

In volo alla cieca



Lo spunto iniziale della mia odierna riflessione è purtroppo impregnato di cliché, ma non importa. Un modello della Porsche 911 di cui non ricordo il nome accelera da 0 a 100 chilometri orari in 3,5 secondi. Sussiste un certo margine di errore nelle misurazioni, ma il guidatore con aspirazioni da pilota raggiunge più o meno

questi valori. Non pochi uomini conoscono questi dati, se non persino di più per quanto riguarda i valori di accelerazione di altre tipologie di automobili. Invece le donne, concedetemi questa affermazione anche perché difficilmente confutabile, dovrebbero essere meno interessate ai dati relativi ai veicoli a motore o alle rispettive prestazioni. In questo caso si tratta dunque di preferenze chiaramente definibili, che si possono quantificare in qualche modo e dove si può differenziare – e si differenzia effettivamente – tra maschi e femmine. Nel marketing sono stati definiti da tempo gruppi target lungo le svariate categorie di propensioni sociodemografiche nonché elaborate misure mirate direttamente per gli uomini, le donne, i giovani, gli anziani, le famiglie oppure le persone che vivono da sole. Con che cosa si può far colpo nello specifico quale consulente in questioni inerenti il marketing diventa chiaro quando si presentano le nude cifre alla base. E del resto è anche subito evidente. Sappiamo esattamente quante donne o quanti uomini di quale età vivono in Svizzera e anche in quali appartamenti e molto altro. Esistono infatti in merito dati quantitativi, che semplicemente non sono contestabili.

Il citato consulente in marketing definisce ora i gruppi target, in questo caso ipotizziamo i seniores, che stabilisce nella categoria "ultra 65enni", e alla fine il prodotto è chiaramente indirizzato alle generazioni più anziane. Lasciate pure spaziare la vostra fantasia su che cosa potrebbe essere questo prodotto, dato che non voglio spolverare alcun ulteriore cliché. Il ricercatore di mercato può poi quantificare in maniera esatta questo gruppo target, ma tuttavia non appena fornisce proiezioni relative al fatturato, campagne accompagnatorie e raccomandazioni operative si tratta già di rispettive ipotesi. Considerato che anche se so esattamente quanti seniores ci sono, sono ben lonti dal sapere che cosa preferiscono mangiare la sera a cena. Ma ora per quanto attiene gli indicatori hard entrano i gioco le ipotesi, basate sui sondaggi oppure sull'analisi di modelli di comportamenti passati, al fine di desumerne una presumibile impalcatura di un futuro potenziale di mercato. Sappiamo però tutti quanto sia incerto questo genere di calcoli. Primo, i dati devono essere assolutamente affidabili e, secondo – ovvero la dimostrazione di gran lunga più difficile – le ipotesi devono essere vere. Non appena si parla di dati plausibili e

non più di meri indicatori hard, i dati di base sono già variati una prima volta. E con la riduzione a unità di base più piccole, o meglio a universi statistici più piccoli, e con la conseguente perdita di dati, le proiezioni diventano sempre più imprecise. Di conseguenza, è necessario un numero di osservazioni il più elevato possibile. Ma che cosa facciamo se non disponiamo di osservazioni, come nel caso del coronavirus?

Sottile base decisionale

In generale ci si basa su quanto abbiamo a disposizione e dunque cominciamo noi stessi a raccogliere osservazioni: per quanto riguarda il corona ciò significa soprattutto contare il numero di casi. Che la Johns Hopkins University, un'università nota bene privata con sede a Baltimora nel Maryland, abbia assunto un ruolo pionieristico in questo campo raccogliendo diligentemente le cifre relative ai casi di coronavirus a livello globale, è stato sicuramente un compito lodevole e di cui siamo grati, ma che in fin dei conti non ci aiuta più di quel tanto. I raffronti – ad esempio tra i vari Paesi – sono possibili soltanto se i dati sono stati rilevati ovunque esattamente con la stessa metodologia. Ma nel caso del corona non è stato affatto così, e neppure oggi è così, ed è proprio per questo che nessuno sa nemmeno in maniera approssimativa a quanto ammontano i dati sommersi nei diversi Paesi. Ciononostante il numero di casi domina non solo l'attualità mediale, ma anche sempre più l'azione politica. A livello mondiale i politici si orientano a queste cifre, che in fin dei conti costituiscono le uniche basi in qualche modo quantificabili per le decisioni con implicazioni gravi come ad esempio i divieti di uscire di casa, ossia i coprifuoco, e il lockdown parziale o quasi totale dell'economia a seconda del rispettivo Paese. Anche la risalita graduale dell'economia, ora avviata, e la soppressione delle limitazioni di uscita vengono giustificate con il noto numero di casi. E queste cifre potrebbero servire presto anche per tornare ad adottare misure più restrittive, qualora la "curva" non si appiattisse nella maniera auspicata.

