

# L'educazione finanziaria delle nuove generazioni

Emanuela Rinaldi

L'articolo descrive alcuni mutamenti nei processi di socializzazione economica delle nuove generazioni in Italia ed esprime una serie di riflessioni sulla progettazione delle attività di educazione finanziaria per i minori. In particolare, vengono evidenziati i risultati di alcuni recenti studi sui preadolescenti in Italia in tema di conoscenze, atteggiamenti e comportamenti relativi all'economia e alla finanza.

## *La socializzazione economica e l'educazione finanziaria*

Nelle società occidentali, fino all'inizio del secolo scorso i genitori consideravano i figli come una risorsa economica preziosa che contribuiva alla formazione del reddito del nucleo familiare. Attualmente, invece, a causa di profondi mutamenti demografici, culturali ed economici, le nuove generazioni hanno perso molto del loro valore in termini di "forza-lavoro", acquisendone uno inestimabile dal punto di vista prettamente affettivo-emotivo, tanto da indurre a parlare di una sorta di "sacralizzazione del bambino", basata sul radicamento di una cultura puerocentrica. Parallelamente all'aumento dell'importanza affettiva dei figli, a causa delle massicce trasformazioni socio-economiche che hanno investito le società avanzate, a partire dagli anni 80 anche il costo dei figli è significativamente cresciuto all'interno dei bilanci familiari.

Dal punto di vista del mercato, il potere che detengono i figli è diventato sempre più un potere di acquisto che si realizza attraverso le loro preferenze, orientamenti e scelte di consumo in grado di influenzare anche il comportamento economico dei genitori. Le imprese operanti nel settore privato hanno investito notevoli risorse per comprendere meglio gusti, preferenze, atteggiamenti delle nuove generazioni. Per contro, le caratteristiche alla "fonte" della disponibilità di consumo dei minori (chi, con quali modalità e motivazioni dà loro del denaro? Quali valori, significati, emozioni associano al denaro? E come acquisiscono alcune abitudini in ambito economico?) non sembrano essere state studiate altrettanto approfonditamente dalla ricerca sociale. Esse costituiscono elementi chiave per la socializzazione economica delle nuove generazioni, qui intesa come «*l'insieme di processi specifici di formazione della personalità e del carattere sociale, finalizzati all'acquisizione di abilità, competenze, conoscenze e inclinazioni aventi rilevanza diretta nella sfera economica*» (per esempio l'apprendimento di nozioni di economia, o di abilità per la

gestione dei soldi, la formazione di atteggiamenti relativi al denaro o di propensioni al risparmio, al rischio, al gioco d'azzardo - Rinaldi, 2007).

Il processo di socializzazione economica comprende sia aspetti formalizzati e intenzionali (nell'educazione, per esempio quando una maestra insegna ai bambini il concetto di "resto" e come calcolarlo) sia aspetti informali e non intenzionali che producono comunque un effetto socializzante (quando, per esempio, un bambino leggendo i fumetti di Paperon de Paperoni si costruisce un certo tipo di rappresentazione dell'idea di "ricchezza") e dura per tutta la vita di un individuo ma, come indicato da numerosi autori, le fasi dell'infanzia e dell'adolescenza risultano cruciali nell'interiorizzazione di orientamenti valoriali, frame cognitivi e abitudini in ambito economico (Webley et al., 2004). Di fatto, anche se la capacità di utilizzare il denaro non rientra tra i comportamenti istintivi del bambino, è una risorsa essenziale per garantire la sua integrazione sociale e le sue capacità di "sopravvivenza" autonoma - senza l'ausilio dei genitori - nella società.

