

SOLDI IN TESTA

**Marco
lo Conte**

Le decisioni? Si organizzano in laboratorio

Non solo capire ma anche testare la reattività degli individui a differenti tipi di stimoli, in base a diverse possibili scelte. È questo in sostanza il campo di attività del Laboratorio di Previdenza complementare creato da Pegaso, fondo pensione dei dipendenti delle imprese di servizi di pubblica utilità e di Federutility, insieme a Mefop, che pubblicherà i lavori con il coordinamento scientifico di Barbara Alemanni ed Enrico Cervellati. L'obiettivo è evidente: pochi risparmiano adeguatamente a fini previdenziali e nel giro di pochi decenni si rischia un'esplosione sociale, vista la progressiva riduzione della copertura di primo pilastro. Si tratta di

sollecitare i singoli a una pianificazione previdenziale coerente con le proprie esigenze, non certo di vendere alcunché (anche perché Pegaso, come fondo negoziale, è un soggetto no profit). Da Kahneman a Sunstein, sono molti gli studi in grado di approfondire la materia sulle scelte di natura previdenziale. Il laboratorio è operativo già da diversi mesi e ora si prepara a dar conto degli esiti dei primi test. Il primo di questi riferisce di come hanno reagito a due tipi di mail - riguardanti la possibilità di ottenere benefici fiscali dall'adesione - diversi gruppi di aderenti al fondo pensione: la prima, ricca di immagini, era improntata a un messaggio molto suggestivo e senza il supporto di articolati

calcoli di convenienza, mentre la seconda poneva l'accento soprattutto sui numeri e faceva leva sulla capacità analitica del lettore. Chi ha ricevuto la mail più spiccatamente "suggestiva" ha cliccato sulla notizia molto più di chi ha ricevuto la mail analitica, ma in pochi hanno poi compilato il modulo, solo il 36% del totale. Superiore, al 47% la quota di chi invece ha ricevuto la mail più dettagliata in termini di convenienza. Capire e decidere, quindi, sono processi differenti, rispondono a stimoli diversi, ma sono altrettanto importanti perché complementari. La comunicazione efficace parla alla parte emotiva e consente alla nostra parte razionale di fermarsi, focalizzare l'attenzione sul messaggio e

decidere. Un primo passo per un importante percorso decisionale.

marco.loconte@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso: 17%