

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/309653203>

# Nudge, ovvero la “spinta gentile”

Article · November 2016

CITATIONS

0

READS

8,478

3 authors:



[Francesco Bogliacino](#)

National University of Colombia

113 PUBLICATIONS 820 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



[Giuseppe Alessandro Veltri](#)

Università degli Studi di Trento

77 PUBLICATIONS 551 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



[Cristiano Codagnone](#)

University of Milan

67 PUBLICATIONS 623 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Ley de Tierras - Montes de María [View project](#)



S.D.P. [View project](#)

# Nudge, ovvero la “spinta gentile”

Comportamento umano e politiche pubbliche

## **Cristiano Codagnone**

Università degli Studi di Milano, Universitat Oberta de Catalunya,  
<cristiano.codagnone@unimi.it>

## **Francesco Bogliacino**

Universidad Nacional de Colombia, <fbogliacino@unal.edu.co>

## **Giuseppe Alessandro Veltri**

Leicester University, <g.a.veltri@leicester.ac.uk>

Sempre più spesso i Governi approvano politiche ispirate alla teoria del nudge (o “spintarella”), che suggerisce di indirizzare il comportamento degli individui ricorrendo ad accorgimenti di contesto, piuttosto che a pesanti regolamentazioni e divieti. Questo approccio nasce dalla constatazione che spesso gli individui non scelgono razionalmente, ma sono guidati da inconscie inclinazioni. Da quale evidenza empirica nasce la teoria del nudge? Quali sono i suoi principi fondamentali? Quali sono i limiti delle politiche che ad essa si ispirano?

**I**n economia e in buona parte delle scienze sociali si è soliti pensare ai fenomeni osservabili, quali l’inquinamento o la disoccupazione, come ad aggregazioni di decisioni individuali. Da questo approccio sorgono immediatamente due domande fondamentali: abbiamo una buona teoria per spiegare il comportamento umano? Questa teoria è capace di formulare indicazioni precise per le politiche pubbliche? La risposta a entrambe è tutt’altro che banale e un esame accurato dell’evidenza empirica può dimostrare quanto in passato teorie basate sulla razionalità dell’individuo e sull’apparente ragionevolezza di alcune scelte si sono dimostrate errate e hanno ispirato politiche scarsamente efficaci. Ad esempio, è opinione comune che avere maggiore informazione aiuti a scegliere meglio. Tuttavia è stato osservato, ad esempio nel settore delle telecomunicazioni, una parte consistente di consumatori, messi di

fronte a molte possibilità e opzioni, finiscono per non scegliere, per accettare le opzioni di default, per non cambiare fornitore, come se letteralmente andassero in sovraccarico (cfr Lunn 2014 e 2015); in un rapporto dell'autorità competente vengono riportati dati secondo cui nel Regno Unito il tasso di passaggio da un fornitore all'altro nelle telecomunicazioni e nel settore energetico è molto inferiore alle aspettative della teoria economica che ha ispirato le liberalizzazioni (cfr OFGEM 2012). Un'altra opinione diffusa ci dice che se compriamo qualcosa è perché ci piace o ci serve. In realtà, quando arriviamo in una caffetteria con l'idea di prendere un té e mangiare un frutto, optiamo, invece, per una cioccolata e una ciambella se questi sono esposti in modo più evidente, oppure mangiamo di più se il cibo ci viene servito in contenitori più grandi (cfr Wansink 2013 e Wansink e Cheney 2005).

Anche le istituzioni incorrono spesso in errori di valutazione quando cercano di adottare provvedimenti per risolvere problemi collettivi. Per esempio, si approvano misure straordinariamente punitive per prevenire gli incidenti stradali causati dal consumo di alcolici o droghe, trascurando la banale evidenza che se il rischio di morire non dissuade una persona dal mettersi al volante ubriaca, difficilmente lo farà il rischio di una multa salatissima. Oppure, a proposito del riscaldamento globale, si ribadisce spesso l'importanza di campagne di sensibilizzazione per rimediare alla scarsa attenzione della popolazione. In realtà, in quasi tutti i Paesi dell'OCSE una percentuale tra il 70% e l'80% degli intervistati si dichiara informata e favorevole al consumo sostenibile, ma solo esigue minoranze (3%-5%) sottoscrivono contratti per forniture di energia da fonti rinnovabili o comprano prodotti a minore impatto ambientale (cfr Codagnone, Veltri *et al.* 2016).