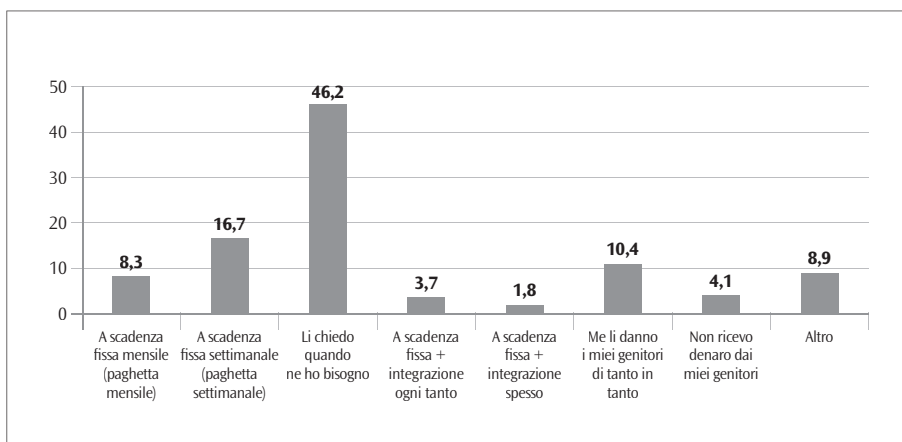
Data l'importanza emotiva e strategica del tema, risulta abbastanza paradossale come a oggi le istituzioni pubbliche italiane (come la scuola) abbiano dedicato un'attenzione piuttosto limitata - rispetto a quanto avviene in altri Paesi, come quelli del Nord Europa - alla costruzione della cultura economica delle nuove generazioni. Tuttavia, di recente, a causa della progressiva intensificazione della crisi del credito, gli stakeholder della finanza mondiale hanno evidenziato l'urgente necessità di fornire anche ai più piccoli informazioni e strumenti utili a gestire problematiche finanziarie. Da qui, l'intensificarsi di attività dedicate all'educazione finanziaria che l'Oecd (*Organisation for economic co-operation and development*) - punto di riferimento istituzionale per chi si occupa di *financial education* - definisce come: «*Il processo attraverso cui consumatori/investitori finanziari migliorano la loro comprensione di prodotti e concetti finanziari e, attraverso informazioni, istruzioni e/o consigli obiettivi, sviluppano le capacità e la fiducia necessarie per diventare maggiormente consapevoli dei rischi e delle opportunità finanziarie, per effettuare scelte informate, per conoscere dove andare a chiedere aiuto/supporto, e per mettere in atto altre azioni efficaci per migliorare il proprio benessere finanziario*» (Oecd, 2005). Tali iniziative partono dal presupposto che un migliore livello di alfabetizzazione finanziaria (*financial literacy*) aiuti i consumatori non solo a diventare più informati e consapevoli nelle loro decisioni, e quindi a raggiungere un miglioramento del proprio benessere economico nel breve e nel lungo termine (diminuendo indirettamente la spesa sociale pubblica e migliorando la sostenibilità del sistema previdenziale nel medio-lungo termine), ma anche a prevenire problemi di sovra-indebitamento, in particolare tra i giovani (target privilegiato di forti pressioni al consumo). Per una riflessione sulle iniziative di educazione finanziaria in Italia e sull'utilità di una strategia unitaria rimandiamo a specifici contributi (Chionsini e Trifilidis, 2010; Tracò, 2010), mentre nel presente articolo ci concentreremo, in primo luogo, su alcune caratteristiche della socializzazione delle nuove generazioni in Italia in tema di denaro e, in secondo luogo, su alcune indicazioni utili alla progettazione di interventi futuri. Per quanto riguarda il primo punto, prenderemo in considerazione

i 12-14enni avvalendoci del rapporto della ricerca “Educazione finanziaria: una nuova generazione di risparmiatori”, un’indagine sui preadolescenti realizzata da un team di docenti dell’Università Cattolica del Sacro Cuore e promossa da Junior Achievement Italia, associazione non-profit che dal 2002 realizza progetti di formazione economica e finanziaria presso scuole di diverso ordine e grado.

