

Fondazione
CARIPLO

TUTE SERVARE MUNIFICE DONARE • 1816



TECNICHE DI NUDGING IN AMBITO AMBIENTALE

Una rassegna di esperienze e risultati

Angelo Moratti

1. L'ECONOMIA COMPORTAMENTALE PER POLITICHE EFFICACI

- **ECONOMIA NEOCLASSICA:** Un decisore razionale e egoista, che sa sempre quello vuole e che mira solo a massimizzare la propria utilità. Ci dice come il «dover essere», ma poco sulla realtà empirica
- **ECONOMIA COMPORTAMENTALE:** Un decisore dalla razionalità limitata, portato a compiere errori influenzati da meccanismi psicologici (euristiche, scorciatoie mentali). Descrive molto bene il mondo reale



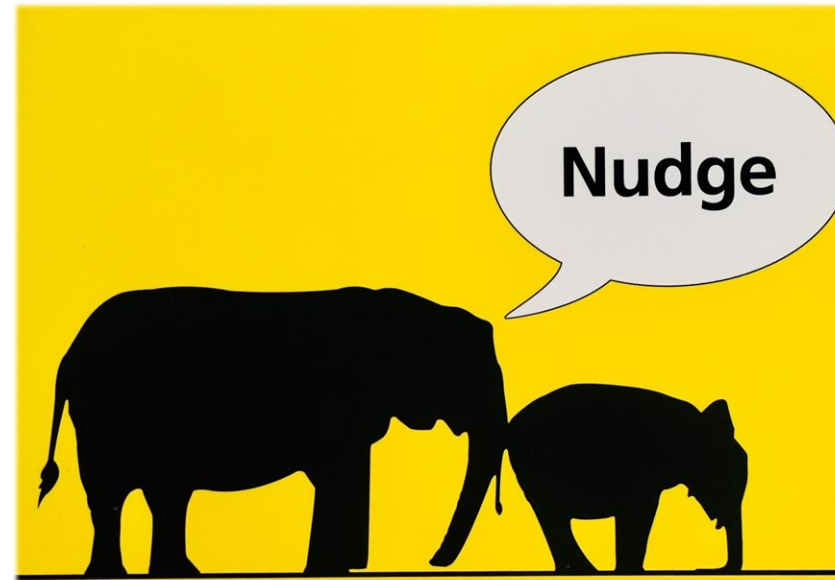
APPLICAZIONI DELL'ECONOMIA COMPORTAMENTALE

- Errori sistematici e quindi prevedibili: perché non sfruttarli?
- Un **nudge** è uno strumento che permette di modificare in meglio il comportamento delle persone in modo prevedibile, senza però restringere la loro libertà o modificare sostanzialmente i loro incentivi
- Esempi: messaggi e fotografie sui pacchetti di sigarette, esposizione di frutta e verdura nelle mense scolastiche e nei distributori automatici