**Un'ampia evidenza sperimentale sembra, quindi, indicare che in diversi ambiti del nostro agire siamo inconsciamente vittime di distorsioni cognitive, perché prendiamo decisioni facendo eccessivo affidamento sulle nostre sensazioni ed emozioni.** Di fronte a questa presa di coscienza, piuttosto che gettare la spugna e rinunciare a qualsiasi politica normativa, si è cercato di identificare schemi ricorrenti, che possano sistematizzare l'irrazionalità dell'agire umano.

Oggi c'è un crescente interesse verso la possibilità di agire su questa "irrazionalità prevedibile" (Ariely 2009) per rendere le politiche pubbliche più efficaci, indirizzando i cittadini attraverso "spintarelle", esponendoli cioè a stimoli più o meno impliciti attraverso particolari accorgimenti di contesto, piuttosto che operare attraverso una più pesante legislazione. Questa tendenza, benché in alcuni casi si sia rivelata utile, lascia aperta una serie di questioni.

## Scelte razionali e irrazionali

Semplificando all'estremo, quando parliamo di scelte dei consumatori le teorie moderne a disposizione sono due. Secondo la prima, nota come "teoria della decisione razionale", le preferenze delle persone hanno una struttura ben definita e la scelta è un meccanismo quasi automatico in cui l'individuo applica il suo sistema di preferenze a un insieme di opzioni limitato (ad esempio, l'insieme di prodotti che rientrano nel budget a disposizione). La seconda teoria sostiene che ci siano forme di irrazionalità prevedibile e che il nostro cervello formuli giudizi e valutazioni (ad esempio in presenza di

Le **euristiche** (in inglese *heuristics*) indicano una scorciatoia mentale per determinare la valutazione di un fenomeno (per esempio la probabilità in condizioni di incertezza). Si riferisce a metodi empirici, alternativi al calcolo, come per esempio basarsi sulla facilità con la quale si ricorda un evento (la probabilità di un infarto ai 40 anni), o il grado di similitudine con uno stereotipo (la probabilità che una persona con certo ordine e rigore sia un ingegnere).

incertezza) attraverso euristiche che, se anche ci aiutano a scegliere rapidamente, possono però causare errori sistematici (distorsioni). Secondo questa teoria, prendiamo decisioni soprattutto sulla base delle reazioni di quello che gli psicologi, a partire dagli studi di Daniel Kahneman negli anni '70, chiamano "Sistema 1" o del pensiero veloce, che genera le nostre emozioni, piuttosto che fare ricorso al "Sistema 2" o del pensiero lento, che attiva i meccanismi di riflessione.

**Le scelte di policy, ossia di politiche pubbliche, ispirate dall'una o dall'altra teoria sono spesso opposte.** Pensiamo ad esempio alle sigarette. Tutti sanno che provocano il cancro, dalle compagnie che le producono agli oncologi, dai fumatori incalliti ai cittadini infastiditi dal fumo passivo. Le politiche pubbliche possono porsi l'obiettivo di ridurre il consumo in vari modi. Un'opzione è introdurre una tassa che aumenti il prezzo delle sigarette e una restrizione ai luoghi dove si può fumare. Dietro questa scelta si cela la teoria della decisione razionale, che sostiene che se un fumatore incallito e una persona che disprezza il fumo passivo potessero negoziare, arriverebbero a una soluzione ragionevole per entrambi: il secondo pagherebbe il primo per andare a fumare da un'altra parte o, viceversa, quest'ultimo comprirebbe il diritto di fumare dove preferisce. Siccome dovrebbero avvenire milioni di contrattazioni ogni giorno, e le contrattazioni costano tempo e denaro, è più efficiente (si ottiene lo stesso risultato a minor costo) che lo Stato intervenga. Modificare i prezzi con tasse e sussidi o diffondere più informazione sono esempi di politiche pubbliche che la teoria della decisione razionale formula alla luce delle sue assunzioni teoriche.

In alternativa, possiamo mettere un'immagine impressionante sui pacchetti di sigarette, senza cambiarne il prezzo. Questa soluzione non pretende affatto di attivare un meccanismo di riflessione, che permetta di discernere razionalmente le conseguenze del fumo, attivando il Sistema 2, ma mira a colpire il Sistema 1, generando una reazione emozionale (di paura o disgusto) che ci spinga in modo immediato a rifiutare l'acquisto.