### *Sistemi allocativi intergenerazionali: preadolescenti “ricchi”*

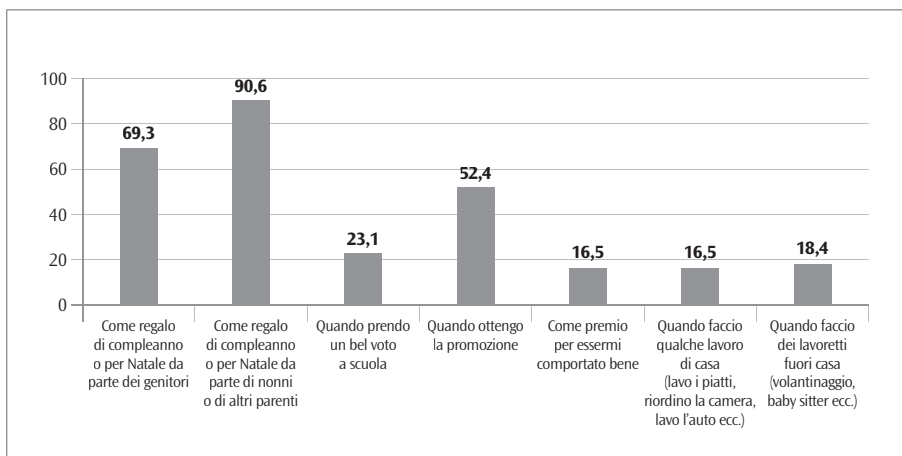
L’indagine - progettata da esperti di sociologia, psicologia, economia e statistica - è stata svolta tra aprile e giugno 2010, coinvolgendo 2.301 studenti delle classi 2<sup>a</sup> e 3<sup>a</sup> di scuole secondarie di I° grado in tutta Italia; il 70% degli studenti era stato coinvolto in un progetto di educazione finanziaria (il programma di Junior Achievement “Io e l’economia”, declinato in diverse modalità, che prevedevano da uno a cinque incontri), mentre il restante 30% degli studenti rientrava nel “gruppo di controllo”, ovvero escluso dal programma; il 73% dei partecipanti frequentava scuole del Nord Italia, il 19% del Centro e l’8% del Sud (dettagli sul campione e sui risultati dell’indagine sono disponibili nel rapporto di ricerca - Rinaldi, 2010). Pur considerando questo tipo di *bias* all’interno del campione, possiamo evidenziare alcune caratteristiche comuni a entrambi i gruppi. Esaminando il comportamento economico degli intervistati, per esempio, si osserva che sul totale dei 2.301 studenti più dell’80% dichiara di poter disporre di qualche soldo per i propri acquisti o interessi, proveniente da diverse fonti. Per quanto riguarda la frequenza di erogazione dei soldi da parte dei genitori, vi è una predominanza della modalità “saltuaria su richiesta” oppure on demand (corrispondente alla risposta «*li chiedo quando ne ho bisogno*»: 46,2% - Fig. 1). Nel complesso i sistemi familiari di allocazione del denaro risultano piuttosto eterogenei: per il 25% degli studenti esiste un accordo tipo “paghetta” (basata su un’erogazione regolare di una somma fissa, mensile o settimanale), ma in alcuni casi gli intervistati indicano che a tale paghetta si affianca un’integrazione (5,5%). In media, si tratta di una cifra di 29 euro mensili da parte dei genitori (n. soggetti = 1394; deviazione standard = 33,5) alla quale, per taluni, va unita la cifra messa a disposizione dai nonni di 26 euro (n. = 1244; dev. std. = 30,2). Gli studenti appartenenti alle fasce più abbienti ricevono nel complesso mensilmente in media una cifra (71 euro) sensibilmente più alta rispetto a quelli delle fasce meno abbienti (45 euro), ma in entrambi i casi si registra un’alta variabilità interna ai gruppi, a conferma della notevole eterogeneità tra i sistemi esistenti. Ben uno studente su cinque dichiara, invece, di non avere idea dell’ammontare della cifra ricevuta in un mese, un dato che suggerisce l’esistenza di una sorta di “inconsapevolezza finanziaria” in una quota consistente del campione. Alcuni studi che indagano le similitudini tra il denaro e i tabù indicano che a volte i genitori mantengono intenzionalmente questa sorta di “inconsapevolezza finanziaria” nei figli minorenni, al fine di evitare che in questi ultimi si generino sentimenti di invidia, alterigia, aggressività (Belk e Wallendorf, 1990).

