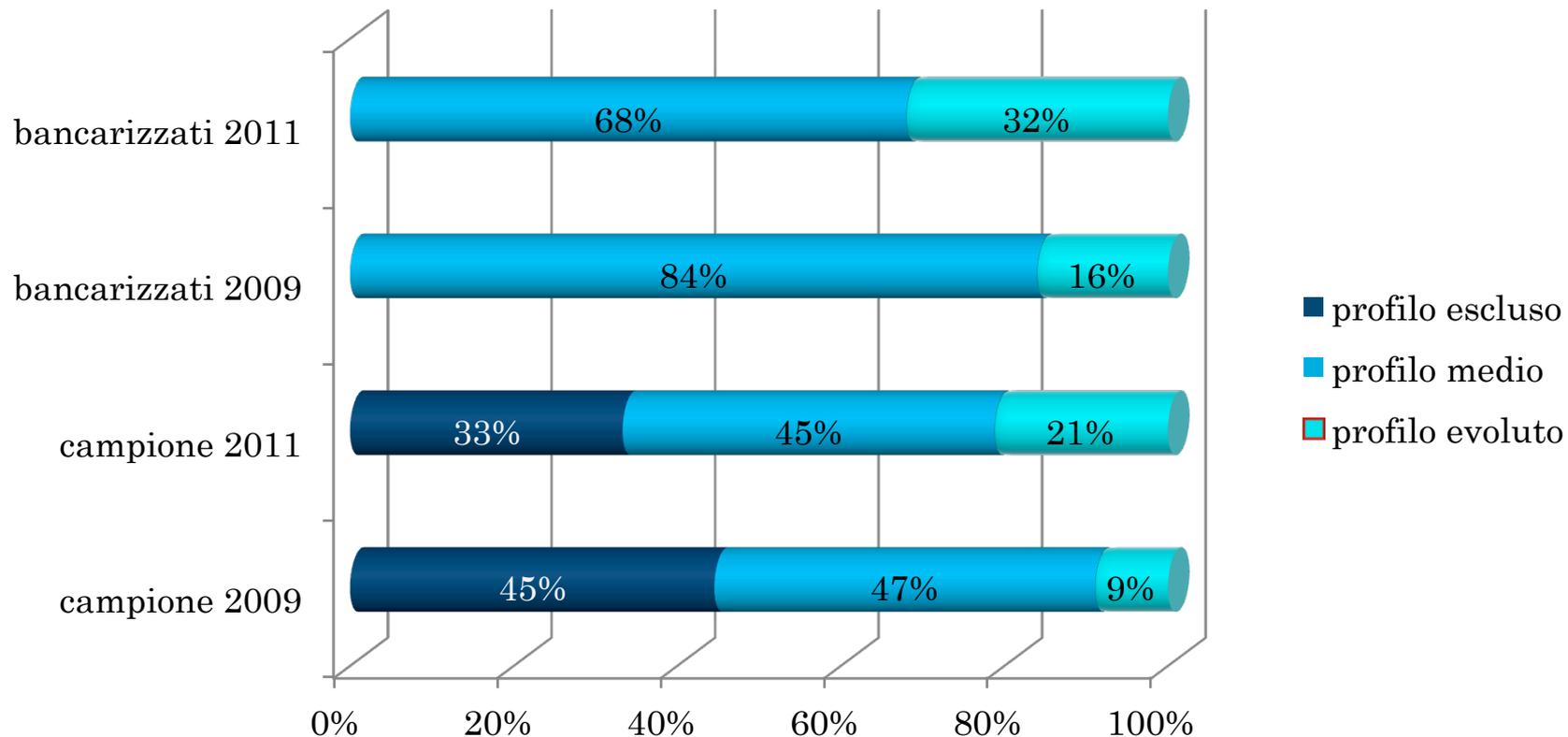
- Risparmio
- Accesso al credito
- Invio denaro in patria (sostegno famiglia)

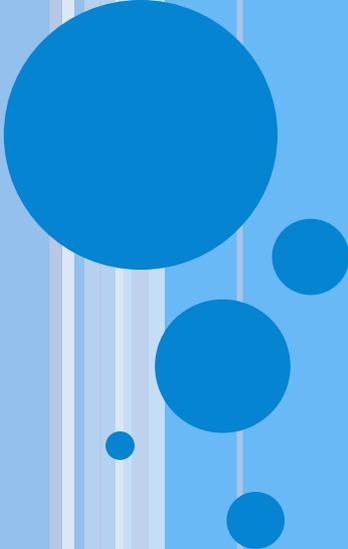
Integrazione

- Decisione di stabilirsi in Italia
- Ricongiungimento familiare
- Matrimonio/figli in Italia

- Bisogni finanziari complessi: credito, acquisto casa, assicurazioni, pensioni, investimenti
- Futuro dei figli
- Invio denaro in patria (sostegno famiglia e investimenti)

PROFILI IN RAPIDA EVOLUZIONE





ALCUNE EVIDENZE E
PROBLEMATICHE APERTE

ASPETTI DI POLICY

Evidenza di una migrazione che sta evolvendo mostrando profili diversificati

- Riconoscere i cambiamenti e individuare il target di riferimento è strategico per il successo di strategie e di policy
- Maggiore attenzione al processo di allocazione del risparmio

Il processo di bancarizzazione procede sotto diversi profili ma rimane una componente finanziariamente esclusa

- Due azioni: una più propriamente di inclusione finanziaria di soggetti marginali, una di supporto e accelerazione del processo di inclusione
- La microfinanza può costituire un'opportunità ancora poco esplorata e che richiede una risposta di sistema
- L'informazione, la trasparenza e l'educazioni rimangono chiavi strategiche



ASPETTI DI POLICY

Effetti della crisi

- La ridotta capacità reddituale, e più in generale gli aspetti legati alla crisi rischiano di escludere soggetti maggiormente vulnerabili in precedenza inclusi e in fase di integrazione

Imprenditoria

- Il microcredito e le iniziative a sostegno dello start-up possono costituire un veicolo importante, ma vanno cercati meccanismi di integrazione con il sistema finanziario ordinario

Sperimentazione di policy territoriali

- Il bagaglio di informazioni e dati acquisiti può essere messo a disposizione per l'individuazione e la sperimentazione di policy territoriali ed una successiva valutazione



ASPETTI DI POLICY

Dimensione Europea

- L'Osservatorio costituisce una buona pratica unica nel contesto europeo, non esiste una rilevazione sistematica del fenomeno dell'inclusione finanziaria. Se è vero che in Europa è diffuso un approccio universalistico i dati a disposizione e gli approfondimenti fatti dall'Osservatorio mostrano che gli immigrati costituiscono la categoria maggiormente colpita dall'esclusione finanziaria in tutti i paesi.





Progetto cofinanziato dall'Unione Europea, Fondo Europeo per l'Integrazione di cittadini di Paesi Terzi



