

L'economista
Il prof Corciolani:
«Siamo più ricchi
di quanto diciamo»

di Ilenia Reali

Isoldi spesso ci sono. Anche quando diciamo che non arriviamo a fine mese. E per questo motivo che possiamo permetterci vacanze e piccoli lussi.

► Segue a pag. 2

«Diciamo che non arriviamo a fine mese ma spesso i soldi li abbiamo. Altrove»

L'economista: «Ecco la contabilità mentale, teoria per scelte irrazionali»

SEGUE DALLA PRIMA

Il professore di marketing dell'Università di Pisa Matteo Corciolani ci spiega cosa accade nella nostra testa. E il motivo di comportamenti irrazionali.

Professore, c'è chi si lamenta di non arrivare a fine mese ma poi non rinuncia a vacanze e regali?

«Sì, si attiva la contabilità mentale. È un sistema di conti mentali, studiati anche dal Nobel Daniel Kahneman, con cui le persone tendono a suddividere il denaro, sia creando differenti budget per le spese, sia categorizzando la propria ricchezza e il proprio reddito. Poi fanno fatica a spostare i budget da una "scatoletta" all'altra. E quindi si lamentano del fatto che non hanno soldi per le bollette ma vanno a fare la vacanza. È evidente che i soldi da qualche parte c'erano».

Provi a spiegare meglio.

«Se dico che non ho soldi per pagare la bolletta, o mi tagliano la luce oppure i soldi sono saltati fuori. È come se la scatoletta-vacanze fosse un bonus che non tenevo in considerazione nella mia valutazione dei soldi a disposizione. Caso tipico è la tredicesima che viene vissuta come un bonus regalo e quindi destinata a spese ludiche come se non facesse parte del reddito. Sono trappole mentali, meccanismi che ci ipnotizzano. C'è chi su questi studi ha vinto premi Nobel».

Tradotto significa che i soldi da spendere per viaggi, regali o acces-

sori non indispensabili ci sono?

«Spesso chi dice che non arriva a fine mese semplicemente vorrebbe avere più soldi a disposizione. Quelli che usa li ha accantonati in un altro conto. C'è chi ha conti mentali, cifre divise solo dentro la propria testa, e chi invece ha libretti fisici in cui accantona soldi per le vacanze o le spese impreviste».

In molti ad esempio usano la carta di credito anche senza soldi sul conto perché le spese vengono accreditate posticipatamente.

«C'è chi pensa alla carta di credito come una cosa diversa dall'utilizzare direttamente denaro. Non sono comportamenti razionali ma non dover pagare ora e farlo dopo dà maggiore serenità. E infatti è una cosa sfruttata nel marketing. Se mi dicono che pagherò fra tre mesi, è come se mi rimandassero un problema: se la moneta non si muove subito, tutto diventa più accessibile».

Sì ma alla fine, comunque si legga la situazione, i soldi non mancano nei nostri conti.

«C'è chi li ha e chi no. La storia che tutti i ristoranti sono pieni e quindi i soldi ci sono è un falso. I ristoranti sono pieni delle persone che se lo possono permettere ovunque abbiano accantonato i soldi. E non tutti oggi vanno al ristorante. Se i soldi di tutti i "barattoli" sono finiti non ci si va».

La cultura del ridurre i consumi, anche in chiave di sostenibilità, non è ancora passata tra le persone?

«Nelle nuove generazioni più disposte ad ascoltare i suggerimenti di "riusa, ricicla, ri-

para". Ma ancora sopravvivono le catene di pronto moda a basso costo che non sono affatto sostenibili».

A cosa si fa fatica a rinunciare?

«Ci sono tante cose a cui è difficile rinunciare e chi vende si ingegna per non farci rinunciare a nulla. Una campagna di un discount ci invitava: "Non cambiare stile di vita, cambia supermercato". Stesso carrello, stesso prezzo».

Vuol dire che ci facciamo "fregare"?

«Sono trappole mentali. Vedi ora, paga dopo; spendi la tredicesima in un altro modo; lo sconto perenne che si rinnova di mese in mese. Sono tutte cose che ci ostacolano nel già difficile compito di abbandonare le abitudini rivedendole al ribasso. E poi dobbiamo parlare di emozione: lo shopping è consolatorio. Vi ricordate quando durante il Covid tutti cucinavano? Non era solo perché c'era più tempo, ma anche perché mangiare cose buone suppliva ad altre mancanze. Il Covid è stata una lente di ingrandimento per analizzare i comportamenti».

Ilenia Reali





Matteo Corciolani
professore
di marketing
all'Università
di Pisa



Daniel Kahneman
è uno
psicologo
israeliano,
vincitore
del Premio
Nobel
per l'economia
nel 2002
«per aver
integrato
risultati
della ricerca
psicologica
nella scienza
economica»