

## Scheda Didattica

<b>Titolo</b>	La teoria del pungolo (Nudge) nel tempo delle decisioni
<b>Parole chiave</b>	Teoria delle Nudge; paternalismo; paternalismo libertario;
<b>Fornito da</b>	CENTRO STUDI DEMOSTENE
<b>Lingua</b>	ITA
<b>Obiettivi</b>	<p>Benvenuti! Siete pronti a scoprire il potere della <b>Teoria dei Nudge</b>? In questo corso esploreremo come piccoli cambiamenti nel modo in cui vengono presentate le opzioni possano influenzare profondamente le decisioni umane.</p> <p>Partiremo dai fondamenti del <b>paternalismo libertario</b> per poi tuffarci nel mondo digitale dei <i>choice engines</i>, strumenti capaci di rendere la nostra vita molto più semplice. Capiremo come l'architettura della scelta possa decretare il successo di un progetto e impareremo a riconoscere la <b>sludge</b>, la 'melma' che frena le decisioni corrette.</p> <p>Attraverso casi studio ed esempi concreti, vedremo come l'economia comportamentale possa trasformare la società. Questo corso è pensato per chiunque voglia unire psicologia e innovazione: alla fine del percorso, avrete acquisito conoscenze pratiche per sbloccare nuove possibilità e creare un cambiamento positivo e duraturo</p>
<b>Risultati dell'apprendimento</b>	<p>Al termine di questo corso, i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definire chiaramente ciò che costituisce un nudge e distinguerlo da altri interventi.</li> <li>• Comprendere i principi fondamentali dell'economia comportamentale e il loro collegamento con la teoria dei nudge.</li> <li>• Identificare e spiegare il quadro del paternalismo libertario.</li> <li>• Analizzare casi di studio ed esempi reali per valutare l'efficacia dei nudge.</li> </ul>

<p><b>Indice dei contenuti</b></p>	<p><b>Corso 1: La teoria Nudge e il suo ruolo nell'imprenditorialità d'impatto</b></p> <p><b>Unità 1: Introduzione</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Sezione 1: Che cos'è un Nudge?</li> <li>● Sezione 2: Perché i Nudge sono importanti?</li> </ul> <p><b>Unità 2: Teoria Nudge e imprenditorialità d'impatto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Sezione 1: Perché la Teoria Nudge può influenzare l'imprenditorialità d'impatto?</li> <li>● Sezione 2: Progettare i Nudge per il bene sociale</li> <li>● Sezione 3: Sfide e considerazioni etiche</li> </ul> <p><b>Unità 3: Applicazioni della Teoria Nudge</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Sezione 1: Architettura della scelta</li> <li>● Sezione 2: Strumenti decisionali online</li> </ul> <p><b>Unità 4: Conclusione</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Sezione 1: Principali risultati e insegnamenti</li> <li>● Sezione 2: Il futuro dei Nudge</li> </ul>
<p><b>Sviluppo dei contenuti</b></p>	<p><b>Corso 1: La Teoria Nudge e il suo ruolo nell'imprenditorialità d'impatto</b></p> <p><b>Unità 1: Introduzione</b></p> <p>Uno degli argomenti fondamentali esplorati dagli economisti comportamentali è la questione dell'autocontrollo. Perché gli individui persistono in comportamenti che riconoscono come controproducenti, come accumulare debiti con la carta di credito, ingrassare eccessivamente o continuare a fumare? Per affrontare queste sfide, le persone spesso adottano strategie di autodisciplina, che comportano la restrizione deliberata dell'accesso a opzioni allettanti ma dannose.</p> <p>Ad esempio, le persone che lottano contro la dipendenza dal gioco d'azzardo possono inserirsi volontariamente in liste di autoesclusione, che impediscono loro di accedere ai casinò.</p>

La teoria dei nudge, un concetto di economia comportamentale che ridisegna il nostro approccio al processo decisionale e al cambiamento comportamentale spiega che i nudge sono interventi (pungoli) sottili ma d'impatto che influenzano le azioni delle persone senza limitare la loro libertà di scelta. Sono stati utilizzati con successo per affrontare problemi urgenti, dalla promozione di pratiche sostenibili all'incoraggiamento di stili di vita più salutari, e ora hanno un immenso potenziale per guidare l'impatto imprenditoriale.