MINISTERO
DELL'INTERNO



CeSPI

Centro Studi di Politica Internazionale

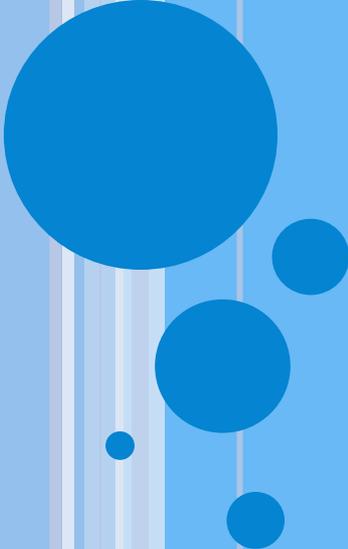
OSSERVATORIO NAZIONALE SULL'INCLUSIONE FINANZIARIA DEI MIGRANTI

WWW.MIGRANTIEFINANZA.IT

WWW.MANDASOLDIACASA.IT

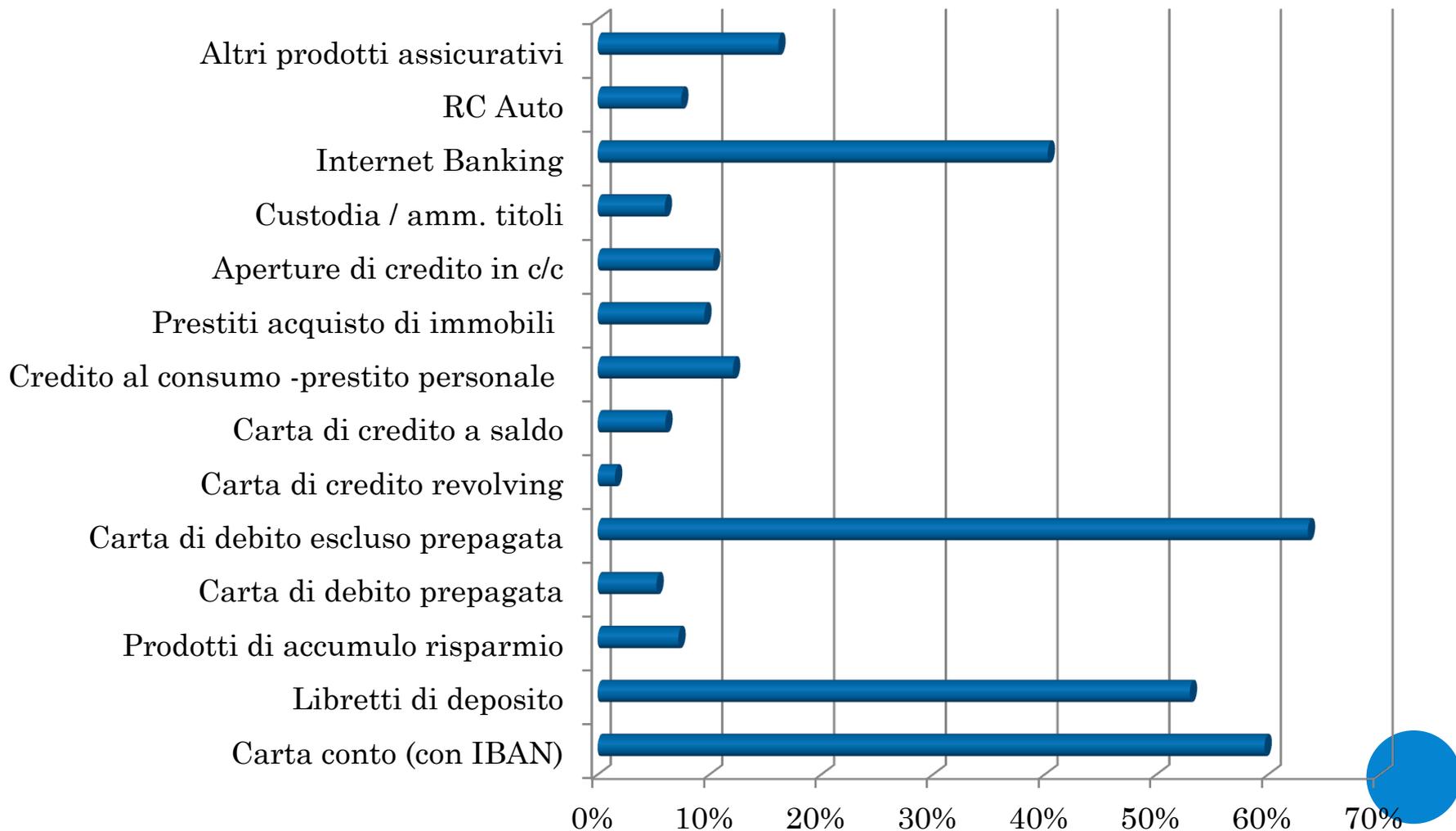
WWW.CESPL.IT

ABI Associazione
Bancaria
Italiana

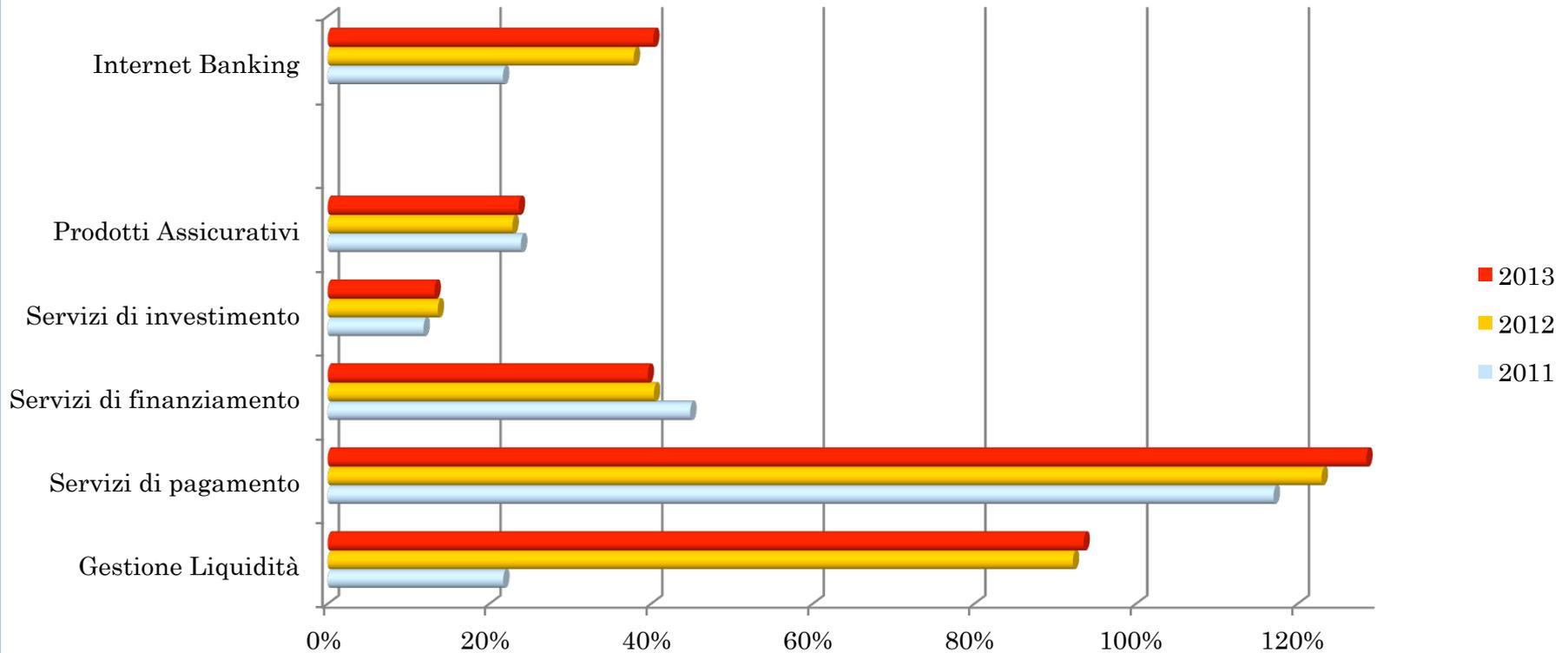


SEGMENTO CONSUMER

POSSESSO PRODOTTI E SERVIZI FINANZIARI (INCIDENZA SU C/C) - 2013



POSSESSO PRODOTTI FINANZIARI - EVOLUZIONE



- **Effetto crisi sui servizi di finanziamento e di investimento**
 - Riduzione credito al consumo in parte compensato da aumento aperture di credito in c/c
 - Drastica riduzione carte revolving solo in parte sostituite da incremento carte a saldo
 - -4% nel 2013 su amministrazione titoli (+23% nel 2012)
- **Prodotti assicurativi:** forte crescita “altri prodotti” (+22% medio nei 2 anni) e calo RC auto
- **Internet banking:** +40% nel 2013, +33% medio nei due anni

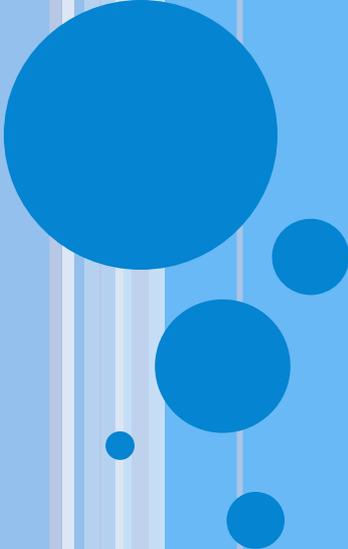
INCIDENZA PRODOTTI ASSICURATIVI - CONFRONTO

	<i>% su totale popolazione di riferimento</i>	
	Assicurazione Vita	Altri prodotti assicurativi
Media UE 27	31%	51%
Italia	15%	43%
Italia – segmento immigrati	6%	39%

Fonte: Elaborazioni CeSPI su dati Eurobarometer, dati ANIA e campione rappresentativo di migranti residenti

