

I «nudges», le spinte gentili per fare scelte più giuste

Uno studio di Andrea Casu ha stimolato un confronto su strategie innovative utili a migliorarci la vita e a realizzare quell'amministrazione pubblica digitale al centro della riforma Madia

Francesca Santolini

Inviare un sms personalizzato a chi ha ricevuto una multa o a chi deve ricordarsi di prendere un farmaco, modificare l'etichetta di un elettrodomestico per rivelare agli acquirenti accanto al prezzo di listino anche il costo medio mensile in termini di consumi, rendere accessibili da un unico sito tutti i servizi erogati in modalità digitale dalle amministrazioni pubbliche per facilitarne l'utilizzo, indicare nella dichiarazione dei redditi con chiarezza come sono spesi dallo Stato i soldi delle tasse o prevedere un'etichetta per i mutui che indichi con chiarezza tutte le condizioni in poche frasi per aiutarci a capire quale ci conviene scegliere. Tutti questi interventi non prevedono nuovi obblighi, divieti o incentivi di natura esclusivamente economica. Possono però pesare molto significativamente nelle scelte di ciascuno di noi, e aiutarci a modificare autonomamente i nostri comportamenti.

Sono tutti esempi di *nudges*, le spinte gentili venute alla ribalta con l'opera di due importantissimi studiosi: il giurista Cass Sunstein e l'economista Richard H. Thaler. Tutti noi incorriamo a errori comportamentali, subiamo una forte pressione sociale e tendiamo ad uniformarci alle regole di default, tutti fattori di cui i decisori pubblici devono sempre tenere conto. Il presidente Obama e il premier Cameron hanno subito messo in pratica nella loro azione politica questa strategia, rivolgendosi ad un gruppo di esperti in grado di ripensare le politiche pubbliche tenendo conto delle conquiste

della psicologia cognitiva e dell'economia comportamentale. I risultati portati avanti dall'attività della BIT (*Behavioural insights team*) inglese e della SBST (*Social and behavioural sciences team*) americana sono stati sorprendenti. E non a caso l'ultimo rapporto della Banca Mondiale dal titolo "Mind, society and behaviour" ha invitato tutti i paesi del mondo a prendere in considerazione le scienze comportamentali nella definizione delle proprie politiche pubbliche e lo scorso 15 settembre Obama ha firmato un ordine esecutivo che ha impegnato tutte le agenzie e i dipartimenti del governo federale ad adottare questo approccio.

Il ruolo che possono avere i *nudge* nella creazione di un'Italia più semplice e più giusta è stato al centro del confronto promosso dal Dipartimento cultura del Partito democratico nella sede nazionale che ha visto come protagonisti Luciano Nobili, giovane esponente di punta del Pd di Roma, Paolo Coppola, parlamentare Pd e professore universitario di Informatica giuridica, e Tommaso Nannicini, professore di Economia all'università Bocconi di Milano. L'occasione è stata la presentazione del libro di Andrea Casu *Fare meglio con meno. Nudge per l'amministrazione digitale*, appena uscito per i tipi della Franco Angeli (pp 112, euro 10,50). Un appello a scegliere questa strategia innovativa per realizzare in concreto il disegno di amministrazione digitale, che è al primo punto della riforma della Pubblica amministrazione che sta portando avanti il ministro per la semplificazione Marianna Madia. Nel mondo digitale esistono

già tante spinte, non sempre gentili, operate da soggetti privati: può essere importante avviare una profonda riflessione su quale debba essere il ruolo del settore pubblico in questo nuovo scenario.

Anche in Italia l'interesse verso le scienze comportamentali si afferma ogni giorno di più sia nelle sedi accademiche che in quelle politiche; moltissimi ricercatori e amministratori locali che ogni giorno si impegnano per cercare di studiare l'impatto che le spinte gentili potrebbero avere anche nel nostro paese grazie anche all'attività di soggetti come il Cresa, il Centro di ricerca in epistemologia sperimentale e applicata, e di Nudge Italia, iniziativa di Iescum, l'Istituto Europeo per lo studio del comportamento umano.

Ogni paese ha la sua cultura e non esistono *nudge* universali, lo stesso intervento che ha avuto successo a Londra potrebbe rivelarsi inefficace a Palermo, e viceversa. Questi tipi di interventi non possono naturalmente risolvere da soli i grandi mali del paese e devono essere studiati e sperimentati con attenzione. Ma è indubbio che questo approccio può rivelarsi indispensabile per modulare interventi sempre più efficaci, come l'evidenza empirica delle sperimentazioni effettuate nel mondo sta dimostrando ad ogni latitudine. Può avere senso cominciare a considerare l'impatto di leggi e regolamenti basandosi anche sull'impatto che esse hanno effettivamente sulle persone, con la stessa cautela che si adotta già per la scelta dei farmaci. Perché in fondo anche dalle leggi, e non solo dalle medicine, dipende direttamente la qualità della vita delle persone.

**Fare meglio con meno**

ANDREA CASU

Franco Angeli Editore

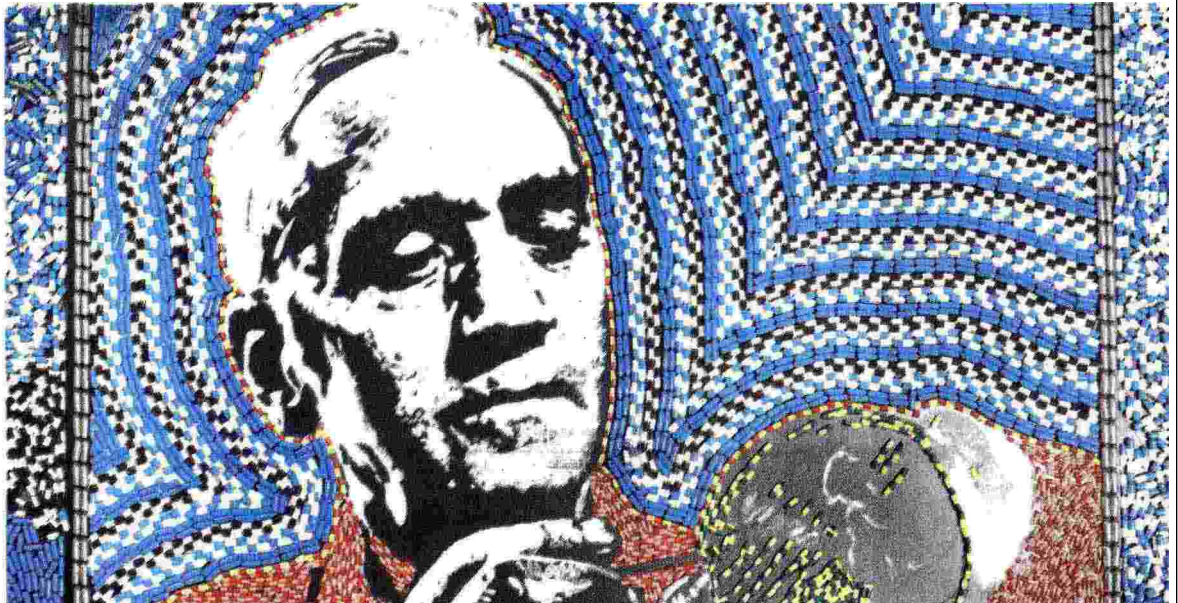
**Il Diavolo zoppo e il suo compare**

ALESSANDRA NECCI

Marsilio

COSA SONO I NUDGES

Come riassume Wikipedia, la teoria dei nudge, nell'economia comportamentale e in filosofia politica, sostiene che rinforzi positivi e suggerimenti o aiuti indiretti possono influenzare le decisioni di gruppi e di singole persone "con la stessa efficacia di istruzioni dirette, legislazione o adempimento forzato".



Ritratto in pillole. Una raffigurazione dello scopritore della penicillina Alexander Fleming creata con medicinali dal giovane artista britannico Nathan Wyburn. FOTO: LAPRESSE