Oggi i Governi ricorrono sempre più frequentemente alla teoria dei due Sistemi per rendere le politiche pubbliche più efficaci. I pionieri di questo approccio sono stati gli studiosi americani Richard Thaler e Cass R. Sunstein, che nel 2009 pubblicarono il libro *Nudge* – che in inglese significa “spintarella” –, un vero e proprio successo editoriale (Thaler e Sunstein 2009). Si tratta di una prospettiva di analisi delle politiche pubbliche basata su due principi cardine: il rifiuto degli assiomi della teoria della decisione razionale, perché scarsamente predittivi, in favore di una teoria comportamentale, cioè basata sull'evidenza empirica della condotta umana; l'idea che l'irrazionalità umana dipenda in modo sistematico da piccoli accorgimenti di contesto (come un'immagine sul pacchetto di sigarette), che si possono modificare per promuovere scelte normativamente migliori, senza cambiare i vincoli a disposizione di chi sceglie. Quest'ultimo approccio è definito “paternalismo libertario”.

## Fondamenti delle politiche comportamentali

Il paternalismo libertario è una teoria strumentale, che ricerca le soluzioni di policy più efficaci a partire da una teoria positiva, chiamata economia comportamentale (o BE, dall'acronimo inglese dei termini *Behavioural Economics*), che mira a descrivere come le persone effettivamente scelgono. **Non esiste una definizione semplice e univoca della BE, che si può inquadrare come l'adozione di una prospettiva psicologica nello studio dei fenomeni economici.** Essa mutua dalla psicologia sperimentale anche un metodo scientifico induttivo che, invece di testare ipotesi derivate da modelli normativi e assiomatici, desume principi e modelli comportamentali da osservazioni ed esperimenti ripetuti.

Il programma di ricerca della BE nasce in stretto dialogo e in funzione di critica alla teoria della decisione razionale. Nel modello della scelta razionale il comportamento degli agenti si può rappresentare come una massimizzazione di un obiettivo sotto alcune restrizioni (come se gli individui fossero dei calcolatori). In realtà nessuno pensa che il processo sia veramente quello, è solo una rappresentazione (tecnicamente una razionalizzazione, cioè si modella “come se” fosse il risultato di un procedimento razionale di decisione), che è

matematicamente precisa quando le persone compiono scelte conformi a certi assiomi. L'incertezza conta, ma non cambia l'edificio teorico: le persone hanno le loro idee a priori sugli eventi incerti e le aggiornano man mano che acquisiscono nuove informazioni. La teoria della scelta razionale ha il pregio di poter essere messa facilmente alla prova, testando la sua validità in contesti anche molto semplici. Ad esempio, si possono organizzare esperimenti simulando situazioni reali e vedendo come scelgono le persone comuni.

**Sulla base di questi esperimenti, le scienze comportamentali hanno scosso l'edificio della teoria della scelta razionale dalle fondamenta** dimostrando che: a) il comportamento umano è fortemente dipendente dal contesto, ovvero è in funzione sia della persona sia della situazione (Barr, Mullainathan e Shafir 2013); b) non esiste un ordine dato di preferenze, ma queste sono costruite socialmente e possono essere influenzate dalle norme e dai propri pari (influenza sociale; cfr Slovic 1995); c) la distorsione a favore del presente causa un'incoerenza intertemporale delle preferenze (si tende cioè ad avere problemi di autocontrollo, per esempio si fanno piani di risparmio a lungo termine, ma poi non si rispettano perché al momento debito le tentazioni di consumo sono troppo forti; cfr Loewenstein e Prelec 1992); d) azioni e decisioni sono spesso determinate in modo non banale dalle emozioni (cfr Loewenstein e Lerner 2003; Rick e Loewenstein 2008).

Facciamo alcuni esempi: ogni giorno molti vivono la lotta tra il proprio io che pianifica di svegliarsi alle cinque, andare a correre o in palestra e iniziare con forza la giornata, e l'io che preme il tasto *snooze* della sveglia al mattino, costringendosi a correre di malumore al lavoro (inconsistenza dinamica delle preferenze); compriamo più cibo (e di minor qualità nutrizionale) quando facciamo la spesa avendo fame, perché siamo condizionati dallo stato presente (distorsione intertemporale). Valutiamo di più un oggetto (cioè invertiamo le nostre preferenze tra denaro e merci) se lo abbiamo tra le mani che quando ne guardiamo la foto o lo osserviamo da lontano (effetto dotazione). In queste situazioni, non possiamo normativamente dare per scontate le preferenze: infatti, quali dovremmo usare?