Esistono spazi per ampliare l'offerta assicurativa

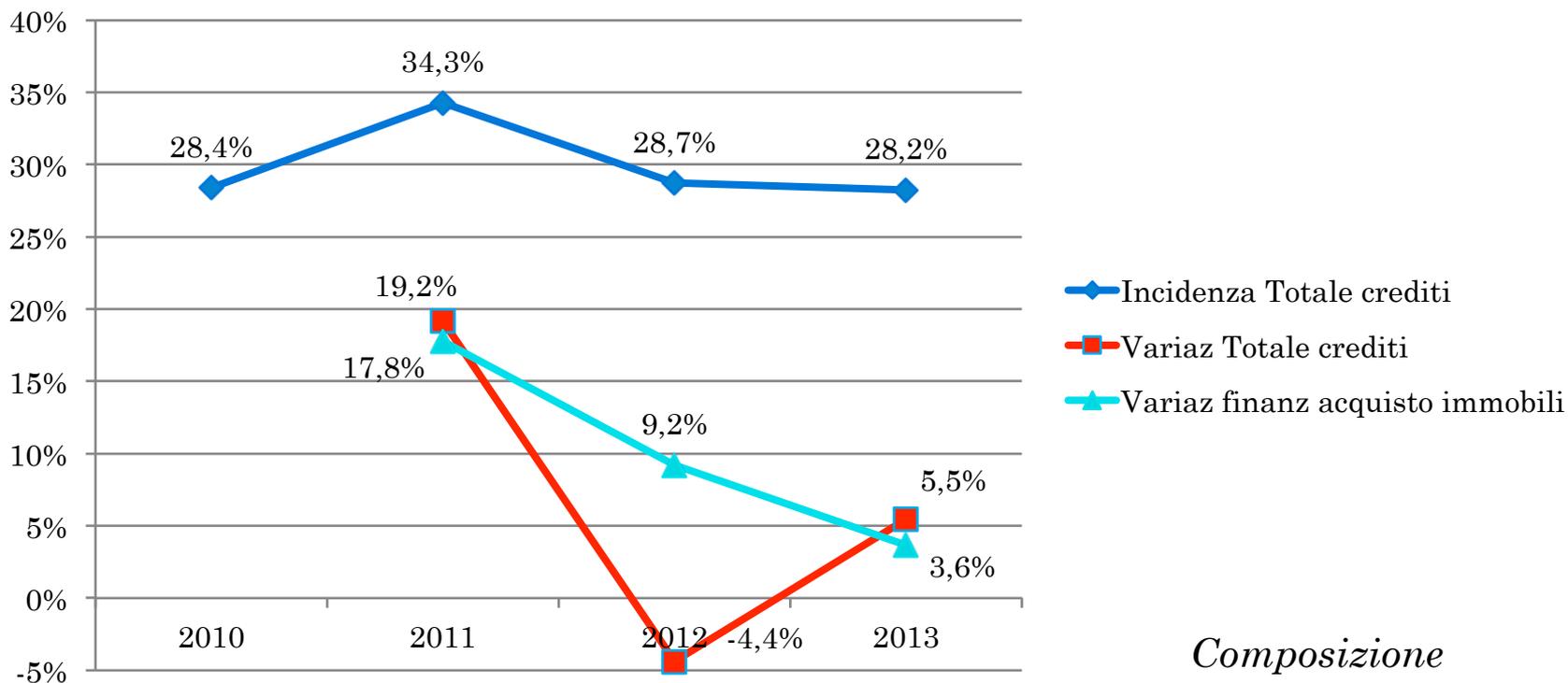




ACCESSO AL CREDITO

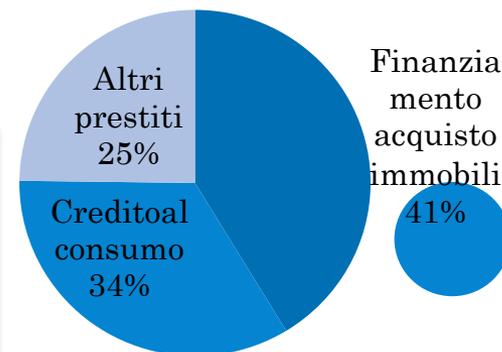
CREDITO SEGMENTO CONSUMER

Si evidenziano segnali di rallentamento e rischi futuri

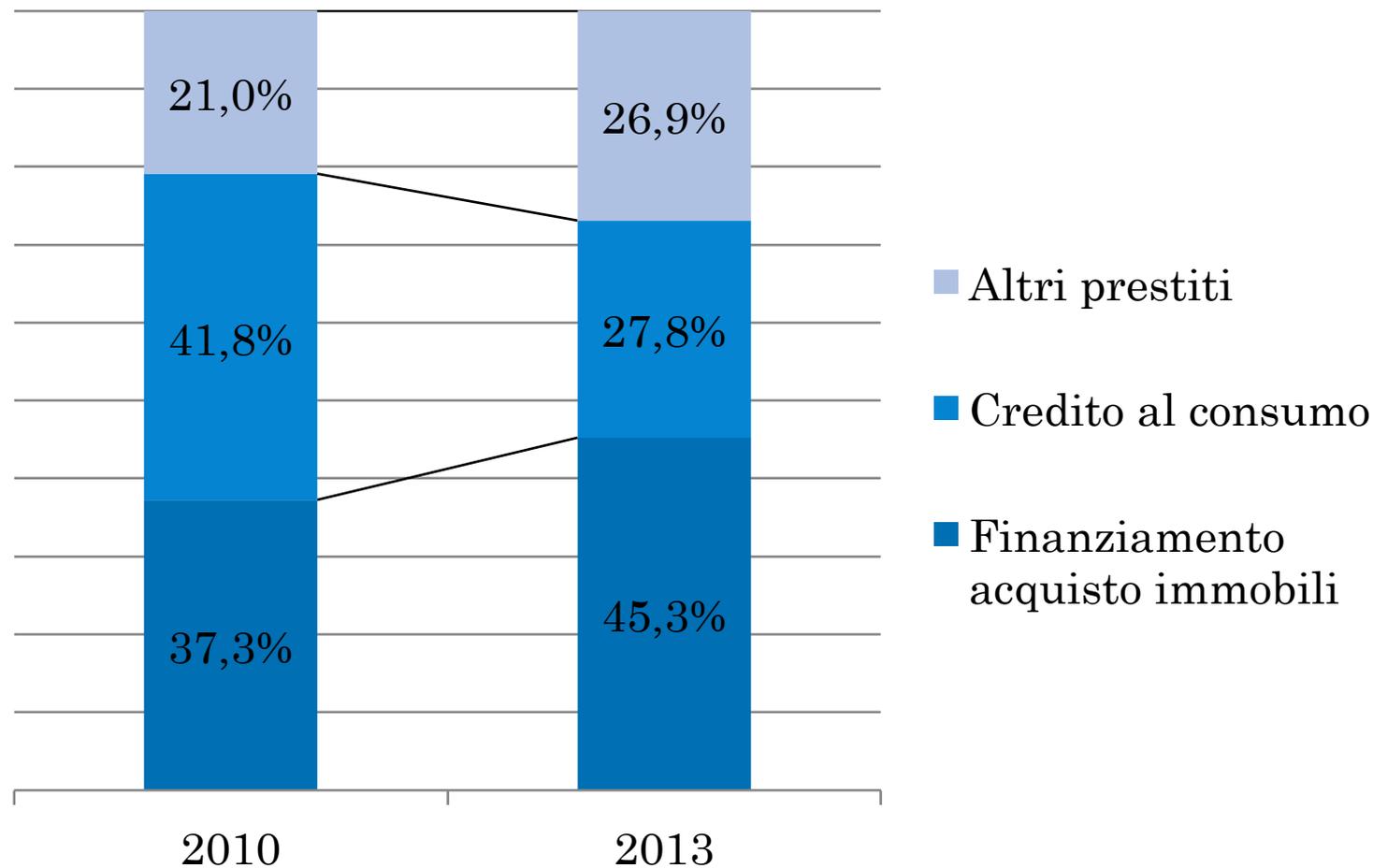


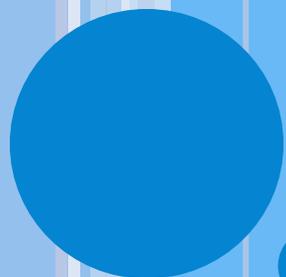
- Spostamento verso forme di credito più elastiche (scoperti di fido). Nel 2011 pesavano solo per l'8,8%
- Lieve miglioramento della solvibilità fra il 2011 e il 2012

