

# Come alcuni governi hanno totalmente rivoluzionato il loro Paese

di Nathan Shephard Marzano – Tutti siamo per una società più pulita e meno inquinata. Lo diciamo spesso. Ci adiriamo quando sentiamo che il tasso di polveri sottili è così alto da farci uscire con le targhe alterne.

Ma come mai allora non passiamo tutti al solare? Eppure ci sono anche gli incentivi.

Pensiamo all'uomo come dotato di quella che gli economisti chiamano, razionalità illimitata. Ma non è così. Il nostro comportamento è molto più plasmato da altri fattori. In primis, l'ambiente e le circostanze. E quindi spesso risulta più comodo cambiare questi pochi fattori per influenzare totalmente il comportamento delle persone.

Si stima che all'incirca il 70% delle decisioni è influenzato principalmente dal contesto. Di conseguenza, modificando il contesto si può ottenere un'azione diversa.

L'economia comportamentale studia il comportamento umano "effettivo" nei più svariati contesti. Dobbiamo capire che spesso la maggior parte delle nostre azioni e decisioni si discostano dalla razionalità e dalla coerenza. Ci si trova, dunque, a dover affrontare comportamenti contro-intuitivi, che non ci si aspetta. Questo succede davvero molto spesso. Quante buone politiche non hanno portato al risultato sperato? La maggior parte?

Come funziona?

Si sfruttano i BIAS cognitivi, in pratica degli errori del nostro sistema percettivo e cognitivo. Ma facciamo degli

esempi. Sfruttando la distortion bias, sappiamo che il packaging degli oggetti meno si deformano all'apertura e più il tasso di riciclaggio aumenta. Così se una merendina viene dotata di una linguetta per aprirla, rende più facile che sia gettata nella plastica. In alcuni casi il tasso di riciclaggio è aumentato del 300%.

Ma potremo farne tanti altri. Ad esempio in molti contesti americani il paragone dei consumi di elettricità tra i vari vicini, ha già fatto risparmiare 700 milioni di dollari ai consumatori americani.

Può sembrare incredibile, ma l'esempio lampante della nostra "stupidità" può essere racchiusa in uno dei primi casi di successo. Parlo del cambiamento delle opzioni di default racchiuse in quei lunghissimi contratti, o moduli, che si stipulano con i più svariati agenti.

In pratica, cambiando la frase da "se desideri aderire, barra qui.." alla frase "se NON desideri aderire...barra qui", porta ad un cambiamento del tasso dal 15-20% all'80-90%.

Molti Paesi sono diventati donatori di massa di organi, con una adesione del 95%, in una giornata. Semplice, il modulo precedente prevedeva l'opzione "se desideri donare gli organi barra la casella". Il modulo aggiornato aveva l'opzione "se non desideri donare gli organi barra la casella".

Il motivo?

Nessuno legge veramente tutto ciò che c'è scritto nei contratti che firmiamo. In uno studio apposito, si è modificato il contratto di accettazione di un'app. Avete presente quella lunga schermata che appare e che se non si accetta non si può utilizzare l'applicazione? In questo studio il 98% di chi scaricava l'app accettava il contratto senza leggerlo. Peccato che accettandolo si acconsentiva a donare il primogenito alla società informatica.

Questi sono solo alcuni dei sorprendenti esempi, su aspetti che la psicologia sociale e la psicologia cognitiva ha reso noti. L'economia comportamentale ha il pregio di prendere quello che si conosce dei processi mentali e renderlo utilizzabile per fini pratici.

La cosa davvero strabiliante è che gli interventi comportamentali permettono di ottenere risultati concreti, in tempi brevi e, soprattutto "a costi bassi", spesso anche nulli; hanno successo anche là dove politiche coercitive o finanziarie hanno fallito, lasciando invece la libertà di scelta al cittadino.

Perché succede questo?

Un aspetto interessante su cui si deve riflettere e che rende questo fenomeno ancora più sorprendente, è che questo genere di comportamento non è il risultato di disinteresse o di avversione verso qualcosa.

Alle persone, una abbondantissima maggioranza, non interessa, o meglio, è pervasa da una sorta di fiducia cieca, pensa che alla fine non gli succeda nulla firmando un modulo che non ha letto. Allo stesso modo le istituzioni sono convinte del contrario. E questo è giusto, un cittadino informato è un cittadino consapevole.

Peccato, che poi realmente, non accada questo.

Quello su cui voglio soffermarmi è il fatto che la maggior parte di questi interventi sono a rischio bassissimo. E sebbene la cosa possa sembrare altamente innovativa in Italia, in realtà questi processi sono già utilizzati in molti Paesi da diverso tempo e sono stati collaudati innumerevoli volte.

In generale, ogni azione viene prima sperimentata e poi attuata, per capirne la portata e l'efficacia. Molti effetti sono sconosciuti e si scoprono sul campo. Per esempio durante gli studi di comunicazione fatti per portare voti ad un certo

candidato, hanno registrato una quasi totale inefficacia delle azioni di propaganda messe in atto. Il politico sponsorizzato non godeva di risultati particolari. Invece si è visto un aumento considerevole delle persone votanti.

Sono stati più volte ripetuti questi studi, ed è incredibile. Il passo successivo è stato infatti chiedere alle persone "solo" se sarebbero andate a votare. Bene, questo è bastato per incrementare la percentuale dei votanti del 25%.

L'ultimo premio Nobel per l'economia, Richard Thaler, padre di questa disciplina, spiega come le politiche comportamentali siano nella maggior parte dei casi le più efficaci rispetto ai costi. Spesso con un efficacia del 1000-2000% maggiore, rispetto agli strumenti tradizionali più efficaci.

Molti Paesi ormai hanno istituito una task-force dedicata, che si occupa soltanto di questo. Ossia, cambiare il nostro comportamento, in meglio.