Ma come si possono applicare nel contesto dell'imprenditoria d'impatto? Potrete comprendere più a fondo come piccoli cambiamenti strategici nella progettazione delle scelte possano creare significativi benefici sociali e ambientali. Utilizzando esempi pratici e attività pratiche, esploreremo come i nudge possono amplificare la portata e l'efficacia delle iniziative orientate al raggiungimento di uno scopo.

La teoria dei nudge si basa sull'idea che l'architettura delle scelte, ossia il modo in cui le scelte sono strutturate e presentate, influisce notevolmente sul processo decisionale. Per esempio, in una mensa, posizionare gli alimenti più sani all'altezza degli occhi è una spinta che incoraggia abitudini alimentari migliori. Allo stesso modo, l'aggiunta di opzioni predefinite, come l'iscrizione automatica dei dipendenti a un piano pensionistico a meno che non scelgano di non farlo, aumenta la partecipazione senza eliminare la libertà personale.

Uno dei principi chiave della teoria dei nudge è il suo affidamento al paternalismo libertario, un concetto che combina due idee apparentemente opposte. Il termine "libertario" si riferisce al mantenimento della libertà di scelta individuale, mentre il "paternalismo" riconosce il ruolo della guida nella promozione di risultati positivi. I nudge sono concepiti per rispettare l'autonomia individuale e allo stesso tempo indirizzare le persone verso decisioni che migliorino il loro benessere o che siano in linea con obiettivi sociali più ampi.

#### *Perché questi pungoli sono importanti?*

Sviluppato da Richard Thaler e Cass Sunstein (2008), il concetto di nudge si basa sulle intuizioni dell'economia comportamentale e della psicologia, in particolare sul lavoro di Daniel Kahneman (*Thinking, Fast and Slow*). Il lavoro di psicologi e neuroscienziati, su cui si è basato Kahneman, è confluito in una descrizione del funzionamento del cervello che chiarisce queste apparenti contraddizioni. Il loro approccio sottolinea la distinzione tra due tipi di pensiero:

Due sistemi cognitivi:

1. **sistema automatico:** incontrollato, senza sforzo, associativo, veloce, inconscio, abile.

2. **sistema riflessivo:** controllato, impegnativo, deduttivo, lento, consapevole, rispettoso delle regole.

Il processo decisionale umano è influenzato da una serie di pregiudizi e tendenze cognitive che i nudge cercano di risolvere. È così che i nudge funzionano, se impostiamo il nostro cervello su un sistema automatico, senza che si creino problemi.

Progettando ambienti e scelte che "pungolano" le persone a prendere decisioni migliori, gli individui possono ottenere risultati in linea con i loro obiettivi a lungo termine, spesso senza rendersene conto. Ad esempio, disporre gli alimenti sani all'altezza degli occhi in una mensa facilita la scelta di opzioni nutrienti senza pensarci attivamente. Questo intervento sfrutta il sistema automatico, evitando la necessità di un processo decisionale riflessivo e impegnativo.

I nudge sono importanti perché sfruttano tendenze umane come l'inerzia, il comportamento predefinito e l'influenza sociale, trasformandole in strumenti per un cambiamento positivo. Invece di lottare contro gli schemi cognitivi naturali, i nudge si allineano con essi, offrendo un percorso verso un miglioramento del processo decisionale che l'individuo percepisce senza sforzo.

Altre sezioni di questo corso approfondiranno esempi pratici e meccanismi specifici di nudge, mostrando come possono affrontare i pregiudizi cognitivi e migliorare i risultati in vari ambiti.

## Unità 2: Teoria Nudge e imprenditorialità d'impatto

### *Perché la Teoria Nudge può influenzare l'imprenditorialità d'impatto?*

L'imprenditorialità d'impatto si riferisce alla ricerca di imprese che danno priorità alla creazione di valore sociale, ambientale o culturale accanto al profitto economico. Questi imprenditori affrontano sfide globali urgenti come la povertà, il cambiamento climatico e la disuguaglianza sviluppando soluzioni sostenibili e innovative. Il loro lavoro spesso unisce le pratiche commerciali tradizionali alla missione di rendere il mondo un posto migliore.

L'economia comportamentale, lo studio di come i fattori psicologici ed emotivi influenzano il processo decisionale, svolge un ruolo fondamentale nella comprensione e nella formazione del comportamento degli individui e delle comunità. Gli imprenditori d'impatto operano spesso in ambienti in cui il comportamento umano è un fattore chiave, sia che si tratti di motivare pratiche ecologiche, incoraggiare l'alfabetizzazione finanziaria o promuovere scelte di vita

più sane. La comprensione delle tendenze e dei pregiudizi comportamentali consente alle imprese d'impatto di elaborare strategie e soluzioni che risuonano profondamente con i loro destinatari.

