

Indice

Introduzione	9
1. Un'economia a misura di Peanuts	15
L'economista inutile (o dannoso)	15
The times they are a-changin'	18
Con la spinta giusta	21
Da consumatori a cittadini	24
Emotional task force per spiriti animali	27
Medicinali per la democrazia	32
2. <i>Yes we nudge</i>	39
Una politica guidata dai dati	39
Un test da 60 milioni di dollari	42
Perché andiamo a votare?	47
Con un piede nella porta	50

Popolo bue?	57
Il dato che modifica se stesso	60
L'influenza reale delle amicizie virtuali	64
3. Le regole sociali di Charlie Brown	71
Tipi strategici	71
Il senso di colpa che ci rende cooperativi	76
Cervelli battono pubblicitari 3 a 0	79
L'indiscreto fascino dei colori del cervello	81
Uniti nel rimpianto	85
Mondi ipotetici e bolle reali	92
Emozioni a basso consumo	98
Investire in sentimenti	111
Le sirene delle carte di credito	114
Top(i) manager e marshmallow	121
4. Felici di default	129
Green default e donazioni di organi	129
Svegli e pensioni intelligenti	136
Mangiare senza pensare	142
La cultura della sazietà	147
Lotterie per dimagrire, checklist e barattoli tecnologici	155

Le lampadine che non «illuminano» il consumatore	161
Multe all'italiana	167
5. <i>Nudge-ocracy</i>	173
To BIT or not to BIT	173
Se nove persone su dieci pagano le tasse...	176
Politiche fiscali low cost	180
L'ecosostenibile leggerezza della bolletta «social»	183
Il consumatore poco socratico	193
La carta fedeltà che sapeva troppo	196
L'algoritmo delle emozioni	202
Il dato è mio e lo gestisco io	207
Governi aperti per cittadini fiduciosi	211
Conclusioni. Più Peanuts per tutti	215
<i>Note</i>	221
<i>Indice dei nomi</i>	263