

NOBEL E TERREMOTI

Per un altruismo intelligente

A fronte di emergenze come un sisma, aiuti e allocazione delle risorse a volte sono inefficienti, domanda e offerta non s'incontrano: ecco alcune soluzioni che fanno tesoro dei lavori di Alvin Roth

di Matteo Motterlini* e Guglielmo Briscese**

Durante i terremoti abbiamo una testimonianza continua di grandi e piccoli gesti di puro altruismo. Senza che nessuno ci chieda nulla in cambio, doniamo denaro, sangue, vestiti, alloggio, aiuto, tempo, attenzioni e cure. L'altruismo lasciato a se stesso, però, rischia di essere vano. Le zone del terremoto possono essere sopraffatte dallo slancio di chi vuole rendersi utile nel breve periodo, per trovarsi magari senza alcun aiuto quando la tragedia è fuori dall'occhio delle telecamere e dall'attenzione dei social networks.

Quando si tratta di altruismo, infatti, l'allocazione delle risorse può essere inefficiente. Non per cattiva volontà, anzi; ma perché domanda e offerta non s'incontrano. Se nel mercato di beni e servizi domanda e offerta sono regolate dal sistema di prezzi, lo stesso meccanismo non vige nel peculiarissimo "mercato dell'altruismo". Di fronte a eventi come il terremoto nelle Marche, Lazio e Umbria, chi si sente in dovere di far del bene non può sapere quali siano gli aiuti necessari e in quale quantità. Spesso le donazioni di viveri finiscono per andare a male, perché spedite subito e in eccesso.

Che fare? L'economia comportamentale suggerisce un paio di soluzioni che hanno già dato ottima prova di sé in altre circostanze.

La prima trae ispirazione dall'economista sperimentale e premio Nobel Alvin Roth. Roth è noto per i suoi lavori sui *matching markets* (vedi *Un Nobel per l'abbinata vincente*, su queste pagine, 22 Ottobre 2012). Ovvero: come regolare domanda e offerta in assenza di un sistema di prezzi, come

nel caso delle donazioni altruistiche? Roth ha risolto il problema "ingegnerizzando" caso per caso, i meccanismi di domanda e offerta in mercati come quello della donazione degli organi (in particolare reni) e della ripartizione degli studenti di medicina nelle scuole di specializzazione. All'idea dei *matching markets* e ai loro sottostanti algoritmi devono il successo aziende come *Uber* e *Airbnb*. Più di recente Roth ha suggerito modi in cui lo stesso meccanismo può essere applicato all'allocazione efficiente di persone in case e città. Il caso più pressante è evidentemente quello dei rifugiati, su cui anche il «New York Times» ha scrit-

to in questi giorni scorsi invocando proprio i *matching markets*. A Berlino una rete di volontari coordina offerta e domanda di aiuti ai rifugiati attraverso un sito web che sfrutta questa idea ("Berlin hilft" - "Berlino aiuta").

Una priorità nella zona colpita dal terremoto è riuscire a mettere le persone al riparo prima che arrivino i *containers*. Tuttavia, a causa di motivi personali comprensibili, come il desiderio di rimanere vicini a casa propria, molti terremotati non vogliono andare negli alberghi sulla costa, non accettano di trasferirsi in strutture della protezione civile e, ancora mentre scriviamo, preferiscono piuttosto dormire in auto.

Una soluzione potrebbe essere una sorta di *Airbnb* "sociale", in cui le persone altruiste dei paesi limitrofi segnalano che sono pronte a mettere a disposizione un alloggio per chi ne abbia bisogno. Trattandosi di un gesto di altruismo e quindi di una donazione, questo "mercato" non può essere regolato da un sistema di prezzi (non è un affitto), e sarebbe pertanto necessario mappare domanda e offerta tramite dei formulari per far sì che gli sfollati finiscano nelle abitazioni che sono più idonee alle loro esigenze. Per esempio, una coppia di persone anziane vorrà verosimilmente rimanere vicino al suo paese e avrà bisogno di una stanza a piano terra per non fare le scale. Una famiglia con bambini preferirà un luogo più spazioso e vicino a una scuola, eccetera. Da un lato i comuni e la protezione civile fornirebbero una mappatura di tali necessità in maniera sistematica. Dall'altro gli altruisti potrebbero compilare una scheda online progettata opportunamente allo scopo di descrivere la loro offerta di spazi (magari mettendo una foto). Un semplicissimo algoritmo (alla Alvin Roth) farà quindi incontrare domanda e offerta e invierà automaticamente una notifica alle persone bisognose in base alla disponibilità dell'ospitante.

