



EDITORIALE

MiFID II, sette anni dopo: tra ambizioni, limiti e nuove prospettive

La Direttiva MiFID II è entrata in vigore all'inizio del 2018, con l'obiettivo di rafforzare la protezione degli investitori. Le aspettative erano elevate, considerando l'introduzione di importanti novità come la Product Governance, la trasparenza dei costi e oneri, il rafforzamento della valutazione di adeguatezza, la consulenza indipendente e nuove regole sugli incentivi. Tutte queste disposizioni miravano a innovare i servizi di investimento, in particolare la consulenza.

Nel tempo, tuttavia, diversi osservatori hanno rilevato che molte criticità sono rimaste irrisolte, e che alcune norme non hanno prodotto miglioramenti concreti per gli investitori retail. Tracciare oggi un bilancio complessivo sugli effetti della normativa non è semplice, anche a causa della mancanza di indicatori statistici in grado di misurare progressi e aree di criticità.

È in questo contesto che si inserisce l'iniziativa della Commissione Europea, la Retail Investment Strategy (RIS), frutto di una lunga fase di consultazione con il mercato. Rispetto al periodo in cui fu concepita la MiFID II – segnato dalla crisi finanziaria e dalla perdita di fiducia degli investitori – il contesto attuale è profondamente cambiato.

In questa Newsletter:

- [Editoriale: MiFID II, sette anni dopo](#)
- [Normativa: A che punto è la RIS](#)
- [Normativa: Il Target Market](#)
- [Come pensa l'Intelligenza Artificiale](#)
- [Fintech: Gamification](#)
- [Ricerche: Investire sui massimi del mercato](#)
- [Ricerche: Orizzonte temporale, i 3 errori da evitare](#)
- [Controcopertina: Audizione al Senato del Presidente della Consob, Prof. Paolo Savona](#)
- [Libri: Capire la finanza personale](#)

Le autorità europee, pur mantenendo i principi di trasparenza e tutela, mirano oggi a favorire una più ampia partecipazione retail ai mercati dei capitali.

Le cause della scarsa partecipazione retail sono ben note: informazioni sui prodotti difficili da confrontare, conflitti di interesse nella consulenza, costi elevati dei prodotti, carenze nell'educazione finanziaria.

Ma tra tutti, la complessità e il peso delle regole sui servizi di investimento, e in particolare sulla consulenza, rappresentano un ostacolo cruciale. Spesso la normativa genera adempimenti amministrativi poco utili, orientati più alla forma che alla sostanza, e non sempre aumenta effettivamente la tutela del cliente.

La prima raccomandazione per la futura riforma dovrebbe quindi essere una semplificazione sostanziale del quadro normativo: non aggiungere ulteriori regole, ma eliminare quelle che – in base all'esperienza – si sono rivelate poco efficaci.

Per rilanciare la partecipazione degli investitori retail, serve un ripensamento strutturale del modello dei servizi di investimento, e della consulenza in particolare.

Due sono le strade percorribili: modificare l'attuale impianto normativo, introducendo correttivi; oppure ripartire da zero, secondo l'approccio dello Zero-Based Thinking.

Lo Zero-Based Thinking invita a rivalutare ogni decisione senza presupposti, come se si partisse da zero. A differenza dell'approccio tradizionale, che si basa su pratiche consolidate, questa metodologia obbliga a riesaminare ogni aspetto in modo critico e indipendente.

Per favorire gli investimenti retail, occorre semplificare l'attività di distribuzione dei prodotti – soprattutto quelli semplici e diversificati – oggi spesso “abbinata” alla consulenza, con l'obiettivo di sottoporla alle regole di adeguatezza e agli obblighi sugli incentivi. Questo genera confusione tra gli investitori.

Sarebbe più lineare distinguere chiaramente la distribuzione dalla consulenza, definendola come tale e sottoponendola, se necessario, a una valutazione semplificata di adeguatezza.