**Fig. 1 – “Con quale scadenza ricevi soldi dai tuoi genitori?”. Val. % (campione = 1.906 studenti)**



Chiedendo nello specifico in quali occasioni gli alunni ricevono o guadagnano soldi (Fig. 2) emerge nuovamente come le occasioni di scambio economico in famiglia siano piuttosto numerose, confermando la “vivacità” della vita economica dei minori anche sul fronte dell’entrate. Esse arrivano specialmente nel compleanno (il 90,6%) o per la promozione (52,4%), o quando prendono un bel voto a scuola (23,1%). Le occasioni di scambio di denaro in famiglia non sempre sono associate a un clima positivo, visto che circa il 15% dichiara di litigare spesso con i genitori per le proprie spese personali e il 23% per le spese legate al telefono cellulare.

**Fig. 2 – “In quali occasioni ricevi o guadagni del denaro per te?”. Val. % (possibili più risposte, campione = 1.903 studenti)**



## «Della somma che hai a disposizione in un mese, principalmente cosa ne fai?» - una generazione attenta al risparmio

Cosa fanno gli alunni della somma che hanno a disposizione in un mese? Una quota consistente pari al 23,9 % del campione dichiara: «*La spendo quasi sempre tutta*» (li abbiamo chiamati “non-risparmiatori”): in questo gruppo gli studenti dichiarano di ricevere, in media, una cifra mensile pari a 38 euro dai genitori, un dato sensibilmente superiore alla media del campione (29 euro), che quindi mina l’ipotesi secondo cui i “non-risparmiatori” siano principalmente preadolescenti che ricevono scarse risorse economiche. In Tab. 1 si osserva, invece, che il 15,3% del campione risparmia in un’ottica di spese da effettuare nei seguenti 12 mesi, mentre il 45,4% afferma: «*In genere ne accantonano una parte come risparmio perché bisogna sempre avere a disposizione una riserva di denaro in caso di imprevisti*» (i “risparmiatori per il lungo termine”). Questo dato merita un’attenzione particolare perché, su indagini simili svolte sui minori italiani in passato (es.: Dosso e Rosci, 2000; Rinaldi e Giromini, 2002; Gi.O.C., 2006; Rinaldi e Geroni, 2008) si era riscontrato un comportamento economico più incline alla spesa. Pur non trattandosi di studi e campioni statisticamente comparabili, possiamo azzardare un’ipotesi interpretativa che lega i risultati a fattori di tipo storico-culturale relativi al contesto italiano attuale.

**Tab. 1 – “Della somma che hai a disposizione in un mese, principalmente cosa ne fai?” (campione = 2.301 studenti)**

La spendo quasi sempre tutta	<b>23,9%</b>
In generale ne accantonano una parte per acquisti/spese che penso di fare nei 12 mesi seguenti	<b>15,3%</b>
In generale, ne accantonano una parte per acquisti/spese che penso di fare tra 3-5 anni	<b>4,7%</b>
In genere ne accantonano una parte come risparmio perché bisogna sempre avere a disposizione una riserva di denaro in caso di imprevisti	<b>45,4%</b>
Valori non disponibili	<b>10,8%</b>
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

