

ELZEVIRO

L'Europa come spinta gentile

Gli effetti delle scelte pubbliche devono essere vagliati e verificati dall'approccio sperimentale delle «behavioral sciences». Un approccio finalmente abbracciato dalla Commissione

di **Matteo Motterlini e Alberto Alemanno**

Accettereste di prendere una medicina la cui provata efficacia non sia stata rigorosamente controllata? Perché allora non si dovrebbe richiedere lo stesso tipo di evidenza prima dell'implementazione di politiche pubbliche che influenzano il benessere di milioni di persone? È quanto è stato discusso durante la giornata di lavori indetta dal «Dipartimento Generale per la salute e i consumatori» della Commissione Europea, specificamente finalizzata all'applicazione delle scienze comportamentali alla politica pubblica (*Applying behavioral insights to policy making*).

Il 30 settembre scorso a Bruxelles c'eravamo anche noi a portare il nostro contributo di idee, insieme a politici, ricercatori, aziende private, accademici, giuristi, e vari rappresentanti di organizzazioni di consumatori. La Commissione ha posto la questione di come governare il cambiamento nel modo più efficace, responsabile e trasparente al centro dei suoi obiettivi di modernizzazione del processo decisionale europeo. Le politiche pubbliche scelte dai governanti influenzano, e spesso ambiscono a condizionare (si pensi a interventi mirati al cambiamento degli stili di vita individuali oppure al consumo energetico), le decisioni e i comportamenti quotidiani di milioni di cittadini. Tali politiche, fino a oggi, sono sempre state ispirate da economisti e interpretate da giuristi. Ma cosa ne sanno economisti e giuristi del comportamento umano? Perché psicologi cognitivi e neuroscienziati, che negli ultimi trent'anni hanno svelato gli intimi meccanismi che si celano dietro le nostre scelte, sono consultati di rado o non consultati affatto, quando occorre progettare una nuova politica in materia fiscale o ambientale?

Sentire allora affermare che «il comportamento delle persone è rilevante per le politiche della Unione Europea» ci è parso addirittura straordinario. Che si tratti di cambiare il comportamento verso un bene comune, come riciclare di più

o ridurre il consumo energetico; o si tratti di prevenire comportamenti contro il proprio interesse personale, per esempio cadere vittima delle trappole del marketing; o ancora, di tenere conto delle conseguenze future delle nostre azioni, come mangiare sano o non fumare: «il comportamento è l'elemento chiave del successo di ogni iniziativa di policy».

Incorporare i risultati delle scienze comportamentali (*behavioral sciences*) nella concezione, sviluppo e adozione delle politiche pubbliche è pertanto l'obiettivo primario e l'ambizioso progetto a cui si è rivolta la Commissione; non in modo aneddotico, ma concreto e mirato.

E per essere concreti, come prima cosa, occorre mettere in discussione che le persone prendano decisioni in modo (economicamente) razionale. Se fumiamo, mangiamo troppo, risparmiamo poco e ci indebitiamo molto significa che non mettiamo invariabilmente in pratica una corretta analisi costi e benefici delle nostre azioni. Prendiamo il fumo, per esempio, a parte alzare le tasse oppure proibirlo nei locali pubblici, è possibile anche agire sui messaggi di avvertimento e sulle immagini da mettere sui pacchetti. Questi aspetti sono già regolamentati dalla Ue. Ma quali messaggi e quali immagini sono più efficaci è precisamente quanto va controllato tenendo in preciso conto i meccanismi cognitivi che influenzano le decisioni. È più efficace la scritta "il fumo uccide" o la foto di un paziente sul letto di ospedale reduce da un'operazione di cancro al polmone, o entrambe le cose? Lo possiamo sapere solo attraverso la sperimentazione. E in questo caso la tecnica investigativa è quella dei celebri *randomized controlled trials*, che ha dato eccellente prova di sé nella ricerca farmaceutica e clinica. Si confronta un gruppo di controllo (per esempio posto di fronte a pacchetti di sigarette ordinari) e un gruppo che ha ricevuto il trattamento (esposto a pacchetti di sigarette con fotografie scioccanti) e si valuta se l'effetto desiderato (diminuzione della prevalenza dei fumatori) è stato conseguito.

Oppure si pensi al fenomeno sempre più diffuso del gioco d'azzardo online. Oggi si stima che le entrate che lo Stato ottiene tassando il gioco saranno sensibilmente superate dai costi che dovrà sostenere per curare le ludopatie. Quali possibili interfacce, immagini e pop up possono essere adottati per far sì che aiutino le persone a non rovinarsi al gioco? La risposta non potrà che tenere conto dei meccanismi mentali o addirittura neurobiologici sempre meglio indagati, e dalle ipotesi che queste nuove conoscenze ispirano; ipotesi la cui efficacia dovrà essere sperimentata sul campo.

Il dibattito lanciato dalla Commissione illustra l'attuale tendenza secondo cui l'obiettivo perseguito dalle politiche pubbliche non debba limitarsi a informare il pubblico riguardo gli effetti negativi di determinate scelte, ma quello di modificare le norme sociali e regolare, secondo la terminologia specialistica, «l'ambiente di scelta» per «de-normalizzare» il gioco d'azzardo o il consumo del tabacco. Così, per esempio, la scelta di consumare (tabacco, alcool, cibo non salutare) non è impedita o resa eccessivamente onerosa, ma organizzata in un nuovo contesto volto a fungere da "spinta gentile" (*nudge*) nella direzione dell'astinenza.

È vero che si tratta di un procedimento laborioso e costoso, ma quale è il prezzo di una politica pubblica sbagliata? Se sperimentare costa, quanto può costarci non farlo?

Jean Monnet Chair in Eu Law & Risk Regulation alla Hec Paris

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Olivier Oullier, Behavioral insights are vital to policy-making, Nature, 25 september, 2013-10-03

Applying Behavioral Sciences to Eu Policy Making, European Commission JRC Scientific and Policy Report 2013

http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/information_sources/consumer_affairs_events_en.htm