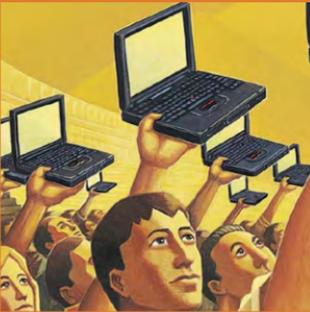
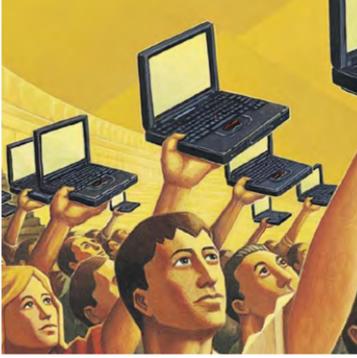


MD Journal
[10] 2020



DESIGN FOR CITIZENSHIP

MEDIA MD



DESIGN
FOR CITIZENSHIP

Editoriale

Veronica Dal Buono,
Gianni Sinni,
Michele Zannoni
Issue editors

Essays

Roberta Angari, Vincenzo Paolo Bagnato,
Letizia Bollini, Emanuela Bonini Lessing,
Laura Bortoloni, Marco Bozzola, Valeria Bucchetti,
Luca Buoninconti, Alessandro Caforio,
Alfredo Calosci, Martina Carraro, Luca Casarotto,
Nicolò Ceccarelli, Flaviano Celaschi, Pietro Costa,
Luca D'Elia, Veronica Dal Buono, Doriana Dal Palù,
Serena Del Puglia, Alessandro Deserti,
Valentina Gianfrate, Beatrice Lerma,
Enrica Lovaglio, Stefano Maffei, Viktor Malakuczi,
Lorela Mehmeti, Lina Monaco, Monica Oddone,
Domenico Pastore, Silvia Pericu, Luciano Perondi,
Daniela Piscitelli, Alessandro Pollini,
Claudia Porfirione, Francesca Rizzo,
Massimo Santanicchia, Felicitas Schmittinger,
Manuel Scortichini, Gianni Sinni,
M. Benedetta Spadolini, Umberto Tolino,
Viviana Trapani, Elena Vai, Pamela Visconti,
Matteo Zallio, Michele Zannoni



Le immagini utilizzate nella rivista rispondono alla pratica del fair use (Copyright Act 17 U.S.C. 107) recepita per l'Italia dall'articolo 70 della Legge sul Diritto d'autore che ne consente l'uso a fini di critica, insegnamento e ricerca scientifica a scopi non commerciali.

MD Journal

Rivista scientifica di design in Open Access

Numero 10, Dicembre 2020 Anno IV

Periodicità semestrale

Direzione scientifica

Alfonso Acocella *Direttore*

Veronica Dal Buono *Vicedirettore*

Dario Scodeller *Vicedirettore*

Comitato scientifico

Alberto Campo Baeza, Flaviano Celaschi, Matali Crasset,
Alessandro Deserti, Max Dudler, Hugo Dworzak, Claudio Germak,
Fabio Gramazio, Massimo Iosa Ghini, Alessandro Ippoliti, Hans Kollhoff,
Kengo Kuma, Manuel Aires Mateus, Caterina Napoleone,
Werner Oechslin, José Carlos Palacios Gonzalo, Tonino Paris,
Vincenzo Pavan, Gilles Perraudin, Christian Pongratz, Kuno Prey,
Patrizia Ranzo, Marlies Rohmer, Cristina Tonelli, Michela Toni,
Benedetta Spadolini, Maria Chiara Torricelli, Francesca Tosi

Comitato editoriale

Alessandra Acocella, Chiara Alessi, Luigi Alini, Angelo Bertolazzi,
Valeria Bucchetti, Rossana Carullo, Maddalena Coccagna, Vincenzo
Cristallo, Federica Dal Falco, Vanessa De Luca, Barbara Del Curto,
Giuseppe Fallacara, Anna Maria Ferrari, Emanuela Ferretti,
Lorenzo Imbesi, Carla Langella, Alex Lobos, Giuseppe Lotti,
Carlo Martino, Patrizia Mello, Giuseppe Mincoelli,
Kelly M. Murdoch-Kitt, Pier Paolo Peruccio, Lucia Pietroni,
Domenico Potenza, Gianni Sinni, Sarah Thompson, Vita Maria Trapani,
Eleonora Trivellin, Gulname Turan, Davide Turrini, Carlo Vannicola,
Rosana Vasquèz, Alessandro Vicari, Theo Zaffagnini, Stefano Zagnoni,
Michele Zannoni, Stefano Zerbi