Ad esempio:

- Incoraggiare le persone a riciclare in modo più efficace rendendo i cestini più visibili e accessibili.
- Progettare strumenti finanziari che utilizzano la gamification per spingere le persone a risparmiare.

La teoria delle spinte può essere uno strumento di trasformazione per gli imprenditori d'impatto, offrendo metodi per guidare il cambiamento dei comportamenti in modi sottili ma potenti:

1. **Allineare gli incentivi al comportamento:** I nudge consentono agli imprenditori di progettare interventi che allineano il comportamento umano ai risultati sociali o ambientali desiderati. Ad esempio, la definizione di opzioni predefinite per le scelte sostenibili, come i piani di energia rinnovabile, può aumentare significativamente i tassi di adozione senza imporre obblighi.
2. **Soluzioni efficaci dal punto di vista dei costi:** Molti imprenditori d'impatto devono far fronte a limitazioni di risorse. I nudge offrono interventi a basso costo e ad alto impatto. Cambiare la presentazione delle scelte o modificare la progettazione di un ambiente può portare a significativi cambiamenti di comportamento senza richiedere grandi investimenti.
3. **Scalabilità:** I nudge sono scalabili e possono raggiungere grandi popolazioni senza bisogno di un'interazione diretta. Ad esempio, l'uso di promemoria o notifiche per spingere i clienti verso abitudini più sane o pagamenti puntuali è efficiente e d'impatto.
4. **Promuovere le norme sociali:** La teoria delle spinte fa leva sull'influenza sociale evidenziando i comportamenti positivi all'interno delle comunità. Gli imprenditori d'impatto possono utilizzare questa teoria per incoraggiare azioni collettive, come la riduzione dell'uso dell'acqua o la partecipazione a programmi comunitari.
5. **Creare un impatto duraturo:** Inserendo i nudge nella progettazione di prodotti, servizi o sistemi, gli imprenditori d'impatto possono creare cambiamenti duraturi nei comportamenti. Questi interventi sottili permettono agli individui e alle comunità di fare scelte migliori, in linea con il loro benessere a lungo termine.

### *Progettare i Nudge per il bene sociale*

La teoria offre un approccio versatile ed efficace per risolvere le sfide sociali. Sfruttando le intuizioni dell'economia comportamentale, i responsabili politici, le organizzazioni e i singoli individui possono creare interventi sottili che incoraggiano un migliore processo decisionale preservando l'autonomia. Se progettati con attenzione, i nudge hanno il potere di affrontare problemi urgenti come la salute pubblica, il cambiamento climatico e l'equità sociale.

Principi chiave nella progettazione di Nudge efficaci per il bene sociale:

#### **1. Definire obiettivi sociali chiari**

Ogni nudge inizia con un obiettivo chiaramente definito. Gli obiettivi sociali devono riguardare risultati specifici e misurabili, in linea con i benefici più ampi per la società. Ad esempio, la riduzione degli sprechi alimentari, l'aumento dell'affluenza a partecipare alle votazioni o l'incoraggiamento dell'efficienza energetica si prestano bene a interventi di nudge.

#### **2. Sfruttare gli approfondimenti comportamentali**

Le spinte hanno successo quando si allineano agli schemi cognitivi umani. Ad esempio, inquadrare una decisione in termini di perdite potenziali ("risparmi 50 euro al mese passando alle energie rinnovabili") è spesso più motivante che evidenziare i potenziali guadagni ("guadagni 50 euro di crediti mensili").

La progettazione di nudge efficaci richiede una profonda comprensione del contesto culturale, sociale ed economico in cui verranno attuati. Ciò che risuona con un gruppo può essere irrilevante, o addirittura offensivo, per un altro. Le norme culturali, le credenze locali e i valori della società influenzano pesantemente il modo in cui un nudge viene percepito e il raggiungimento dei risultati previsti. Per esempio, un messaggio sulla responsabilità ambientale potrebbe ispirare l'azione in una società che dà priorità alla sostenibilità, ma fallire in una comunità in cui la sopravvivenza economica immediata ha la precedenza. Inoltre, le differenze infrastrutturali, come l'accesso alla tecnologia o ai servizi pubblici, possono limitare l'efficacia dei nudge progettati senza considerare questi vincoli.

