



PSICOLOGIA & PORTAFOGLI

Ci sono 4 tipi-base di investitore. E facendo la mappa d'Italia si scopre...

Qualsiasi decisione di un risparmiatore dipende, in maniera rilevante, dal suo **personale approccio** al tema degli investimenti, della previdenza e dell'indebitamento. L'approccio di ognuno di noi può essere determinato dalle sue **caratteristiche psicologiche o personali**. Infatti, è ragionevole attendersi che la percezione di sé, degli altri e le modalità di pensiero, proprie dell'individuo, possano influire significativamente sulle allocazioni delle proprie risorse.

Ad esempio, è evidente che una bassa o alta autostima possa orientare il risparmiatore verso comportamenti del tutto differenti. Ed ancora, il fatto di sentire una generica diffidenza verso gli altri oppure di avere una positiva, anche se vigile, apertura può ulteriormente valere sulle modalità concrete di definizione delle proprie soluzioni.

Infine, il peso che gioca l'intuito e l'emozione rispetto a processi di pensiero razionale può addirittura determinare dei vincoli soggettivi che incidono sulle forme di destinazione del risparmio.

A questo proposito, la **conoscenza delle varie tipologie di risparmiatore e dei diversi modelli decisionali** utilizzati può essere particolarmente proficua. Infatti, questa conoscenza può consentire al risparmiatore di aumentare il grado di consapevolezza circa i bisogni psicologici che sono alla base del proprio comportamento.

E per l'operatore tale competenza costituisce un indispensabile bagaglio professionale per **personalizzare** il tipo di comunicazione e di servizio. Così alcune domande assumono una importanza cruciale: cosa determina il comportamento di un risparmiatore nella

gestione dei propri risparmi? Perché si scelgono determinate soluzioni di allocazione e se ne rifiutano altre? Tali scelte sono solo frutto di calcoli razionali oppure anche di scelte emotive? In quale misura, dipendono da variabili psicologiche e di personalità?

La strada più battuta per dare risposta a questi interrogativi è quella di affidarsi a credenze personali o luoghi comuni socialmente condivisi. Proviamo ad esempio a rispondere ai questi interrogativi: vi sono delle componenti culturali, legate al territorio, che influenzano il grado di sicurezza e di fiducia nelle proprie capacità di decisione? Come e quanto un risparmiatore lombardo si differenzia da un ligure o da un lucano? Quale propensione per "il fai-da-te" o per la ricerca di consulenza dimostrano i risparmiatori in funzione del titolo di studio? Quale risparmiatore è maggiormente disposto

ad una attività di pianificazione finanziaria e previdenziale in relazione al sesso, alla condizione lavorativa o al settore di attività? Molto probabilmente nel rispondere a tali interrogativi non facciamo ricorso a dati, stime e statistiche ma ci basiamo sulla nostra esperienza e nostre convinzioni personali. Tali credenze hanno il vantaggio di aiutare a semplificare la realtà e di dare risposte immediate ad interrogativi complessi e difficilmente trattabili. Presentano però l'inconveniente di non essere sempre "affidabili", di non mettere a disposizione strumenti *ad hoc* per verificarne la validità e soprattutto di non basarsi su un preciso impianto teorico di riferimento. Così, basare le proprie intuizioni su postulati di una **psicologia "ingenua"** può portare a interpretazioni parziali delle motivazioni che soggiacciono al comportamento di un risparmiatore. La psicologia, in termini molto generali, rappresenta la scienza che studia il comportamento di un individuo. Tale comportamento si esplica in differenti contesti e secondo differenti modalità.

I comportamenti possono essere diversi: sociali, di consumo, lavorativi ed anche economici. Ciascuno è caratterizzato da proprie specificità, non sempre "importabili" da altri contesti. Pertanto il contesto del risparmio si pone come specifico e autonomo dal punto di vista interpretativo. Si comprende dunque l'importanza di **"studiare" in termini psicologici** il comportamento di gestione del risparmio, al pari di altri più studiati contesti della vita quotidiana. Cercare di interpretare il comportamento di un risparmiatore significa aprire le porte a motivazioni profonde, bisogni, cognizioni, interpretazioni soggettive che si mescolano tra loro e di cui è difficile prevederne il peso, ma che comunque generano un comportamento osservabile. Tutto ciò implica la definizione di una teoria di riferimento e la realizzazione di un modello di interpretazione.