Procedura di revisione

Double blind peer review

Redazione

Giulia Pellegrini *Art direction*, Annalisa Di Roma, Graziana Florio
Fabrizio Galli, Monica Pastore, Eleonora Trivellin

Promotore

Laboratorio Material Design, Media MD
Dipartimento di Architettura, Università di Ferrara
Via della Ghiara 36, 44121 Ferrara
www.materialdesign.it

Rivista fondata da Alfonso Acocella, 2016

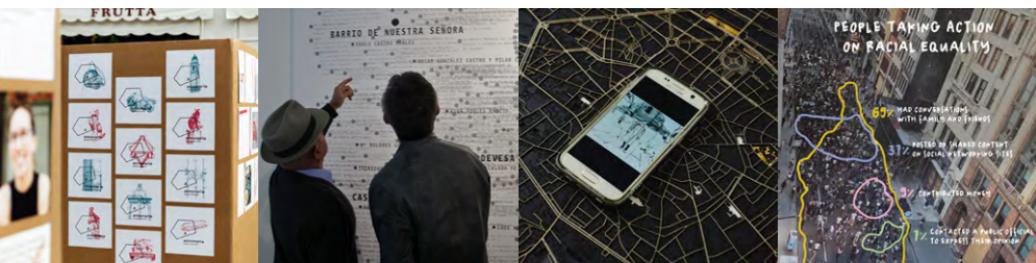
ISSN 2531-9477 [online]

ISBN 978-88-85885-10-3 [print]

DESIGN FOR CITIZENSHIP

- 6 Editoriale
Design for citizenship
- Essays
- 10 Appunti al progetto per la buona cittadinanza
Veronica Dal Buono, Gianni Sinni, Michele Zannoni
- 24 La comunicazione del rischio
Daniela Piscitelli, Roberta Angari
- 38 Colorama
Valeria Bucchetti, Umberto Tolino, Pamela Visconti
- 54 Il diritto alla partecipazione (digitale)
Letizia Bollini
- 64 Educazione all'Architettura per la Cittadinanza Cosmopolita
Massimo Santanicchia
- 74 Dalla comunicazione all'interazione col servizio
Stefano Maffei, Martina Carraro
- 86 Due esperienze di design esperto PER la partecipazione
Alfredo Calosci, Nicolò Ceccarelli
- 100 Il processo è la chiave (o il metodo strategico)
Laura Bortoloni, Veronica Dal Buono
- 122 Design e alfabetizzazione finanziaria
Emanuela Bonini Lessing
- 134 Co-design per il cambiamento culturale nelle organizzazioni pubbliche
Felicitas Schmittinger, Francesca Rizzo, Alessandro Deserti
- 146 M-APP: Migranti APP
Luciano Perondi, Pietro Costa
- 160 Design for Social Integration
Alessandro Pollini, Alessandro Caforio

- 172 Sanità KMZero il servizio digitale socio-sanitario
Luca Casarotto
- 186 Facilitatori comunicativi come strumenti di inclusione sociale
Claudia Porfirione, Matteo Zallio
- 198 I giganti dormienti come oggetti identitari nella riattivazione della città
Silvia Pericu, M. Benedetta Spadolini
- 210 Visualizzare la complessità ambientale
Viviana Trapani, Serena Del Puglia
- 224 Urban Stories Design
Elena Vai, Valentina Gianfrate, Flaviano Celaschi, Lorela Mehmeti
- 236 La città come opificio sperimentale
Enrica Lovaglio, Manuel Scortichini
- 248 Design e spazio pubblico
Vincenzo Paolo Bagnato, Domenico Pastore
- 264 Il wayfinding nei luoghi della cultura
Marco Bozzola, Beatrice Lerma, Doriana Dal Palù, Monica Oddone
- 278 Gli spazi di progettazione e creazione partecipata
Luca D'Elia, Viktor Malakucz, Lina Monaco
- 290 Database nel processo edilizio per la comunicazione informatica
Luca Buoninconti



In copertina
The wired masses
La perdita di identità dei cittadini
che abbracciano il *credo* della
tecnologia
© Digital Division – Getty images

Design e alfabetizzazione finanziaria

Teorie e progetti tra public design e innovazione sociale

Emanuela Bonini Lessing Università Iuav di Venezia, Dipartimento di Culture del progetto
 ebonini@iuav.it

Una recente mappatura condotta sulla letteratura e su alcuni progetti internazionali mostra un coinvolgimento relativamente embrionale del design, nelle sue varie accezioni, sul tema dell'alfabetizzazione finanziaria. Mentre i dati di OCSE e di Banca d'Italia rivelano quanto siano necessari interventi su questo tema rivolti a utenti non specializzati, i progetti ad hoc finora svolti in Italia e analizzati nel paper rivelano un ruolo marginale del design. In questo testo si intende sostenere la necessità di un quadro strategico e sistemico che coinvolga designer e università in tutte le fasi di implementazione affinché le iniziative di educazione finanziaria possano effettivamente innescare positivi percorsi di innovazione sociale.