Per affrontare questa sfida è necessario condurre ricerche approfondite e coinvolgere gli stakeholder locali durante la fase di progettazione, per garantire che l'intervento sia in linea con le esigenze e le preferenze della popolazione target.

#### **3. Test, apprendimento e iterazione**

I nudge non sono adatti a tutti. Test rigorosi assicurano che raggiungano i risultati previsti. Metodi come i test A/B e gli studi di controllo randomizzati possono rivelare ciò che funziona meglio. L'iterazione perfeziona il progetto per massimizzare l'efficacia.

I nudge che hanno successo su piccola scala possono faticare a fornire gli stessi risultati quando vengono estesi a popolazioni più numerose. Le limitazioni delle risorse, come i finanziamenti, il personale e la tecnologia, possono ostacolare l'implementazione su larga scala. Ad esempio, un nudge che richiede una comunicazione personalizzata può diventare impraticabile per milioni di utenti a causa di problemi logistici. Inoltre, le variazioni delle condizioni locali, come il diverso accesso alle infrastrutture o alla tecnologia, possono portare a risultati incoerenti quando un nudge viene esteso oltre il suo contesto originale.

Per superare queste barriere, i progettisti devono dare priorità alla semplicità e all'efficacia dei costi nei loro interventi. L'utilizzo di strumenti scalabili come le piattaforme digitali o lo sfruttamento delle infrastrutture esistenti possono contribuire a ridurre i costi mantenendo l'impatto. Anche i test in ambienti diversi prima della piena attuazione possono evidenziare potenziali problemi e consentire adattamenti.

#### 4. Inserire i Nudge nei contesti quotidiani

I nudge sono più efficaci quando sono perfettamente integrati negli ambienti decisionali quotidiani. Quanto minore è l'impegno richiesto per seguire il processo, tanto maggiore è la probabilità che il nudge abbia successo.

Mentre le spinte producono spesso cambiamenti comportamentali immediati, sostenere questi effetti nel tempo è più impegnativo. Molti stimoli si basano sulla novità per catturare l'attenzione e incoraggiare l'azione, ma una volta che gli individui si abituano all'intervento, la sua influenza può diminuire. Per esempio, un promemoria che ricorda di fare esercizio fisico regolarmente potrebbe inizialmente aumentare la partecipazione, ma perdere il suo effetto quando le persone ignorano o si sintonizzano sul messaggio. Per misurare l'impatto a lungo termine dei nudge sono necessari solidi sistemi di monitoraggio e valutazione che seguano il comportamento per mesi o anni.

Un'altra difficoltà è quella di isolare l'effetto di un nudge da altre variabili, come campagne esterne o tendenze sociali. Questa sfida complica la valutazione del fatto che l'intervento da solo abbia determinato i risultati osservati. Affrontare questo problema richiede una progettazione sperimentale rigorosa, che includa gruppi di

controllo e studi longitudinali. I progettisti devono anche considerare come aggiornare o adattare i nudge nel tempo per mantenerne l'efficacia.

### *Considerazioni etiche*

I nudge devono preservare la capacità degli individui di fare scelte indipendenti. Se da un lato le opzioni predefinite (ad esempio, l'iscrizione automatica ai piani pensionistici) possono aumentare la partecipazione, dall'altro le persone dovrebbero avere a disposizione modi chiari e semplici per scegliere di non partecipare.

Nel promuovere la donazione di organi, Paesi come l'Austria utilizzano un sistema di *opt-out* in cui la donazione è l'opzione predefinita. La trasparenza garantisce che le persone mantengano la loro piena autonomia, ottenendo al contempo tassi di donazione più elevati.

Sebbene i nudge si basino su pregiudizi cognitivi, il loro uso non dovrebbe mai manipolare o sfruttare le persone in modo sleale.

I rivenditori che spingono i clienti verso acquisti non necessari con la scusa degli sconti rischiano di minare la fiducia e la responsabilità etica.

I Nudge non devono avvantaggiare in modo sproporzionato alcuni gruppi e svantaggiare altri. È fondamentale garantire l'inclusività nella progettazione e nell'attuazione.

Un programma di bike-sharing a Chicago ha promosso i benefici ambientali, ma ha trascurato di affrontare la questione dell'accessibilità nei quartieri meno serviti. L'aggiunta di sussidi e programmi di sensibilizzazione ha reso l'iniziativa più equa.

