



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI "M.FANNO"

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE E
SANITARIE

PROVA FINALE

COSTI SOCIALI DEL FUMO E POLITICHE DI NUDGING

RELATORE: PROF. VINCENZO REBBA

LAUREANDA: NADIA LABERIO MINOZZI

MATRICOLA N. 1091895

ANNO ACCADEMICO 2016 - 2017

INDICE

- INTRODUZIONE.....	PAG. 4
- CAPITOLO 1: UN QUADRO INIZIALE GENERALE SUL FUMO: TRA ESTERNALITA' ED INTERNALITA'	
→ 1.1 ESTERNALITA' LEGATE AL FUMO: UN'ANALISI.....	PAG. 7
→ 1.2 UNA PANORAMICA GENERALE SULL'INCIDENZA DEL FUMO E SUI SUOI COSTI SOCIALI NEL MONDO E IN ITALIA.....	PAG. 9
→ 1.3 INTERNALITA' LEGATE AL FUMO.....	PAG.12
- CAPITOLO 2: ECONOMIA COMPORTAMENTALE E PATERNALISMO LIBERTARIO	
→ 2.1 TEORIA NEOCLASSICA VS ECONOMIA COMPORTAMENTALE	PAG.15
→ 2.2 ERRORI SISTEMATICI DI RAGIONAMENTO: RAPPRESENTATIVITA', ANCORAGGIO, DISPONIBILITA' E DISTORSIONE VERSO LO "STATUS QUO".....	PAG 16
→ 2.3 INTRODUZIONE ALLE POLITICHE DI NUDGING: UNA BREVE DESCRIZIONE.....	PAG.17
→ 2.4 APPROFONDIMENTO SUL PATERNALISMO LIBERTARIO	PAG.18
→ 2.5 COME AGIRE GRAZIE AGLI ERRORI SISTEMATICI DI RAGIONAMENTO: ESEMPI.....	PAG.19
→ 2.6 SISTEMA INTUITIVO E RIFLESSIVO.....	PAG.20
- CAPITOLO 3: LE DIVERSE POLITICHE DI NUDGING PER CONTRASTARE IL FUMO: UNO SGUARDO ALLE APPLICAZIONI CONCRETE NEL MONDO E IN ITALIA	
→ 3.1 AUTOCONTROLLO E INFLUENZE SOCIALI: ESEMPI DI POLITICHE DI NUDGING PER CONTRASTARE IL FUMO.....	PAG.23
→ 3.2 LA NUOVA NORMATIVA IN ITALIA.....	PAG.24

→ 3.3 RECEPIMENTO DELLA NUOVA NORMATIVA ITALIANA: PARERI E STATISTICHE.....	PAG.25
- CAPITOLO 4: CRITICHE ALLE POLITICHE DI NUDGING E DIFESA DEGLI ECONOMISTI COMPORTAMENTALI	
→ 4.1 LO STUDIO DI LINDSTROM: UNA CRITICA AL NUOVO DECRETO LEGISLATIVO 6/2016.....	PAG.27
→ 4.2 LA RISPOSTA ALLO STUDIO DI LINDSTROM.....	PAG.27
→ 4.3 CRITICHE GENERALI AI NUDGE.....	PAG.28
→ 4.4 LE POSSIBILI RISPOSTE ALLE CRITICHE.....	PAG.30
→ 4.5 LA CREAZIONE DI UNA POLITICA PIU' CONSAPEVOLE E IL MIGLIORAMENTO DELLA QUALITA' DELLE REGOLE.....	PAG.31
- CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE.....	PAG.34
- BIBLIOGRAFIA	PAG.37

INTRODUZIONE

Questo elaborato nasce dalla mia personale esperienza con il fumo. Sono una fumatrice, ho iniziato a fumare circa 4 anni fa e non ho più smesso. Non mi sono mai posta domande sul perché ho iniziato e su quanto questo mi possa far male o possa far male alla mia famiglia fino a quando un giorno durante una lezione del Professore Vincenzo Rebba, mio relatore per questa prova finale che ringrazio per l'aiuto, non abbiamo iniziato a parlare di internalità ed esternalità legate anche al fumo e questo mi ha fatto pensare e riflettere sul mio comportamento. Quando poi abbiamo proseguito il programma e siamo arrivati allo studio delle politiche di nudging ho capito che questo argomento mi interessava molto e ho quindi deciso di approfondirlo. L'idea che l'essere umano non sia completamente un essere razionale e che a volte prenda delle decisioni senza valutare le concrete e globali conseguenze delle stesse mi affascina molto e l'idea che si possa agire quasi sul "subconscio" del soggetto per portarlo sulla "retta via" senza forzarlo con regole e sanzioni secondo me è una teoria da portare avanti nel tempo per poter avere dei riscontri pratici, effettivi e utili nel futuro, come già sta avvenendo.

La mia tesi quindi partirà da un primo capitolo dove andrò ad approfondire quali sono i costi legati al fumo in termini di esternalità negative e come questi possano essere valutati, esaminando alcuni dati per dare un'idea del fenomeno a livello globale e a livello italiano. Concluderò il primo capitolo introducendo il concetto di internalità e la sua importanza.

Nel secondo capitolo andrò a spiegare cos'è l'economia comportamentale, facendo un confronto con la teoria neoclassica del consumatore razionale, esaminando i vari tipi di errori cognitivi che portano l'essere umano a "fallire" e violare le tipiche regole dell'economia di mercato e della massimizzazione dell'utilità e introducendo il tema delle politiche di nudging, attraverso un approfondimento del concetto di paternalismo libertario.