Questa ipotesi si fonda su alcune ricerche esistenti in letteratura: attraverso uno studio condotto in Polonia su gruppi di studenti di 8, 11 e 14 anni, Wosinski e Pietras (1990) hanno dimostrato che i più piccoli avevano conoscenze migliori, rispetto a quelle degli altri due gruppi di età, in relazione ad alcune tematiche economiche, come la definizione di salario, di inflazione o circa le modalità per dare avvio a un’azienda. Questa differenza è stata attribuita al fatto che i bambini più piccoli fossero nati e vissuti durante un periodo di profonda crisi economica del Paese: avendo sperimentato condizioni di scarsità, di ristrettezza economica e di inflazione erano abituati ad ascoltare e discutere, in famiglia o grazie ai media, su questo tipo di argomenti. Si tratterebbe, pertanto, di un caso in cui il contesto macro-culturale gioca un ruolo significativo

nell'influenzare lo sviluppo del pensiero economico del bambino, legittimando il modello teorico dell'apprendimento sociale (Bandura, 1977), a discapito dell'ipotesi dello sviluppo cognitivo delle conoscenze economiche per stadi (cfr. Lunt e Furnham, 1996). In linea con questo studio, anche i nostri dati sembrano indicare che i minori cresciuti in un periodo rappresentato socialmente come di forte crisi finanziaria sviluppino atteggiamenti diversi da quelli delle generazioni precedenti: i preadolescenti intervistati - probabilmente per effetto delle conversazioni ascoltate in famiglia o tramite i media (per esempio le pubblicità che enfatizzano il concetto di "risparmio", "tagliare i costi", "ridurre le spese", "convenienza") - sembrano aver interiorizzato maggiormente l'importanza del risparmio, tradotta anche in un comportamento più incline alla parsimonia che alla spesa, perlomeno durante la preadolescenza.

**Tab. 2 – % di risposte alla batteria di domande sul livello di alfabetizzazione finanziaria. Possibile una sola risposta**

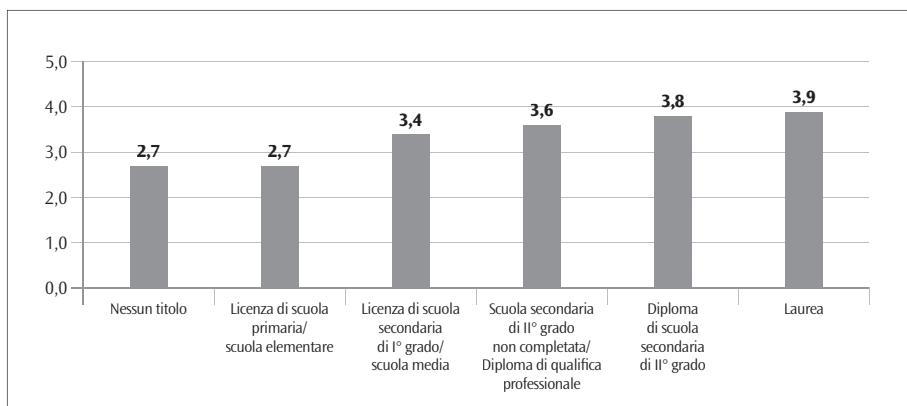
<b>Test di alfabetizzazione finanziaria</b>	<b>Studenti coinvolti nel programma di educazione finanziaria "Io e l'economia" (campione min.= 1.317)</b>	<b>Studenti non coinvolti (campione min.= 584)</b>
<b>Che cos'è un estratto conto?</b>		
Parte riassuntiva di un problema matematico	1,0	0,7
Documento estratto da un insieme di operazioni fiscali	10,0	10,8
Comunicazione di una banca per riepilogo movimenti su conto corrente in un dato periodo	49,9	42,7
Schema delle spese che posso ancora effettuare in un mese	5,3	4,6
Non so	33,7	41,2
<b>Che cos'è un budget mensile?</b>		
L'insieme di operazioni di un'azienda svolte in un mese	7,0	8,3
Uno schema che riporta le entrate e le uscite economiche di un mese	62,1	43,3
Uno schema delle cose comperate in un mese	10,3	12,1
Uno schema che si usa in Inghilterra per studiare economia	1,5	2,0
Non so	19,1	34,4
<b>In economia, che cos'è un interesse?</b>		
Somma da pagare per partecipare a un'operazione finanziaria	12,5	10,8
Somma da pagare per l'utilizzo del denaro altrui	32,6	25,3
Somma da pagare per le tasse	10,6	12,2
Somma da pagare per aprire un conto in banca	11,9	11,5
Non so	32,4	40,2
<b>Che cos'è una carta pre-pagata ricaricabile</b>		
Una carta di credito	10,6	10,4
Una carta che richiede l'esistenza di un conto corrente bancario	11,0	11,1
Una carta-bancomat che si attiva in banca versando una certa somma di denaro	52,7	44,8
Una carta obbligatoria per usare i cellulari	3,7	2,9
Non so	22,0	30,8