Le persone hanno il diritto di sapere quando vengono influenzate e perché? La trasparenza favorisce la fiducia e consente di prendere decisioni informate.

Una mensa universitaria che promuoveva pasti a base vegetale li ha etichettati chiaramente e ha incluso informazioni sui loro benefici ambientali. Questo approccio ha incoraggiato scelte informate e volontarie.

Come affrontiamo le sfide etiche?

1. **Coinvolgimento delle parti interessate:** Il coinvolgimento di gruppi diversi nel processo di progettazione garantisce equità e inclusività e può contribuire a coinvolgere un maggior numero di persone nel processo decisionale.
2. **Supervisione indipendente:** I comitati di revisione etica possono valutare gli interventi di nudge su larga scala per garantire l'allineamento con i valori della società.

3. **Valutazione periodica:** I nudge devono essere valutati periodicamente per individuare eventuali conseguenze indesiderate e riallineati se necessario.

### Unità 3: Applicazioni della teoria Nudge

#### *Principi chiave dell'architettura della scelta.*

Il concetto di architetto della scelta è centrale nella teoria dei nudge, in quanto questi individui o entità progettano ambienti che guidano sottilmente le decisioni senza limitare la libertà di scelta. Gli architetti della scelta esercitano un'influenza significativa strutturando il modo in cui vengono presentate le informazioni e le opzioni, modellando efficacemente il comportamento in modi prevedibili. Uno degli strumenti più efficaci è l'uso di opzioni predefinite che sfruttano la tendenza naturale delle persone a evitare cambiamenti o sforzi. Per esempio, l'iscrizione automatica alla donazione di organi o ai programmi di risparmio per la pensione produce tassi di partecipazione sostanzialmente più elevati rispetto alla richiesta di adesione manuale. Un'altra strategia cruciale impiegata dagli architetti della scelta è la semplificazione. Eliminando la complessità non necessaria, rendono le decisioni più facili da elaborare per gli individui, riducendo il carico cognitivo associato all'analisi di più opzioni o dettagli tecnici.

Inoltre, la salienza è un principio che gli architetti delle scelte utilizzano per evidenziare le informazioni o le caratteristiche critiche, facendo in modo che risaltino in un ambiente disordinato. Ad esempio, l'etichettatura degli alimenti non salutari con chiare avvertenze nutrizionali richiama l'attenzione sui rischi potenziali, spingendo i consumatori verso scelte più sane. L'inquadramento è un altro strumento nell'arsenale dell'architetto delle scelte, poiché le decisioni possono essere influenzate dal modo in cui le opzioni vengono presentate, enfatizzando i risultati positivi ("90% senza grassi") piuttosto che quelli negativi ("10% di grassi"). Inoltre, le norme sociali possono essere sfruttate enfatizzando ciò che fanno gli altri, poiché le persone sono spesso influenzate dal comportamento dei loro pari. Ad esempio, è stato dimostrato che le campagne di risparmio energetico che mettono a confronto il consumo energetico di una famiglia con quello dei vicini riducono i consumi.

Il ruolo di un architetto della scelta va oltre la semplice organizzazione delle opzioni; richiede una profonda comprensione della psicologia umana, dei pregiudizi e delle tendenze decisionali. Il loro obiettivo finale è incoraggiare comportamenti in linea con gli obiettivi sociali, organizzativi o individuali, senza imporre restrizioni. Progettando con cura gli ambienti decisionali secondo questi principi, gli architetti della scelta creano condizioni che spingono gli individui verso risultati migliori - che

si tratti di migliorare la salute, risparmiare denaro o proteggere l'ambiente - pur mantenendo il principio fondamentale di preservare l'autonomia.

Lo scienziato comportamentale Todd Rogers ha condotto degli esperimenti durante la stagione delle elezioni primarie per testare l'impatto del porre agli elettori domande di follow-up sulle loro intenzioni di voto. Queste domande includevano: 1) "A che ora pensa di recarsi alle urne?". 2) "Da dove verrà?" e 3) "Cosa pensa di fare prima di uscire?". Questo approccio è stato ispirato dalla ricerca dello psicologo Peter Gollwitzer sulle **intenzioni di realizzazione**, che ha dimostrato che gli individui hanno maggiori probabilità di raggiungere i loro obiettivi quando pianificano esplicitamente come realizzarli. I risultati dell'esperimento sono stati convincenti: invitare gli elettori a fare piani specifici ha aumentato l'affluenza alle urne di 4,1 punti percentuali. In particolare, l'effetto è stato ancora più pronunciato tra gli individui che vivono in famiglie unipersonali, dimostrando il potere dei suggerimenti personalizzati per la pianificazione nel motivare il comportamento.