Educazione finanziaria, Public design, Social innovation, Service design, Etica del design

A recent mapping conducted on design literature and on some international projects shows a relatively embryonic involvement of design, in its various branches, on the theme of financial literacy. While the OECD and Bank of Italy data reveal how interventions on this issue aimed at un-skilled users are necessary, the ad hoc projects carried out so far in Italy and analysed in the paper reveal a marginal role of design. This text intends to support the need for a strategic and systemic framework that involves designers and universities in all stages of implementation so that financial education initiatives can effectively trigger positive social innovation paths.

Financial literacy, Public design, Social innovation, Service design, Design ethics

Chi si prende cura dei cittadini che non abbiano una formazione specializzata, e che ogni giorno sono sottoposti a un flusso di informazioni di tipo economico-finanziario, con impatti di diversa natura sulla loro vita quotidiana e i loro risparmi?

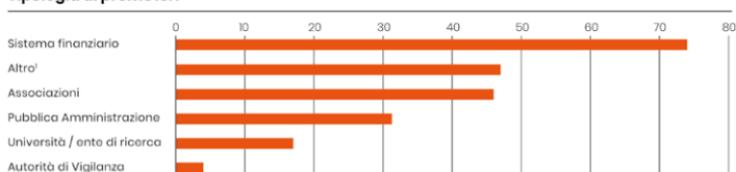
Le grandi e consolidate istituzioni del settore, che hanno sempre mostrato un limite nell'utilizzare forme di comunicazione accessibili ai "non-tecnici", si trovano oggi in un contesto generale di ulteriore progressiva perdita di credibilità, seppur per motivi diversi. La disintermediazione della comunicazione ha dato la possibilità a nuovi soggetti di accreditarsi nell'ambito economico-finanziario, costringendo gli utenti a doversi districare tra una pluralità di attori e servizi. La così detta *Fintech* ha avuto negli ultimi anni un notevole impulso, grazie allo sviluppo di software e di applicazioni specifiche che permettono persino a un'utenza generalista la visualizzazione e l'elaborazione di dati, nonché diverse operazioni finanziarie, da svolgere in modo autonomo on-line. Tutto ciò è stato favorito anche dalla progressiva familiarità delle nuove generazioni a muoversi in ambienti digitali, rendendoli un target sempre più ambito di banche e società finanziarie. L'apporto del design, presente in questo ambito, sembra tuttavia sostanzialmente relegato ad interventi di tipo estetico o, nel migliore dei casi, alla configurazione della navigazione del servizio, le cui finalità sono però meramente commerciali.

La letteratura internazionale del design offre alcuni spunti per costituire una cornice scientifica sul tema dell'alfabetizzazione finanziaria, grazie alle proposte che emergono dal Visualizing Finance Lab, dagli studi sul rapporto tra design, modelli pedagogici e innovazione sociale (Vodeb, 2015; Joyce et al., 2019) e più in generale dal design dei servizi nelle sue articolazioni (Blombergand et al., 2017), nonché dalle riflessioni sul ruolo del design nelle politiche quotidiane (Manzini, 2019), fino al design activism (Guy, 2013). Alcune pubblicazioni sono frutto di collaborazioni con altri settori, in particolare l'antropologia, testimoniando interventi molto specifici (Taylor, 2017). Al di fuori dell'accademia, la prassi progettuale sottolinea questa tendenza: IDEO, ad esempio, ha applicato metodologie di design thinking in partnership con diversi soggetti, con l'obiettivo di incidere su problemi di gruppi sociali particolari, individuati in altrettante definite aree geografiche (<https://www.ideo.org/work/topic/financial-inclusion>).

Iniziative di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale in Italia dal 2015 al 2017

| Promotori | Iniziative | Iniziative per promotore | |
|-----------|------------|--------------------------|---------------|
| 219 | 188 | n° promotori | n° iniziative |
| | | 3 | Oltre 10 |
| | | 6 | 5 - 10 |
| | | 60 | 2 - 4 |
| | | 150 | 1 |

Tipologia di promotori



*comprende Fondazioni non di origine finanziaria, imprese non finanziarie e media.