Partendo da questi presupposti, **il paternalismo libertario si propone di far leva su euristiche e distorsioni per modificare l'architettura delle scelte in modo tale da "migliorarle"**. Cambiare le opzioni di default, ad esempio introducendo il silenzio assenso per la donazione di organi, al fine di aumentare il numero di organi disponibili per salvare vite umane, è un classico caso di *nudge*, una "spintarella" che sfrutta il Sistema 1 senza, in linea di principio, ridurre la libertà di scelta.

## Esempi concreti di politiche comportamentali

Questo approccio è particolarmente usato nel campo delle politiche pubbliche. Negli Stati Uniti, Sunstein, il coautore di *Nudge*, è stato Direttore dell'OIRA (Office of Information and Regulatory Affairs), che si occupa di controllare l'efficacia delle politiche governative, e il paternalismo libertario rimane tuttora in voga, come dimostra l'ordine esecutivo *Using Behavioural Science Insights to Better Serve The American People*<sup>1</sup> firmato dal presidente Obama nel settembre 2015. Nel Regno Unito, a partire dal 2010, il Behavioural Insights Team (UK BIT), prima come parte del Governo e successivamente come struttura paragonata, ha condotto svariati esperimenti a sostegno delle politiche pubbliche. Secondo recenti rassegne sull'adozione di approcci comportamentali da parte dei Governi (Sousa, Ciriolo, Almeida e Troussard 2016), in Danimarca, Francia, Germania e Paesi Bassi sono state create strutture amministrative appositamente preposte alla formulazione e verifica sperimentale di interventi pubblici ispirati dalle scienze comportamentali; in molti altri Paesi si riscontrano interventi simili per un totale di almeno un centinaio di casi, considerando non solo i *nudge* in senso stretto, ma anche tutti i casi in cui misure politiche sono state direttamente o indirettamente informate dalla prospettiva comportamentale. Infine, dal 2012 anche la Commissione europea ha realizzato esperimenti comportamentali a sostegno delle sue politiche.

**Quando furono introdotte, le politiche comportamentali si concentravano su misure semplici ed efficaci.** Varie forme classiche di *nudge* si indirizzavano esclusivamente agli individui, facendo leva soprattutto sul loro Sistema 1, utilizzando, ad esempio, una particolare configurazione delle opzioni di default, la semplificazione dell'informazione, gli effetti cornice (*framing*), la messa in evidenza, facendo leva su reazioni emotive, norme sociali, ecc. Ad esempio, depositare in automatico una quota del salario su un conto di risparmio (dal quale si preleva senza costo) aumenta l'adesione dei lavoratori ai piani di risparmio (cfr Benartzi e Thaler 2004). Esponendo in modo ben visibile frutta e verdura in una caffetteria, gli studenti ne aumentano il consumo a scapito di altri cibi meno salubri (cfr Wansink 2013). I consumi diventano più ecologici se le bollette contengono confronti con i vicini, o se una faccina segnala che si sta consumando di meno (cfr Allcott e Mullainathan 2010 e OFGEM 2011).

**Col tempo, tuttavia, l'effetto sorpresa si è diradato e sono emerse maggiori difficoltà nel formulare opzioni per le poli-**

<sup>1</sup> Usare le intuizioni delle scienze comportamentali per un miglior servizio al popolo americano.

**tiche pubbliche.** Come esempio possiamo rifarci agli esperimenti comportamentali svolti per conto della Commissione europea a partire dal 2012: sulle etichette per i pacchetti di sigarette (Bogliacino, Codagnone, Veltri *et al.* 2015b); su varie misure a protezione dei fruitori dei servizi di gioco d'azzardo online (Codagnone, Bogliacino, Ivchenko, Veltri *et al.* 2014); sulle etichette indicanti le emissioni di anidride carbonica delle automobili (Codagnone, Veltri *et al.* 2016); sugli effetti delle pratiche di marketing on line che utilizzano giochi per esporre i minori (esperimenti realizzati con soggetti compresi tra i 7 e i 12 anni di età) ai marchi o indurli a comprare dentro le app (Lupiañez, Villanueva *et al.* 2016).