Vogliamo esaminare tre strumenti di architettura di scelta:

#### Opzioni predefinite

Le opzioni predefinite sono scelte preimpostate che entrano in vigore se non viene presa una decisione attiva. Thaler e Sunstein sottolineano come le opzioni predefinite sfruttino la tendenza umana all'inerzia e allo status quo: le persone sono più propense a rimanere fedeli a una determinata opzione piuttosto che impegnarsi per cambiarla. Ad esempio, nei piani di risparmio pensionistico, l'iscrizione automatica dei dipendenti (con la possibilità di scegliere di non aderire) aumenta significativamente i tassi di partecipazione rispetto alla richiesta di adesione. I default funzionano perché semplificano il processo decisionale e riducono l'attrito, soprattutto in situazioni in cui gli individui si trovano di fronte a complessità o incertezza. I default efficaci possono guidare le persone verso scelte vantaggiose senza limitare la loro libertà di scelta.

#### Dare un feedback

Il feedback è essenziale per aiutare le persone a comprendere i risultati delle loro decisioni e a modificare il loro comportamento di conseguenza. Un feedback tempestivo, chiaro e attuabile sta guidando le persone verso scelte migliori. Ad esempio, molte automobili forniscono ora un feedback in tempo reale sull'efficienza del carburante, incoraggiando i conducenti ad adottare abitudini di guida più ecologiche. Allo stesso modo, i termostati intelligenti forniscono ai proprietari di casa un feedback sul consumo energetico, consentendo loro di modificare i comportamenti di riscaldamento o raffreddamento. Il feedback migliora il processo decisionale colmando il divario tra le azioni e le loro

conseguenze, soprattutto in situazioni in cui i risultati delle decisioni sono ritardati o astratti. Se progettato in modo efficace, il feedback funge da stimolo, aiutando gli individui ad allineare il loro comportamento con i loro obiettivi o con i benefici della società.

Infine, ma non meno importante, abbiamo gli incentivi:

Gli incentivi sfruttano la motivazione naturale delle persone a cercare ricompense ed evitare sanzioni, influenzando le loro scelte in modo prevedibile. Per progettare incentivi efficaci è necessario capire come gli individui percepiscono i costi e i benefici. Ad esempio, l'offerta di crediti d'imposta per l'installazione di pannelli solari motiva un comportamento ecologico rendendo i benefici finanziari immediati e tangibili. Allo stesso modo, l'addebito di una tassa per l'utilizzo di sacchetti di plastica può scoraggiare l'uso di questi ultimi, indirizzando gli individui verso alternative riutilizzabili. È importante che gli incentivi siano strutturati in modo da allinearsi con gli obiettivi a lungo termine ed evitare conseguenze indesiderate. Progettando in modo ponderato gli incentivi finanziari, sociali o emotivi, gli architetti della scelta possono creare ambienti in cui gli individui sono incoraggiati a fare scelte che vanno a beneficio sia di loro stessi che della società.

Strumenti decisionali online

**stickK.com: Una piattaforma di impegno per il cambiamento comportamentale**

stickK.com è un'innovativa piattaforma di definizione degli obiettivi creata dagli economisti comportamentali dell'Università di Yale, progettata per aiutare gli individui a raggiungere i propri obiettivi personali e professionali attraverso il potere della responsabilità e dell'impegno. La piattaforma si basa sul concetto di Contratto di impegno, uno strumento psicologico e comportamentale che incoraggia gli utenti a formalizzare i propri obiettivi e a stabilire chiare conseguenze in caso di fallimento. Gli utenti iniziano definendo un obiettivo specifico e misurabile, come perdere peso, fare esercizio fisico regolare, risparmiare denaro o completare un progetto entro una scadenza.