01

Interventi a livello nazionale

Il contesto finora descritto va messo in relazione, oltre ai cicli di crisi economica mondiale, che si intrecciano oggi con l'emergenza sanitaria, con le analisi condotte da vari istituti: i dati OCSE-INFEE – l'istituzione internazionale per l'educazione finanziaria – collocano l'Italia agli ultimi posti della classifica che misura il livello di conoscenze del settore negli adulti.

Per cercare di colmare almeno in parte queste lacune, dal 2012 Banca d'Italia, Consob, MIUR, alcune fondazioni bancarie e altri istituti si sono impegnati nella promozione e nello sviluppo di attività di educazione finanziaria rivolte agli adulti e ai giovani. A partire dal 2017, con l'istituzione del Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria è stato definito un programma nazionale a lungo termine per rendere disponibili e maggiormente accessibili conoscenze e competenze finanziarie alle "utenze deboli" [1], principalmente adulti e giovani.

Per quanto riguarda questi ultimi, le iniziative hanno luogo grazie ad accordi specifici del MIUR solitamente con fondazioni bancarie e possono essere attivati dalle scuole di I e II grado. Le attività riguardano soprattutto i temi del risparmio e dell'investimento, intermediari e sistema economico, credito. Gli incontri si svolgono prevalentemente in classe, condotti da un formatore che introduce i temi

01 Alcuni dati tratti dal report del 2017 del Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria (grafici e illustrazioni di Nello Alfonso Marotta)

Promotori principali

5

Persone raggiunte

8.420

Eventi realizzati

160

Città coinvolte

35

Relatori coinvolti

95

02



03

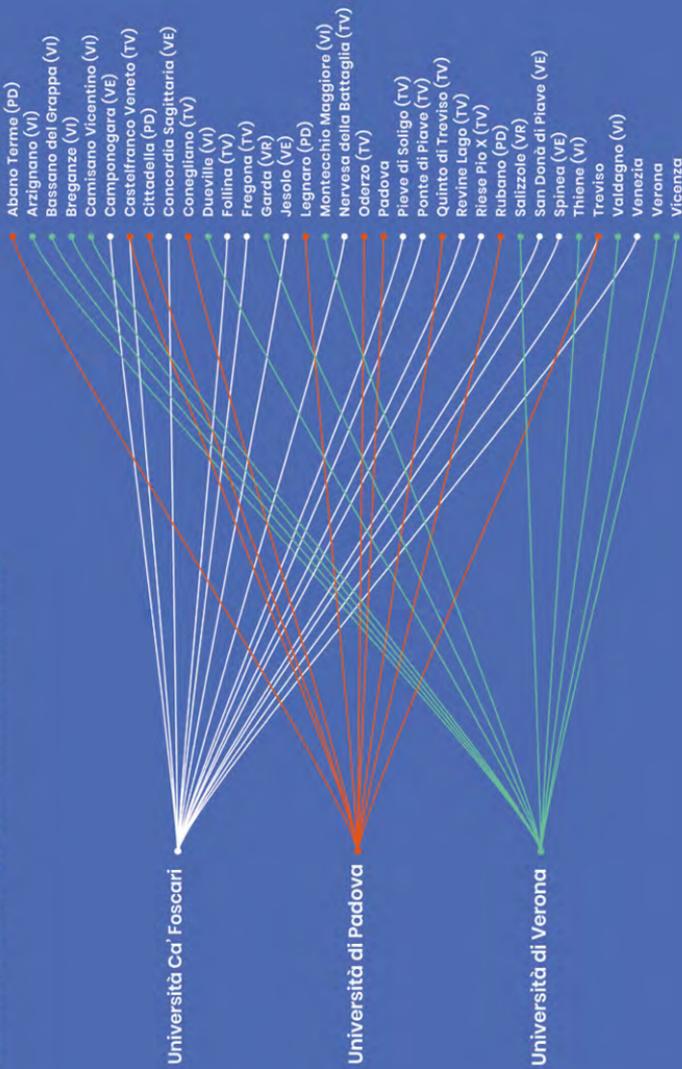
03
Il processo di ramificazione delle iniziative di "Il futuro conta" organizzato secondo il principio *snowball*. Grafici e illustrazioni Nello Alfonso Marotta

02
Alcuni dati relativi a 11 mesi di attività di "Il futuro conta". Grafici e illustrazioni Nello Alfonso Marotta

Il futuro Conta
Università e territorio

fonte: Raccolta dati Regione del Veneto – Direzione Formazione e Istruzione

il futuro  conta



attraverso lezioni frontali, con l'aiuto di slide o dispense. Segue spesso una fase dedicata a un gioco di ruolo e infine una conversazione per verificare la comprensione degli argomenti trattati. Diversi progetti utilizzano piattaforme digitali complementari, per implementare le conoscenze e testarne la comprensione, nonché videolezioni di approfondimento e web. L'osservazione dei programmi proposti, che evidenzia una certa standardizzazione dei contenuti e del "format" di erogazione, forse in ragione di una necessaria omogeneizzazione dell'offerta formativa approvata a livello ministeriale, non evidenzia alcuna collaborazione esplicita con designer.