IL MODELLO "PSICOBENCHMARK"

Un modello è, per definizione, una semplificazione della realtà che presenta però il vantaggio di renderla interpre-

Figura 1 - Microprofili del risparmiatore



tabile e conoscibile. Il modello "Psicobenchmark", realizzato da Progetica, si pone l'obiettivo di **individuare le relazioni esistenti tra le variabili territoriali-sociodemografiche ed i comportamenti e gli atteggiamenti del risparmiatore**. In questo senso il modello può assumere la caratteristica di "benchmark", ossia un parametro di riferimento che consenta l'assimilazione e la valutazione, per confronto, di un risparmiatore italiano. La teoria di riferimento considera tre dimensioni psicologiche capaci, a nostro avviso, di rendere conto della complessità del contesto comportamentale del risparmiatore.

Esse sono:

1. Compiacenza - Dominanza: la "Compiacenza" evidenzia la tendenza del risparmiatore ad un **atteggiamento di apertura e fiducia** verso le indicazioni ed i consigli di altre persone per lui "significative", riflessione nelle decisioni, prudenza e cautela nelle scelte di allocazione e gestione dei risparmi; la "Dominanza" viceversa è correlata con un **atteggiamento di sicurezza** nel prendere decisioni di risparmio, fiducia nelle proprie capacità di investitore, concretezza e velocità di decisione nelle scelte di allocazione.

2. Introversione ed Estroversione: alla "Introversione" corrisponde la tendenza del risparmiatore ad un **atteg-**

giamento di autonomia nelle decisioni di risparmio, acquisendo dati, statistiche ed elementi oggettivi; riservatezza nella relazione con l'operatore ed orientamento ai risultati nelle scelte di allocazione dei risparmi. Il tratto di "Estroversione" è invece correlato con un **atteggiamento di ricerca di cooperazione/collaborazione con altri** (ad esempio con l'operatore) nelle decisioni di risparmio, orientamento positivo alla relazione con l'operatore e "progettualità" nelle decisioni di allocazione dei risparmi;

3. Emotività e Razionalità: alla dimensione di "Emotività" corrisponde la tendenza del risparmiatore a **seguire sensazioni ed intuizioni** nelle decisioni di allocazione dei risparmi, basso orientamento alla pianificazione, bassa propensione a mettere in atto strategie di investimento volte alla costruzione del futuro e dunque orientamento al "breve termine". Al tratto di "Razionalità" è invece associata la **tendenza a seguire ragionamenti basati sulla logica** e su dati oggettivi per la gestione del risparmio, elevato orientamento alla pianificazione ed alla propensione alla creazione di strategie rivolte al futuro, orientamento al "lungo termine".

Le dimensioni, opportunamente combinate tra loro, generano un modello che può essere raffigurato da 4 ►►

quadranti (figura 1), ciascuno dei quali definisce un macro-profilo di risparmiatore (in realtà, per una interpretazione più fine, i profili identificati dal modello sono 21, risultanti dai differenti valori assunti rispetto alle dimensioni).

Sinteticamente, ciascun profilo di risparmiatore può essere descritto dalle qualità riportate nella **tabella 1**.

VARIABILI E PROFILAZIONE

Il modello "Psicobenchmark" è costruito partendo dalle variabili e dai dati grezzi della più recente indagine della Banca d'Italia relativa a **"I bilanci delle famiglie italiane nel 2000"** (<http://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/statistiche/ibf>).

Le variabili considerate per descrivere la tipologia del risparmiatore sono quelle relative alle caratteristiche dei "capo famiglia" del nucleo familiare, quali la regione di appartenenza, l'ampiezza comunale di residenza, l'età, il sesso, il titolo di studio e, per la laurea, il corso di laurea, la condizione lavorativa, il settore di occupazione, ed, infine, lo stato civile.

La nostra ricerca si è sostanziata nella individuazione delle relazioni statistiche tra ciascuna delle variabili considerate e le classi di risposte, date dai circa **8.000 intervistati** dell'indagine, che possono essere collegate ai descrittori delle dimensioni psicologiche e dunque ai diversi profili del risparmiatore. Dalle analisi emergono alcuni spunti ed indicazioni interessanti, fermo restando tutti i limiti della statistica utilizzata ("regressione lineare o polinomiale") e delle condizioni di elaborazioni e di significatività.

