

Vincere la paura, per tornare a crescere

Mai come oggi la crisi dei mercati, a livello internazionale, è amplificata dall'emotività di consumatori e investitori

Vincere l'effetto emotivo di questa crisi dei mercati internazionali, superare una paura amplificata ogni giorno dai mass-media di tutto il mondo, affrontare le difficoltà con la consapevolezza che la via della ripresa passa dalla fiducia e dal rilancio dei consumi. E ancora: sostenere gli investimenti, far ripartire il motore imballato dell'economia, comprare azioni sempre diversificando con i fondi, ora più che mai, per cogliere le tante opportunità e i costi ai minimi che la congiuntura offre. Sono queste le linee guida che devono orientare investitori, risparmiatori, e anche consumatori, per superare la crisi

con ritrovato slancio. Non è certo l'unica pesante crisi dei mercati e dell'economia a livello internazionale, ma è senza dubbio la prima che si è sviluppata all'interno di un mondo globalizzato della comunicazione: ogni giorno, da mesi ormai, giornali, televisioni, internet, ci bombardano con informazioni catastrofiche e deprimenti sui dati e sugli effetti della congiuntura. E proprio per questo la componente psicologica ed emotiva ha un peso e una rilevanza molto più forti che in passato, e ciò è anche dimostrato dal fatto che il crollo dei consumi, a livello internazionale, è scattato dopo il fallimento della Lehman

Brothers. Quindi un crollo dei consumi e della fiducia causato dalla paura che ha portato a una contrazione delle spese anche da parte di chi continua ad avere, come prima, il proprio lavoro, i propri guadagni, i propri risparmi a disposizione. L'effetto della pressione e dei messaggi negativi diffusi per mesi ha portato a un'esplosione dei comportamenti emotivi da parte

dei cittadini, consumatori e investitori, in misura molto più rilevante che in passato, e il contraccolpo di tutto ciò si è riscontrato sia sull'economia reale, con la netta contrazione dei consumi, sia nel settore finanziario, con le pesanti flessioni dei mercati.

Per contrastare la crisi il governo americano ha, ad esempio, costituito una Task-Force di economisti, senza dubbio una mossa importante e significativa, ma si potrebbe dire che servirebbe anche una Task-Force di psicologi, perché oggi il primo ostacolo da superare è la paura.

Tutti i principali Paesi industrializzati si sono mossi e si stanno muovendo per intervenire con misure concrete, e alcuni segnali positivi e di ripresa si stanno già vedendo, come il calo dei tassi di interesse o la diminuzione dei costi dell'energia, fondamentale per l'economia di tutti gli Stati. Finalmente si va nella direzione giusta. Ma è anche evidente che, proprio per questi comportamenti emotivi, sui mercati si sono create delle situazioni di opportunità d'investimento molto interessanti.

Questo non significa che il momento più difficile sia già alle nostre spalle. Il 2009 sarà probabilmente un anno molto critico per l'economia reale di molti Paesi, ma non c'è dubbio che, allo stesso tempo, siamo di fronte a uno scenario di opportunità d'investimento come poche altre volte nel passato.

Ma occorre vincere l'emotività e la paura, per ritrovare fiducia e consapevolezza nelle nostre risorse, e per cogliere le occasioni che contribuiranno a far rilanciare l'economia e i mercati.

Le crisi ci spingono a progredire

Non pretendiamo che le cose cambino se agiamo sempre allo stesso modo. Parola di Albert Einstein. La crisi è la migliore benedizione che possa capitare alle persone e ai Paesi, perché la crisi porta con sé il progresso. La creatività nasce dall'angoscia, come il Sole nasce dalla notte scura. Nei periodi di crisi si sviluppano l'inventiva, le scoperte e le grandi strategie. Chi supera la crisi, supera se stesso senza essere superato. Chi attribuisce alla crisi i suoi insuccessi e la sua povertà disprezza il suo talento e rispetta di più i problemi che le soluzioni.



Albert Einstein

La crisi vera è la crisi dell'incompetenza. Il problema delle persone e dei Paesi è la pigrizia nel trovare vie d'uscita e soluzioni. Senza crisi non ci sono sfide, senza sfide la vita diventa routine, una lenta agonia.

Sono le crisi che fanno affiorare il meglio da ognuno di noi, perché senza crisi *'il vento è una carezza'*. Parlare della crisi significa promuoverla, non parlarne durante una crisi significa esaltare il conformismo. Invece di far questo lavoriamo duramente. Mettiamo fine all'unica crisi che è davvero una minaccia per tutti: la tragedia di non voler lottare per superarla.

Notizie Mediolanum
a cura di Roberto Scippa
roberto.scippa@mediolanum.it

Questa è una pagina di informazione aziendale
il cui contenuto non rappresenta una forma di consulenza
né un suggerimento per investimenti