Ciò che distingue stickK è l'uso esclusivo della posta in gioco e della responsabilità per motivare il cambiamento comportamentale. Gli utenti possono scegliere di mettere in gioco denaro vero, che perdono se non rispettano il loro impegno. Questa sanzione finanziaria può essere indirizzata a un ente di beneficenza, a un amico o anche a un'"anti-carità" - un'organizzazione a cui l'utente si oppone - per aumentare ulteriormente la motivazione. Il concetto di posta in gioco monetaria è radicato nell'avversione alle perdite, un principio dell'economia comportamentale che suggerisce che le persone sono più spinte a evitare le perdite che ad acquisire guadagni equivalenti.

Un'altra caratteristica di stickK.com è il sistema di arbitraggio. Gli utenti possono nominare una persona fidata per monitorare i loro progressi e verificare se hanno rispettato gli impegni presi. Questo aggiunge un ulteriore livello di responsabilità e riduce la probabilità di autoinganno. Inoltre, la piattaforma incoraggia gli utenti a invitare sostenitori, amici o familiari, che forniscono incoraggiamento e supporto sociale durante il processo.

stickK integra anche il monitoraggio dei progressi e il reporting, consentendo agli utenti di monitorare il loro percorso verso gli obiettivi. La piattaforma invia regolarmente promemoria e aggiornamenti, assicurando che gli impegni rimangano in primo piano. La sua efficacia risiede nella capacità di combinare i principi delle scienze comportamentali - come l'impegno, la responsabilità e l'avversione alle perdite - in uno strumento accessibile e facile da usare. Che l'obiettivo sia personale, come il miglioramento della salute, o professionale, come il rispetto delle scadenze, stickK consente agli utenti di assumere il controllo delle proprie abitudini e di ottenere un cambiamento duraturo.

Unendo la tecnologia a strategie comportamentali collaudate, stickK.com dimostra come le piattaforme digitali possano supportare il processo decisionale e il raggiungimento degli obiettivi, offrendo agli utenti un quadro strutturato per superare la procrastinazione, i dubbi e l'incoerenza.

fig.1 sito web di stickK

### Register for stickK now!

Commit, achieve, support, discover - explore a social network that dares you to change. What's stopping you? stickK:

- ✓ Offers a free version
- ✓ Is available wherever you are
- ✓ Is fun to do
- ✓ Is proven to work

Sign up

#### Unità 4: Conclusione

##### *Cosa non è Nudge*

Mentre i nudge mirano a facilitare un migliore processo decisionale semplificando i processi e riducendo le barriere, lo sludge rappresenta l'approccio opposto. Lo Sludge è l'introduzione deliberata di ostacoli per rendere più difficili alcune azioni, spesso con l'intento di scoraggiare gli individui dal continuare un processo. Ad esempio, le aziende possono utilizzare procedure di cancellazione complicate per dissuadere i clienti dal disisciversi dai servizi o imporre un eccesso di documentazione cartacea per ritardare le richieste di prestazioni. A differenza dei nudge, che sono in linea con i principi etici in quanto cercano di migliorare i risultati individuali e sociali, gli sludge spesso servono a scopi di interesse personale, creando frustrazione e inefficienza. Affrontare il problema dello sludge è fondamentale per garantire che gli interventi comportamentali rimangano etici e incentrati sul potenziamento degli utenti, piuttosto che sul loro sfruttamento.