Nelle **tabelle 2-10** sono riportati i valori che consentono di comprendere, per ciascuna dimensione considerata, il grado di saturazione delle caratteristiche psicologiche menzionate. La misura della presenza delle caratteristiche è espressa da una scala che pone la media pari a zero, bilanciamento perfetto delle caratteristiche e dunque assenza della predominanza dell'una o dell'altra polarità. I valori negativi e positivi (che non esprimono in sé alcun

Tabella 1

| RISPARMIATORE RISOLUTO | RISPARMIATORE LEADER |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Pragmatico e deciso nelle scelte di soluzioni di risparmio ● Orientato ai risultati nella gestione di risparmi ● Sicuro di sé e delle proprie capacità nell'allocare i risparmi ● Propenso a modalità di decisione e analisi autonome e personali ● I processi di pensiero sono basati sulla razionalità ed è propenso all'attività di pianificazione | <ul style="list-style-type: none"> ● Loquace e disinvolto nella relazione con l'operatore esperto ● Orientato alla progettualità nell'allocazione dei risparmi ● Intraprendente nelle scelte di soluzioni di risparmio ● Propenso alle novità e alle innovazioni in materia di investimenti ● Tendenzialmente i processi di pensiero sono basati sulla razionalità ed è propenso all'attività di pianificazione |
| RISPARMIATORE PRECISO | RISPARMIATORE DISPONIBILE |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Riservato nella interazione con l'operatore ● Propenso all'analisi di numeri e dati ● Puntiglioso e interessato ai dettagli e alle "clausole" nella valutazione delle soluzioni di risparmio ● Autonomo nell'analisi e decisione di allocazione dei risparmi ● Tendenzialmente i processi cognitivi sono fondati sull'emotività e mostra una bassa propensione all'attività di pianificazione | <ul style="list-style-type: none"> ● Amichevole e confidenziale nella relazione con l'operatore ● Disponibile al confronto in materia di gestione dei risparmi ● Orientato alla ricerca di consigli e indicazioni da parte dell'operatore ● Riflessivo e prudente nell'allocare i risparmi ● Tendenzialmente i processi cognitivi sono fondati sull'emotività e mostra una bassa propensione all'attività di pianificazione |

giudizio di valore) evidenziano rispettivamente la presenza delle caratteristiche delle varie scale (Compiacenza = valori negativi; Dominanza = valori positivi; Introversione = valori negativi; Estroversione = valori positivi; Emotività = valori negativi; Razionalità = valori positivi). Una nota tecnica: tali valori sono espressi in termini di deviazione standard dalla media e dunque danno una idea "metrica" dei rapporti e delle distanze tra loro.

Così, ad esempio, dall'analisi della **tabella 2**, è possibile ricavare, per ciascuna dimensione, il posizionamento delle varie regioni e dunque ipotizzare una influenza di tipo socio-culturale sul

modo d'essere dei risparmiatori. Infatti, la regione che presenta caratteristiche di maggior "Dominanza" è la **Liguria** (1,3) mentre la **Basilicata** spicca per il valore della "Compiacenza" (-1,9); la **Valle d'Aosta** evidenzia invece una sostanziale assenza di una chiara connotazione (0,1). Naturalmente dall'incrocio dei valori delle dimensioni "Compiacenza-Dominanza" e "Introversione-Estroversione" è possibile ricavare anche il profilo-tipo. Ad esempio, la Basilicata può essere interpretata come "Risparmiatore Preciso" quadrante connotato da entrambi i valori negativi (Compiacenza= -1,9; Introversione= -2,6).