Due fazioni

Resta da vedere se la curva si appiattirà effettivamente in modo tale da poter presto riprendere di nuovo una vita normale come prima dell'avvento del coronavirus. Comunque per ora non possiamo riprendere a vivere normalmente. Questo evento è stato troppo grave e tangibile per tutti noi. Ci ha obbligato a mantenere la distanza e ci ha progressivamente allontanati fino a dividerci in due fazioni. In una domina la mentalità del tipo "a me non può succedere nulla e anche se...", mentre l'altra è impegnata ancora piuttosto sulla paura. Ma né il fatalismo, né l'avversione al rischio sono motori auspicabili per la riuscita della ripartenza. Entrambe le reazioni sono umane, ma conciliarle è un'impresa impossibile. Nessuno può sapere quale reazione sia la migliore, ma ciononostante le persone si sono tutte schierate da una parte o

In volo alla cieca

dall'altra. E lo hanno fatto così spontaneamente senza fondarsi su una base di riferimento, senza dati e senza conoscenze che li abbiano spinti in una direzione piuttosto che nell'altra. Emozione pura anziché raziocinio. E perché poi, anche considerato che chissà che cosa accadrà in futuro, tranne forse un paio di irriducibili esperti in previsioni, alla cui corporazione appartengo io stesso ormai da anni. Noi economisti avevamo a disposizione da molti anni un'enorme quantità di dati, come pure relativi modelli incredibilmente intelligenti, costellati da ipotesi che sono state plausibilizzate in lunghe discussioni, ma tuttavia gli errori nelle previsioni hanno sempre fatto paura. Comunque le previsioni in economia rappresentano la disciplina più popolare, dato che sussiste un grande interesse nel prevedere il futuro. Qui è la domanda che crea per così dire l'offerta. Se non si delinea neppure una vaga previsione su ciò che potrebbe accadere in avvenire, noi economisti ricorriamo a scenari che possono sembrare alquanto plausibili a tutti, ma non possiamo però quantificare qual è la loro probabilità di verificarsi. E in questi casi ci avvaliamo in proposito dell'espressione "fondato parere". Ad esempio se un analista cosiddetto rinomato raccomanda di acquistare un'azione, significa che ha una "fondato parere (positivo)" sull'azienda. Dallo scoppio del corona siamo fondamentalmente diventati tutti degli esperti di previsioni. Tutti con fondati pareri, ad esempio il mio primogenito è fortemente del parere che si dovrebbe poter di nuovo fare festa. Al contrario mia zia è convinta che andare in giro equivale a contagalarsi e pertanto non si fida quasi più a uscire di casa. Due scenari futuri completamente differenti, a seconda della fazione in cui ci ha spinto il coronavirus.

Martin Neff, Economista capo di Raiffeisen

Importanti note legali

Esclusione di offerta

I contenuti della presente pubblicazione vengono forniti esclusivamente a titolo informativo. Essi non costituiscono dunque né un'offerta agli effetti di legge né un invito o una raccomandazione all'acquisto, ovvero alla vendita, di strumenti di investimento. La presente pubblicazione non rappresenta né un annuncio di quotazione né un prospetto di emissione ai sensi dell'art. 652a o dell'art. 1156 CO. Le condizioni complete applicabili e le avvertenze dettagliate sui rischi relativi a questi prodotti sono contenute nel rispettivo prospetto di quotazione. A causa delle restrizioni legali in singoli paesi, tali informazioni non sono rivolte alle persone la cui nazionalità o il cui domicilio si trovi in un paese in cui l'autorizzazione dei prodotti descritti nella presente pubblicazione sia soggetta a limitazioni.

La presente pubblicazione non ha lo scopo di offrire all'investitore una consulenza in materia d'investimento e non deve essere intesa quale supporto per le decisioni d'investimento. Gli investimenti qui descritti dovrebbero essere effettuati soltanto dopo un'adeguata consulenza Clientela privata e/o dopo l'analisi dei prospetti informativi di vendita vincolanti. Decisioni prese in base alla presente pubblicazione avvengono a rischio esclusivo dell'investitore.

Esclusione di responsabilità

Raiffeisen Svizzera società cooperativa intraprenderà tutte le azioni opportune atte a garantire l'affidabilità dei dati presentati. Raiffeisen Svizzera società cooperativa non fornisce tuttavia alcuna garanzia relativamente all'attualità, all'esattezza e alla completezza delle informazioni contenute in questa pubblicazione.

Raiffeisen Svizzera società cooperativa non si assume alcuna responsabilità per eventuali perdite o danni (diretti, indiretti e consecutivi), causati dalla distribuzione della presente pubblicazione o dal suo contenuto oppure legati alla sua distribuzione. In particolare, non si assume alcuna responsabilità per le perdite derivanti dai rischi intrinseci ai mercati finanziari.

Direttive per la salvaguardia dell'indipendenza dell'analisi finanziaria

La presente pubblicazione non è il risultato di un'analisi finanziaria. Le «Direttive per la salvaguardia dell'indipendenza dell'analisi finanziaria» dell'Associazione Svizzera dei Banchieri (ASB) non trovano pertanto applicazione in questa pubblicazione.