**In questi ambiti di intervento, tutti di estrema rilevanza, la complessità del contesto,** sia dal punto di vista delle scelte dei consumatori sia da quello degli interessi coinvolti (industria e Stati membri), **non lascia spazio per le forme più semplici di nudge e richiede maggiore sofisticazione degli strumenti e integrazioni con altre modalità di intervento.** Prevenire che si cominci a fumare o favorire che si smetta, rompere il flusso impulsivo di un giocatore di azzardo, convincere i consumatori a comprare veicoli eco-compatibili, proteggere i minori da forme non trasparenti di marketing on line hanno richiesto sforzi innovativi per disegnare interventi ispirati ai principi dello sperimentalismo comportamentale e, in molti casi, hanno messo in evidenza che le semplici “spintarelle” possono avere un contributo limitato o che avrà bisogno di tempo per modificare in modo efficace l’architettura della scelta.

In simili ambiti è importante disegnare interventi che, seppur diretti al lato della domanda (consumatori), colpiscano in modo apprezzabile l’offerta (produttori o distributori di beni e servizi). Infatti, negli esperimenti sul gioco d’azzardo le misure indirizzate esclusivamente ai giocatori si sono rivelate inefficaci, al contrario di quelle che impattano anche sui meccanismi controllati dall’offerta (le interruzioni forzate del gioco hanno ridotto l’impulsività delle scommesse e il loro ammontare). Questo risultato sembra indicare che i *nudge* devono essere pensati in funzione non solo di distorsioni ed euristiche individuali, ma anche del contesto.

## Limitazioni e critiche

Le scienze comportamentali non sono esenti da critiche. La prima è, probabilmente, che **la definizione di nudge è stata eccessivamente stracchiata** (cfr Kusters e Van der Heijden 2015; Oliver 2015). Dalle trattazioni originali del paternalismo libertario (Thaler e Sunstein 2003) si possono dedurre tre condizioni che definiscono questo tipo di interventi: riguardano situazioni in cui le

scelte individuali producono effetti collaterali indesiderati negativi per i consumatori (danni individuali: come se i *nudge* ci salvassero dai noi stessi); mirano a indirizzare i consumatori verso la scelta migliore senza limitare le opzioni di scelta (quindi non implicano regolamentazioni, incentivi economici o sanzioni); sono ispirati dai risultati dello sperimentalismo comportamentale e si indirizzano a distorsioni ed euristiche, facendo leva sui meccanismi del Sistema 1. Tuttavia l'etichetta *nudge* è ormai comunemente usata per descrivere interventi fondati su incentivi finanziari, informazione (che i produttori sono obbligati a fornire) e blocco delle scelte inappropriate, al punto che quasi qualsiasi protezione del consumatore finisce per esservi compresa.

Dal punto di vista teorico, autori di diverse discipline convergono nel sottolineare come **l'ispirazione delle politiche comportamentali si fonda su una forma riduttiva di individualismo**, esattamente come il modello della scelta razionale oggetto della loro critica, sebbene in modo diverso (Streeck 2010). In un certo senso l'*homo oeconomicus* viene sostituito da un *homo behaviouralis* come espressione di una natura umana universale per certi versi più marcatamente determinista, in quanto si appella a nozioni evolutive e neurobiologiche: le deviazioni dalla razionalità sono congenite e non abbiamo altra scelta che essere «prevedibilmente irrazionali» (Ariely 2009). Sociologicamente, questo approccio può essere criticato come una forma di cognitivism universalista e individualista che oblitera le differenze culturali e l'importanza delle influenze istituzionali (Cerulo 2010).

Molte delle distorsioni e delle euristiche impiegate per giustificare e disegnare i *nudge* dipingono gli individui come devianti rispetto alla razionalità. Da un lato questo porta a spostare sugli individui errori e responsabilità che in realtà hanno origine contestuale e/o strutturale e che dovrebbero essere oggetto anche di altre forme di intervento. Dall'altro il riferimento di fondo alla scelta razionale rappresenta un *escamotage* normativo di fronte alla domanda legittima sui criteri in base ai quali il decisore politico sceglie le opzioni migliori verso cui indirizzare i cittadini.