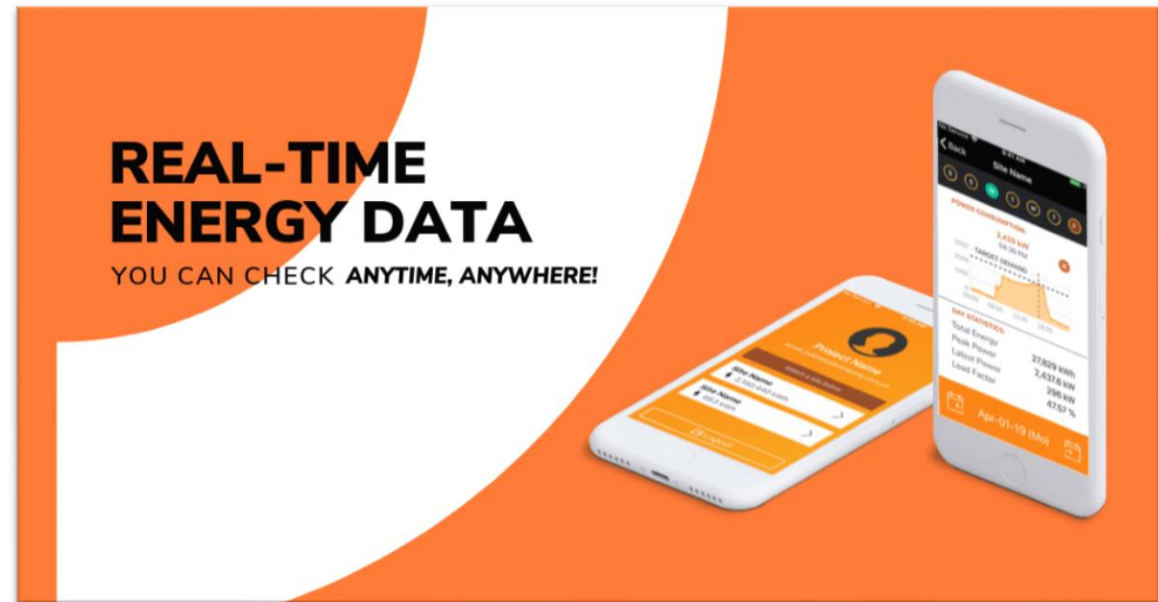
2. I NUDGE IN AMBITO AMBIENTALE

- Un ambito in cui i comportamenti continuano a essere **resistenti al cambiamento**: gap da colmare fra consapevolezza e pratica effettiva
- Ruolo dei nudge in ambito ambientale: tematica associata a forti sentimenti morali, effetti di lungo periodo difficilmente valutabili dalla razionalità delle singole persone
- **Quattro tipologie di nudge:**
 - a) Fornitura di informazioni
 - b) Modifica delle opzioni di default
 - c) Modificazioni dell'ambiente fisico
 - d) Utilizzo di norme sociali



a. Fornitura di informazioni

- La tecnica più semplice: fornire alle persone **informazioni credibili e facilmente comprensibili**.
Riduce la complessità della scelta e permette di indirizzarla verso azioni ambientalmente sostenibili
- Spesso in modo combinato con le altre tipologie
- Esempi: **eco-labeling**, real-time information per ridurre i consumi energetici nelle abitazioni, cartelli informativi o incentivanti (spegnere le luci!)



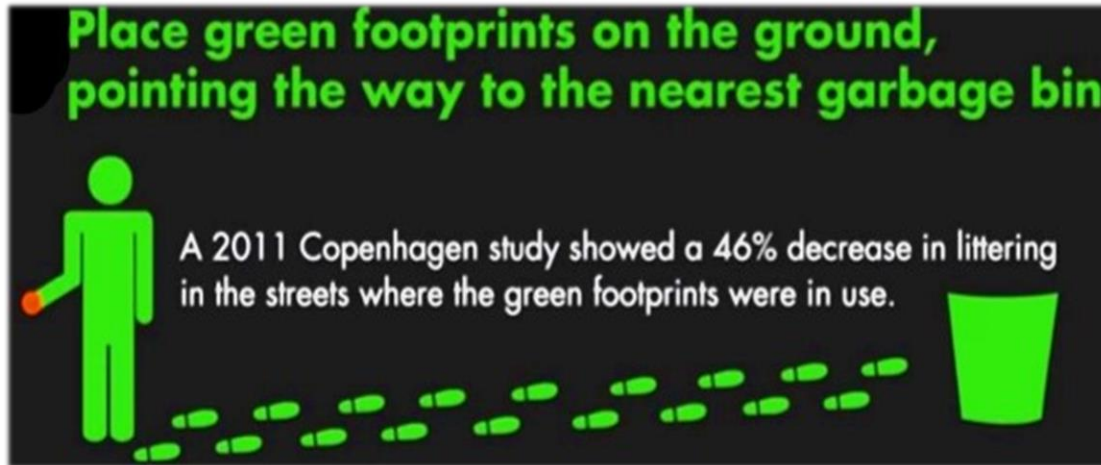
b. Opzioni di default

- Spesso le persone **scelgono passivamente** accettando le opzioni di default che vengono loro proposte
- Motivazioni: endorsement implicito, inerzia, status quo e avversione alle perdite
- Esempi: scelta di fonti energetiche green, riduzione consumo di carta utilizzando stampanti fronte e retro
- Problemi: errori nella costruzione, assenza di un default, svantaggi redistributivi



