

Finanza comportamentale

Quando i numeri ingannano la mente finisce in trappola



di Matteo Motterlini

Immagina di partecipare a questa lotteria. Se estrai una pallina rossa da un'urna, vinci 50 euro. Puoi scegliere di pescare da una fra due diverse urne: la A contiene 1 pallina rossa su 10, la B 8 rosse su 100. Quale scegli? Le probabilità di vincita sono maggiori scegliendo l'urna A piuttosto che la B (10% contro 8%). Non poche persone, tuttavia, cedono alla tentazione di scegliere l'urna B, ignorando del tutto il calcolo delle probabilità.

Coloro che scelgono l'urna B si costruiscono un'immagine mentale delle palline vincenti che li spinge a preferire le 8 dell'urna B. Dopotutto, nella A c'è una sola pallina rossa... Perché mai dovrei aspettarvi di pescare proprio quella?!

La forza di questa rappresentazione mentale mette in secondo piano il numero totale delle palline nelle due urne e le relative probabilità facendola prevalere, erroneamente, su una valutazione razionale. Paul Slovic dell'Università dell'Oregon ha studiato questo e altri casi simili, riconducendoli agli effetti di una reazione emotiva di fronte a un problema. Fare ricorso a un' impressione emotiva immediatamente disponibile è un processo cognitivo più rapido della considerazione analitica di diversi aspetti; ma non per questo più corretto, anzi. Slovic ha osservato che la componente emotiva può costituire una potente guida al giudizio e alla decisione; e ha coniato il termine di «euristica degli affetti».

I risultati dell'esperimento delle due urne, a prima vista, possono far sorridere. Ma provate a considerare un caso come questo: (a) il

cancro causa ogni anno in media 24,14 morti su 100; (b) il cancro causa ogni anno in media 1.286 morti su 10.000.

È facile rendersi conto che nel primo caso il livello di rischio di morte per cancro è circa il doppio che nel secondo: 24,14% contro il 12,86% sul rischio totale di morte. Eppure, un esperimento ha mostrato che il 75% delle persone considera il cancro più rischioso nel secondo caso! Evidentemente il diverso ordine di grandezza a cui le due cifre si riferiscono non esercita il peso che dovrebbe.

Se si tratta di risparmi e investimenti, le conseguenze più notevoli

Nel valutare i risultati degli investimenti, attenti agli sgambetti della psico-economia

li della «euristica degli affetti» si osservano quando presentazioni diverse delle stesse informazioni sollecitano reazioni emotive, e quindi potenziali decisioni, di segno opposto.

Un anno fa avete acquistato due fondi di investimento che avete pagato 1 euro. Incontrate il vostro consulente che vi informa che il primo ha guadagnato il 12% del suo valore iniziale, mentre il secondo ha perso il 20%. Ora fate attenzione, perché il vostro consulente potrebbe non amare le percentuali, e dirvi che il primo fondo è aumentato di 0,12 euro e il secondo è diminuito di 0,20 euro. In che misura questa differenza de-

scrizione dell'identico stato di cose potrebbe modificare la vostra soddisfazione dell'investimento e le decisioni che ne seguono?

Una ricerca ha mostrato che se il rendimento è positivo le persone sono più soddisfatte se il risultato è presentato in termini di percentuale (12% è «emotivamente» meglio di più 0,12); ma se il rendimento è negativo sono più soddisfatte (cioè meno insoddisfatte) se il risultato è presentato in formato decimale (meno 0,20 è «emotivamente» meno peggio del 20%).

Ho chiesto all'autore di questo studio, Enrico Rubaltelli dell'Università di Padova, perché la nostra mente reagisca in questo modo e con quali conseguenze sulle scelte di investimento: «Il dato percentuale utilizza un formato numerico di valore assoluto più elevato. E questo genera reazioni emotive più intense e motiva gli investitori a vendere un titolo sia quando esso guadagna, perché sembra di aver ottenuto un buon rendimento, sia quando perde, perché si rimane delusi dalla scelta fatta. Quando invece viene usato un formato decimale, caratterizzato da un valore assoluto minore, le reazioni sono meno intense e gli investitori tendono a non vendere».

La prossima volta che guardate le performance del portafoglio non dimenticate di togliervi le lenti distorcenti delle vostre «emozioni». Per la nostra personalissima «economia emotiva» non tutti i numeri sono uguali.

www.matteomotterlini.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA