



Spendere e Risparmiare

Finanza Intelligente per Consumatori Intelligenti

Dr. Enrico Trevisan,
Managing Partner

Problemi macro, soluzioni micro

L'invecchiamento della popolazione e i bassi ritorni sui prodotti a rendimento fisso, generano una forte necessità di aumentare il risparmio. Se da un lato i tassi di interesse reali, attualmente ai minimi storici, potrebbero avere una natura contingente, la sfida generata dall'incremento dell'aspettativa di vita rimane un tema rilevante. Inoltre, la lenta ripresa successiva alla crisi finanziaria significa che un incremento degli investimenti, ma anche delle spese per consumo, è inevitabile. Ovviamente da un punto di vista individuale e statico, risulta impossibile raggiungere entrambi gli obiettivi allo stesso tempo. Dato un certo reddito infatti, le persone possono spendere di più e risparmiare meno o vice versa.

Tuttavia, guardando la situazione da una prospettiva più ampia sembra chiaro che si possa raggiungere un miglioramento in entrambe le aree. Infatti tra diversi paesi, così come al loro interno, si possono osservare diverse problematiche che dovrebbero essere gestite e messe a posto. Se guardiamo in prima istanza alle differenze che ci sono tra un paese e l'altro, notiamo che la discussione macro-economica degli ultimi dieci anni ha evidenziato l'esistenza di significativi squilibri globali. L'eccesso di risparmio nei mercati emergenti, in particolare in Cina, e l'allineamento al ribasso della percezione del rischio sovrano, provocato dall'Euro, ha messo molta pressione sui tassi d'interesse. Questa situazione a sua volta ha stimolato la crescita sostenuta del debito privato negli Stati Uniti e in diversi paesi europei, culminata prima nella crisi finanziari e riversatasi poi in un'espansione sostanziale del debito pubblico e del bilancio delle Banche Centrali.

All'interno dei singoli paesi il dibattito sulle ineguaglianze enfatizza il fatto che un numero sempre maggiore di persone fatica a sostenere un adeguato livello di spesa e non è in grado di risparmiare per il futuro. Per contro, un numero limitato di individui "super ricchi" possiede un'ingente porzione del patrimonio globale, generando un gap di spesa e un eccesso di risparmio.

Senza dubbio, questi problemi sociali dovrebbero essere affrontati tramite quelle che chiamo "difficili macro-riforme", attraverso le linee convenzionali del welfare, del lavoro e delle politiche monetarie e fiscali. Ad esempio, sembra molto difficile indurre i giovani a risparmiare di più e ad investire in progetti a lungo termine, come possono essere il mettere su famiglia o l'acquisto di una proprietà, quando il mercato del lavoro offre loro contratti brevi e salari bassi. Allo stesso modo, può essere difficile spingere i genitori benestanti a spendere di più se sono costretti a usare parte del loro reddito per supportare i figli nel presente e risparmiare contemporaneamente per il futuro.

Sfortunatamente, tali necessarie ed importanti macro-riforme richiedono un ampio consenso politico per essere approvate e una stabilità politica nel medio termine per essere implementate. Per questo motivo, è molto probabile che queste riforme vengano posticipate, annacquate o mal implementate.

Ne consegue che le cosiddette “micro-regole semplici”, ispirate dalla scienza comportamentale, rappresentino la soluzione più efficace ed attuabile.

Prendere a prestito per risparmiare

Prendiamo il risparmio: per dirlo in modo semplice, risparmiare significa ridurre il consumo oggi per poter consumare di più in futuro. Mentre questa logica è molto semplice da capire, ogni azione di risparmio implica barriere psicologiche rilevanti, che devono essere superate per far sì che il risparmio si concretizzi. Per prima cosa, solitamente tendiamo a scontare i risultati di medio-lungo termine in modo molto miope, non riuscendo ad immaginare come ci sentiremo frustrati in futuro per non esserci comportati in modo corretto nel presente. In secondo luogo, siamo tendenzialmente avversi al rischio e alle perdite – un problema intrinseco al risparmio, dove scambiamo una perdita certa di consumo oggi per una ricompensa incerta domani. Questo significa che, se l’anello debole nella catena del risparmio è **l’agire in modo disciplinato e non la mancanza di comprensione** di ciò che è adeguato, l’educazione finanziaria e la formazione aiuteranno, ma non saranno sufficienti.

Le soluzioni che puntano a rendere l’azione del risparmio di per sé più semplice hanno dimostrato di essere molto più efficaci. L’iscrizione in automatico ad un piano pensionistico composto da prodotti finanziari allo stesso tempo semplici da capire e da scegliere ha avuto un grande successo nell’aumentare il tasso di risparmio dei lavoratori, aiutandoli ad allocare i loro risparmi su classi di asset con un rischio adeguato. Inoltre, soluzioni elementari di cash management per i clienti privati hanno ricevuto feedback positivi. L’idea, in questo caso è di stabilire un certo limite per i depositi a vista oltre al quale il denaro in eccesso viene automaticamente trasferito all’interno di un conto o di un fondo di risparmio. Esistono anche soluzioni più sofisticate che coordinano attivo e passivo, ad esempio concedendo la possibilità al cliente di usufruire di linee di credito temporanee garantite da asset mantenuti all’interno della banca. L’obiettivo è gestire i vincoli di liquidità di breve termine senza dover disinvestire capitali che erano stati impegnati a lungo termine. La logica dietro a queste soluzioni e ad altre simili è ridurre - o addirittura eliminare - la necessità di portare a termine azioni concrete e ripetitive per risparmiare, rimpiazzandole con una singola decisione presa una tantum che viene poi ripetuta automaticamente.

Il fatto che il denaro venga spostato automaticamente verso prodotti di risparmio o che venga bloccato in questo modo fa davvero la differenza?

Sì, senza dubbio – per il semplice fatto che anche piccolissime barriere all’azione possono indurre le persone a non risparmiare. Lasciare che il risparmio rimanga un compito che gli individui devono portare a compimento da soli ogni mese, muovendo parte del loro stipendio in un conto di risparmio, può essere un’enorme barriera. Questo accade perché tendiamo a dimenticarne o, ancora peggio, siamo tentati dallo spendere il denaro per altre cose non appena ne abbiamo occasione. Lo stesso accade per l’iscrizione al piano di risparmio. Ai risparmiatori è infatti richiesta la lettura, la compilazione e l’invio della documentazione. La domanda che dunque uno si pone è spesso – “Perché fare adesso questa cosa noiosa e non urgente?” Meglio quindi posticiparla! Inoltre, se disinvestiamo alcuni dei nostri fondi per fronteggiare un bisogno di liquidità, il costo opportunità in termini di un ritorno futuro incerto sarà difficile da percepire.

D’altro canto, se utilizzassimo le nostre linee di credito per un periodo di tempo eccessivo, il costo in termini d’interesse che dovremo pagare sarebbe prominente. A seguito di questi punti di debolezza comportamentali, la soluzione migliore è spesso quella di automatizzare le azioni desiderate, che vengono dunque impostate di default. Aumentare la propensione alla spesa è in qualche modo più semplice da affrontare rispetto al risparmio, ma può allo stesso tempo essere più pericoloso. La ragione è ovvia: mentre risparmiare comporta un sacrificio, spendere per determinate categorie di prodotti è necessario e, in alcuni casi, piacevole. In tal senso, il ruolo psicologico della spesa non è tanto quello della barriera, ma piuttosto quello dell’incentivo. Si tratta di una molla talmente forte che spesso degenera in un eccesso di spesa e aumento del debito per i consumatori. Tutto questo è un male? Dipende dalle ragioni per le quali ciò accade e dalla sua sostenibilità.

Consideriamo ad esempio i prestiti al consumo. Pagare degli interessi per anticipare il consumo non è necessariamente una mossa sbagliata, se il mio reddito mi permette di ripagare nel tempo la quota interessi e la quota capitale. A dire il vero, se questo viene fatto con l’intenzione di limitare la mia spesa futura attraverso uno schema fisso di rimborso del prestito, dovrebbe essere considerata una scelta razionale. Metà delle persone che chiedono un prestito personale, ad esempio, è più interessata alla rata mensile e alla durata del prestito che al tasso d’interesse e all’ammontare che riceverà. Queste persone cercano sicuramente di concludere un buon affare, ma la loro attenzione è più incentrata sulla sostenibilità del prestito.

Allo stesso modo, molte persone che richiedono un prestito preferiscono prestiti chiusi con rimborso fisso rispetto ai prestiti aperti con rimborso flessibile, scambiando dunque flessibilità per disciplina (Fig. 1). Dietro a queste preferenze vi è una sorta di “razionalità di secondo ordine”. Dalla razionalità di primo ordine, abbiamo appreso che non siamo abbastanza disciplinati da risparmiare oggi per spendere di più domani.

Tuttavia, con la razionalità di secondo ordine, siamo disposti a risparmiare per il futuro tramite un prestito come meccanismo di controllo.

È effettivamente questo il modo in cui pensiamo? Per molti di noi sì, è proprio così. Le persone riconoscono la debolezza delle loro intenzioni e sono disposte a pagare per farvi fronte (nel caso del prestito, il prezzo pagato dal consumatore per sopperire allo sforzo futuro è il tasso d'interesse). Ci sono molte altre situazioni nella vita nelle quali ci comportiamo in modo simile. Questo accade, per esempio, quando, nonostante la tentazione, rinunciamo a comprare cibi ad alto contenuto calorico al supermercato mentre siamo a dieta; o quando optiamo per un pagamento annuale anticipato per la palestra per generare in noi un senso di colpa ogni volta che non ci andiamo; o ancora quando nascondiamo le sigarette in posti bizzarri, sperando di dimenticarci dove le abbiamo messe nel lungo termine.

Caratteristiche dei prodotti e impatti comportamentali

	Caratteristiche del prodotto	Impatto comportamentale
Risparmio	▪ Sacrificio immediato ▪ Risultati a lungo termine	▪ Avversione al rischio e alla perdita ▪ Sconto miope degli impatti a medio-lungo termine
	▪ Semplice da capire e da scegliere	▪ Aumento del tasso di risparmio ▪ Miglior scelta delle classi di rischio adeguate
	▪ Iscrizione automatica ▪ Trasferimento automatico sopra un certo limite dal conto corrente	▪ Aumento del tasso di risparmio
Programmi di risparmio	▪ Documenti semplici da capire ▪ Consegna semplice dei documenti	▪ Evita di posticipare l'inizio del programma di risparmio
Prestiti	▪ Percezione di un ammontare fisso di denaro	▪ Consumo anticipato
	▪ Pagamento di rate fisse	▪ Controllo della spesa dovuto al rimborso delle rate ▪ Risparmiare dopo il consumo invece che prima
	▪ Schema di rimborso personalizzabile	▪ Riduzione dei dubbi sulla sostenibilità del prestito
Carte	▪ Formato elettronico	▪ Aumento dell'ammontare speso (comprare di più e prodotti più cari) ▪ Minor prominenza dell'esborso
	▪ Pagamento posticipato	▪ Evita il senso di separazione dal denaro
	▪ Elevati limiti alla spesa	▪ Rimozione del limite psicologico del denaro disponibile
	▪ Funzione di arrotondamento	▪ Incentivo all'utilizzo delle carte ▪ Permette di risparmiare spendendo
	▪ Funzione di classificazione	▪ Aumento della trasparenza e della comprensione delle spese ▪ Trasformazione dei conti mentali in conti digitali ▪ Aumento della spesa intelligente che risulta in maggior utilità
Linee di credito	▪ Tempo limitato ▪ Assicurate da asset	▪ Riduzione dell'incentivo a disinvestire, mantenendo la pressione al risparmio ▪ Maggior periodo di mantenimento degli asset

Figura 1

Spendere di più, di meno, in modo differente

L'effetto delle carte di credito è più forte, visto che di per sé aumentano la quantità di denaro speso. Diversi studi hanno provato che, quando utilizziamo le carte di credito, siamo disposti a pagare prezzi più alti per comprare più prodotti e - allo stesso tempo - scegliamo mix di prodotti a più alto valore aggiunto. In poche parole, paghiamo, compriamo e spendiamo di più quando usiamo le carte di credito (Fig. 1). Ci sono diverse ragioni che spiegano questo comportamento: in primo luogo, la moneta elettronica, attraverso le carte (ma non solo), risulta meno prominente del denaro contante. In secondo luogo, mentre il denaro che possiamo tenere nel portafogli rappresenta un limite psicologico, il plafond di spesa per le carte di credito è solitamente molto più alto. Infine, pagare in contanti dà un senso immediato di separazione dal denaro e talvolta anche di perdita, mentre nei pagamenti con carta di credito la transazione è posticipata nel tempo e, per questo motivo, rimane "solo virtuale" per un certo periodo di tempo.

Le carte di credito generano un eccesso di spesa e, quindi, un ingente ammontare di debito per i consumatori? Sicuramente. Questi spendono troppo **a causa** delle carte? Sicuramente no. Stabilire limiti stringenti alle funzioni revolving delle carte di credito bilancerebbe la tendenza di molti consumatori di utilizzarle come uno strumento di finanziamento, che risulta generalmente un cattiva idea.

Funzioni di arrotondamento e classificazione dei costi, dall'altro lato, potrebbero incentivare spese intelligenti o addirittura migliorare, allo stesso tempo, le abitudini di spesa e di risparmio. Alcune banche offrono già l'opzione di arrotondamento dell'ammontare pagato con carta, depositando la somma extra in un conto di risparmio. Questo genera un incentivo all'utilizzo della carta al posto dei contanti, in quanto ogni azione di spesa diventa automaticamente anche un'azione di risparmio, che risulta quindi più attrattiva.

Funzioni flessibili e personalizzate di arrotondamento possono essere create per andare incontro ai diversi bisogni dei clienti. Alcuni di questi potrebbero essere interessati a modelli che mantengono un elevato livello di arrotondamento a seconda dell'ammontare speso o del tipo di prodotto acquistato. Allo stesso tempo la classificazione automatica del denaro in categorie di consumo, definita in autonomia dal consumatore, è in grado di promuovere spese più intelligenti. Le persone tendono infatti a creare conti correnti mentali per ridurre la complessità di riconciliare centinaia di piccole decisioni di acquisto all'interno di uno stesso vincolo di budget. Trasformare questi conti mentali in conti digitali può aiutare le persone a gestire il processo in maniera più semplice e precisa, aumentando il livello di trasparenza su dove viene speso il denaro.

Ad esempio, ho spesso l'impressione di aver speso troppo denaro per acquistare libri e troppo poco per l'abbigliamento. Tuttavia, quando faccio i conti a fine anno, scopro che è successo esattamente l'opposto. Con una totale trasparenza in tempo reale, potrei godermi un paio di libri in più rinunciando ad un altro paio di pantaloni di cui non ho davvero bisogno. Nel complesso, la spesa totale sarebbe probabilmente un pochino più alta ma, ben più importante, anche l'utilità derivante dal denaro speso sarebbe più elevata. Infatti, dato un minimo livello di flessibilità del budget, quando si tratta di acquistare articoli di questo tipo, preferisco semplicemente comprare più libri che paia di pantaloni.



Conclusioni

Molti consumatori apprezzano il valore offerto dagli strumenti di pagamento e di debito, come le carte di credito e i prestiti personali, mentre altre persone li considerano pericolose trappole finanziarie. Personalmente, non sono d'accordo con il secondo gruppo. In un mondo perfetto, le persone dovrebbero bilanciare i loro consumi presenti e futuri in maniera impeccabile, senza che questo si traduca in impazienza o problemi di autocontrollo. Se questo fosse vero, non ci sarebbe bisogno di finanziamenti, o questi verrebbero usati in modo perfettamente razionale dai consumatori. Tuttavia, nel mondo reale, spesso accade che si verifichino problemi di questa natura e che l'utilizzo scorretto degli strumenti finanziari funga da catalizzatore intensificandone gli effetti. Le funzioni del credito e delle carte descritte in precedenza possono trasformare l'utilizzo di prestiti e metodi di pagamento e aiutare a risolverne le conseguenze indesiderate. Le persone vogliono e hanno necessità di spendere e risparmiare. La soluzione finanziaria corretta può aiutarli a farlo in modo più intelligente.

Autore



Dr. Enrico Trevisan

Managing Partner, Banking Division

Il Dr. Enrico Trevisan è uno dei massimi esperti di economia comportamentale applicata alla strategia commerciale. Trevisan è dal 2010 Partner della divisione Banking di Simon-Kucher & Partners, Strategy & Marketing Consultants, in cui riveste il ruolo di Head of Banking per l'Europa Meridionale, Centro-Orientale e per l'America Latina.

Nell'area della consulenza, il Dr. Trevisan ha assistito alcuni dei più importanti gruppi bancari ed industriali internazionali su tematiche relative alle strategie di mercato, all'innovazione nel pricing e nell'offerta, ai canali distributivi e alle vendite.

Nella sua carriera di consulente ha guidato progetti di corporate e retail banking, operando in diverse aree geografiche tra cui l'Italia, la Germania, la Francia, la Spagna, il Messico, il Perù, la Croazia, la Polonia, la Svizzera, la Russia, il Regno Unito e gli Stati Uniti.

I suoi libri «Economicamente irrazionale», «Value Pricing», «Selbstbindung» e molti dei suoi articoli dedicati all'economia comportamentale, alla strategia e al marketing sono stati tradotti in svariate lingue e pubblicati in diversi paesi. Ricerche nel campo dell'economia comportamentale e le sue potenziali applicazioni nel mondo del business, sono state il focus principale nei suoi lavori, con più di 20 studi che portano il suo nome. Parallelamente all'attività di consulenza, il Dr. Trevisan partecipa inoltre periodicamente, in qualità di esperto, a diversi convegni ed è relatore ospite presso atenei e business school internazionali.

Enrico Trevisan ha conseguito il Master in Business Research ed il Ph.D. in Strategic Management and Organizational Theory, con un focus sull'economia comportamentale, presso l'Università di Monaco di Baviera dopo essersi laureato in Scienze Politiche presso l'università di Torino.

Simon-Kucher & Partners

Simon-Kucher & Partners, Strategy & Marketing Consultants

Simon-Kucher & Partners is a global consulting firm focusing on TopLine Power®. Founded in 1985, the company has more than 30 years of experience in providing strategy and marketing consulting and is regarded as the world’s leading pricing advisor.