**Il paternalismo libertario e i *nudge* sono stati criticati dagli estremi opposti dello spettro filosofico-politico.** I libertari di destra lo giudicano eccessivamente paternalista e ritengono che l'argomento dell'irrazionalità sia usato per far rientrare dalla finestra i pericolosi "pianificatori centrali" e ridurre il diritto alla scelta. Liberisti ed economisti ortodossi paventano i rischi di una forma mascherata di ritorno alla regolazione e alla conseguente distorsione dei mercati. Per i libertari di sinistra, i *nudge* sono l'ultima forma

della politica neoliberista, cioè una forma di governamentalità foucaultiana, di pastoralità del potere che guida le condotte individuali (cfr Jones, Pykett e Whitehead 2013).

Una critica più puntuale e degna di nota è quella che paventa **il rischio che le “spintarelle” sostituiscano interventi più strutturali legati a welfare e disuguaglianze**. Questa critica è stata articolata soprattutto da studiosi britannici in relazione ai temi della salute e dell'accesso ai servizi sanitari (cfr Bonell, McKee, Fletcher *et al.* 2011). L'approccio *nudge* è ritenuto insufficiente di fronte alle fonti socioeconomiche e strutturali che determinano le disuguaglianze nello stato di salute e nell'accesso ai servizi sanitari. In altre parole, è considerato come una cortina di fumo per nascondere l'incapacità o la mancanza di volontà da parte del Governo di affrontare questi problemi attraverso interventi più strutturali.

A prescindere dalla peculiarità del contesto britannico e del settore sanitario, ci sono svariati ambiti ove le disuguaglianze sostanziali (stato di salute, disponibilità finanziaria, ecc.), **la diversa capacità di accesso ai servizi e il differente grado di alfabetizzazione suggeriscono che i *nudge* siano solo una integrazione a un più ampio spettro di interventi**. Un esempio è quello dei prodotti finanziari e del risparmio, sia in relazione sia alla grande crisi finanziaria globale del 2007-2009 sia ai più recenti casi nostrani (Banca Etruria), dove chi ha pagato il prezzo più alto è stato chi aveva minori disponibilità economiche (e pertanto accesso solo al personale meno competente nelle banche) e minori conoscenze finanziarie. Etichette, promemoria, silenzio assenso possono essere di grandissimo aiuto, ma da soli sono insufficienti. I *nudge* finanziari “benigni” devono essere integrati da interventi di medio e lungo periodo (formazione dei consumatori) e di più breve periodo (regolazioni e sanzioni per le istituzioni finanziarie).

Un ulteriore problema di fondo è che **la progettazione di questi interventi si basa su un'evidenza sperimentale che è solo limitatamente generalizzabile**. Gli interventi che intendono migliorare il funzionamento di un mercato modificando i comportamenti dei vari attori innescano una lunga catena di processi in cui non sempre è facile identificare i nessi e i meccanismi causali. Inoltre, il fatto che gli esperimenti si possano iterare o replicare non elimina del tutto l'incertezza e non ci permette di trarre conclusioni a livello generale.

Infine, esiste un rischio, connaturato alla retorica tecnocratica, che l'utilizzo degli esperimenti amplifica: che l'evidenza sperimentale sia utilizzata come strumento per aggirare le critiche e accelerare il processo politico e non come un metodo per rendere più efficiente e trasparente l'intervento pubblico (cfr Bogliacino, Codagnone, Veltri *et al.* 2015a).

La stessa evidenza empirica che ha ispirato i *nudge*, del resto, definisce l'impossibilità di disporre di basi normative oggettivamente identificate per la loro formulazione e valutazione. Gli interventi indirizzati a cambiare l'architettura delle scelte non sono svincolati da opzioni valoriali e politiche e sarebbe infondato pretendere il contrario. Non esiste alcun criterio minimo che renda il *nudge* un metodo di intervento che soddisfi tutti i requisiti normativi ed etici in modo oggettivo, per il semplice fatto che le discipline positive che lo ispirano eliminano la possibilità che tale criterio esista (cfr Codagnone, Veltri, Lupiáñez-Villanueva e Bogliacino 2014b).

### Non esiste la bacchetta magica

Il caso delle politiche comportamentali permette di ragionare più in generale sul rapporto tra evidenze scientifiche e politiche pubbliche. Il punto fondamentale della nostra argomentazione è che non esistono bacchette magiche e **qualsiasi forma di intervento pubblico imporrà un criterio potenzialmente contrario al volere e all'autonomia di qualcuno**. Una democrazia liberale richiede due elementi: che ci sia trasparenza rispetto ai valori e ai criteri scelti nel decidere e disegnare un intervento; che le scelte siano per lo meno informate dall'evidenza empirica e che questa sia esplicitata ed eventualmente verificabile.

