

risparmio & famiglia

il punto

Innovazione e finanza – C'è da fidarsi?

di **Luigi Guiso**

L'introduzione di nuovi prodotti finanziari beneficia i consumatori. Per questo si cerca di promuovere l'innovazione, spesso con politiche di sussidio. Ma i sussidi sono costosi perché finiscono per dare soldi a innovatori che avrebbero fatto l'innovazione comunque. Talvolta è più importante cercare di rimuovere gli ostacoli all'innovazione. Il peggior disincentivo per un innovatore è che una volta inventato il nuovo prodotto non venga adottato proprio perché è ...nuovo e le persone sono scettiche verso i prodotti nuovi. Questo scetticismo è spesso alimentato dalla mancanza di fiducia o dal sospetto dell'imbroglio, aspetto importante per tutti i prodotti ma particolarmente per quelli finanziari. Se il risparmiatore non si fida non è disposto a provare il nuovo prodotto finanziario, ma allora gli innovatori non hanno incentivo né a inventarlo né a proporlo perché sanno che non vi sarà mercato. Il punto è generale. Vediamolo con un esempio tratto da un Paese dove questo meccanismo è meno importante perché la gente si fida grazie alla qualità delle sue istituzioni: gli Stati Uniti. Mint.com, una delle tante dotcom nate con la rivoluzione digitale, offre (gratis) una applicazione che consente di raccogliere e organizzare tutte le informazioni sui vari conti che una persona possiede: il conto corrente, il conto titoli, la carta di credito, il conto su eventuali prestiti. Il programma elabora le informazioni sulle attività possedute e sulle transazioni e le mette a disposizione del risparmiatore che così dispone di un modo semplice per controllare entrate e uscite e lo stato dei propri risparmi e debiti. Inoltre, Mint.com calcola semplici indicatori che aiutano a evidenziare eventuali squilibri nelle entrate e nelle uscite e a pianificare le scelte finanziarie. Per chi ha più di una carta di credito, più di un conto corrente e diversi intermediari con cui interagisce è un servizio utile che, benché proposto solo di recente, conta già più di 10 milioni di aderenti. Verrebbe adottato anche in Italia? Dubito. La ragione è che per attivarlo bisogna dare a Mint.com i dati di accesso ai propri conti. In America ci si può fidare. In Italia no.