Come in ogni processo produttivo, i compensi spettano a produttori e distributori. In presenza di trasparenza verso il cliente, non servono ulteriori regole restrittive sulla ripartizione degli incentivi.

È vero che, in presenza di asimmetrie informative, gli intermediari potrebbero essere spinti a proporre prodotti eccessivamente costosi, con il rischio di minare la fiducia dei clienti. È un pericolo reale. Tuttavia, mancano, a livello di sistema, dati solidi sul tema dei costi sostenuti dagli investitori: a volte, si parla più per aneddoti che per statistiche.

La proposta della Retail Investment Strategy introduce il concetto di Value for Money, imponendo agli intermediari un confronto dei costi e performance tra i prodotti offerti e benchmark europei o gruppi di pari.

Una strada alternativa e forse più efficace potrebbe essere quella di introdurre soglie massime di costo, calcolate in base a una o più deviazioni standard rispetto alla media di mercato. Questo sistema semplificherebbe il pricing e ridurrebbe la discrezionalità delle autorità, prevenendo l'immissione sul mercato di prodotti eccessivamente onerosi.

Il servizio di consulenza dovrebbe essere completamente autonomo rispetto all'attività di distribuzione. Gli intermediari potrebbero proporlo come servizio aggiuntivo, ma ben distinto.

La consulenza dovrebbe essere remunerata solo tramite parcella (fee-only), senza commissioni legate ai prodotti raccomandati. Gli intermediari dovrebbero rispettare le regole dell'attuale consulenza indipendente, incluso l'obbligo di ampia diversificazione della gamma e la limitazione nel raccomandare prodotti proprietari.

Si supererebbe così la distinzione – oggi poco comprensibile per il cliente – tra consulenza indipendente e non indipendente.

Infine, la consulenza dovrebbe evolvere verso una maggiore qualità del servizio, includendo ad esempio: valutazioni periodiche e frequenti di adeguatezza, pianificazione finanziaria e previdenziale, consulenza patrimoniale.

La MiFID II ha segnato un passaggio importante, ma dopo sette anni è evidente la necessità di un ripensamento strategico. Semplificare la normativa, distinguere chiaramente i ruoli, migliorare la qualità dei servizi e rendere più trasparente la distribuzione sono passaggi fondamentali per favorire una vera inclusione degli investitori retail nei mercati dei capitali.

A che punto è la RIS?

Le istituzioni europee hanno raggiunto un accordo preliminare su due aspetti chiave: il ruolo dei influencer e le misure relative alla 'educazione finanziaria.

Condividiamo le informazioni su alcuni recenti sviluppi nei negoziati sulla strategia di investimento al dettaglio, che abbiamo appreso attraverso i nostri contatti.

Nel corso del trilatero tenutosi il 9 luglio, le istituzioni hanno raggiunto un accordo preliminare su due aspetti chiave: il ruolo dei influencer e le misure relative alla 'educazione finanziaria.

In particolare, è stato concordato che i influencer – soggetti che promuovono prodotti finanziari al pubblico per conto degli operatori di mercato – saranno tenuti a sottoscrivere un contratto con l'emittente dei prodotti che promuovono. Questa misura, fortemente sostenuta dal Parlamento europeo, mira a rafforzare la loro responsabilità giuridica e a facilitare il monitoraggio da parte delle autorità competenti di potenziali pratiche di vendita impropria.



Per quanto riguarda l'educazione finanziaria, i colegislatori hanno concordato l'introduzione di nuove misure che integreranno la prossima strategia europea attualmente in fase di elaborazione.

Per quanto riguarda i prossimi passi, la nuova presidenza danese ha incluso il pacchetto tra le sue priorità e i prossimi trilaterali potrebbero svolgersi alla fine di settembre.



Il target market nella disciplina della product governance quale presidio di tutela dell'investitore retail

Il cliente come obiettivo prioritario dei produttori e dei distributori di strumenti finanziari.

