

Dimmi chi sei e ti farò pagare di più

di Barbara Antonioli Mantegazzini

Un barbiere di Losanna ha deciso di far pagare lo stesso prezzo a uomini e donne per un taglio di capelli, sostenendo essere oramai superata la pratica di differenziare il costo di un servizio in base al sesso. Come donne lo ringraziamo sicuramente, ma non è certo l'unico esempio di quelli che vengono chiamati "prezzi rosa", ovvero prezzi maggiorati semplicemente perché praticati a un pubblico femminile (spesso disposto a pagare di più, ad esempio, per un certo accessorio per la cura del corpo o altro, almeno nel recente passato).

In realtà non incolpiamo troppo i barbieri, che come molti altri si sono limitati ad applicare una strategia economica piuttosto diffusa denominata "*discriminazione di prezzo*", che ha poco da spartire con la discriminazione di genere. Se i dettagli tecnico-economici sono tedious e relativamente complessi, il significato della discriminazione è piuttosto intuitivo: far pagare un prezzo che coincide col valore che si attribuisce al bene o al servizio in questione.

Il mondo che ci circonda è pieno di esempi di discriminazioni di prezzo: pagamenti aggiuntivi rispetto al prezzo base per accaparrarsi la priorità nelle file d'attesa per l'aereo o per viaggiare accanto ai nostri figli, posti in prima fila ai concerti o al cinema. Packaging di lusso o economici per beni equivalenti. E questo fenomeno è realisticamente destinato ad espandersi ulteriormente, anche grazie alla cosiddetta profilazione, cioè la raccolta dei dati dei vari utenti dei servizi allo scopo di comprenderne le preferenze.

Pensate alle aste. Se vi sembra un esempio distante perché la vostra mente vi rimanda a immagini di gentiluomini che offrono milioni per quadri di Van Gogh o Cezanne, beh vi sbagliate. Le aste sono ormai un meccanismo quotidiano alla portata di tutti grazie a piattaforme come ebay o Amazon, mediante le quali siete liberi di fare la vostra offerta per accaparrarvi ciò che vi interessa. Con rialzi successivi, che termineranno – banalmente - quando a vostro avviso non ne varrà più la pena, cioè, in altri termini, quando avrete raggiunto la vostra massima disponibilità a pagare per quel bene.

È una pratica illegale o quantomeno inopportuna? Se riguarda beni e servizi che non sono di importanza primaria no, anche perché sta a noi imparare ad attribuire il corretto valore alle cose. In realtà è un esercizio decisamente utile, che ci costringe a fare i giusti conti anche con quello che gli economisti chiamano il vincolo di bilancio, cioè il budget su cui possiamo contare. Il venditore, tenendo conto in maniera intelligente dei gusti del consumatore, finisce con incassare ricavi decisamente maggiori rispetto a quelli che avrebbe ottenuto con prezzi uguali per tutti.

Per finire, ricordiamo come spesso nelle nostre scelte si tenga conto anche di un'altra dimensione importante, quella relativa al risparmio di tempo. Versare un sovrapprezzo per evitare una coda mi permette di dedicarmi ad altre attività con un valore per me superiore rispetto a quanto pagato in più. Ma qui si entra in un altro tema attuale come quello del valore del tempo, che approfondiremo nel nostro prossimo intervento.