Tabella 2

| REGIONI | CD | IE | ER |
|----------------|------|------|------|
| ABRUZZI | 0,4 | -0,2 | -0,5 |
| BASILICATA | -1,9 | -2,6 | -0,5 |
| CALABRIA | -0,8 | -1,0 | -0,8 |
| CAMPANIA | -1,8 | -0,9 | -1,5 |
| EMILIA ROMAGNA | 1,2 | 1,9 | 1,6 |
| FRIULI | 1,1 | 1,2 | 1,7 |
| LAZIO | -0,5 | -0,1 | -0,8 |
| LIGURIA | 1,3 | 1,0 | 0,8 |
| LOMBARDIA | 1,0 | 0,3 | 1,0 |
| MARCHE | 0,3 | -0,3 | 0,5 |
| MOLISE | -0,5 | 0,1 | -0,7 |
| PIEMONTE | 0,3 | -0,2 | -0,4 |
| PUGLIA | -1,2 | -0,7 | -1,1 |
| SARDEGNA | -0,6 | 0,2 | -1,2 |
| SICILIA | -1,1 | 0,0 | -0,4 |
| TOSCANA | 0,4 | 0,0 | 0,1 |
| TRENTINO | 0,8 | 0,8 | 0,6 |
| UMBRIA | 0,7 | -0,9 | 1,1 |
| VALLE D'AOSTA | 0,1 | 1,5 | -0,9 |
| VENETO | 0,9 | -0,2 | 1,4 |

Tabella 3

| COMUNALITA'/NR. ABITANTI | CD | IE | ER |
|--------------------------|------|------|------|
| 0-20.000 | -1,4 | -0,9 | 1,3 |
| 20.000-40.000 | 0,8 | -0,2 | 0,1 |
| 40.000-500.000 | -0,1 | -0,4 | -1,1 |
| >500.000 | 0,7 | 1,4 | -0,3 |

Tabella 4

| SESSO | CD | IE | ER |
|---------|----|----|----|
| MASCHIO | 1 | -1 | 1 |
| FEMMINA | -1 | 1 | -1 |

LIGURIA E FRIULI AL TOP

La Liguria come "Risparmiatore Leader" in quanto presenta valori entrambi positivi (Dominanza= 1,3; Estroversione= 1), l'Umbria come "Risparmiatore Risoluto", avendo valore positivo per la Dominanza (0,7) e negativo per la Introversione (-0,9), ed il Molise come tendente al "Risparmiatore Disponibile" con valori negativi modesti per la Compiacenza (-0,5) e positivi, ma molto ridotti, per l'Estroversione (0,1). A corredo del profilo, è possibile completare la descrizione con i valori relativi alla dimensione "Emotività-Razio-

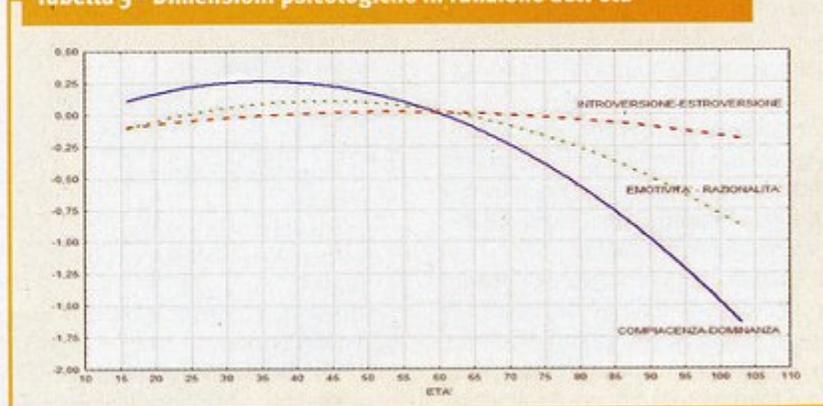
ionalità", secondo la consueta scala che assegna al polo Emotività valori negativi ed al polo Razionalità valori positivi. Così, ad esempio, il Friuli può essere interpretato come il "Risparmiatore Leader" con il più alto valore di Razionalità (1,7): mentre la Campania come il "Risparmiatore Preciso" con il più alto valore di Emotività (-1,5). Con queste chiavi di lettura, si potranno interpretare tutti i dati delle tabelle relative alle variabili considerate.

Un dato di particolare interesse è la relazione tra l'età e la dinamica delle dimensioni. Dal grafico riportato in tabella 5 si evidenzia come la dimensione "Introversione-Estroversione" sia relativamente indipendente dall'età: infatti, fluttua intorno al valore nullo, presentando, nella fase più avanzata di vita, una leggerissima tendenza verso l'introversione. Ciò starebbe a indicare che il tratto dipende essenzialmente da altre variabili. Diversa è invece l'evoluzione delle altre due dimensioni, che presentano un andamento simile, anche se più accentuato per la dimensione "Compiacenza-Dominanza". Infatti, dal 60° anno in poi si evidenzia una tendenza marcata verso la compiacenza e l'emotività, forse a testimonianza dello "shock da pensionamento" che induce nel risparmiatore-pensionato stati psicologici di una certa rilevanza.