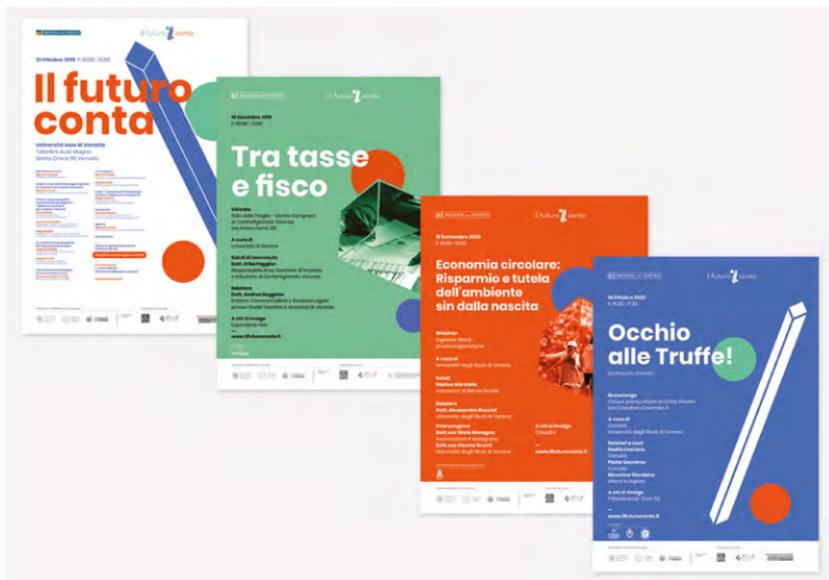
Le tematiche proposte per gli adulti non si differenziano molto nei contenuti da quelle per le scuole: risparmio e investimento, intermediari e sistema economico, strumenti di autotutela. Accanto a "contenitori" consolidati, svolti per lo più in forma di conferenze frontali tenute da esperti, si sono affermate anche iniziative diversificate nella modalità di fruizione, talvolta in collaborazione con le università, come ad esempio spettacoli teatrali (Genova, dipartimento di economia e scienze politiche), cacce al tesoro (Politecnico di Milano, dipartimento di matematica), *webgame* (Università di Trento, dipartimento di matematica). Oltre alle iniziative rivolte a un pubblico relativamente generico, il report pubblicato nel 2017 elenca anche alcune attività per segmenti più specifici: donne, minoranze etniche, disabili, detenute [2]. La maggior parte delle iniziative, che si svolgono soprattutto a ottobre, il Mese dell'educazione finanziaria, sono diffuse su tutto il territorio nazionale, mentre il 40% è rivolto ai cittadini di singole regioni [3]. Proprio questi dati evidenziano il limite strutturale delle iniziative fin qui sviluppate: per la maggior parte si tratta di eventi svolti da personale attivo nel settore finanziario/commerciale e costituiti prevalentemente da un solo incontro, dallo spiccato carattere informativo e talvolta promozionale. Poco spazio è lasciato a enti "terzi" come pubbliche amministrazioni e università, che possano offrire invece occasioni per consolidare conoscenze e competenze dei partecipanti sui temi proposti. Da un'ulteriore attenta analisi del documento del Comitato [4], la presenza di designer o centri di ricerca e formazione del settore risulta in un numero quasi nullo di progetti, limitata per lo più ad apporti relativi al "confezionamento" e alla comunicazione delle offerte: locandine, sito internet, ecc. Il design rimane dunque all'interno dei progetti italiani in posizione marginale, sia sul piano dei processi che su quello dei contenuti, nonostante, tra l'altro, una consistente letteratura dell'economia solleciti l'individuazione di nuovi formati sia dei metodi di inse-

gnamento – che prevedano ad esempio un maggiore coinvolgimento esperienziale dei discenti –, sia relativamente a una maggiore attenzione agli aspetti di rappresentazione e presentazione visiva dei concetti (Lusardi, 2019).