Senza dubbio utilizzare teorie del comportamento umano fondate su basi più realistiche e solide rappresenta una grande innovazione nella formulazione e attuazione delle politiche di cui può migliorare l'efficacia, a maggior ragione se gli interventi, prima di essere introdotti, vengono testati ripetutamente attraverso esperimenti. Questi ultimi permettono di ottenere stime affidabili delle relazioni causali meglio di qualsiasi altro metodo. Tuttavia, neanche gli esperimenti devono essere visti come una bacchetta magica. Lo sperimentalismo comportamentale produce evidenza locale, mentre gli interventi devono essere generalizzati; inoltre anche gli esperimenti si occupano dei mezzi e non dei fini.

Se prendiamo le scienze comportamentali per quello che sono, cioè discipline empiriche positive e non normative, non vi troveremo nessuna proposizione o promessa che la predisposizione di politiche pubbliche diventerà più semplice o che interventi meno invasivi e più blandi rispetto a regolazione o riforme strutturali produrranno risultati aggregati migliori. **L'unica promessa delle scienze comportamentali è che attraverso una più vasta e solida base empirica le politiche potranno migliorare e potenzialmente aumentare la loro trasparenza**. Politiche basate sull'evidenza, neutrali e tecnicamente determinate esistono solo nella retorica tecnocratica e

scienista. Qualsiasi forma di intervento pubblico infatti è sempre il risultato dell'interazione tra i valori e gli interessi della cittadinanza, le scelte politiche e l'evidenza. Non esiste evidenza scientifica scolpita nella roccia che possa spazzare via valori e interessi ed esonerare i decisori pubblici dal prenderli in considerazione e trovare una mediazione tra di loro prima di fare delle scelte. Il campo delle politiche comportamentali non fa eccezione. Per parte loro gli studiosi, tenendo conto che l'incertezza epistemica è la condizione naturale della scienza, dovrebbero svolgere il ruolo di intermediario onesto tra diverse opzioni politiche (Pielke 2007), invece di ridurre le scelte e presentare una "soluzione migliore". Accettando il ruolo di mediatori riusciranno forse a facilitare il raggiungimento di un consenso, mentre semplificando artificialmente il quadro otterranno sicuramente il risultato di radicalizzare il conflitto.

- ARIELY D. (2009), *Predictably Irrational, Revised and Expanded Edition: The Hidden Forces That Shape Our Decision*, Harper Collins, New York.
- ALLCOTT H. – MULLAINATHAN S. (2010), «Behavior and Energy Policy», in *Science*, 5 march.
- BARR M. – MULLAINATHAN S. – SHAFIR E. (2013), «Behaviorally Informed Regulation», in E. Shafir (ed.), *The Behavioural Foundations of Public Policy*, Princeton University Press, Princeton, NJ, 441-461.
- BENARTZI S. – THALER R.H. (2004), «Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving», in *Journal of Political Economy*, 1, S164-S187.
- BOGLIACINO F. – CODAGNONE C. – VELTRI G. A. (2015a), «The Behavioural Turn in Consumer Policy», in *Perspectives and Clarifications. Intereconomics*, 50(2), 108-114.
- BOGLIACINO F. – CODAGNONE C. – VELTRI G.A. *et al.* (2015b), «Pathos & ethos: emotions and willingness to pay for tobacco products», in *PLOS One*, 10.
- BOGLIACINO F. – CODAGNONE C. – VELTRI G.A. *et al.* (2016), «Labels as nudges? An experimental study of car eco-labels», in *Documentos FCE-CID. Documento Escuela de Economía*, 69, marzo, in <[www.fcenew.unal.edu.co](http://www.fcenew.unal.edu.co)>.
- BONELL C. – MCKEE M. – FLETCHER A. *et al.* (2011), «Nudge smudge: UK Government misrepresents "nudge"», in *Lancet*, 377, 2158-2159.
- CERULO K.A. (2010), «Mining the intersections of cognitive sociology and neuroscience», in *Poetics*, 2, 115-132.
- CODAGNONE C. – VELTRI G.A. *et al.* (2016), «Labels as Nudges? An Experimental Study of Car Eco-Labels», di prossima pubblicazione in *Economia Politica, Special Issue "The Behavioural Turn in Public Policy: New Evidence from Experiments"*.
- CODAGNONE C. – BOGLIACINO F. – IVCHENKO A. *et al.* (2014a), *Study on online gambling and adequate measures for the protection of consumers of gambling services, Final Report*, European Commission, Brussels, <[http://ec.europa.eu/internal\\_market/gambling/docs/initiatives/140714-study-on-online-gambling-final-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/gambling/docs/initiatives/140714-study-on-online-gambling-final-report_en.pdf)>.
- CODAGNONE C. – VELTRI G. – LUPIÁÑEZ-VILLANUEVA F. – BOGLIACINO F. (2014b), «The challenges and opportunities of 'nudging'», in *Journal of Epidemiology and Community Health*, 10, 909.
- JONES R. – PYKETT J. – WHITEHEAD M. (2013), «Psychological governance and behaviour change», in *Policy & Politics*, 41, 159-182.
- KOSTERS M. – VAN DER HEIJDEN J. (2015), «From mechanism to virtue: Evaluating Nudge theory», in *Evaluation*, 3, 276-291.
- LOEWENSTEIN G. – PRELEC D. (1992), «Anomalies in intertemporal choice: evidence and interpretation», in *Quarterly Journal of Economics* 2, 573-597.
- LOEWENSTEIN G. – LERNER J. (2003), «The role of affect in decision making», in Dawson R. – Scherer R. – Goldsmith H.H. (ed.), *Handbook of affective science*, Oxford University Press, Oxford, 619-642.
- LUNN P. (2014), *Regulatory Policy and Behavioural Economics*, OECD Publishing, Paris.