PSICOBENCHMARK: L'USO

I dati rappresentati nelle tabelle sono descrittivi delle relazioni tra le dimensioni psicologiche e le variabili

Tabella 5 - Dimensioni psicologiche in funzione dell'età



li, ciascuna presa singolarmente. Naturalmente il profilo di un risparmiatore è il risultato della sintesi e della interazioni di tutte le variabili considerate, laddove anche lo strumento statistico da utilizzare nelle analisi è più complesso e sofisticato (tecnicamente, la regressione multipla polinomiale). Infatti è possibile, a partire dai soli dati territoriali-socio-demografici individuare un profilo psicologico del risparmiatore basato su stime probabilistiche. Adottare un modello di profilazione psicologica del risparmiatore significa entrare in un mondo tanto "intrigante" quanto poco conosciuto, quale è il **comportamento di risparmio di un individuo**. Un modello che diviene indispensabile in un simile percorso, perché fornisce le coordinate necessarie per procedere e la mappa entro la quale muoversi. Tante sono infatti le variabili in gioco nel determinare il comportamento di un risparmiatore, alle prese con la gestione del suo denaro. Senza una riduzione significativa della realtà, quest'ultima rimarrebbe difficilmente interpretabile. Crediamo che modelli di questo genere possono essere utili, sia per il risparmiatore che per l'operatore. Infatti, per il risparmiatore è uno strumento che offre la possibilità di:

- "leggersi" soggettivamente e oggettivamente;
- aumentare la consapevolezza circa il proprio orientamento soggettivo;
- confrontarsi con i dati della "sua categoria", ossia i profili di altri risparmiatori che presentano le sue stesse caratteristiche;
- responsabilizzarsi nell'analisi dei propri bisogni;
- "co-costruire", in collaborazione con l'operatore, la relazione ed il relativo processo di "assistenza".

Dal punto di vista dell'operatore, il principale esito derivante dall'utilizzo di un modello di profilazione psicologica del risparmiatore è quello di delineare elementi utili per instaurare:

- uno stile comunicativo e relazionale personalizzato, efficace e "flessibile", declinabile cioè per ciascun profilo;
- un'interazione operatore-risparmiatore fondata sulla fiducia e sulla "tra-

Tabella 6

| TITOLO DI STUDIO | CD | IE | ER |
|------------------------|------|------|------|
| NESSUN TITOLO | -1,6 | -1,1 | -1,8 |
| ELEMENTARE | -1,2 | -0,4 | -0,9 |
| MEDIA INFERIORE | -0,6 | -0,2 | -0,7 |
| DIPLOMA PROFESSIONALE | -0,2 | 0,1 | 0,5 |
| MEDIA SUPERIORE | 0,1 | -0,2 | 0,6 |
| ISTITUTO PROFESSIONALE | -0,1 | -0,6 | 0,5 |
| ISTITUTO TECNICO | 0,1 | -0,2 | 0,3 |
| LICEI | 0,2 | -0,7 | 0,4 |
| LICEO ARTISTICO | -0,5 | 0,8 | -0,1 |
| MAGISTRALI | -0,5 | 0,4 | -1,2 |
| ALTRO DIPLOMA | -0,4 | 0,5 | -1,2 |
| DIPLOMA UNIVERSITARIO | 1,1 | -1,0 | 1,1 |
| LAUREA | 1,4 | -0,2 | 1,3 |
| SPECIALIZZAZIONE | 2,2 | 2,9 | 1,3 |

Tabella 7

| TIPO LAUREA | CD | IE | ER |
|--------------------------------|------|------|------|
| AGRARIA VETERINARIA | 1,6 | 0,5 | 0,9 |
| ALTRO | -1,7 | 0,7 | -1,2 |
| ARCHITETTURA | 0,2 | -0,1 | -0,1 |
| ECONOMIA E STATISTICA | 0,1 | -0,1 | 1,5 |
| GIURISPRUDENZA | 0,1 | -0,1 | 0,4 |
| INGEGNERIA | 0,3 | -2,0 | -0,3 |
| LETTERE UMANISTICHE | -1,6 | -0,3 | -1,2 |
| MEDICINA | 0,9 | 1,9 | 1,1 |
| SCIENTIFICHE | -0,2 | -0,6 | 0,2 |
| SCIENZE POLITICHE E SOCIOLOGIA | 0,3 | 0,2 | -1,2 |