Un progetto con il design: Il futuro conta

Un accordo tra la Regione Veneto [5] e tutte le università pubbliche – Università Ca' Foscari di Venezia, Università degli Studi di Padova, Università degli Studi di Verona, Università Iuav di Venezia, in particolare i dipartimenti e i corsi di economia nelle loro diverse accezioni e articolazioni – ha permesso di istituire un programma di attività di alfabetizzazione finanziaria rivolto ai cittadini adulti e alle piccole e medie imprese, da svolgersi sul territorio nell'arco di un anno. A ciascun ateneo è stata affidata la cura scientifica e la realizzazione di seminari e workshop da svolgere in modo capillare, non solo nelle grandi città, ma soprattutto nei piccoli centri urbani, così da mettere in moto una rete di altri attori del territorio: camere di commercio, parti sociali, associazioni, liberi professionisti ecc. Università Iuav di Venezia ha contribuito al progetto mettendo a disposizione le proprie competenze nell'ambito del design dei servizi e della comunicazione, coordinando sia la messa a fuoco del sistema-servizio, sia i *touch-point* di relazione tra offerta delle attività e utenti. Il primo punto è stato realizzato attraverso una serie di incontri preparatori con il comitato tecnico-scientifico – costituito dalla Regione e dalle università – per la definizione degli obiettivi e delle modalità di incontro con i cittadini. È stato affrontato il tema della diversificazione dei formati di didattica, considerando le tipologie dei temi trattati, i partner coinvolti, le fasce di pubblico, i luoghi ospitanti gli incontri, sempre diversi. I *touch-point* hanno principalmente compreso, a partire dalla scelta del *namings* “Il futuro conta”: definizione dell'identità del progetto (logo, palette cromatica, caratteri tipografici ecc.); sito internet dedicato; applicazione e declinazioni per i social network; formati base per la comunicazione degli eventi in programma (locandine e manifesti, on e offline); strumenti-base per l'identificazione del progetto in loco e lo svolgimento della “didattica”.

Considerata l'estesa ramificazione del progetto e definendo inizialmente un programma di 420 eventi rivolti a più di 8.000 utenti [6], il progetto di comunicazione non poteva essere svolto in modo accentrato: esso è stato dunque realizzato abilitando il personale responsabile della cura degli eventi agli strumenti del design. Iuav ha curato l'impostazione grafica costituita da una serie di formati base, per poi offrire una formazione essenziale alle persone re-



05

sponsabili di implementare per la propria parte la comunicazione del progetto. Attraverso una serie di incontri programmati, l'università ha assicurato il coordinamento continuo, il supporto per gli aggiornamenti e le ulteriori declinazioni necessarie.

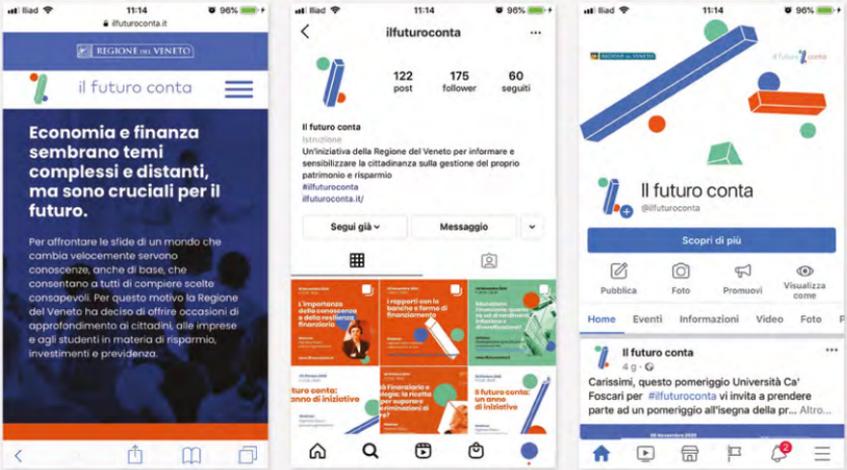
A fronte dell'estensione temporale e spaziale dell'iniziativa, finanziata esclusivamente con fondi pubblici Iuav ha ideato e coordinato con i partner anche specifici appuntamenti aperti alle autorità pubbliche e alla cittadinanza, con lo scopo di fornire una mappatura delle attività in corso e una restituzione progressiva dei dati di quanto svolto [7]. A questo scopo contribuisce anche il sito internet dedicato, che non ha solo la funzione di annunciare i nuovi eventi in calendario, ma anche quello di raccogliere progressivamente i contenuti degli incontri, con accesso diretto e gratuito.

Prospettive per una cittadinanza attiva

L'iniziativa poc'anzi descritta è replicabile nei principi, ma specifica per il Veneto nella sua attuazione: rispecchia, rinsaldandola, la rete degli stakeholder e delle relazioni tra le componenti sociali, caratterizzata da uno spiccato policentrismo della produzione – composto per lo più da micro, piccole e medie imprese – e della ricerca scientifica [8]. Dal punto di vista sociale, prima ancora che economico, la struttura è volta a fornire ad un

05

L'identità visiva degli eventi di "Il futuro conta", declinata in modo semiautomatico nelle locandine, stampate e digitali. Progetto grafico di Studiovisuale. Rielaborazioni Nello Alfonso Marotta



06

pubblico non specializzato un primo livello di conoscenze sui temi proposti, contribuendo, nel lungo periodo a far emergere lo specifico “capitale territoriale”, costituito innanzitutto dalle persone che vivono in quella regione, dalle loro capacità e competenze, insieme alle risorse socio-culturali e ambientali (Bassi, 2018; Lotti et al., 2018). Una pluralità di conoscenze e di fattori che devono poter poggiare anche su competenze economiche e finanziarie diffuse, che, se valorizzate e opportunamente aggregate, possono costituire anche un vantaggio competitivo verso l'esterno.

L'obiettivo generale al quale le università possono contribuire, è quello di presentare un quadro scientificamente qualificato ed eticamente vincolato per un'alfabetizzazione primaria, i cui effetti sono da misurare nel medio-lungo periodo – poiché agiscono a livello dei comportamenti delle persone [9] –, fornendo conoscenze base, consapevolezza e riferimenti competenti, secondo una logica simile a quella del Life-long Learning.

I casi studio analizzati nel paper, con i loro aspetti positivi e negativi, sembrano confermare la necessità di un approccio *glocal*, grazie al quale teorie e metodologie della finanza e del design si integrino a fattori locali unici, per sviluppare processi – più che soluzioni – ad hoc, così come indicato anche nella letteratura scientifica internazionale. Altrettanto importante è il ricostituire, con il contributo delle università, un eco-sistema non solo economico ma anche sociale e culturale, che favorisca la circolarità

06

L'identità visiva di “Il futuro conta” nella comunicazione digitale: sito web e social network. Progetto grafico di Studiovisuale. Rielaborazioni Nello Alfonso Marotta

delle conoscenze tra partner e utenti, in un lasso di tempo consono, reso possibile da una relativa stabilità degli interlocutori, cosicché i processi possano essere pensati, avviati, e comunicati con chiarezza e continuità (Bonini Lessing, 2016).

In particolare il design può operare su più livelli: può intervenire sul piano strategico e organizzativo, sulla configurazione multimediale dell'iniziativa, conferendo identità specifica al progetto formativo – estendendola idealmente a tutti i partecipanti –, può contribuire alla costruzione di significati – agendo sul piano delle politiche di *governance* del territorio e restituendo alle persone il senso del loro agire collettivo – e in ultima istanza, in ragione dei fattori precedenti, può contribuire alla definizione del contesto adatto per innescare innovazione sociale.

Altre questioni relative all'apporto del design rimangono tuttavia aperte. La prima riguarda la capacità dei designer e delle università di rendere i propri committenti competenti (Anceschi, 2016), e dunque edotti sulla necessità di coinvolgerli fin dalle prime battute, pronti a collaborare insieme per innescare i processi descritti. La seconda, auspica una visione complessiva del “capitale territoriale”, che tenga più strettamente collegate le iniziative per gli adulti con quelle per la scuola, includendo il design in un progetto che possa anche entrare nel merito dei formati della didattica e nella configurazione delle forme, multimodali, attraverso le quali veicolare i concetti. L'ultima, più operativa, riguarda la messa a punto di sistemi per il monitoraggio dell'impatto delle iniziative, più raffinati e specifici dei soli dati di partecipazione e affluenza alle iniziative, al fine di elaborare iniziative correttive, in un virtuoso processo di circolarità delle conoscenze.

Si ringrazia la prof. Stefania Tonin e il dott. Nello A. Marotta dell'Università luav di Venezia, rispettivamente co-responsabile con Emanuela Bonini Lessing del progetto “Il futuro conta” e assegnista di ricerca.

NOTE

[1] In questo paper non vengono prese in considerazione altre tipologie di iniziative che possano essere annoverate nella divulgazione finanziaria, tra le quali pubblicazioni redatte da enti o testate giornalistiche, festival, *gaming experience*, poiché si ritiene abbiano un obiettivo di networking relativamente basso.

[2] Si vedano, a titolo esemplificativo, rispettivamente: "Donne al Quadrato" sviluppato da Global Thinking Foundation e Assiom Forex; "Il Quaderno dei Soldi" realizzato dall'Associazione di Volontariato Migranti e Banche; il "Ciclo di trasmissioni info-educative trasmesse da radio UIC" realizzate dall'ABI; il progetto L.E.I con Casa di Carità e Compagnia di San Paolo.

