14 maggio 2010 12:06

Siamo umani: andiamo in bici o applaudiamo alle panzane, rassicurati dal 'così fan tutti'

di Domenico Murrone

Il leader proclama: siamo 5 milioni. La folla nella piazzetta applaude sorridente e inorgoglita. Nonostante l'impossibilità di vedere quasi il 10% della popolazione italiana stipata in mezzo chilometro quadrato. Ma si applaude e non è detto che i 5 mila plaudenti effettivi siano necessariamente ingenui creduloni. E allora perché applaudono?
Nella città di Malmoe (Svezia) su tabelloni viene visualizzato il numero dei ciclisti (http://www.rai.tv/dl/RaiTV/programmi/media/ContentItem-a9be9ea2-4a09-49e4-a626-b0043511606f.html?p=0) che transitano sulle piste ciclabili. A che serve far sapere a tutti che in quella giornata sono passati 10/100/1000 ciclisti? Perché spendere soldi?

Se l'individuo fosse perfettamente razionale sarebbero soldi buttati: il cittadino razionale userebbe la bici o meno a seconda del posto dove recarsi, delle condizioni meteo, ecc.; e, se l'individuo fosse perfettamente razionale, non applaudirebbe alle panzane del politico di turno.

Ma non siamo razionali, siamo umani. Nel mondo degli individui reali la consapevolezza che in tanti usano la bici, stimola altri ad imitare questa 'massa'. Per lo stesso motivo la folletta ha applaudito reagendo ad un annuncio, volutamente esagerato.

Sentirsi parte di una moltitudine fa piacere. Avere la copertura della massa, rafforza, consolida le proprie convinzioni, induce a reiterare azioni o ad intraprenderne di nuove mai esplorate.

Spesso i venditori porta a porta, per invogliare alla sottoscrizione di un contratto, richiamano concetti tipo: ha firmato pure il panettiere, il prodotto è come quello visto in tv, ecc..

Sfruttare l'irrazionalità dell'essere umano, per indurre/suggerire determinati comportamenti, non è una cosa necessariamente brutta.

Gli amministratori della città svedese lo hanno capito: il tabellone conta-ciclisti è un elemento importante di una strategia complessiva che mira a limitare l'uso delle auto: piste ciclabili in abbondanza e ben tenute, rastrelliere adeguate a tutte le fermate di bus, ecc..

Il contatore da solo, sarebbe una baggianata onerosa, ma inserito in un contesto organizzato dà il *"la*" a tutta la strategia che porta ad avere più ciclisti, meno auto, meno inquinamento, meno ingorghi.

È l'esemplificazione di come gli strumenti del marketing possano essere proficuamente utilizzati dalla pubblica amministrazione, come fanno venditori, politici e maghi del marketing (http://avvertenze.aduc.it/macromicro/elogio+ai+geni+marketing+che+hanno+abrogato_17370.php), per raggiungere i propri obiettivi (nobili, meno nobili, scellerati).

La realtà è che siamo molto lontani dall'essere individui perfettamente razionali (http://avvertenze.aduc.it/macromicro/consumatore+razionale+utilita+marginale+decrescente_11718.php), come ipotizza l'economia classica (per tracciare le linee essenziali delle regole economiche). E di questo sarebbe bene che chi ha o si assume il ruolo di regolatore/pianificatore (pubblico o privato) ne tenga conto.

Il supermercato sarebbe una buona scuola per la pubblica amministrazione. Imparerebbe a *suggerire*, *senza imposizioni* un determinato comportamento ad una moltitudine di consumatori, al fine di raggiungere i propri obiettivi. Per esempio, visto che l'obiettivo è vendere, nei supermercati cioccolatini e caramelle sono piazzati vicino

alle casse ad altezza 'occhio di bambino'. Così i prodotti da 'pompare' si trovano negli scaffali ad altezza 'occhio d’adulto'. Al contrario, il sale (che è un prodotto indispensabile) non c’è verso di trovarlo senza chiedere ad un inserviente.