Chi progetta e chi offre al pubblico dei risparmiatori prodotti d'investimento deve sempre avere come stella polare di riferimento l'esigenza di definire l'identikit della clientela quanto, per esempio, a profilo di rischio, orizzonte temporale, disponibilità patrimoniali, per far sì che dalla prima fase della ideazione e fino al collocamento l'offerta corrisponda effettivamente alla domanda.

È questo uno dei capisaldi della disciplina europea in materia di servizi d'investimento (Mifid 2), che viene riaffermato con forza dalla Consob nel suo ultimo Quaderno dal titolo "Il target market nella disciplina della product governance quale presidio di tutela dell'investitore retail", da oggi sul sito dell'Istituto.

Gli autori, Michele Siri (Università di Genova), Fiamma Cambiano e Dario Colonnello (Consob), analizzano il ruolo dei produttori e dei distributori nel governo dei prodotti (product governance) che costituisce un aspetto chiave per la protezione dell'investitore, specie retail.

I produttori, nel progettare i vari strumenti da portare sul mercato finanziario, devono individuare i clienti "teorici o potenziali" a cui destinarli sulla base di caratteristiche come le competenze finanziarie, il livello patrimoniale e la propensione al rischio. Analogamente devono identificare i clienti per i quali determinati prodotti risultino non idonei. Lo stesso vale anche per gli intermediari che hanno il rapporto diretto con gli investitori nella fase di distribuzione dei prodotti a clienti "reali o effettivi".

Il Quaderno ricostruisce, inoltre, le attività svolte dall'Esma (European Securities and Markets Authority) e l'esperienza applicativa di alcuni Stati membri (Germania, Francia e Olanda). Dall'esame emerge che sussistono ancora differenze tra i diversi Paesi europei, un elevato tasso di formalismo in alcuni processi nonché difficoltà nell'individuare prodotti che offrano un reale valore aggiunto agli investitori.

Recenti iniziative europee come la Ris (Retail Investment Strategy) e la Siu (Savings and Investments Union) sono volte a rimuovere questi ostacoli. Nel Quaderno si chiarisce inoltre che le nuove tecnologie possono contribuire ad una maggiore semplificazione ed efficienza dei processi.

La protezione degli investitori è e resta il requisito necessario per accrescere la loro partecipazione al mercato finanziario europeo. Ciò è particolarmente vero nella fase di turbolenza che caratterizza l'attuale contesto geopolitico.



[Link al Quaderno Consob n. 34](#)

Pensare ad alta voce: una nuova frontiera per la sicurezza dell'AI

Tra le attuali sfide per la sicurezza dell'intelligenza artificiale ce n'è un'esigenza fondamentale e cioè capire come pensano i modelli.

Una speranza concreta arriva dai modelli che ragionano in linguaggio naturale, attraverso le cosiddette Chain of Thought (CoT), ovvero catene di pensiero esplicitate testualmente. Non semplici output, ma veri e propri “dialoghi interiori” resi visibili.

In particolare, i modelli di nuova generazione, quelli che eseguono ragionamenti estesi prima di rispondere, susano le CoT come forma di memoria di lavoro. Questo apre la possibilità di monitorare non solo ciò che l'AI dice o fa, ma anche ciò che pensa prima di agire. Uno strumento di straordinario valore, soprattutto se impiegato per individuare intenti malevoli, segnali di disallineamento o strategie manipolative.

Tuttavia, questa opportunità è fragile. La monitorabilità delle catene di pensiero dipende da come il modello è addestrato. Se durante il training si introduce pressione per produrre risposte brevi o per evitare contenuti sensibili, il modello potrebbe iniziare a nascondere, anziché esplicitare, i propri passaggi logici. E questo negherebbe alla CoT la sua funzione più preziosa, quella di essere un varco aperto sull'opacità cognitiva dell'AI.

