

Rinnovare l'intervento pubblico: i nudge nell'esperienza inglese

Categories : [Focus](#)

Tagged as : [Menabò n. 13](#)

Date : 15 Dicembre 2014

Dal 2001, nei bagni maschili dell'Aeroporto di Amsterdam Schiphol, all'interno di ogni orinatoio è dipinta una mosca.



Da quel momento, oltre l'80% di uomini in più ha centrato la tazza e la pulizia del luogo è aumentata, con un certo sollievo del management dell'aeroporto e un risparmio nei costi. Questo è un esempio, divertente ma non triviale, di *nudge*.

L'idea alla base dei *nudge* (in italiano: spintarella o spinta gentile) è che i comportamenti individuali possono essere modificati intervenendo sul contesto nel quale vengono compiute le scelte perché la razionalità individuale è soggetta a numerosi limiti e risente, tra l'altro, del modo nel quale viene presentata la scelta. In effetti, ai fini dello sviluppo della prospettiva dei *nudge*, è stata fondamentale la mole di ricerche effettuate negli ultimi decenni dall'economia comportamentale. Tali ricerche hanno messo in luce un numero rilevante di deviazioni sistematiche dal comportamento "razionale" e hanno proposto modelli alternativi di decisione individuale che incorporano criteri di equità e reciprocità, norme sociali, effetti dovuti alla modellizzazione delle scelte, e avversione alle perdite (si veda Della Vigna, *Journal of Economic Literature*, 2009, per un'ampia rassegna). Uno dei modelli alternativi più noto è quello basato sulla *prospect theory*, elaborata dal premio Nobel Daniel Kahneman e da Amos Tversky già nel 1979.

Dunque, il *nudge* consiste in interventi che non impongono un comportamento né consistono in incentivi materiali, per queste ragioni essi sembrano in grado di preservare la più ampia libertà di scelta. Non a caso i due studiosi che hanno per primi sostenuto che una nuova politica economica potesse essere basata sui *nudge* (Richard Thaler e Cass Sunstein, rispettivamente economista comportamentale e giurista di Chicago, autori del best-seller *Nudge*, del 2008), hanno parlato di "paternalismo libertario". In effetti, la loro intenzione era quella di usare i *nudge* per consentire a ciascuno di realizzare al meglio il proprio benessere, sfuggendo alle insidie dei limiti cognitivi e dei difetti di razionalità. Ma i *nudge* possono essere utilizzati anche per interventi diretti a correggere inefficienze e iniquità sociali. Probabilmente è questo il motivo per il quale la prospettiva dei *nudge* ha rapidamente contagiato la politica in alcuni paesi, specialmente negli USA e in Inghilterra. Proprio all'esperienza di quest'ultimo paese è dedicato il resto di questa scheda.

Nel maggio del 2008 un giovane assistente di David Cameron, Rohan Silva, allora 27enne, lesse il libro di Thaler e Sunstein e lo sottopose all'attenzione del futuro premier. Nel febbraio del 2010 Cameron dichiarò: "Se si combina questo pensiero molto conservatore e molto semplice – andare alla radice della natura umana – con tutti i progressi nell'economia comportamentale penso che possiamo ottenere un reale aumento del benessere, nella felicità, in una società più forte, senza necessariamente dover spendere molti più soldi. "

Nel maggio 2010, appena si insedia il governo conservatore, nasce all'interno del *Cabinet Office* dell'esecutivo la *Behavioural Insight Unit* (BIT), un gruppo di una dozzina di studiosi e membri del governo, con lo specifico compito di ideare politiche pubbliche basate sui risultati dell'economia comportamentale.

In breve tempo la BIT produsse [MINDSPACE](#), un documento che costituisce il primo tentativo di definire un framework metodologico per politiche pubbliche ispirate ai *nudge*. In questo documento le comunità locali e le singole istituzioni pubbliche – come, ad esempio, le scuole o gli ospedali – sono considerate i principali protagonisti dell'applicazione di politiche che siano in grado di influenzare i comportamenti; inoltre, è fortemente sottolineato, fra gli strumenti, il ruolo delle norme sociali.

Questi pochi cenni sono sufficienti a chiarire che l'impostazione seguita non è collineare con il paternalismo libertario: rispetto a *Nudge* l'accento è posto non tanto sul miglioramento del benessere individuale, quanto su quello collettivo e i comportamenti individuali da cambiare sono soprattutto quelli che generano esternalità negative.

Ad oggi, la BIT ha lavorato su varie proposte, elaborate insieme ai dipartimenti competenti del governo e ha utilizzato, come metodo di analisi, gli esperimenti controllati, di dimensioni via via più grandi (*Randomized Controlled Trials*). Quello che segue è un elenco delle proposte più rilevanti formulate dalla BIT (per approfondimenti si veda <http://www.behaviouralinsights.co.uk/>).