Composizione



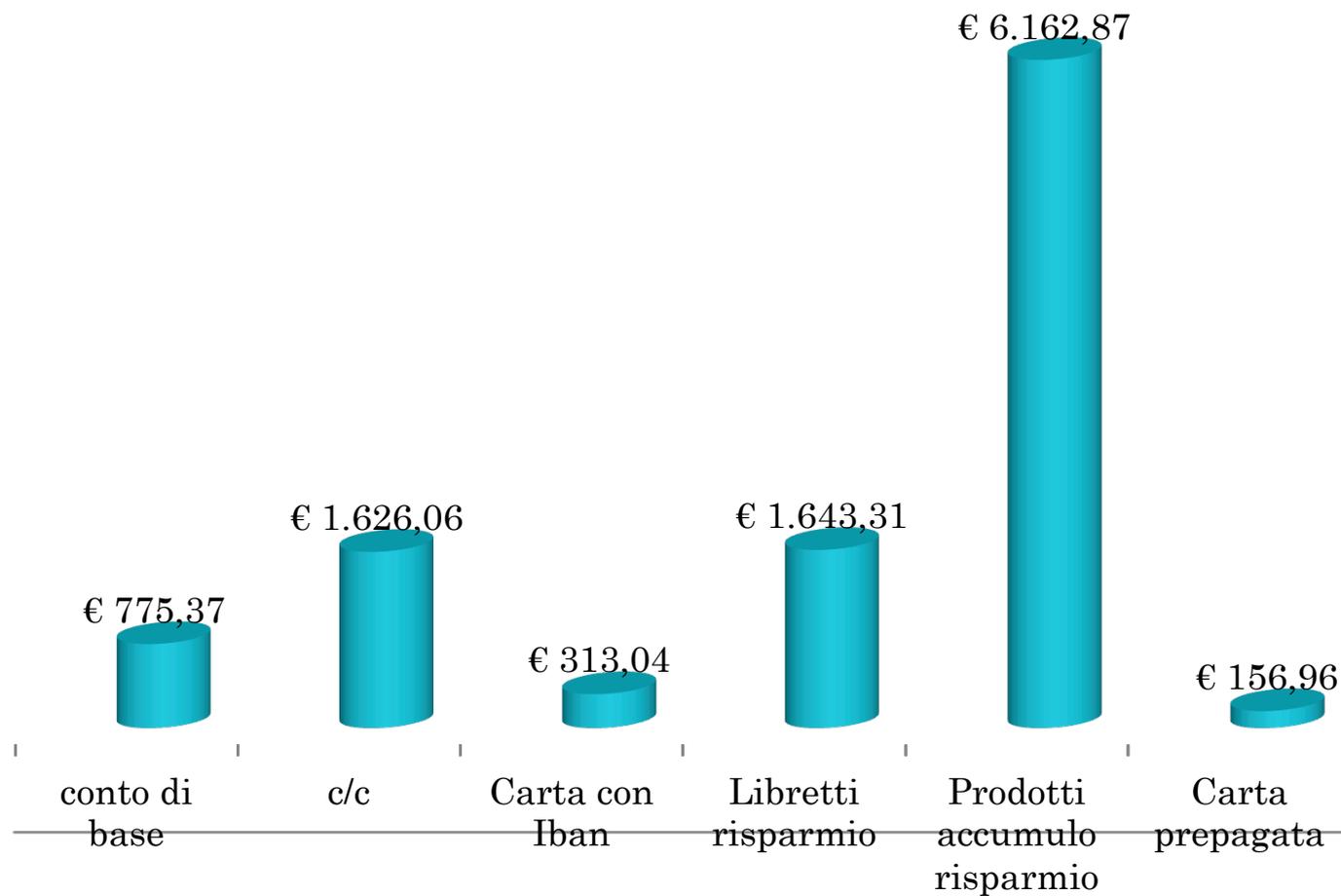
COMPOSIZIONE CREDITO - EVOLUZIONE



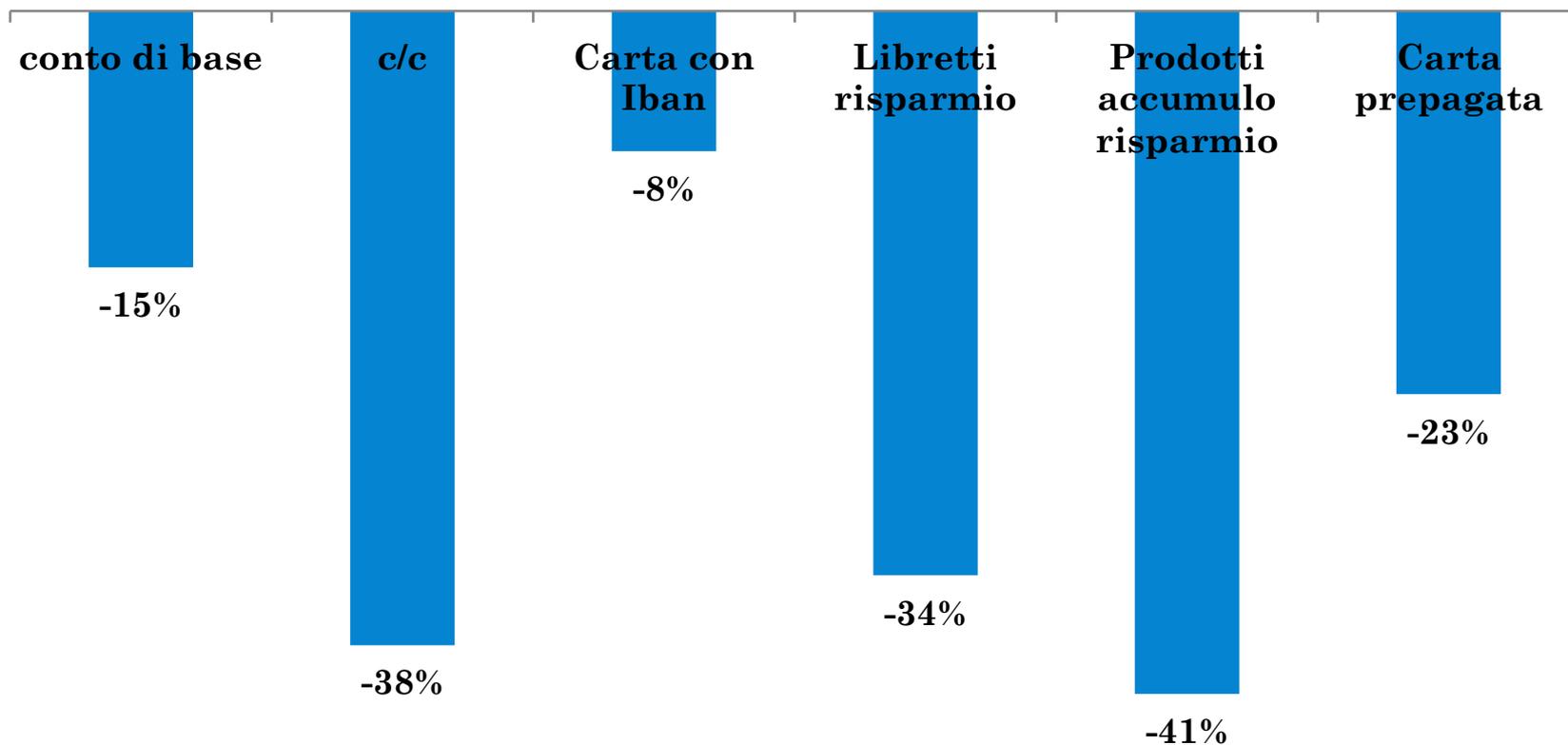


RISPARMIO

GIACENZA MEDIA 2012



GIACENZE MEDIE – SCARTO SU CLIENTELA MEDIA



Minore capacità di risparmio a fronte di una maggiore propensione al risparmio (scarto di reddito familiare periodo 2006-2010 pari al 40%)



LA FAMIGLIA MIGRANTE: SCENARI

- Strategie diversificate delle famiglie in relazione alla crisi
- Non c'è solo la risposta del rientro: questo è molto rischioso perché, se per alcuni paesi è vero che ci sono prospettive di crescita elevate, per molti altri paesi i migranti non hanno sufficiente fiducia (**asimmetrie informative**)
- Valutazione che si intreccia con fattori soggettivi: presenza dei figli integrati in Italia; attrattività del sistema sanitario e altre tutele offerte dal Welfare italiano (per quanto in contrazione)



LA FAMIGLIA: RISPARMIO E INVESTIMENTI

- Evoluzione del rapporto con la banca connesso all'evoluzione del percorso d'inserimento e alle opportunità socio-economiche del territorio di riferimento
 - Attenzione ai migranti soli e alle cittadinanze sbilanciate dal punto di vista di genere
 - Attenzione alle aree territoriali maggiormente problematiche
- Centrale il tema del controllo e la protezione del risparmio. In caso contrario, gran parte del risparmio continuerà a essere impiegato fuori dai canali regolamentati
- Prospettive d'investimento transnazionale da considerare, ma molto dipendenti da concrete opportunità offerte dai paesi d'origine