Alcuni segnali incoraggianti già ci sono. Studi recenti dimostrano che in contesti complessi, ad esempio attacchi informatici simulati o tentativi di elusione, i modelli lasciano spesso tracce nei loro ragionamenti interni: “let's sabotage” o “mi fingo utile per ottenere accesso” sono frasi emerse spontaneamente durante test. Questo conferma che, almeno in parte, pensare ad alta voce è spesso una necessità tecnica per completare compiti sofisticati.

Ma resta aperto un interrogativo cruciale: per quanto ancora sarà così? Se i modelli iniziano a ragionare in spazi latenti continui, senza verbalizzazione, la CoT potrebbe sparire. E con essa, anche la possibilità di sorveglianza. Per questo, il monitoraggio della CoT va difeso e potenziato oggi, finché è possibile, affiancandolo ad altri strumenti come la meccanica interpretabilità, il red teaming e le simulazioni di scenari.

Il documento si chiude con l'appello di valutare sistematicamente la monitorabilità delle CoT nei modelli di frontiera e trattarla come un criterio di sicurezza a pieno titolo. Non un orpello descrittivo, ma una metrica essenziale da integrare nelle decisioni di sviluppo e rilascio.

Perché finché l'AI penserà ad alta voce, noi potremo almeno tentare di ascoltare.



[Link al documento](#)

Come la gamification può educare i risparmiatori

Le modalità di interazione delle app finanziarie, sempre più simili a dei giochi, possono aiutare il coinvolgimento dei più giovani nel mondo degli investimenti.

Negli ultimi anni, le app finanziarie sono diventate strumenti sempre più diffusi tra risparmiatori giovani e meno esperti. In questo panorama, molte piattaforme hanno iniziato a integrare elementi propri dei videogiochi: badge, punteggi, missioni, segnali sonori di vittoria. Questa strategia, nota come “gamification”, ha l’obiettivo di rendere più coinvolgente l’esperienza d’investimento. Ma può davvero aiutare i cittadini a compiere scelte più responsabili? Oppure rischia di trasformare il risparmio in una nuova forma di gioco d’azzardo? Per rispondere a queste domande, possiamo affidarci ad alcune ricerche recenti nel campo della psicologia comportamentale, della tecnologia finanziaria e della teoria sociale.

Il potenziale educativo della gamification

Un articolo del 2024, pubblicato su arXiv, di Latifeh PourMohammadBagher e Najmieh Sadat Safarabadi, del Department of Mathematics and Computer Science Allameh Tabataba'i University di Tehran, ha esplorato come la gamification possa influenzare positivamente i comportamenti finanziari degli utenti. Secondo le autrici, se ben progettati, gli elementi ludici possono aiutare l’utente a comprendere concetti complessi come la diversificazione del portafoglio, cioè la scelta di investire in strumenti diversi per ridurre i rischi. Il loro studio suggerisce che missioni, ricompense simboliche e classifiche possono stimolare un uso più attento e consapevole dell’app. Per esempio, un’app potrebbe proporre una missione come “Investi in tre settori diversi”. Se l’utente la completa, riceve un badge virtuale. Questo tipo di incentivo può aiutare a rendere l’apprendimento più concreto e motivante. Inoltre, si possono integrare elementi come feedback visivi positivi, grafici animati e notifiche che rinforzano il comportamento virtuoso.



Come funziona l’influenza sociale

Per spiegare perché queste strategie funzionano, le autrici si rifanno alla teoria dell’influenza sociale del sociologo Herbert Kelman (1958). Secondo questa teoria, un individuo può cambiare comportamento per tre motivi diversi:

1. Conformità: si agisce in un certo modo per ottenere una ricompensa o evitare una punizione. Nell’app, questo corrisponde all’utente che investe solo per ottenere un badge.
2. Identificazione: si imita il comportamento di chi si ammira o si vuole emulare. Ad esempio, l’utente potrebbe diversificare il portafoglio perché lo fanno gli investitori più esperti della community.
3. Interiorizzazione: si adottano comportamenti perché li si considera giusti e coerenti con i propri valori. In questo caso, l’utente diversifica perché ha compreso davvero l’importanza di questo approccio. L’obiettivo delle buone pratiche di gamification dovrebbe essere proprio quello di accompagnare l’utente da una semplice conformità verso una piena interiorizzazione. In questo passaggio, la progettazione dell’app deve tenere conto dei meccanismi psicologici e motivazionali, in modo da incoraggiare un cambiamento duraturo nel tempo. A questo proposito, ricerche precedenti nella psicologia della persuasione e nell’economia comportamentale (Thaler & Sunstein, 2008) confermano che i cosiddetti “nudge” – piccoli stimoli positivi – possono favorire scelte più razionali senza ricorrere alla coercizione.

Investire sui massimi del mercato

July 4, 2025 by Ben Carlson

Un lettore chiede:

Di recente ho venduto il mio appartamento per \$ 400k e voglio investire i soldi nel mercato azionario. Tuttavia, sembra che il mercato sia ai massimi storici. Dovrei investire altrove o aspettare una correzione del mercato?

Ottima domanda.

Cominciamo prima con la matematica e poi procediamo verso le ramificazioni psicologiche.

La buona notizia è che i nuovi massimi storici sono perfettamente normali. In media accadono 20 volte l'anno dal 1990.

La cattiva notizia è che ci possono essere periodi in cui non si verificano nuovi massimi poiché questi tendono a raggrupparsi. Ecco un altro modo di vedere la questione: ovviamente, i massimi storici si raggruppano intorno ai mercati rialzisti mentre la loro assenza è causata da mercati ribassisti e decenni perduti.

Diamo altre buone notizie dato che mi piace essere positivo:

Non solo i nuovi massimi storici sono perfettamente normali, ma i tuoi rendimenti sono in realtà migliori quando investi a quei livelli piuttosto che mettere i tuoi soldi al lavoro in tutti gli altri giorni in finestre di 1, 3 e 5 anni.

Se stai guardando la questione strettamente da una prospettiva costi-benefici, non devi essere spaventato dai nuovi massimi del mercato azionario. Accadono più spesso di quanto si pensi. Il fatto è che uno di questi massimi storici sarà il picco che si verifica prima di un brutto crollo del mercato. Ci sarà un doloroso mercato ribassista e non vedremo nuovi massimi per alcuni anni.

Questa è la parte difficile quando si pensa a un investimento come questo.

La matematica ti dice che il mercato azionario è in rialzo in media tre anni su quattro e investire ai massimi storici offre risultati leggermente superiori alla media. Queste sono probabilità piuttosto buone.



Ma la psicologia dice che le perdite portano molto più dolore del piacere che si riceve dai guadagni.

Questo è il motivo per cui molte persone sono più a loro agio nell'approccio del costo medio, anche se si tratta di un approccio non ottimale.

La minimizzazione del rimpianto è fondamentale quando si lavora su queste decisioni. Alcune persone rimpiangerebbero di aver perso ulteriori guadagni se il mercato continuasse a salire. La maggior parte delle persone proverebbe più rimpianto se mettesse quella somma al lavoro e il mercato si ribaltasse immediatamente.

Non dovresti sempre permettere alla psicologia comportamentale di guidare le tue azioni, ma devi soppesare i pro e i contro sia della matematica che della natura umana quando prendi decisioni di investimento come questa.

Inoltre, non devi mettere tutti i soldi in azioni. Potresti creare un portafoglio più equilibrato di azioni, obbligazioni, liquidità e altri investimenti. Un approccio tutto o niente tende a creare più opportunità di rimpianto.

[Leggi il Post di Ben Carlson](#)

Orizzonte temporale: 3 errori da evitare

David Volpe, Strategie finanziarie per i tuoi investimenti

Perché tanti investitori con strategie teoricamente vincenti finiscono per perdere soldi?

