

Trappole mentali

# Quando la vittoria diventa un boomerang

Dal calcio ai telefonini, fino agli acquisti in Borsa: chi alza troppo la posta primeggia. E alla fine si perde

**S**i è aperta la stagione del calcio mercato. I presidenti delle società più importanti si contendono la giovane promessa sudamericana, Kakaiño. Si apre un'asta.

Supponiamo che il centravanti abbia lo stesso valore per tutti gli offerenti (cioè che l'asta sia a valore comune). Supponiamo anche che ogni presidente riceva una valutazione del giocatore dai suoi osservatori. Supponiamo, infine, che queste stime non siano sistematicamente sbagliate, cioè che la media delle valutazioni sia uguale al valore effettivo di Kakaiño.

Data l'informazione necessariamente incompleta, e l'intrinseca difficoltà nel pesare le qualità tecnico-tattiche di un giovane giocatore (dribbling, colpo di testa, visione di gioco, tiro a rete, fantasia, freddezza, ecc.), dovremo aspettarci che le valutazioni degli esperti varino tra loro in maniera significativa. Alcune saranno troppo alte, altre troppo basse.

È naturale pensare che l'asta sarà vinta dal presidente che di quel giocatore formula la stima più alta. Se ciò accade, il presidente che ha vinto l'asta è verosimilmente il perdente. Sarebbe, infatti, vittima della cosiddetta maledizione del vincitore, un fenomeno ampiamente documentato dall'economia sperimentale degli ultimi anni.

Si noti che il presidente non ha un compito facile. Deve conciliare due fattori che lo spingono in direzioni opposte. Da una parte, dovrebbe essere aggressivo nelle sue offerte. D'altra parte, più è aggressivo, più aumenta la probabilità di sovrastimare il valore del giocatore, una considerazione che gli suggerisce di essere più prudente. Un individuo del tutto razionale dovrebbe riuscire a trovare il giusto punto di equilibrio, e formulare l'offerta ottimale. Ma non sempre riusciamo a essere perfettamente razionali. Anzi, ci riusciamo di rado.

Grazie a esperimenti volti a simulare i meccanismi d'asta in laboratorio è stato possibile mettere in luce come la maledizione del vincitore sia un fenomeno comune dal quale è difficile difendersi. Anche soggetti molto esperti, e ai quali è data l'opportunità di imparare durante l'esperimento, finiscono spesso con l'essere maledetti dalle proprie vittorie.

Al di là della finzione (peraltro ben fondata) del calcio mercato, e delle ricerche fra gli asettici muri di un laboratorio, la questione rilevante è se i concorrenti impegnati in aste milionarie nel mondo reale commettono errori di questo tipo.

Una serie di successivi studi sul campo del Premio Nobel Vernon Smith suggeriscono che la maledizione del vincitore sia un fenomeno diffuso e importante, per esempio, nel mercato delle licenze di estrazione petrolifera e del gas.

In anni recenti, la maledizione del vincitore sembra

aver colpito anche i vincitori delle aste per le licenze dei cosiddetti telefonini della terza generazione. Negli Stati Uniti, in Gran Bretagna e in altri Paesi, le aste hanno fatto guadagnare ai rispettivi governi (e dunque risparmiare ai contribuenti) miliardi di euro.

Ma sembrano anche aver caricato le aziende vincitrici di debiti che difficilmente potranno essere trasformati in profitti nei prossimi anni.

In questo caso, l'emergere della maledizione è ancora più preoccupante poiché le aste sono state progettate da eminenti economisti con l'intento specifico di neutralizzarla.

Ci vorranno alcuni anni prima che il vero valore delle licenze sia rivelato dal mercato, e fino ad allora sarà dura per i governi resistere alle richieste di sconti e aiuti fiscali da parte delle aziende telefoniche (e delle squadre di calcio) in crisi.

**MATTEO MOTTERLINI**  
Docente di Economia cognitiva  
all'Università San Raffaele



**Esperto**  
**Matteo**  
**Motterlini**  
**(Università**  
**San**  
**Raffaele):**  
**essere**  
**razionali**  
**nelle aste**  
**è molto**  
**difficile**