SECONDE GENERAZIONI

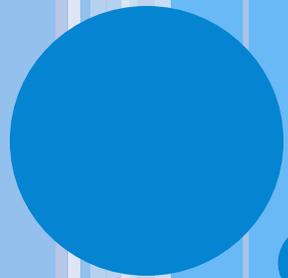
Opportunità

- Diffusa familiarità con online banking e altri servizi internet
- Familiarità con carte di credito e pagamento
- Accumulo risparmio e polizze vita convenienti (per bassa rischiosità)
- Già inseriti in strutture formative (per programmi di educazione finanziaria)

Rischio / Debolezza

- Attenzione al sovra-indebitamento
- Poca consapevolezza della necessità di protezione dal rischio
- Rischio di discriminazione positiva





RIMESSE

PERCEZIONE

2009

- **Un luogo sicuro dove mettere i propri risparmi**
- Una scelta obbligata per vivere in Italia
- Un luogo dove ottenere credito
- Un consulente, consigliere per le proprie esigenze finanziaria

2011

- **Un consulente, consigliere per le proprie esigenze finanziaria**
- Un luogo dove ottenere credito
- Una scelta obbligata per vivere in Italia
- Un luogo sicuro dove mettere i propri risparmi

Appare necessario investire sul ruolo della banca quale consulente e punto di riferimento nella propria gestione finanziaria

ALLOCAZIONE DEL RISPARMIO

Reddito

Spese in Italia
70%

Risparmio in Italia
14%

Rimessa
16%

67%
Risparmio/
investimenti
in banca

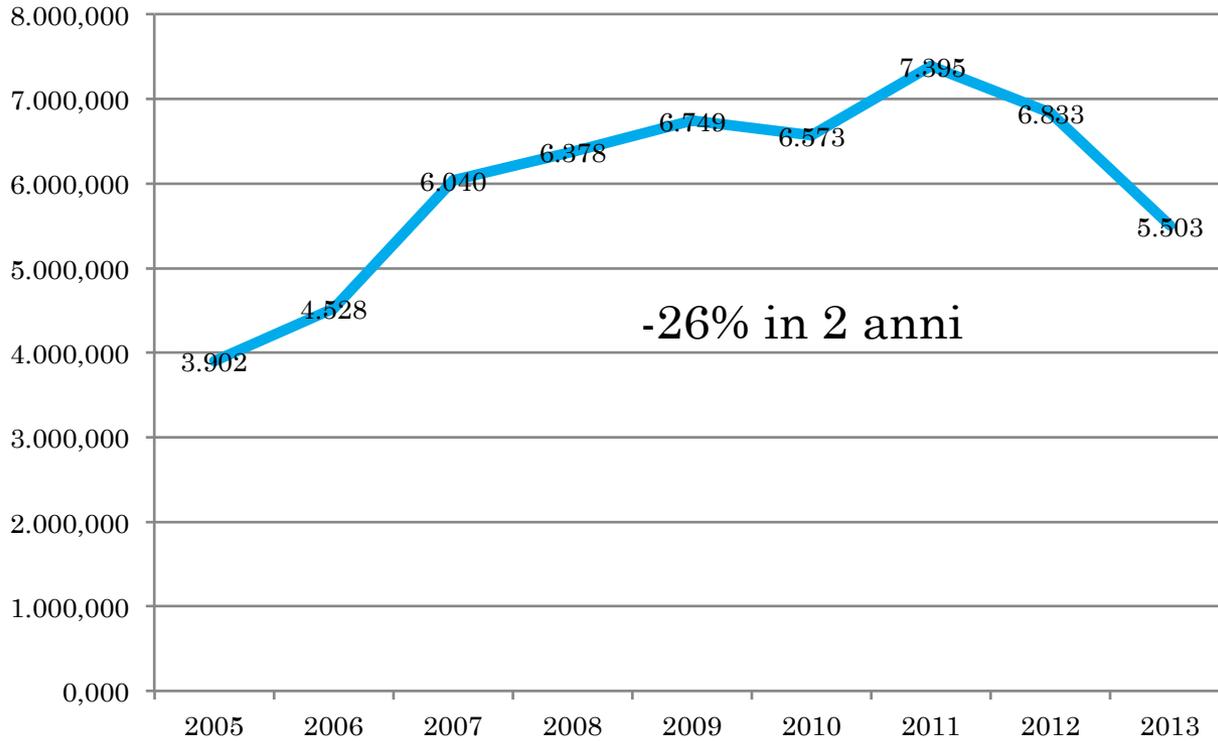
27%
In casa

7%
Prestiti
informali

Risparmio
•Perù 36%
•Ecuador 30%
•Senegal 15%

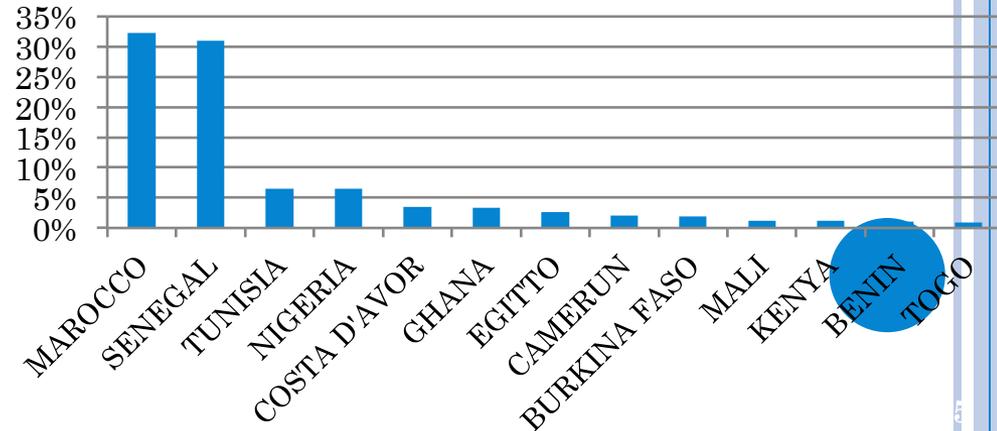
Il 20% del risparmio non viene intercettato dalle banche

LE RIMESSE DALL'ITALIA



Fonte: Banca d'Italia – migliaia di Euro

Il mercato africano



SE ESCLUDIAMO LA CINA...