Tabella 8

| CONDIZIONE LAVORATIVA | CD | IE | ER |
|----------------------------|------|------|------|
| BENESTANTE | 0,4 | -0,9 | 0,9 |
| CASALINGA | -1,2 | 0,1 | -0,5 |
| CO.CO.CO. | 0,5 | 2,9 | 0,7 |
| DIRIGENTE | 2,1 | -1,6 | 0,1 |
| DISOCCUPATO | -0,9 | 0,1 | -1,0 |
| IMPIEGATO | 0,0 | 0,6 | -0,4 |
| IMPREDITORE | 0,5 | 0,3 | 1,6 |
| IN CERCA PRIMA OCCUPAZIONE | -1,2 | -0,6 | -1,3 |
| INSEGNANTE | 0,3 | 1,3 | -0,8 |
| LAVORATORE AUTONOMO | -0,4 | -0,4 | 0,1 |
| LIBERO PROFESSIONISTA | 1,5 | -0,2 | 1,7 |
| OPERAIO | -1,0 | -0,1 | -1,2 |
| PENSIONATO DA LAVORO | -1,0 | 0,2 | -0,6 |
| PENSIONATO NON DA LAVORO | -1,6 | -0,4 | -1,1 |
| QUADRO | 0,8 | 0,1 | -0,3 |
| SOCIO-GESTORE SOCIETA' | 1,3 | 0,0 | 1,4 |
| STUDENTE | -0,1 | -1,8 | -0,6 |
| TITOLARE IMPRESA FAMILIARE | 0,1 | 0,4 | 1,4 |

Tabella 9

| SETTORE | CD | IE | ER |
|--------------------------|------|------|------|
| AGRICOLTURA | -1,4 | -1,7 | -0,7 |
| COMMERCIO | -0,2 | -1,0 | 0,0 |
| EDILIZIA | -0,8 | -0,4 | -0,7 |
| FINANZA E ASSICURAZIONI | 1,7 | 1,2 | 2,4 |
| INDUSTRIA | -0,4 | -0,4 | -0,3 |
| ORG. EXTRATERRITORIALI | 1,1 | 2,0 | 0,3 |
| PUBBLICA AMMINISTRAZIONE | 0,0 | 0,3 | -0,6 |
| SERVIZI | 1,2 | 0,0 | 0,9 |
| SERVIZI DOMESTICI | -0,9 | 0,5 | -0,9 |
| TRASPORTI | -0,3 | -0,5 | -0,3 |

sparenza", a partire dai bisogni psicologici e aspettative del risparmiatore;

- una relazione con il risparmiatore basata sulla collaborazione e cooperazione con quest'ultimo.

Naturalmente, accanto all'individuazione del profilo "Psicobenchmark", basato su livelli di probabilità e costruito a partire da dati oggettivi, è possibile personalizzare il profilo psicologico del

risparmiatore con un questionario *ad hoc*, specifico per il contesto del ri-

Tabella 10

| STATO CIVILE | CD | IE | ER |
|-----------------|------|------|------|
| CONIUGATO | 0,6 | -0,1 | 1,2 |
| CELIBE / NUBILE | 0,3 | -0,4 | -0,3 |
| SEPARATO | 0,5 | 1,4 | 0,2 |
| VEDOVO | -1,5 | -0,9 | -1,2 |

sparmio. Affinché risparmiatore ed operatore si scambino, su un piano di realtà, le attese reciproche di comportamenti, al fine di **ridurre al minimo l'ambiguità e gli equivoci di una interazione consenziale**.

Le stesse istituzioni finanziarie e assicurative potrebbero disegnare prodotti, servizi e comunicazione più coerenti e con i propri target.

E di questi tempi, sembra proprio che ce ne sia un gran bisogno.

di Marco Besana,
Gaetano Megale e Sergio Sorgi

Progetica srl - Via Coluccio Salutati, 5 - Milano -
Tel. 0248100856 - e-mail: progetica@progetica.it