## Aumentare il livello di alfabetizzazione finanziaria dei preadolescenti si può

Come precedentemente sottolineato, uno degli obiettivi principali dei progetti di financial education è quello di migliorare il livello di conoscenze in ambito economico-finanziario dei partecipanti. A parità di caratteristiche socio-demografiche, il confronto tra studenti coinvolti e non coinvolti dal programma di educazione finanziaria “Io e l’economia” qui esaminato,<sup>1</sup> su un test di domande a risposta chiusa, mostra tra i primi una percentuale sensibilmente maggiore di risposte corrette (Tab. 2). L’effetto “distanza nel tempo del programma” risulta ridotto: su un *item* quale la nozione di interesse, per esempio, la differenza tra chi ha finito il programma “1-2 settimane fa”, “1-2 mesi fa” o “3 o più mesi fa” è nel complesso contenuta.

Al fine di approfondire il tema dell’alfabetizzazione finanziaria si è proceduto in via esplorativa a costruire un indicatore sintetico, l’Indice di conoscenza economica (di valore compreso tra 0 e 8), basato sul numero di risposte corrette date a otto dei quesiti proposti. Dalle analisi preliminari di confronto tra i gruppi sono emerse differenze importanti legate sia alla partecipazione al corso sia allo *status* socio-economico della famiglia di origine. Gli studenti coinvolti, infatti, hanno un punteggio medio di 3,8, mentre quello del gruppo di controllo è di 3,0. Tuttavia, all’interno di entrambi i gruppi coloro che hanno famiglie di estrazione culturale più elevata ottengono risultati più alti (Fig. 3), un dato che indica che, probabilmente per come è strutturato l’intervento didattico, il programma a oggi non arriva a colmare alcune disuguaglianze in termini di alfabetizzazione finanziaria che penalizzano gli individui con un background socio-economico più basso.

**Fig. 3 – Indice di conoscenza economica (medie) per titolo di studio del padre (campione = 1.650 studenti)**



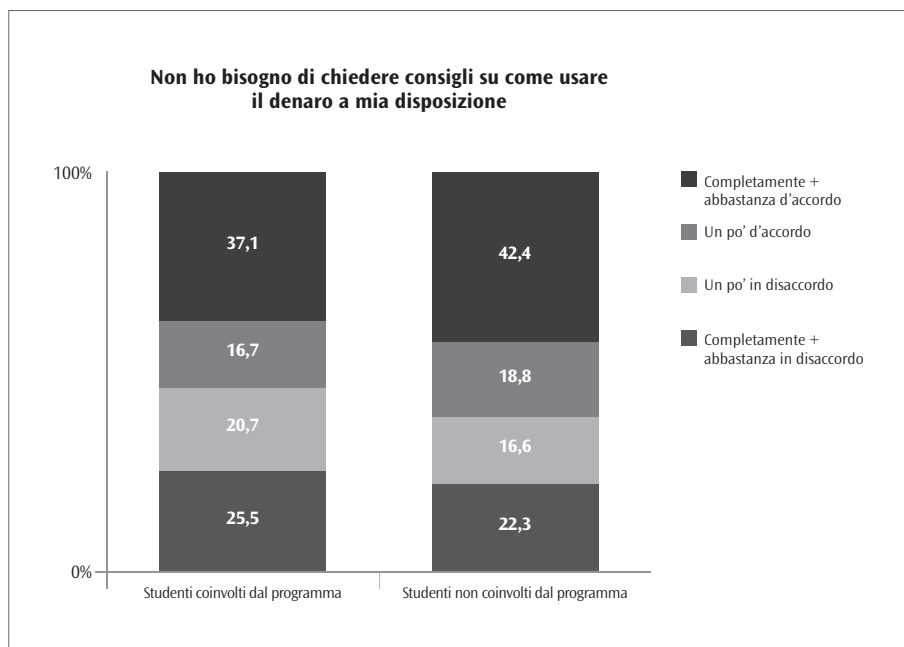
<sup>1</sup> In sintesi, il programma “Io e l’economia” - rivolto gratuitamente a studenti di 2° e 3° nelle scuole secondarie di 1° grado - prevede la partecipazione della classe in orario scolastico a uno o più incontri dove un esperto

(opportunamente formato) propone agli studenti riflessioni sulla differenza tra desideri/bisogni ed esercizi di gruppo e individuali sulla stesura di un budget.

## Percezione del proprio livello di preparazione

In generale, quasi sei intervistati su dieci dichiarano di avere una buona capacità di gestione del proprio denaro (“Sono capace di gestire il denaro a mia disposizione”: completamente + abbastanza d'accordo il 58% degli intervistati), mentre la capacità di pianificazione auto-percepita è lievemente più scarsa (“Sono in grado di pianificare le mie spese”: completamente + abbastanza d'accordo il 49% degli intervistati). Dalla Fig. 4 si osserva che gli studenti coinvolti sono sensibilmente più propensi ad affermare che necessitano di consigli sulla gestione del denaro. Quest'ultimo dato è, a nostro parere, particolarmente incoraggiante in quanto uno degli obiettivi dei programmi di educazione finanziaria è quello di rendere i partecipanti più consapevoli del loro effettivo livello di conoscenze e competenze economiche e, eventualmente, del loro bisogno di acquisire nuove informazioni (evitando fenomeni di *over confidence*, eccesso di fiducia nelle proprie competenze - si veda anche Lusardi, 2009). Rispetto alle differenze di genere, si riscontra tra le ragazze una maggiore preoccupazione per l'organizzazione futura delle proprie risorse economiche (“L'idea di dover organizzare le mie finanze in futuro mi preoccupa”: abbastanza vera + vera per il 54% delle femmine e il 39% dei maschi), che meriterebbe in futuro una specifica attenzione nella programmazione di interventi educativi.

**Fig. 4 – “Esprimi il tuo grado di accordo con le seguenti affermazioni”. Val. % (Studenti coinvolti, campione =1.394; Studenti non coinvolti dal programma, campione = 602)**





## Qualche suggerimento per il futuro

In sintesi, dalle evidenze della ricerca qui commentata e da recenti contributi comparsi su pubblicazioni specializzate (si veda il *Journal of Economic Education*) emerge come le nuove generazioni sperimentino processi di socializzazione economica molto diversificati sia sul fronte delle entrate sia su quello delle uscite, dove i rischi di disorientamento di fronte a servizi sempre più complessi appare alto. Specialmente fino a quando sia i genitori sia la scuola (ma anche le banche) preferiranno lasciare i minori in una sorta di “inconsapevolezza finanziaria” invece di fornire loro una preparazione più adeguata in materia, senza preoccuparsi più di tanto del fatto che scelte sbagliate (o giuste) anche in giovane età possono avere ripercussioni molto negative (o positive) nel corso di tutto il ciclo di vita di un individuo. In questo grigio scenario, un segnale incoraggiante viene dal fatto che, stando alle indagini, i preadolescenti italiani di oggi sembrano più consci dell'importanza della previdenza finanziaria, rispetto a quelli delle generazioni passate. Compito dei *policy maker* in ambito di educazione finanziaria, quindi, potrebbe essere quello di sostenere la capacità di differimento delle gratificazioni di questi preadolescenti, anche al fine di contrastare la tendenza alla “presentificazione” degli orizzonti temporali dei giovani, una tendenza che mina le loro capacità di progettare/pianificare scelte il più possibili razionali per il lungo termine. Di fatto, alcuni interventi si sono dimostrati efficaci non solo nell'aumentare il livello di alfabetizzazione finanziaria, ma anche le abilità di pianificazione nel lungo periodo. Sono specialmente i programmi che parlano di argomenti “percepiti come reali”, vicini all'esperienza quotidiana degli alunni, a risultare più interessanti e più efficaci nella trasmissione di alcune competenze, come quella della compilazione di un budget.