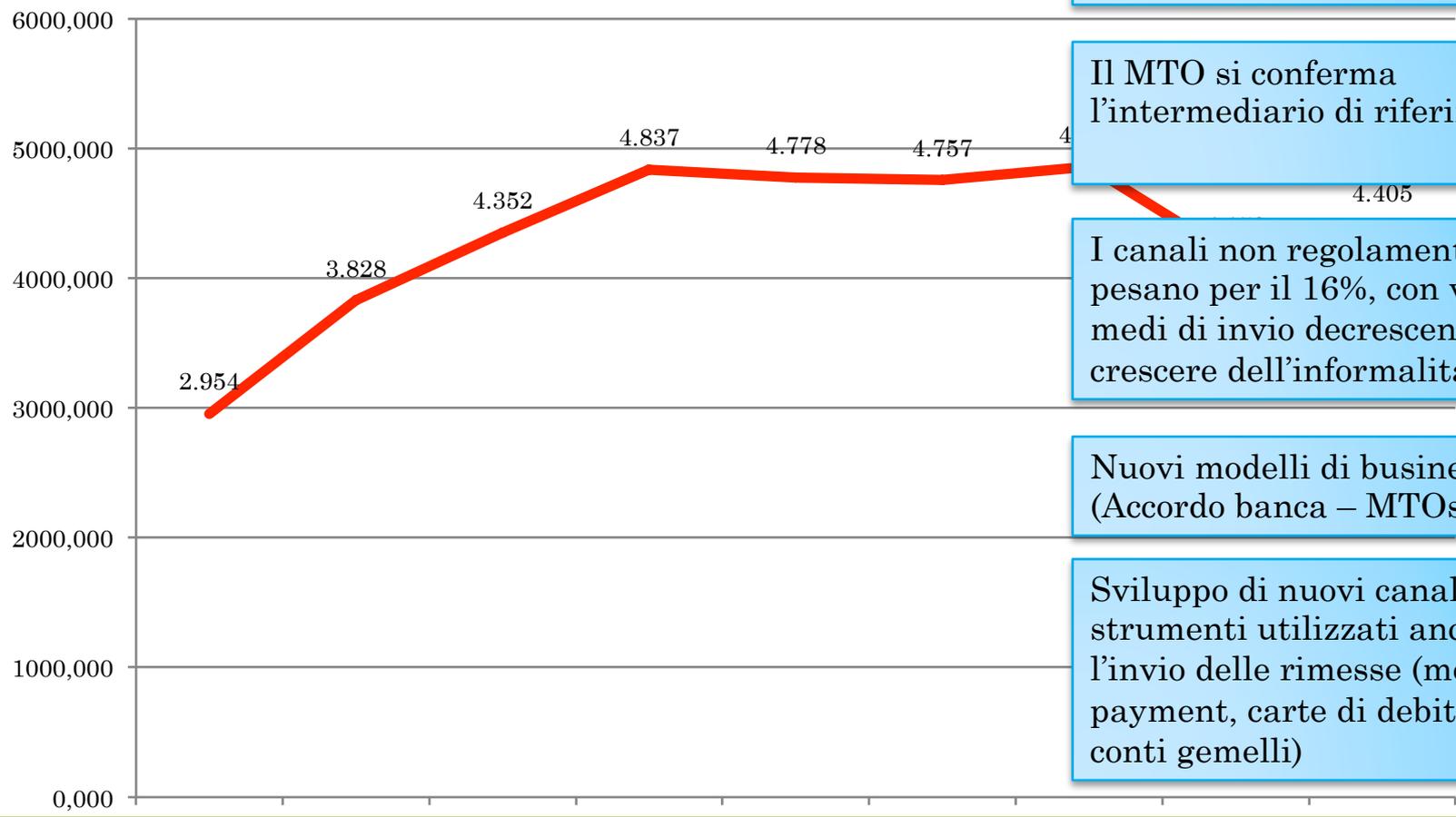
Evidente l'anticiclicità delle rimesse

Il MTO si conferma l'intermediario di riferimento

I canali non regolamentati pesano per il 16%, con valori medi di invio decrescenti al crescere dell'informalità

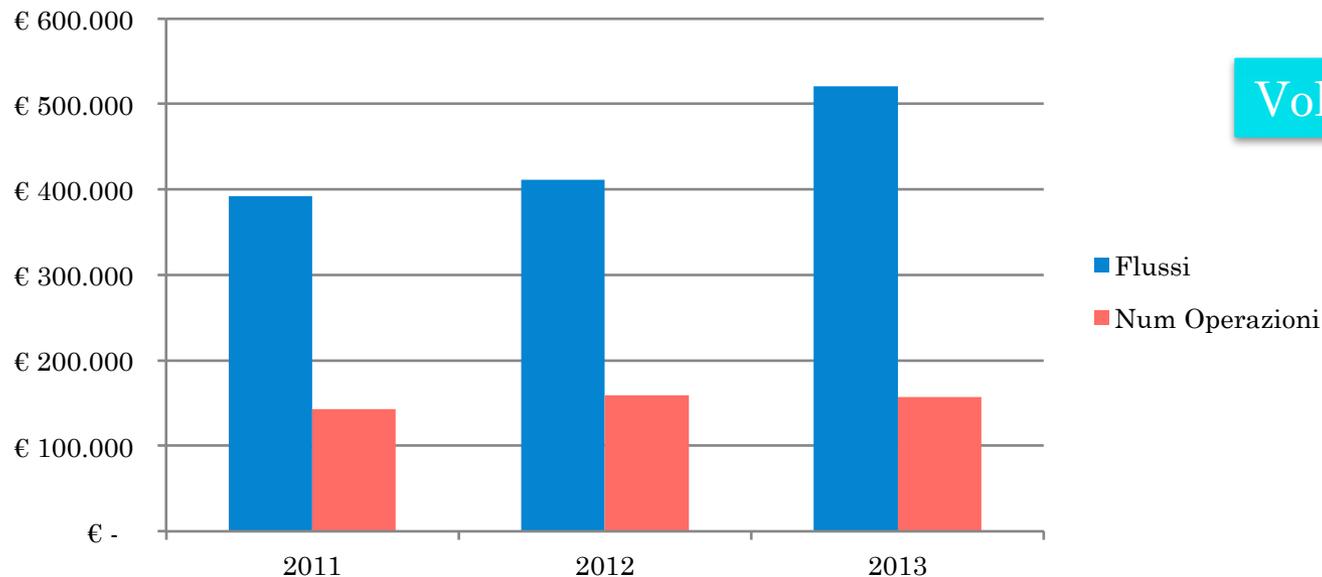
Nuovi modelli di business (Accordo banca – MTOs)

Sviluppo di nuovi canali e strumenti utilizzati anche per l'invio delle rimesse (mobile-payment, carte di debito, conti gemelli)



Opportunità che consentono di ridurre i costi e punto di forza per il rafforzamento del processo di inclusione finanziaria attraverso l'offerta di un pacchetto di prodotti integrati

RIMESSE E BANCHE

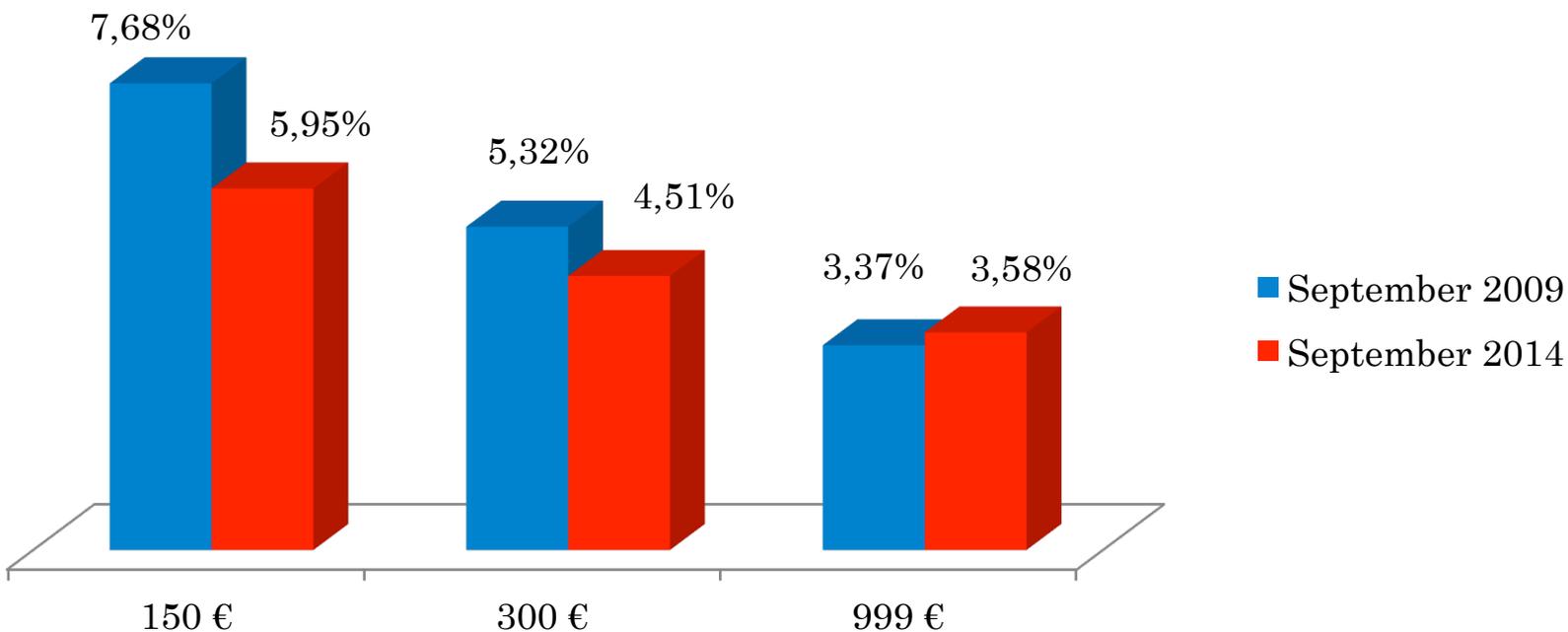


Volumi in crescita

Migliaia di euro

Partnership banche - MTOs

- +120% volumi 2011-2013
- +46% numero di operazioni
- 2,6% del volume complessivo
- 27,4% numero operazioni complessivo

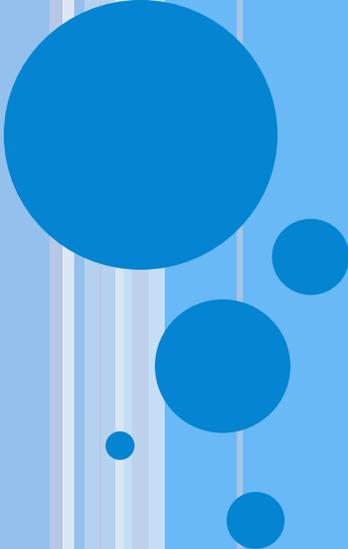


▪ Vicini all'obiettivo del 5*5

Costi per tipologia di prodotto (150€)

Card	8,66%
Cash to cash	6,48%
Account to Account	4,70%
Mobile	5,58%
Online	5,98%





SEGMENTO SMALL BUSINESS

SMALL BUSINESS – *PANEL OMOGENEO*



- %ale da più di 5 anni passa dal 16,3% nel 2010 al **37,4% nel 2013**
- Un terzo degli imprenditori sono donne (31% al 2013)

