

Warszawa, 29-05-2009

Prezes banku Citi Handlowy apeluje o stworzenie „Narodowej strategii edukacji finansowej”

Do zaangażowania się w prace nad „Narodową strategią edukacji finansowej” Sławomir S. Sikora, prezes banku Citi Handlowy, zaprosił instytucje publiczne oraz organizacje pozarządowe. Opracowywany dokument „Narodowej strategii edukacji finansowej” określałby i hierarchizował podstawowe cele edukacji finansowej, wskazując możliwość realizacji tych celów. Ustalone w nim zostaną standardy kształcenia w obszarze edukacji finansowej. Kompetentnym instytucjom przypisane będą konkretne zadania w zakresie nauczania o finansach dzieci oraz dorosłych. Stworzony zostanie program wyrównywania szans w dostępie do wiedzy fachowej osób wykluczonych finansowo. Intensywne prace nad „Narodową strategią edukacji finansowej” rozpoczęła już Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy.

Apeluję do rządu i wszystkich zainteresowanych środowisk o włączenie się w prace nad „Narodową strategią edukacji finansowej”. Proces, który inicjuję dzisiaj w imieniu Fundacji Kronenberga przy banku Citi Handlowy, wymaga zaangażowania wielu partnerów. A potrzeba stworzenia „Narodowej strategii edukacji finansowej” dla Polski jest sprawą pilną i godną stawiania jej ponad wszelkimi podziałami. Globalny kryzys finansowy obnażył bowiem niski stan wiedzy ekonomicznej Polaków. Fachowe sformułowania, zarezerwowane niegdyś dla nielicznej grupy finansistów czy ekonomistów zaczęły królować na pierwszych stronach gazet. A Polacy zaniepokojeni pogarszającą się sytuacją gospodarczą coraz częściej otwarcie zaczęli przyznawać, że z omawianych zagadnień ekonomicznych niewiele rozumieją, tłumaczy Sławomir S. Sikora prezes banku Citi Handlowy, Stwórzmy, więc szeroką koalicję instytucji zainteresowanych poprawą stanu edukacji finansowej w Polsce. Troska banku o wysoki stan wiedzy finansowej Polaków – nie powinna dziwić. Świadomy i wyedukowany konsument to najlepszy klient dla instytucji finansowych.

Jak wskazują badania „Postawy Polaków wobec oszczędzania” przeprowadzone w październiku 2008 r. przez Pentor na zlecenie Fundacji Kronenberga zaledwie 10 proc. Polaków ocenia, iż ich wiedza ekonomiczna jest dobra lub bardzo dobra. Tylko połowa z badanych jest zainteresowana uzupełnieniem swojej wiedzy na temat finansów. Ci, którzy nie są, wiedzę finansową czerpią z własnych doświadczeń. Uczą się na błędach. Potrzeba stworzenia „Narodowej strategii edukacji finansowej” dla Polski wydaje się, więc dzisiaj sprawą pilną i godną stawiania jej ponad wszelkimi podziałami. Jednym z podstawowych zapisów takiej strategii powinno być założenie, iż edukacja finansowa obejmuje całe społeczeństwo, wszystkie grupy wiekowe, zawodowe, a także decydentów na szczeblu centralnym i lokalnym. W strategii powinny się znaleźć takie zagadnienia, jak oszczędzanie na bieżące potrzeby i oszczędzanie na emeryturę, kredyty, ochrona konsumentów, badania akademickie. Już na etapie tworzenia planu poprawy sytuacji w zakresie edukacji finansowej Polaków opracowane zostaną narzędzia, które pozwolą kontrolować i rzetelnie mierzyć efekty strategicznego podejścia do nauczania ekonomii i finansów.

Narodowe strategie edukacji finansowej z sukcesem realizują już m.in. Hiszpania, Wielka Brytania i Irlandia, ale to czeskie podejście do nauczania społeczeństwa o ekonomii Komisja Europejska stawia krajom członkowskim jako rozwiązanie wzorcowe. Dokument „Narodowej strategii edukacji finansowej” w Czechach został przygotowany pod kierunkiem Ministerstwa Finansów. Na 19 stronach definiuje się tam i diagnozuje problem niewystarczającej edukacji finansowej. Określa działania i przypisuje je konkretnym instytucjom. Edukacja finansowa jest w Czechach traktowana jako kluczowy element ochrony konsumenta na rynku finansowym. Adresuje się ją do wszystkich grup wiekowych. W realizację programu edukacji finansowej w Czechach zaangażowane są zarówno instytucje publiczne jak i organizacje pozarządowe.

Diagnozę stanu edukacji finansowej krajów członkowskich przeprowadziły zarówno Komisja Europejska jak i OECD (Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju). W raportach, które gromadzą wiedzę m.in. o dobrych praktykach i programach realizowanych w krajach członkowskich, wskazuje się, że edukacja finansowa staje się bardzo ważnym elementem edukacji obywatelskiej zamierzającej do rozwijania społeczeństwa rozumnego i aktywnie uczestniczącego w procesach decyzyjnych.

###

Dodatkowych informacji udzielają:

Paweł Zegarłowicz, Dyrektor Biura Prasowego, tel. (0-22) 657 72 97
E-mail: pawel.zegarlowicz@citi.com

Krzysztof Kaczmar, Dyrektor Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, tel. (0-22) 826 83 24
E-mail: krzysztof.kaczmar@kronenberg.org.pl

Działająca od 1996 roku **Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy** wspiera w imieniu Banku prace na rzecz dobra publicznego w obszarach tematycznych takich jak: edukacja, rozwój lokalny i ochrona dziedzictwa kulturowego. Realizowane przez nią działania obejmują m.in. program edukacji finansowej dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych *Moje Finanse* organizowany wspólnie z NBP i Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości; Wolontariat Pracowniczy (program zaangażowania pracowników Citi Handlowy w wybrane przedsięwzięcia społeczne), konkursy: *Mikroprzedsiębiorca Roku* i o Nagrodę Banku Handlowego w Warszawie SA za szczególny wkład w rozwój nauki w sferze ekonomii i finansów oraz Nagrodę im. Prof. A. Gieysztora za osiągnięcia w dziedzinie ochrony polskiego dziedzictwa kulturowego.

Bank Handlowy w Warszawie SA to jedna z największych instytucji finansowych w Polsce, oferująca pod marką Citi Handlowy bogaty i nowoczesny asortyment produktów i usług bankowości korporacyjnej, inwestycyjnej i detalicznej. Bank Handlowy obsługuje 20 tys. klientów korporacyjnych i 800 tys. klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć ponad 188 oddziałów. W skład grupy kapitałowej Banku wchodzi takie podmioty jak: Dom Maklerski Banku Handlowego i Handlowy Leasing. Przynależność do Citigroup, największej na świecie instytucji finansowej, zapewnia klientom Banku Handlowego dostęp do usług finansowych w ponad 100 krajach. Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citihandlowy.pl.

Citi (NYSE:C) to wiodąca globalna firma świadcząca usługi finansowe. Obsługuje około 200 milionów klientów indywidualnych, korporacyjnych, rządowych i instytucjonalnych w ponad 100 krajach. Zapewnia bogaty wachlarz produktów i usług finansowych, jak bankowość komercyjna i inwestycyjna, bankowość detaliczna, kredytowanie, ubezpieczenia, usługi na rynków papierów wartościowych i zarządzanie aktywami. Główne marki pod znakiem handlowym Citigroup to Citibank, CitiFinancial, Primerica, Smith Barney i Banamex. Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citigroup.com.