

Dimmi chi sei e ti dirò come diventare ricco

Andrea Nicoletti



La finanza comportamentale non è una panacea alla crisi né un riparo dagli investimenti sbagliati. Ma imparare a essere più razionali nelle proprie scelte può essere d'aiuto. E ora c'è perfino un test per capire se siamo scimmie o pecore quando ci occupiamo di denaro

Affidereste tutti i vostri risparmi a una scimmia? Probabilmente no. Eppure li investirebbe più o meno come fareste voi. Sbagliando. Già, perché fra le tante cose che abbiamo in comune con i primati c'è anche questa: quando si tratta di prendere decisioni finanziarie non ne indovinano una. «Trent'anni di ricerche scientifiche mostrano che spesso il nostro cervello è vittima della propria irrazionalità quando dobbiamo prendere decisioni finanziarie», conferma Matteo Motterlini, professore di Economia cognitiva e Neuroeconomia presso l'Università Vita-Salute al San Raffaele di Milano, dove è direttore del Centro di ricerca in Epistemologia sperimentale e applicata. «Siamo spesso vittime di trappole che si presentano in modo sistematico: seguiamo il gregge anche quando sbaglia, puntiamo su un cavallo che ha già vinto credendo che per questo vincerà di nuovo oppure teniamo in portafoglio troppo a lungo le azioni in perdita e vendiamo troppo presto quelle che guadagnano. Ci comportiamo cioè come quel giardiniere stolto che recideva i boccioli in fiore lasciando crescere le erbacce». Siamo bravi solo in una cosa: perseverare nell'errore. «Ma l'errore può essere previsto», continua Motterlini. «Può apparire paradossale, ma esiste una logica nella nostra irrazionalità. Se la giriamo in senso positivo allora ecco che le trappole mentali se le conosci le eviti. Certo non è facile perché a quanto pare non siamo stati progettati come un perfetto "uomo economico". E questi limiti di progettazione possono anche dare esiti catastrofici quando si tratta dei nostri risparmi». Meglio investire in Bot o tenere i risparmi sotto il materasso? Quali azioni faranno il botto in Borsa? Qualunque sia la vostra risposta probabilmente non è quella corretta. Ma perché siamo così ingenui? La colpa starebbe proprio nel cervello e nei suoi processi cognitivi inconsci che agiscono a nostra insaputa. Altro che crisi internazionale o congiuntura difficile: se il nostro gruzzoletto in banca ultimamente non è cresciuto, forse la responsabilità è prima di tutto nostra. «Dall'avversione alle perdite all'illusione di controllare gli eventi, dal comportamento scimmia a quello pecora, possiamo contare circa dieci macro errori di valutazione (vedi box, ndr) e non c'è modo migliore di smascherarli che mettersi alla prova».

Come? Con un test. Si tratta di un questionario basato sulle più recenti scoperte nel campo della finanza comportamentale realizzato da Schroders Italia in partnership scientifica con Matteo Motterlini e disponibile sul sito Investimento.it. Al pari di un righello, capace di svelare l'illusione ottica delle righe parallele e che sembrano storte, il test porta alla luce, in ciascuno di noi, le trappole mentali più frequenti e ostinate, aiutandoci a fare le scelte finanziarie in maniera razionale.

Non è il solito quiz da rivista settimanale e neppure si sostituisce ai questionari di adeguatezza e appropriatezza previsti dalla normativa MiFID. Non propone soluzioni d'investimento o asset allocation, quindi inutile cercare qui la risposta su come diventar ricchi in Borsa.

L'obiettivo di questo strumento, messo a punto in esclusiva per il mercato italiano, è infatti quello di individuare le emozioni e gli automatismi mentali che possono portarci a scelte d'investimento non ottimali. «La finanza comportamentale riscuote da tempo un interesse diffuso», conferma Luca Tenani, responsabile distribuzione Italia di Schroders, società di asset management globale con un patrimonio gestito di oltre 261 miliardi di euro, «ma fino a oggi abbiamo visto molta teoria e poca pratica. Noi proviamo invece ad andare sul concreto: con il Test dell'investitore consapevole gli operatori professionali possono migliorare la gestione dell'emotività dei clienti e la consapevolezza del modo in cui il loro cervello prende le decisioni, così da effettuare scelte più serene e razionali. Tutto ciò con la finalità di approfondire la conoscenza reciproca e stabilire una relazione professionale più soddisfacente». Niente a che vedere con la vendita di prodotti finanziari? «Il test è lontano da logiche commerciali e non è un questionario di profilazione classica, ma uno strumento di lavoro per aiutare i consulenti a conoscere meglio gli investitori e gli investitori a conoscere meglio sé stessi». I risultati? Per ora sono circa duemila i questionari compilati in poco più di due mesi, resta da vedere se il portafoglio di questi investitori ravveduti darà maggiori soddisfazioni di quello di una scimmia. E non stentiamo a crederlo.