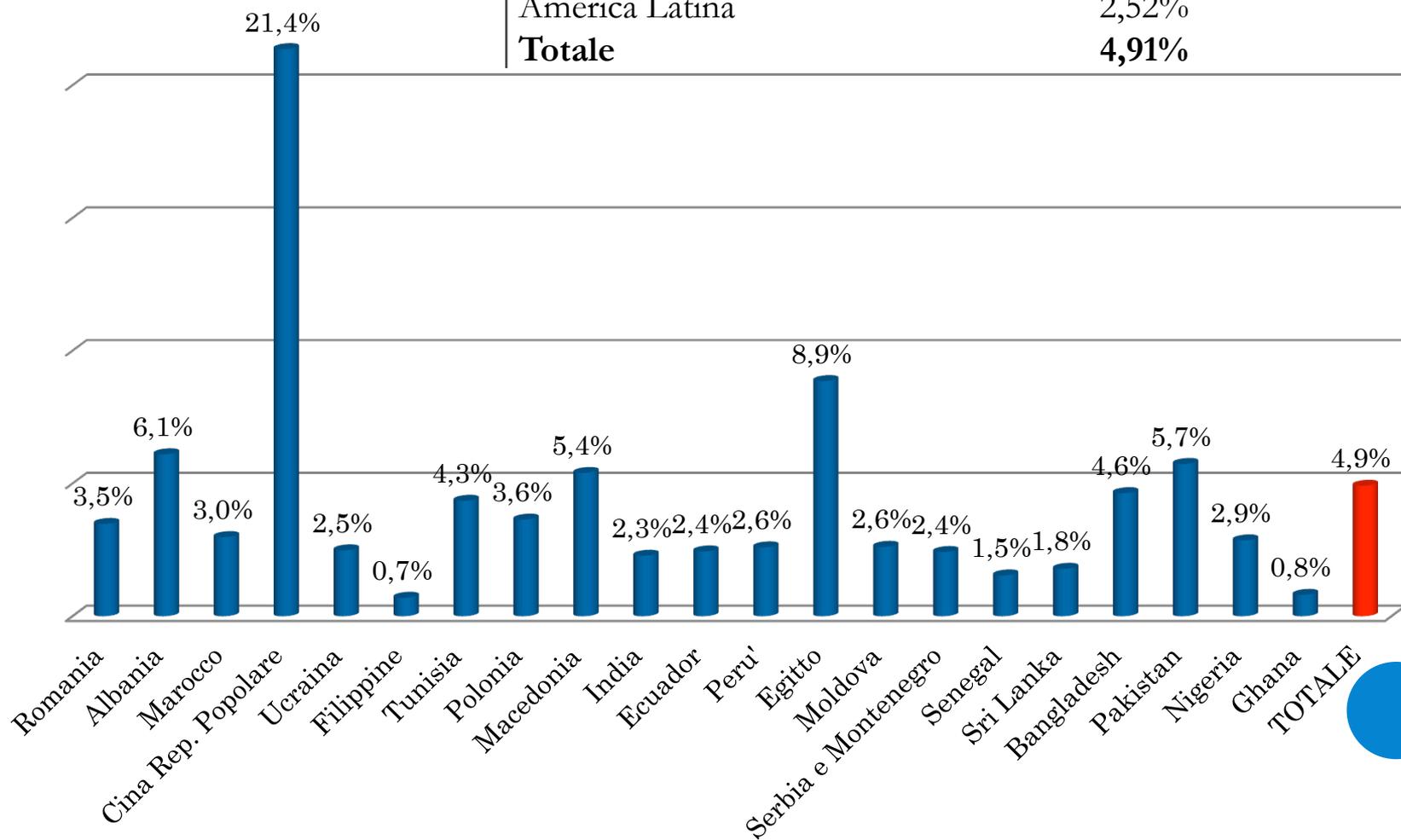
L'incidenza sui c/c intestati a cittadini immigrati si attesta al 5%
8% su totale imprese italiane