- (2015), «Are Consumer Decision-Making Phenomena a Fourth Market Failure?», in *Journal of Consumer Policy*, 3, 315-331.
- LUPIÁÑEZ-VILLANUEVA F. – GASKELL G. – VELTRI G.A. et al. (2016), *Study on the impact of marketing through social media, online games and mobile applications on children's behaviour*. European Commission, Bruxelles, <[http://ec.europa.eu/consumers/consumer\\_evidence/behavioural\\_research/docs/final\\_report\\_impact\\_marketing\\_children\\_final\\_version\\_approved\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/behavioural_research/docs/final_report_impact_marketing_children_final_version_approved_en.pdf)>.
- OFGEM (2011), *What Can Behavioural Economics Say About GB Energy Consumers?*, OFGEM, London.
- (2012), *The Retail Market Review – Updated Domestic Proposals*, OFGEM, London.
- OLIVER A. (2015), «Nudging, Shoving, And Budging: Behavioural Economic Informed Policy», in *Public Administration*, 3, 700-714.
- PIELKE R.A. (2007), *The Honest Broker. Making Sense of Science in Policy and Politics*, Cambridge University Press, Cambridge.
- RICK S. – LOEWENSTEIN G. (2008), «The Role of Emotions in Economic Behavior», in Lewis M. – Haviland-Jones J. – Feldman L. (edd.), *Handbook of Emotions*, The Guilford Press, New York and London.
- SLOVIC P. (1995), «The construction of preferences», in *American Psychologist*, 50, 364-371.
- SOUSA J. – CIRIOLO E. – ALMEIDA S.R. – TROUSSARD X. (2016), *Behavioural insights applied to policy. European Report*, Joint Research Centre, <[http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC100146/kjna27726enn\\_new.pdf](http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC100146/kjna27726enn_new.pdf)>.
- STRECK W. (2010), «Does 'Behavioural economics' offer an alternative to the neoclassical paradigm? », in *Socio-Economic Review*, 2, 387-397.
- SUNSTEIN C. R. (2015), *Effetto nudge. La politica del paternalismo libertario*, Università Bocconi Editore, Milano.
- THALER R.H. – SUNSTEIN C.R. (2003), «Libertarian Paternalism», in *American Economic Review*, 2, 175-179.
- (2009), *Nudge. La spinta gentile. La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni su denaro, salute, felicità*, Feltrinelli, Milano.
- WANSINK B. (2013), «Turning Mindless Eating into Healthy Eating», in E. Shafir (ed.), *The Behavioural Foundations of Public Policy*, Princeton University Press, Princeton, NJ, 310-328.
- WANSINK B. – CHENEY M.M. (2005), «Super Bowls: serving bowl size and food consumption», in *The journal of the American Medical Association*, 293(14), 1727-1728.