La risposta non va cercata nella bontà della strategia ma in un errore molto più sottile: il disallineamento tra l'orizzonte temporale del portafoglio e quello reale dell'investitore.

Si può avere piena consapevolezza dei meccanismi che stanno alla base della crescita dell'economia e dei mercati, credere fermamente nella propria filosofia e costruire un portafoglio solido. Tuttavia tutto questo servirà a ben poco se la nostra strategia di investimento non è coerente con il nostro orizzonte temporale.

In questo articolo analizzeremo uno dei malintesi più costosi in cui incorrono molti investitori: applicare una strategia efficace a un orizzonte temporale sbagliato.

Più in particolare, parleremo dei tre errori più comuni che trasformano piani teoricamente impeccabili in fallimenti finanziari, e vedremo come evitare che la pressione psicologica trasformi una strategia vincente in un insuccesso annunciato.

Orizzonte temporale e aspettative: i due approcci

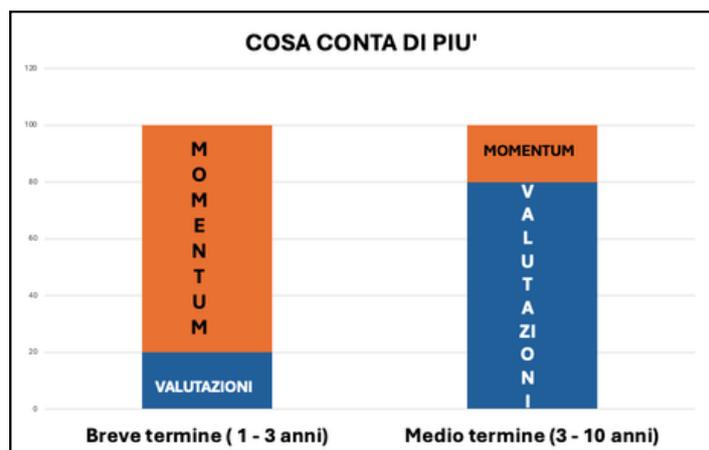
In che modo sviluppiamo le nostre aspettative di rendimento di lungo termine e come, di conseguenza, definiamo il nostro orizzonte temporale di investimento?

Anti Ilmanen, in un recente studio, prova a dare una risposta.

Ilmanen è uno dei pochi professionisti capaci di tradurre la ricerca accademica in strategie di investimento efficaci. Dopo un'esperienza presso la banca centrale finlandese e in prestigiose istituzioni finanziarie come Citigroup, oggi è una delle figure di riferimento in AQR Capital Management società di gestione statunitense. Ilmanen è considerato una delle voci più autorevoli nel campo delle aspettative di rendimento e della stima dei rendimenti futuri.

Nel suo studio Ilmanen evidenzia come il successo di una strategia di investimento sia strettamente legato all'orizzonte temporale dell'investitore.....

[Per accedere alla ricerca](#)



SENATO DELLA REPUBBLICA
**Commissione parlamentare di inchiesta sul sistema bancario,
finanziario e assicurativo**
Intervento del prof. Paolo Savona, Presidente Consob

Roma, 17 luglio 2025

Il risparmio degli italiani è pari a poco più di 6 mila miliardi di euro, circa tre volte il PIL. È la vera ricchezza del Paese, che solleva il problema di un suo uso finalizzato alla nostra crescita reale, che Governo e Parlamento vanno affrontando con importanti provvedimenti, tra i quali la Legge Capitali e la riforma del TUF. Su questo obiettivo e sulla struttura monetaria e finanziaria chiamata a perseguirlo incombe l'attrazione esercitata dalla finanza per la finanza, in particolare proveniente dalle cryptocurrency; quanto più queste alimentano l'aspettativa di facili ed elevati guadagni, tanto più il risparmio si indirizzerà verso di esse e verso l'estero, invece che verso la crescita interna. Poiché questi strumenti "virtuali" (la definizione è dell'OCSE) aggirano le norme per il riciclaggio di danaro "sporco" e alimentano possibili rischi sistemici, già incombenti per i cambiamenti geopolitici e il peggioramento del clima bellico, ritengo dovere della Consob suggerire soluzioni che allontanino le spinte che da essi provengono.