Global presence

34 offices worldwide · 1,000 employees · €240m revenue in 2016



Americas

Brazil, **São Paulo**
Canada, **Toronto**
Chile, **Santiago de Chile**
USA, **Atlanta**
USA, **Boston**
USA, **Mountain View**
USA, **New York**
USA, **San Francisco**

Europe

Austria, **Vienna**
Belgium, **Brussels**
Denmark, **Copenhagen**
France, **Paris**
Germany, **Bonn**
Germany, **Cologne**
Germany, **Frankfurt**
Germany, **Hamburg**
Germany, **Munich**
Italy, **Milan**

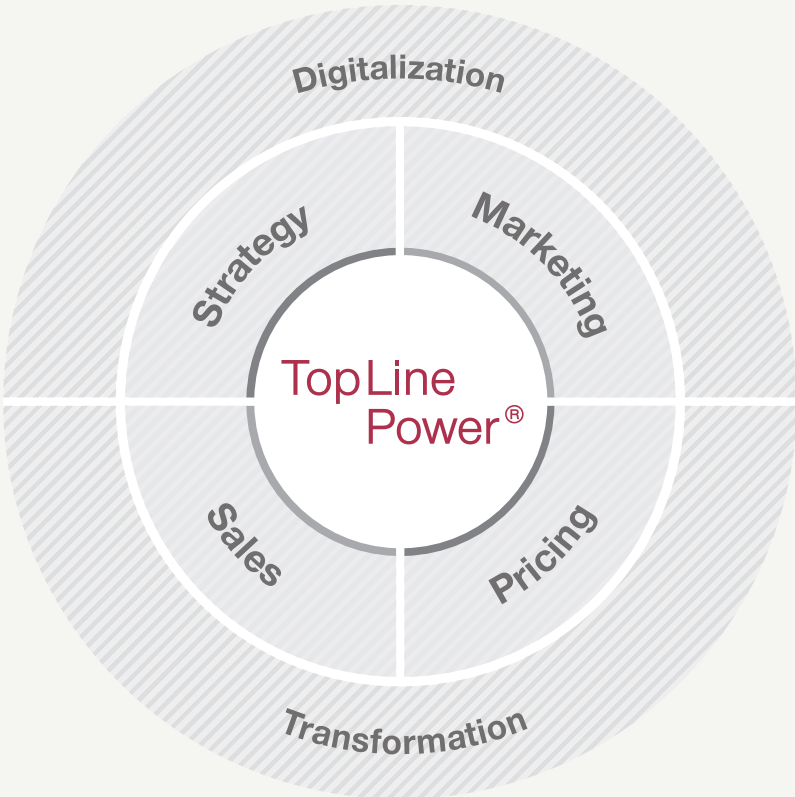
Luxembourg, **Luxembourg**
Poland, **Warsaw**
Spain, **Barcelona**
Spain, **Madrid**
Sweden, **Stockholm**
Switzerland, **Geneva**
Switzerland, **Zurich**
The Netherlands, **Amsterdam**
Turkey, **Istanbul**
United Kingdom, **London**

Asia/South Pacific/
Middle East

Australia, **Sydney**
China, **Beijing**
China, **Hong Kong**
Japan, **Tokyo**
Singapore, **Singapore**
UAE, **Dubai**

>2,000 projects in the last 3 years

- Growth and competitive strategies
- Product portfolio (re-)design
- Pricing excellence
- Customer relationship and customer value management
- Sales strategies and sales channel optimization



World leader in pricing

BusinessWeek

"World leader in giving advice to companies on how to price their products."

The Economist

"The world's leading pricing consultancy"

The Wall Street Journal

"Pricing strategy specialists"

Peter Drucker

"In pricing you offer something nobody else does."

SIMON ♦ KUCHER & PARTNERS

Strategy & Marketing Consultants

London

1 Plough Place
London EC4A 1DE, United Kingdom
Tel. +44 20 783267 00
e-mail london@simon-kucher.com

Madrid

José Abascal, 56 – 6B
28003 Madrid, Spain
Tel. +34 91 32893 70
e-mail madrid@simon-kucher.com

Milan

Largo Donegani, 2
Via della Moscova, 3
20121 Milan, Italy
Tel. +39 02 28995 11
e-mail milano@simon-kucher.com

www.simon-kucher.com