##### *Il futuro del Nudge nell'imprenditoria d'impatto*

	<p>Il futuro della teoria dei nudge è molto promettente nel campo dell'imprenditoria d'impatto, in cui le imprese mirano a creare valore sociale e ambientale insieme ai ritorni finanziari. Integrando i nudge nelle loro attività, gli imprenditori orientati all'impatto possono incoraggiare comportamenti positivi come l'adozione di pratiche sostenibili, il miglioramento dei risultati sanitari o la promozione dell'alfabetizzazione finanziaria. Ad esempio, le startup potrebbero utilizzare le intuizioni comportamentali per progettare applicazioni che ricompensino gli utenti per aver ridotto l'impronta di carbonio o per semplificare l'accesso all'assistenza sanitaria a prezzi accessibili. Con il progredire della tecnologia, i nudge personalizzati alimentati da dati e intelligenza artificiale miglioreranno ulteriormente l'efficacia degli interventi, adattandoli alle esigenze e alle preferenze individuali. Abbracciando la teoria dei nudge, gli imprenditori d'impatto possono guidare un cambiamento significativo su scala, promuovendo un mondo in cui l'innovazione aziendale si allinea al benessere e alla sostenibilità della società.</p>
<p>Glossario</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Paternalismo:</b> azione che limita la libertà o l'autonomia di una persona o di un gruppo e che ha lo scopo di promuovere il loro bene.</li> <li>● <b>Nudge:</b> Un concetto dell'economia comportamentale in cui interventi sottili influenzano le scelte delle persone senza limitare le opzioni, promuovendo i comportamenti desiderati.</li> <li>● <b>Economia comportamentale:</b> Lo studio di come i fattori psicologici, cognitivi ed emotivi influenzino il processo decisionale economico.</li> <li>● <b>Architettura della scelta:</b> L'organizzazione delle scelte in modo da influenzare il processo decisionale, un concetto fondamentale del nudging.</li> <li>● <b>Fanghi:</b> i fanghi rendono più difficile un processo con l'obiettivo di creare attrito, rendendo il consumatore meno propenso a continuare il processo.</li> </ul>
<p>Autovalutazione (domande e risposte a scelta multipla)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Qual è la caratteristica principale di un nudge?</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Utilizza incentivi monetari</li> <li>b) Si basa sulla coercizione</li> <li>c) È sottile e non coercitivo (Risposta corretta)</li> </ol> </li> <li>2. <b>Quale dei seguenti è un esempio di paternalismo libertario?</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Le leggi sulle vaccinazioni obbligatorie</li> <li>b) Sistemi di donazione di organi con opt-out (Risposta corretta)</li> </ol> </li> </ol>

c) Sanzioni fiscali per comportamenti non salutari

3. **Qual è lo scopo principale dell'architettura della scelta?**

- a) Progettare spazi fisici per un processo decisionale ottimale.
- b) influenzare il modo in cui vengono presentate le scelte per guidare le decisioni (risposta corretta)
- c) Limitare il numero di scelte disponibili per semplificare le decisioni.

4. **Quale dei seguenti NON è considerato un incentivo?**

- a) Collocare gli alimenti più sani all'altezza degli occhi in una caffetteria
- b) Imporre multe per chi non ricicla (Risposta corretta)
- c) Iscrivere automaticamente i dipendenti ai piani di risparmio per la pensione.

5. **Quale dei seguenti è un esempio di spinta?**

- a) Offrire ricompense finanziarie per il completamento di attività
- b) rendere più accessibili le opzioni di cibo sano in una mensa (risposta corretta)
- c) Introdurre sanzioni per il mancato riciclaggio dei rifiuti

**Bibliografia**

**Libri:**

**Thaler, R. & Sunstein, C. (2008).** *Nudge: Migliorare le decisioni su salute, ricchezza e felicità.*

**Kahneman, D. (2011).** *Pensiero veloce e lento.*

**Raworth, K. (2017).** *Economia della ciambella: Sette modi per pensare come un economista del XXI secolo.*

**Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010).** *Generazione di modelli di business.*

**Chang, A.M. (2018).** *Lean Impact: come innovare per un bene sociale radicalmente maggiore.*

**Yunus, M. (2007).** *Creare un mondo senza povertà.*

**Articoli e documenti:**

**Mulgan, G. (2006).** *Il processo di innovazione sociale.* *Innovazioni*, 1(2), 145-162.

**Dolan, P. e Galizzi, M. (2015).** *Le ricadute comportamentali e le loro implicazioni per la politica.* *Journal of Economic Psychology*.

	<p><b>Indagini annuali del GIIN sugli investitori d'impatto</b> (disponibili su <a href="http://www.thegiin.org">www.thegiin.org</a>).</p>
<p><b>Risorse</b> (video, link di riferimento)</p>	<p><b><u>Risorse online:</u></b></p> <p><b>Team di analisi comportamentale (BIT)</b> - <a href="http://www.bi.team">www.bi.team</a></p> <p><b>Rete globale degli investimenti d'impatto (GIIN)</b> - <a href="http://www.thegiin.org">www.thegiin.org</a></p> <p><b>Stanford Social Innovation Review (SSIR)</b> - <a href="http://www.ssir.org">www.ssir.org</a></p> <p><b>Utilizzo di tecniche basate sui dati che favoriscono il cambiamento comportamentale</b> <a href="http://www.stickk.com">www.stickk.com</a></p> <p><b><u>Podcast e video:</u></b></p> <p><b>"The Behavioral Economics Podcast"</b> (disponibile su Spotify).</p> <p><b>TED Talk: "La rivoluzione dell'imprenditore sociale"</b> di Muhammad Yunus</p>