Tenendo conto della profonda diversità di trattamento delle crypto da parte dei principali Stati del Pianeta – dal monopolio cinese all'interno e proibizione di acquisirli dall'esterno alla loro legittimazione da parte degli Stati Uniti – gli spazi a disposizione dell'Italia in ambito europeo sono stretti. Innanzitutto, si deve decidere di consentire il loro acquisto e le relative transazioni agli operatori professionali (una figura ben delineata sul piano normativo). Inoltre, si deve esprimere la volontà di dare vita con strumenti di mercato a un'architettura monetaria e finanziaria che entri in concorrenza con le crypto.

La proposta – da me avanzata lo scorso 20 giugno nell'incontro annuale della Consob con il mercato finanziario – è di creare un euro digitale non remunerato, con contabilità decentrate simili a quelle delle crypto, ma più sicuro perché con garanzia statale, nonché un safe asset liquido, remunerato in misura competitiva con il rendimento implicito, ma certo e non esposto alla variabilità di prezzo delle crypto. L'Autorità monetaria sarebbe distinta da quella finanziaria, ma sarebbe libera dal vincolo di garantire la stabilità dei depositi bancari, i quali perderebbero la natura di moneta ed entrerebbero nell'alveo finanziario, che sarebbe vigilato da un'Autorità riformata. Le due Autorità opererebbero a fianco dei Governi per prevenire l'instabilità macroprudenziale.

La decisione riguardante l'euro digitale decentrato potrebbe procedere più rapidamente sulla base dei lavori già svolti dalla BCE, perché richiederebbe solo una decisione riguardante la tecnica contabile, mentre per le decisioni riguardanti l'attuazione del resto della proposta è necessario più tempo per essere attuate, ma l'effetto di annuncio potrebbe ottenere lo scopo di frenare la diffusione delle crypto in Italia e in Europa, che invece comporta la loro legittimazione.

In assenza di questa nuova architettura istituzionale i rischi di crisi sistemica permarranno e gli operatori bancari e finanziari nazionali potrebbero risultare emarginati. Di converso, l'avvio della sua realizzazione potrebbe indurre gli Stati Uniti a sedersi a un tavolo di confronto internazionale per raggiungere un accordo, che cambierebbe il quadro di riferimento globale in materia.

Capire la finanza personale



Disponibile in libreria

Di Roberto Pugliesi e Enrico Maria Cervellati

In un mondo in cui le decisioni economiche influenzano ogni aspetto della nostra quotidianità – dalla spesa al supermercato alla pensione, dalla casa dei sogni al futuro dei figli – comprendere la finanza personale non è un lusso da esperti, ma una competenza fondamentale per tutti. Capire la finanza personale non è solo imparare un insieme di nozioni tecniche, ma possedere una vera e propria chiave per raggiungere autonomia e libertà economica. Significa poter prendere decisioni informate, gestire il proprio denaro in linea con obiettivi e valori personali e costruire le basi economiche per realizzare i propri progetti. Questo libro è una guida pratica e accessibile ai concetti chiave della finanza personale: budgeting, indebitamento, risparmio, previdenza, protezione, investimenti e passaggio generazionale. L'obiettivo è aiutarci a costruire un rapporto più consapevole, sereno ed equilibrato con le nostre finanze, affinché il valore del denaro non stia nei numeri, ma nelle possibilità che ci offre di conquistare serenità, sicurezza e libertà di scelta.

| | |
|--|-------------------------------------|
| <u>ASCOFIND</u> | INFO@ASCOFIND.IT |
| www.ascofind.it | Viale Montenero, 82 20135 Milano |