Una seconda idea per razionalizzare le risorse altruistiche viene dall'Australia. In questo paese d'estate sono frequenti i cosiddetti *bushfires*, incendi forestali di grandi proporzioni (spesso indomabili per giorni) che creano enormi disagi e danni incalcolabili ai vari paesi lontani dalla costa. Durante queste calamità naturali molte

persone si affrettano a donare sperando di aiutare il prossimo. Tuttavia i donatori non hanno informazioni circa la quantità di sangue richiesta per fronteggiare le richieste. Proprio come il cibo, anche il sangue ha una vita limitata prima di dover essere gettato via. La Croce Rossa inoltre avrebbe bisogno di donazioni continue tutto l'anno e non solo quando l'altruismo è emotivamente rilevante a causa degli incendi. Anche in questo caso il mercato delle donazioni non può

essere regolato da un sistema di prezzi: il sangue non è in vendita e sarebbe ripugnante se lo fosse! Si è pensato quindi di sperimentare un registro di donatori, in cui i potenziali altruisti, mossi da eventi tragici, danno i propri recapiti per essere contattati al momento opportuno. Questo intervento ha reso le donazioni molto più efficienti, raddoppiando il numero dei donatori che si presentano al prelievo quando richiamati dalla Croce Rossa e non solo durante i giorni successivi alle emergenze.

Una simile soluzione potrebbe essere realizzata adesso per il terremoto. La Protezione Civile potrebbe realizzare una pagina web in cui gli altruisti, registrandosi, indicherebbero il modo in cui desiderano aiutare (inviando soldi, cibo, materiali per la ricostruzione, sostegno psicologico, manodopera, eccetera), acconsentendo a essere chiamati quando il loro specifico contributo sarà più necessario. In questo modo si dà immediatamente soddisfazione a chi desidera donare e insieme si rende efficiente la distribuzione degli aiuti nel tempo.

Si potrebbe infine pensare a un modo di ricompensare chi dona rendendo saliente l'utilità del suo gesto. In questo caso, l'esempio arriva dalla Svezia. Qui i donatori di sangue ricevono un sms di ringraziamento che li informa che il loro sangue è stato appena trasfuso a una persona cui hanno salvato la vita.

Generosità e mutuo soccorso sono un valore inestimabile, e sono risorse che orgogliosamente abbiamo abbondanti nel nostro Paese. L'economia di mercato, in assenza di un sistema di prezzi, non può aiutarci a utilizzarle in misura efficiente; ma l'economia comportamentale sì. Abbiamo un intero campionario di buone idee da cui attingere e che possono essere applicate a fin di bene.

- *Consigliere per le scienze sociali e comportamentali
della Presidenza del Consiglio dei Ministri

**Senior Advisor of the Behavioural Insights Team

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Roth, A. **What have we learned from market
design**, *The Economic Journal*, 118 2008,

pagg. 285-310; Slonim R. Wang, Carmen,
Garbarino, El., **The Market for Blood**,
The Journal of Economic Perspectives, Volume
28, Number 2, Spring 2014, pagg. 177-196

Il progetto di Renzo Piano

«La terra trema. E la natura non è né buona né cattiva.
È semplicemente, e brutalmente, indifferente alle nostre
sofferenze»: così scrive Renzo Piano sulla Domenica,
il 2 ottobre scorso, dove illustra il suo progetto, fatto
di cantieri e tempi lunghi per metterci davvero in sicurezza
www.archiviodomenica.ilsole24ore.com



PRESENZA UMANA | Andrea Micheli, «Finalmente scovato l'abominevole Uomo delle Nevì»,
Engadina, 2015. L'immagine sarà alla Triennale di Milano a «Scatti per Benè», asta benefica
di fotografia d'autore, il 17 novembre a partire dalle 18,30