c. Interventi sull'ambiente fisico

- Interventi legati soprattutto a raccolta differenziata, riduzione dello spreco di cibo
- Esempi: dimensione dei piatti, disposizione fisica e spaziale dei contenitori, percorsi di impronte verdi



d. Uso delle norme sociali

- Prescrivono come devono comportarsi gli individui in determinate situazioni. Efficaci soprattutto nello stimolare il **confronto virtuoso** con il gruppo di riferimento (*peer comparison*)
- Tre modalità: norme descrittive, norme comparative, norme ingiuntive
- Ambiti di applicazione: risparmio energetico, consumo di acqua, produzione di rifiuti
- Esempi: feedback sui consumi in rapporto a quelli del vicinato (rischio boomerang), leva sull'identità sociale, riutilizzo degli asciugamani negli hotel



3. NUDGE E PLASTICA

- Minacce legate all'eccessivo uso di plastica: danni ambientali e sanitari, modello di consumo connesso allo spreco di risorse. Necessario un cambiamento su due livelli: produzione e scelte di consumo
- Politiche per la riduzione di rifiuti plastici: strumenti spesso regolatori, misure coercitive o disincentivi economici
- Sperimentazioni sui nudge finora principalmente in **due ambiti**:
 - a) Riduzione dell'utilizzo dei sacchetti di plastica
 - b) Strategie per potenziare la raccolta differenziata



a. Ridurre i sacchetti di plastica

- Storicamente utilizzo di strumenti regolatori tradizionali: tasse, leggi, divieti (oggi normativa UE)
- Sperimentati anche nudge in alcuni contesti:
 - Prezzo simbolico sui sacchetti: Malesia, Toronto (è nudge?)
 - Obiettivo di cambiare il default. Problema: fornire l'alternativa



b. Migliorare la raccolta differenziata

- “Nudges work best when citizens know that something is right and just need to have that choice brought to the forefront of their mind” (Moseley e Stoker, 2013, Nudging citizens? Prospects and pitfalls confronting a new heuristic)
- Necessità di ridurre lo sforzo fisico e cognitivo necessario a scegliere di riciclare
- Strategie:
 - Posizionamento fisico dei contenitori: spostamento direttamente nei luoghi dello scarto (distributori automatici, uscite, scale, ascensori, classi)
 - Tipologia e forma di contenitori (design, riconoscibilità, grandezza).
 - Impulsi visivi: non solo etichette con nome/immagine, ma anche cartelli informativi o incentivanti
 - Norme sociali: “Il 70% degli studenti di Harvard ricicla i propri rifiuti”, utilizzo di modelli comportamentali



4. INDICAZIONI OPERATIVE

- Implementare un nudge: un **percorso** da seguire
 - I. **Definire** chiaramente il comportamento che si sta cercando di influenzare, identificando gli step prioritari
 - II. **Analizzare** tutte le possibili idee di intervento: tenere conto delle norme sociali e delle pratiche comunitarie già esistenti
 - III. **Selezionare** il nudge più adatto, valutando la combinazione di più strumenti
 - IV. **Effettuare test** per verificare l'efficacia dell'intervento



UN ESEMPIO

> L'opzione default

- a) L'opzione prescelta dovrebbe essere quella che le persone presumibilmente sceglierebbero se fossero adeguatamente informate
- b) Necessità di calcolare il trade-off fra vantaggi ambientali e possibili svantaggi economici per alcune fasce sociali
- c) Ipotesi della libera scelta: sempre da valutare (ma è davvero ciò che le persone vogliono?)

Elemento chiave: RIDURRE LO SFORZO FISICO E COGNITIVO NECESSARIO A SCEGLIERE!





Grazie per l'attenzione

