

# Guadagni difficili con il passaparola

di Antonio Ricciardi\*

Le diverse indagini periodicamente pubblicate sui comportamenti dei risparmiatori italiani non rivelano generalmente grandi sorprese: preferenza spiccata verso l'investimento immobiliare; eccedenza di liquidità destinata prevalentemente ai titoli di Stato; propensione all'acquisto di azioni in funzione dell'andamento della Borsa. Per quanto riguarda quest'ultimo investimento il risparmiatore italiano, come osservava Tancredi Bianchi, si comporta da sempre come in un "parco buoi", imitando passivamente gli altri nelle fasi di acquisto e di vendita.

In definitiva in un mercato regolato dal "passaparola" il risparmiatore medio difficilmente guadagna, molto spesso subisce forti perdite e quando l'esperienza è negativa raramente ritorna all'investimento azionario. La ricerca pubblicata dal Sole-24 Ore Sud se da un lato non smentisce quanto emerso in precedenti indagini dall'altro propone l'analisi di comportamenti originali del risparmiatore italiano. Per il campione esaminato le azioni presentano un elevato grado di notorietà (sono conosciute più dei Bot) e sono considerate, rispetto alle altre forme d'investimento, più redditizie, più facili da smobilizzare ma allo stesso tempo fiscalmente meno convenienti, più impegnative da seguire e da amministrare e soprattutto molto più rischiose.

Tali limiti non tolgono fascino all'azione considerato l'investimento "più appassionante" in assoluto la cui scelta è dettata più dall'emozione che dalla ragione. Questa attrazione tuttavia non si concretizza in acquisto poiché ci sono ostacoli rappresentati soprattutto da: esperienze negative del passato, indisponibilità di capitali e bassa propensione al rischio. Questo atteggiamento nei confronti dell'investimento azionario è confermato dalle scelte future d'investimento da parte del target orientate al tradizionale acquisto di immobili e risulta più o meno identico in tutte le aree territoriali del Paese mentre esistono differenze sostanziali nei confronti di altri aspetti come l'as-

set allocation e l'immagine dei referenti dell'investimento. L'asset allocation rileva una prima sorpresa: i risparmiatori meridionali dispongono in portafoglio di una percentuale media investita in azioni e in fondi azionari superiore a quelle registrate per tutte le altre regioni del Paese. Altro dato sorprendente riguarda i rapporti con i referenti degli investimenti: il 35% dei risparmiatori meridionali dichiara di fare quasi tutto in autonomia e quindi di non consultare alcun consulente per la scelta dei propri investimenti. In definitiva, il profilo del risparmiatore italiano che emerge dall'indagine è piuttosto omogeneo per tutte le aree del paese con alcune differenziazioni: in generale si conoscono anche se in maniera superficiale soprattutto gli investimenti tradizionali mentre sono quasi ignorati gli investimenti più evoluti come le gestioni patrimoniali e le polizze vita. Ciò

## CON POCHE IDEE

I risparmiatori meridionali imitano passivamente gli altri nelle fasi di acquisto e di vendita

che allortana il risparmiatore dall'investimento azionario è l'esperienza negativa passata e ciò denota una conoscenza non approfondita delle caratteristiche tecniche del prodotto e una scelta basata sul "passaparola". Il referente dell'investimento è visto più come un venditore che come un consulente disponibile ad assistere il risparmiatore in tutte le fasi dell'investimento, compresa quella successiva all'acquisto.

Questo atteggiamento rilevato soprattutto da parte di risparmiatori meridionali ha, per una quota consistente, preteso il "fai da te". Il mercato finanziario si globalizza, i prodotti si evolvono e diventano più sofisticati ma il risparmiatore medio, continua a comportarsi come in un "parco buoi".

\* docente di Economia aziendale dell'Università della Calabria