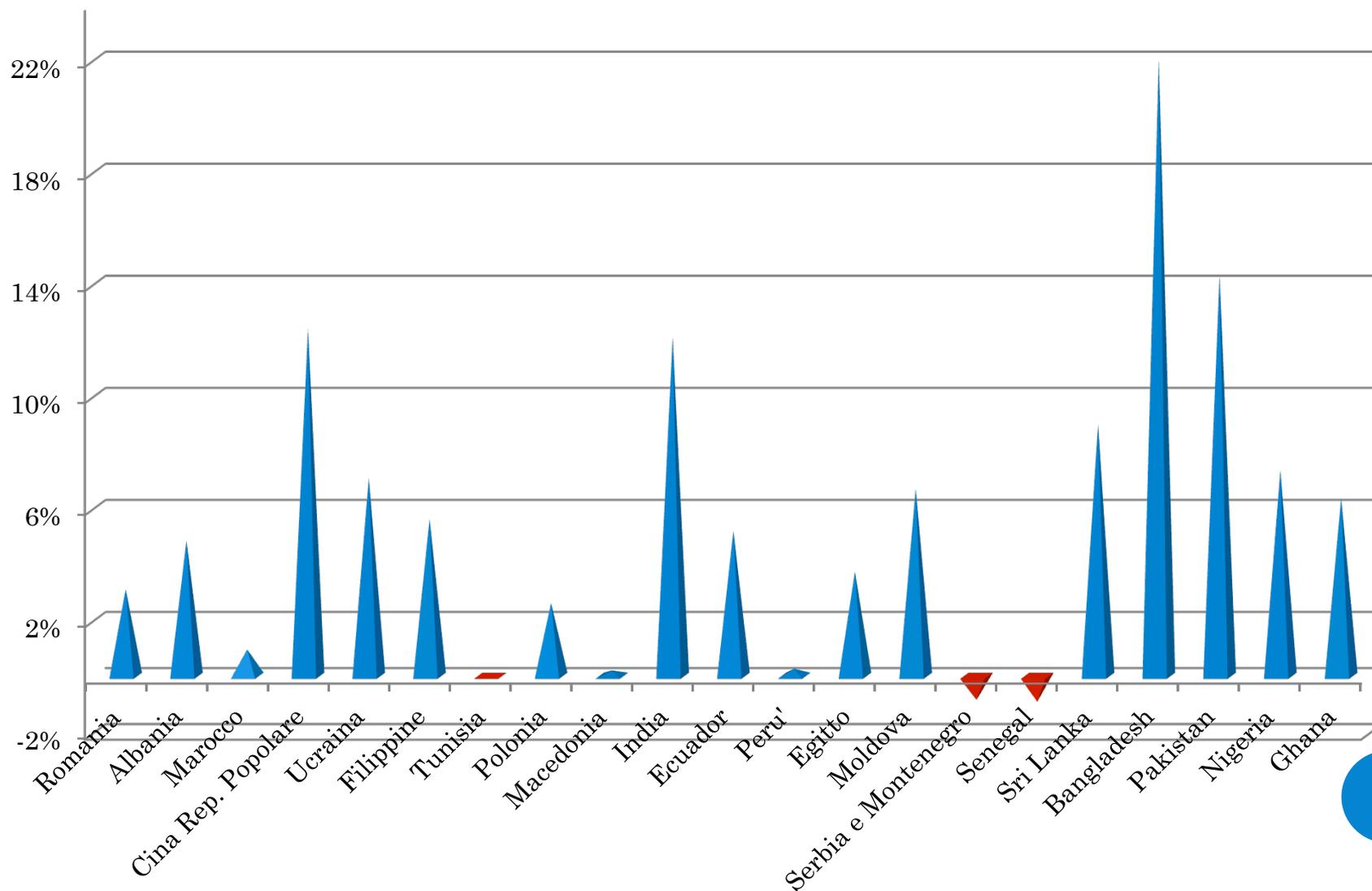
DETTAGLIO PER AREA GEOGRAFICA - INCIDENZA

Incidenza c/c small business su c/c totali intestati a migranti, 2013

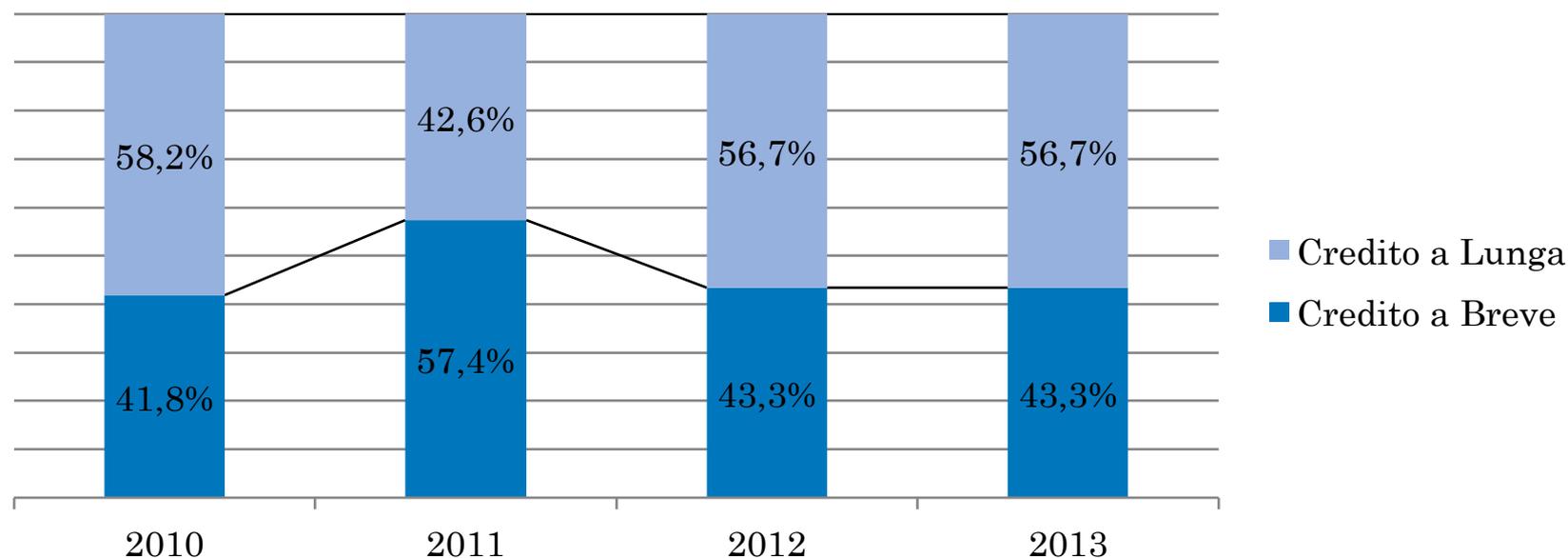
Africa	3,86%
Europa	3,93%
Asia	9,05%
America Latina	2,52%
Totale	4,91%



VARIAZIONE 2012 - 2013



COMPOSIZIONE PER SCADENZE - CONFRONTO 2010-2013



In termini di incidenza dei crediti si evidenzia:

- Un calo significativo fra 2010 (56%) e 2011 (25%), seguito da un graduale recupero (45% nel 2013)
- Migliora la composizione del credito con una prevalenza del credito a medio lungo (58%) che torna ai livelli del 2010 dopo un calo al 43% nel 2011

LA BUSINESS COMMUNITY MIGRANTE

- La business community migrante è costituita dall'insieme delle ditte e delle persone appartenenti ad una **stessa comunità migrante** disposte a partecipare e a investire in varia misura nelle imprese sorte in una determinata **area territoriale**. Nel caso specifico dei migranti il territorio indica l'area di nascita e di approdo della **catena migratoria**.
- Utili a ridurre i costi di informazione
 - il costo di assumere informazioni sull'affidabilità della controparte,
 - il costo di negoziare le norme e le regole della transazione,
 - il costo di astenersi da comportamenti opportunistici in vista di ritorni futuri.



CARATTERISTICHE DI RIFERIMENTO

Non esiste un modello di BCM univoco in quanto dipende dall'ambiente economico: livello di dinamismo economico del territorio, distribuzione e consistenza della, permeabilità del mercato, facilità d'accesso ai network economici e alle informazioni utili, complessità normativa e burocratica e strumenti a supporto esistenti

Possibili modellizzazioni:

- comunità tendenti a rispondere ai bisogni legati alla sua stessa identità, andranno a specializzarsi nel business etnico
- comunità capaci di individuare quei segmenti e settori imprenditoriali “abbandonati” dagli autoctoni inserendosi nella *vacancy chain*
- il livello di penetrazione commerciale nel tessuto autoctono sarà maggiore per quelle comunità che si inseriscono nella *vacancy chain* in quanto approfitteranno di canali già avviati con bacini di consumatori più ampi rispetto a quelli etnici



GRAZIE!

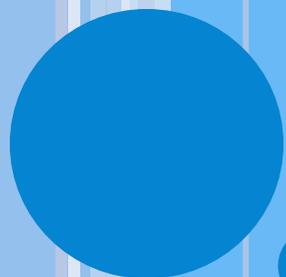
Daniele Frigeri – Direttore CeSPI
Direttore Osservatorio Nazionale sull’Inclusione
Finanziaria dei Migranti
daniele.frigeri@cespi.it

www.migrantiefinanza.it

www.mandasoldiacasa.it

www.cespi.it





LABORATORI TERRITORIALI

DUE LABORATORI TERRITORIALI

ROMA

MILANO

Rappresentano il 35,2% della presenza dei cittadini immigrati residenti sul territorio italiano, (sono presenti tutte le nazionalità)

ROMA		MILANO
10,6%	Incidenza su tot popolazione	11,1%
9,2%	Incremento annuo	9,7%
62,5 (7)	Indice di attrattività territoriale	73,8 (4)
40,2 (100)	Indice di inserimento sociale	34,1 (103)
59,7 (38)	Indice di inserimento occupazionale	64,4 (14)
7%	Lavoro in proprio (% su pop migrante)	8%
48,4	Assorbimento mercato del lavoro	62,9
83	Tenuta occupazione	77,8
42%	Soggiorno stabile	48,9%

DUE LABORATORI TERRITORIALI

ROMA

MILANO

Indicatori economico- finanziari

- Il 23% dei c/c intestati a cittadini immigrati (2013)
- Il 9% dei c/c small business (2013)
- 18,7% delle imprese a titolarità immigrata (2013)

ROMA	2013	MILANO
2,4%	Incidenza c/c small business su tot c/c	4,4%
31%	%ale titolari da più di 5 anni	41%
11,4%	%ale c/c su totale nazionale conti intestati a migranti	11,9%
50.980	Numero imprese a titolarità immigrata	41.928
11%	Incidenza su imprese provincia (8,2% media ITA)	12%

AREE DI LAVORO

Inclusione finanziaria di settori non bancarizzati.

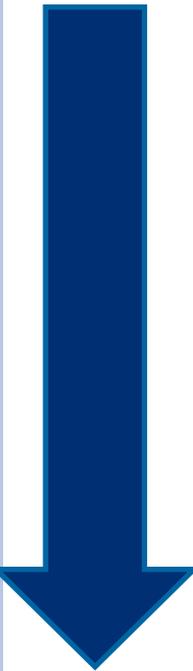
Esistono politiche sia da parte di attori istituzionali che privati. Cosa può essere fatto: politiche territoriali o iniziative universali?

Promuovere il cliente evoluto e l'impresa.

Affinché non rimangano come processi spontanei ma diventino politiche. A livello territoriale possono essere pensate politiche che accelerino e rafforzino questo processo?

PROPOSTA DI LAVORO

Obiettivo: promuovere percorsi di *evidence-based effective policy* su base territoriale in relazione all'inclusione finanziaria, al fine di individuare misure chiave da adottare o di fattibile replicabilità.



Ricognizione dell'esistente

Analisi principali dati disponibili i termini di inclusione finanziaria dei migranti

Interazione dati – bisogni – iniziative in corso

Analisi dei principali ostacoli e problemi verso un sistema territoriale integrato di inclusione finanziaria

Disegno misure, strumenti operativi di policy, necessari a mettere a sistema il mosaico integrato delle azioni territoriali per l'inclusione finanziaria dei migranti

UN QUADRO D'INSIEME

Attività di analisi

- Analisi lato offerta
- Analisi lato domanda
- Analisi imprenditoria – Made in Italy



Attività di formazione

- Sviluppo materiale educazione finanziaria con ILO
- Corsi per associazioni di immigrati
- Corsi per operatori
- App di educazione finanziaria



Attività sperimentale

Laboratori territoriali



DETTAGLIO PER SEGMENTI DI CLIENTELA

Rappresentatività del campione lato offerta 61% degli sportelli e 74% del totale impieghi delle banche

Inclusione BancoPosta

Rappresentatività del campione immigrati 21 nazionalità considerate, pari all'88% del totale immigrati (non OCSE) residenti in Italia

Sintesi dei dati

	2010	2011	2012	2013
Segmento consumer	1.709.370	1.837.945	2.338.473	2.406.032
		+7,5%	+27,2%	+2,9%
Segmento <i>small business</i>	74.237	83.954	101.852	105.454
		+13,1%	+21,3%	+3,5%

