

NUDGE PER GOVERNARE

Motterlini, una spinta alle riforme

di **Mario Ricciardi**

La nomina di Matteo Motterlini tra i componenti del gruppo di advisor coordinato da Tommaso Nannicini presso Palazzo Chigi è una buona notizia, ma non è una sorpresa. Motterlini è un filosofo della scienza, insegna al **San Raffaele**, dove dirige il Cresa (Centro di ricerca di epistemologia sperimentale e applicata) e da anni si occupa di *behavioural economics* e di *evidence-based policy*, due ambiti di indagine cruciali per migliorare la qualità della *governance*. Di tali temi Motterlini ha scritto di frequente anche per questo supplemento. Numerose sono le sue pubblicazioni scritte per il grande pubblico (ricordiamo l'ultima: *La psicoeconomia di Charlie Brown*, Rizzoli, recensito da Armando Massarenti il 12 ottobre 2014) che hanno fatto tanto per far conoscere nel nostro Paese i risultati ottenuti dal *Behavioural Insights Team* del Regno Unito e da altre strutture analoghe che sono state istituite negli ultimi anni da alcuni governi. Difficile quindi immaginare qualcuno più qualificato per consigliare governo e legislatore nel mettere in pratica le innovazioni suggerite dal nuovo approccio alla *regulation* basato sui *Nudge*, ovvero le "spinte gentili" che, intervenendo sull'architettura delle scelte, possono aiutare cittadini e consumatori a "fare la cosa giusta" con un ricorso minimo a prescrizioni e sanzioni.

L'idea di fondo, proposta da Richard H. Thaler e Cass R. Sunstein, è di sfruttare la migliore comprensione che oggi abbiamo di come pensano gli esseri umani nella vita quotidiana, per orientarne il comportamento in modo non coercitivo. Ciò avviene non solo introducendo incentivi, come suggeriva l'approccio economico tradizionale, ma anche attraverso interventi di regolamentazione che facilitino comportamenti virtuosi per individui a razionalità limitata. Non è difficile immaginare diversi settori in cui l'approccio basato sui *Nudge* potrebbe avere un impatto drammatico. Si pensi, tanto per fare un esempio, al passaggio da una concezione standard a una "comportamentale" delle asimmetrie informative: le situazioni più insidiose per un consumatore, come ha scritto

Motterlini, non sono solo quelle in cui non ha a disposizione informazioni rilevanti sul prodotto che intende acquistare, ma anche quelle in cui compie una scelta senza essere del tutto consapevole di informazioni rilevanti su sé stesso, sulle proprie abitudini, esigenze e preferenze ragionevoli. Da qui l'esigenza di regole che lo aiutino a vedere in modo più chiaro le opzioni in gioco, il loro valore relativo, che lo mettano al riparo da errori cognitivi e che rendano più agevole sul piano motivazionale, e meno oneroso su quello economico, compiere le scelte che hanno maggiore probabilità di generare conseguenze positive.

La sfida dell'innovazione per un Paese non si gioca soltanto sul campo della tecnologia. La nostra capacità di competere dipende anche in maniera essenziale da quell'infrastruttura soft che sono le istituzioni e i contesti di scelta. La rivoluzione comportamentale nel campo dell'economia ci sta mettendo a disposizione le conoscenze per intervenire sull'architettura delle scelte individuali in modo efficace senza interferire troppo con la libertà delle persone e adottando un approccio sperimentale. Ciò avviene, tra l'altro, con costi contenuti, come mostrano le esperienze dei Paesi in cui questi metodi sono già stati impiegati con successo.

La nuova concezione della *governance* proposta nei suoi lavori da Motterlini può dare un contributo importante a uscire dallo sterile dibattito tra chi chiede più regole e chi ne vuole meno, tra chi invoca più intervento pubblico nelle attività private e chi non vuol sentirne parlare. Nessun ambiente di scelta è davvero neutrale, ma regole migliori possono rendere più efficienti le istituzioni aumentando il livello di soddisfazione dei cittadini. Speriamo di vedere presto all'opera anche in Italia la strategia dei *Nudge* per migliorare la qualità delle nostre scelte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