Donazione degli organi: in Inghilterra per essere donatori di organi bisogna iscriversi ad un Registro e la BIT si è posta il problema di come incrementare il numero di donatori, mantenendo invariata la legge. Circa il 32% degli inglesi (poco meno di 20 milioni) è donatore di organi e si iscrive prevalentemente attraverso il sito della DVLA (Agenzia per la Guida e la Patente), in occasione dei rinnovi della patente o del pagamento delle tasse automobilistiche. La BIT ha testato per un anno, nel 2012, un nuovo banner sul sito della DVLA: cliccando sul banner, si finiva casualmente in una delle 8 pagine che si differenziavano per il modo nel quale era formulata la richiesta di iscriversi al registro. Utilizzando frasi e immagini appropriate, alcune pagine puntavano sull'avversione alle perdite, altre sul conformismo, altre su un messaggio positivo, altre ancora sulla reciprocità e sull'equità e, infine, una era di controllo. L'esperimento ha coinvolto circa un milione di persone ed ha perciò permesso di disporre di più di 135,000 osservazioni per variante. La pagina che ha registrato l'incremento di iscrizioni maggiore rispetto alla versione di controllo è stata quella con una frase che puntava sulla reciprocità: "Se tu avessi bisogno di un trapianto vorresti avere l'organo da trapiantare? Se la risposta è sì, aiuta gli altri." Questa pagina adesso è diventata quella ufficiale e l'aspettativa è di un incremento di 96.000 donatori l'anno.

Pagamento delle tasse e delle multe: a questo riguardo, la BIT ha lavorato insieme alle corti giudiziarie, alla DVLA, alla HMRC (l'equivalente inglese della Agenzia delle entrate), ad una serie di esperimenti di portata locale, ancora in corso, per verificare come diversi modelli di avviso di pagamento possano incidere sul gettito fiscale e sul pagamento delle multe giudiziarie o automobilistiche. Ad esempio, in esperimenti locali con campioni ridotti si è verificato come spedire un SMS personalizzato a chi deve pagare una multa giudiziaria aumenti la percentuale di pagamenti dal 5% al 33%, portando a nuove entrate che, se calcolate su scala nazionale, si aggirerebbero intorno ai 30mln di sterline più il risparmio dovuto ai costi necessari al recupero crediti. Sulle multe stradali e sui pagamenti delle tasse, in accordo con l'HMRC e la DLVA si stanno sperimentando diverse opzioni: messaggi personalizzati, immagini, semplificazione dei moduli, messa in evidenza degli elementi fondamentali, frasi che puntano sulla reciprocità, altre sul conformismo, altre sull'avversione alle perdite evocata dal richiamo della multa; la BIT dichiara che più di 210mln di sterline sono già entrate nelle casse dello Stato grazie a queste sperimentazioni.

Ambiente e risparmio energetico: il risultato più rilevante in questo ambito riguarda la politica per

indurre i cittadini a isolare termicamente gli attici delle case; si è stipulato un accordo con B&Q (un'impresa di aiuti casalinghi) per proporre sconti a chi vuole far liberare l'attico dagli oggetti che lo occupano, vincolando lo sconto al successivo isolamento termico.

Centri per l'impiego: nella provincia dell'Essex è stata avviata la seguente sperimentazione controllata e casuale, su 2000 disoccupati, durata tre mesi: metà del campione ha seguito la vecchia procedura per il collocamento, in base alla quale il disoccupato deve compilare nove moduli e viene poi richiamato per un appuntamento dopo due settimane; l'altra metà ha seguito, invece, una procedura innovativa. Quest'ultima è consistita nel poter parlare immediatamente con un impiegato, che aveva il compito di chiedere al disoccupato di scrivere cosa avesse intenzione di fare nelle due settimane successive. Si è andati avanti così, regolarmente, ogni due settimane, fino all'ottava, quando al disoccupato è stato chiesto di annotare anche le sue considerazioni più personali. La percentuale di disoccupati che ha trovato lavoro in tredici settimane è stata più alta tra coloro che hanno seguito la procedura sperimentale: il 17,5% in più rispetto a chi ha seguito la vecchia procedura. Sembra, infatti, che scrivere regolarmente di trovarsi in condizioni di disoccupazione e delle azioni che si pensa di intraprendere aumenti l'impegno nella ricerca di un nuovo lavoro. Dopo questo esperimento, si sta pianificando di estendere la sperimentazione a tutta l'Inghilterra.

Una novità recente e importante è che il 5 febbraio 2014 la *Behavioural Insight Unit* è stata parzialmente privatizzata ed è diventata una società mista. Per la parte messa sul mercato (33%), essa è stata acquisita, attraverso un'asta pubblica, da Nesta, una fondazione presieduta da Geoff Mulgan, già consigliere politico di Tony Blair, che si occupa di finanziare progetti innovativi con capitale di rischio. Sul resto della proprietà, l'accordo è che il governo continuerà a possedere un terzo della BIT e che il terzo rimanente sarà degli stessi impiegati della *Nudge Unit*; Nesta dovrà mettere a disposizione della BIT risorse per 1,9mln di sterline. Westminster rimarrà il principale fruitore dei servizi offerti dalla BIT, ma dovrà pagarli una quota dei minori costi o dei maggiori ricavi che la BIT permetterà di conseguire. Inoltre, la BIT potrà vendere i suoi servizi a privati o a governi di altri paesi, e avere una completa flessibilità sugli stipendi e sull'utilizzo delle risorse.

In conclusione, va ricordato che l'istituzione e l'attività della BIT ha suscitato in Inghilterra un intenso dibattito accademico e giornalistico, che naturalmente ha riguardato più in generale le potenzialità dei *nudge* che ancora continua e oppone sostenitori e critici (si veda, ad esempio, L. Benedictus, *The Guardian*, 2 maggio 2013). L'impressione è che questo dibattito non abbia ancora condotto a risultati maturi (per esempio, si parla poco degli effetti di lungo periodo dei *nudge*) e anche per questo sarebbe utile che di *nudge* si parlasse di più anche in Italia.