[3] Il Piemonte è la prima regione per iniziative svolte tra il 2015 e il 2017, anche grazie alle attività del Museo del Risparmio, seguito da Emilia Romagna, Lombardia e Lazio. Alcune regioni non segnalano alcun evento.

[4] Al momento sono stati esaminati circa 150 dei 188 eventi indicati nel report del 2017.

[5] Si veda la Legge Regionale n. 17 dell'11 maggio 2018 "Iniziativa regionali di accrescimento del benessere sociale attraverso l'educazione economica e finanziaria". L'attività, inclusa nel nuovo programma del Comitato, è stata estesa fino a febbraio 2021, in conseguenza del Covid-19. Inoltre, un accordo specifico tra l'Ufficio Scolastico Regionale e FEDUF Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio, ha previsto l'offerta per il biennio scolastico 2019-2020 e 2020-2021 più di 250 interventi in aula, destinati complessivamente a circa 8.800 studenti.

[6] Alla data del 30.09.2020 sono stati attuati circa 160 incontri, la maggior parte dei quali si è svolta in presenza, prima dell'emergenza Covid-19, per un totale di 8.000 persone partecipanti, raggiungendo cioè il numero atteso di destinatari prima del previsto e con un numero minore di incontri programmati.

[7] L'evento di avvio dell'iniziativa si è svolto il 30.10.2019, il 27.04.2020 una relazione al Consiglio Regionale, il 30.10.2020 un incontro di bilancio sulle attività svolte, il 26.02.2021 si volgerà l'appuntamento di chiusura.

[8] Anche SMACT, il Competence Center del Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, ha una struttura diffusa costituita da più sedi, diversamente da tutti gli altri in Italia, accentrati in una sola principale.

[9] Il progetto prende avvio anche in reazione ai recenti default di Veneto Banca e Banca Popolare di Vicenza, che hanno avuto forti ripercussioni non solo a livello finanziario ma anche sociale sul territorio.

REFERENCES

- Julier Guy, "From Design Culture to Design Activism, *Design and Culture The Journal of the Design Studies Forum* vol. 5, **2013**, pp. 215-236.
- Vodeb Oliver, "Social Innovation and Design Education: Towards a Socially Responsive Communication Design Pedagogy", *Design and Culture The Journal of the Design Studies Forum* vol. 7, **2015**, pp. 423-431.
- Aneschi Giovanni, "Il committente competente/ The competent client", *Progetto Grafico* n. 29, **2016**, pp. 18-27
- Bonini Lessing Emanuela, "Note sullo stato dei concorsi pubblici/ Notes on the situation of public competitions", *Progetto Grafico* n. 29, **2016**, pp. 122-127.
- Blombergand Jeanette, Stucky Susan, "Service design and the emergence of a second economy", pp. 213-224 in Daniela Sangiorgi, Alison Prendiville (a cura di), *Designing for Service: Key Issues and New Directions*, Londra, Bloomsbury Academic, **2017**, pp. 258.
- Lusardi Annamaria, Samek Anya, Kapteyn Arie, Glinert Lewis, Hung Angela, Heinberg Aileen, "Visual Tools and Narratives. New Ways to Improve Financial Literacy", *Journal of Pension Economics & Finance* vol.16, **2017**, pp. 297-323.
- Taylor Erin E., "Designing Financial Literacy in Haiti", pp. 179-200 in Alison J. Clarke (a cura di), *Design Anthropology: Object Cultures in Transition*, Londra, Bloomsbury Academic, **2017**, pp. 226.
- Bassi Alberto, "Università del design, territorio imprese responsabili", pp. 13-18 in Alberto Bassi, Sara Bertoldo, Emanuela Bonini Lessing, Fiorella Bulegato, Lucilla Calogero (a cura di), *Design, università, imprese territorio. Progetti luav per il Veneto*, Roma, Ciampi Editore, **2018**, pp. 192.
- Lotti Giuseppe, Eleonora Trivellin, "Design per i nuovi territori", *MD Journal* n. 5, **2018**, pp. 6-14.
- Manzini Ezio, *Politics of the Everyday*, Londra, Bloomsbury Visual Arts, **2019**, pp. 152.
- Yee Joyce, Rajmakers Bas, Ichikawa Fumiko, "Transformative Learning as Impact in Social Innovation", *Design and Culture The Journal of the Design Studies Forum* vol. 11, **2019**, pp. 109-132.
- OECD, "OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy", **2020**.
- www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfeglobalfinancialliteracysurveyreport.htm [Luglio **2020**].