A titolo conclusivo, ribadiamo l'importanza dell'implementazione di una valutazione scientifica e rigorosa dell'efficacia e dell'efficienza delle iniziative di educazione finanziaria sui diversi gruppi sociali coinvolti. Tale monitoraggio deve prendere in esame, con opportuni strumenti metodologici, anche caratteristiche ascritte e acquisite degli individui (per esempio, genere, cittadinanza, *status* socio-economico della famiglia di origine, tipo di scuola frequentata) per verificare se esistano progetti di educazione finanziaria più efficaci per alcuni gruppi e meno efficaci per altri. Questo al fine di evitare che l'educazione finanziaria diventi uno strumento che accentua alcune forme di disuguaglianza sociale, invece di contrastarle.

## Riferimenti bibliografici

- Bandura, A., *Social Learning Theory*, Prentice Hall, Englewood Cliffs NJ, 1977.  
Belk, R.W., Wallendorf, M., “The sacred meanings of money”, *Journal of Economic Psychology*, n. 11, pp. 35-67, 1990.

- Chionsini, G., Trifilidis, M., "Educazione finanziaria. L'utilità di una strategia unitaria", *Banche e banchieri*, n. 5, pp. 360-374, 2010.
- Dosso, C., Rosci, E., "Gli adolescenti e l'uso del denaro", supplemento a *Laboratorio Iard*, n. 4, dicembre 2000.
- Gi.O.C. (Gioventù Operaia Cristiana), "Tutto il resto. Giovani, stili di vita e consumi", *Rapporto di ricerca*, 2006.
- Lunt, P., Furnham, A. (eds.), *Economic socialization. The Economic beliefs and behaviours of young people*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 1996.
- Lusardi, A., (ed.), *Overcoming the Saving Slump. How to Increase the Effectiveness of Financial Education and Saving Programs*, University of Chicago Press, 2009.
- Organization for Economic Co-operation and Development (Oecd), *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*, 2005.
- Rinaldi, E., *Giovani e denaro: percorsi di socializzazione economica*, Unicopli, Milano, 2007.
- Rinaldi, E., "Educazione finanziaria: una nuova generazione di risparmiatori. Indagine sui preadolescenti italiani", Junior Achievement, Milano, 2010. Rapporto di ricerca disponibile alla sezione "ricerche" del sito [www.junioritalia.org](http://www.junioritalia.org).
- Rinaldi, E., Geroni, V., "Adolescenti e ricerca dell'autonomia tra famiglia, denaro e telefoni cellulari", in Ruspini, E. (a cura di), *Educare al denaro. Socializzazione economica tra generi e generazioni*, pp. 89-111, Franco Angeli, Milano, 2008.
- Rinaldi, E., Giromini, E., "The importance of money to Italian children", *International Journal of Advertising & Marketing to Children*, July-September, pp. 53-59, 2002.
- Tracò, F., (a cura di), *Le esperienze di educazione finanziaria. Indagine sulla realtà italiana nel contesto internazionale*, Rapporto di ricerca, Fondazione Rosselli, Torino, 2010. Rapporto di ricerca disponibile alla sezione "area stampa" del sito [www.pattichiari.it](http://www.pattichiari.it).
- Webley, P., Burgoyne, C.B., Lea, S.E.G., Young, B.M., *Psicologia economica della vita quotidiana*, Il Mulino, Bologna, 2004.
- Wosinski, M., Pietras, M., "Economic socialization of Polish children in different macro-economic conditions", *Journal of Economic Psychology*, n.11, pp. 515-529, 1990.