Nel terzo capitolo descriverò vari casi concreti di politiche di nudging attuati nel mondo (come il sito internet Stickk o la politica di sensibilizzazione del Montana) e in Italia, soffermandomi sulla nuova normativa italiana e sul suo recepimento da parte della società e cercherò di dare una spiegazione sulle differenti difficoltà di valutazione di una politica tradizionale rispetto ad una di nudging.

Nel quarto capitolo porterò degli studi e dei commenti di studiosi che criticano le politiche di nudging sia dal lato pratico che dal lato etico e morale e cercherò di rispondere a queste critiche con delle possibili soluzioni ai problemi che sono emersi, introducendo il concetto di

qualità delle regole che supera le sole politiche di nudging e si propone di modificare in via generale il metodo di analisi e di regolamentazione dei vari governi.

Nelle conclusioni finali ho deciso di raccontare la mia diretta esperienza con il fumo per poi passare ad una analisi delle politiche di nudging e della loro possibile efficacia futura cercando di spiegare come esse possano migliorare gli stili di vita della società e la regolamentazione politica ed economica nel lungo termine.

CAPITOLO 1:

UN QUADRO INIZIALE GENERALE
SUL FUMO: TRA ESTERNALITA'
ED INTERNALITA'

1.1 ESTERNALITA' LEGATE AL FUMO: UN'ANALISI

Quando un soggetto decide di fumare compie una scelta individuale senza tener conto realmente dei danni che questa attività comporta a se' stesso e agli altri.

Il costo legato alla decisione di fumare non si limita al prezzo del pacchetto di sigarette e dell'eventuale strada per arrivare e tornare dal tabacchino; esso infatti è molto più esteso e comprende quei costi che non vengono mai "prezzati" ma che in via indiretta e sia nel breve che nel lungo termine comportano dei danni effettivi per l'intera società.

Questi danni che vengono provocati dalle attività di un soggetto e si riflettono sulle attività di un altro soggetto, provocandogli una diminuzione del benessere e dello stile di vita senza incidere direttamente sulla sua sfera di prezzi pagati, sono denominati "esternalità negative".

In questo caso specifico, le esternalità negative prodotte dal soggetto sono legate ad una sua attività di consumo e possono essere classificate¹ come esternalità pecuniarie e esternalità tecnologiche.

Le prime sono legate alle diminuzioni di rendite del consumatore a causa dei comportamenti sbagliati di altri che tolgono domanda a quella già esistente e influiscono sui prezzi di mercato. Un aumento generalizzato delle polizze sanitarie dovuta ad un incremento delle spese sanitarie per i fumatori, ad esempio.

Le seconde sono legate a quei disservizi che qualcuno subisce gratuitamente e che non vengono mediate dal mercato producendo cambiamenti diretti nelle funzioni di utilità dei consumatori. La diminuzione di produttività dei lavoratori che si assentano per fumare ogni 2 ore o il fumo passivo, ad esempio. In questo secondo caso è molto più difficile quantificare i danni reali alle altre persone e all'economia in generale perché appunto non si ha una base di prezzi da cui partire (cosa che invece abbiamo se confrontiamo le polizze sanitarie negli anni legandole all'aumento o alla diminuzione dei fumatori o delle malattie legate al fumo), ma si possono fare delle stime e sono danni ugualmente importanti da non sottovalutare.

Un primo grosso problema è quindi legato al fatto che, almeno in Italia, i danni legati ad un peggioramento della salute dei fumatori si riversano sulla collettività indistintamente in quanto nel nostro Paese è presente un sistema sanitario di tipo universalistico finanziato con imposte generali per cui un aumento della tassazione a causa dei maggiori costi sanitari per i fumatori colpisce tutti, indifferentemente senza alcuna distinzione.

¹ Viner (1931)

In questo caso si potrebbe arginare il problema attraverso un sistema di assicurazione privata attraverso il quale le varie assicurazioni raccolgono dati e informazioni sui vari clienti e discriminano gli stessi facendoli pagare premi diversi a seconda che questi fumino e quanto fumino, così da poter procedere ad un'internalizzazione dei costi futuri attesi per le malattie che probabilmente insorgeranno nei fumatori, i quali pagherebbero di più per continuare la loro attività deleteria per loro stessi e per l'intera società. Ovviamente una soluzione del genere, adottata ad esempio negli Stati Uniti, è molto difficile da attuare appieno in quanto la raccolta, la verifica e la veridicità delle informazioni fornite non di semplice attuazione.

Un altro grosso problema legato al secondo tipo di esternalità trattate cioè quelle tecnologiche è proprio la stima e quindi la creazione di una soluzione per esse. Quanto fa male il fumo passivo? Quanto è la reale perdita di produttività del lavoro causata dai fumatori?

Per provare a rispondere al primo quesito si parla di un'esternalità che varia da 0,01 a 1,16 dollari² al pacchetto rispetto agli 0,47 dollari² di danni auto-inflitti dallo stesso fumatore.

Per il secondo quesito cito uno studio³ che ha rilevato che ogni anno si ha una perdita di produttività che va dai 600 ai 1100 dollari a causa delle maggiori pause per fumare, del maggiore assenteismo legato all'insorgenza di malattie legate al fumo e che più precisamente i fumatori si assentano il 50% in più rispetto ai non fumatori.

Queste due stime, oltre ad essere datate, non danno davvero un'idea dei reali costi che il fumo comporta all'intera società e quindi, nel prossimo paragrafo andremo ad approfondire proprio questo per cercare di capire quanto davvero il fumo "faccia male".

² Viscusi (1995), Tabella 11

³ Manning et al (1991), Tabella 4-11 per statistiche sull'assenteismo e pag.. 459 per il calcolo delle esternalità.

1.2 UNA PANORAMICA GENERALE SULL'INCIDENZA DEL FUMO E SUI SUOI COSTI SOCIALI NEL MONDO E IN ITALIA

Secondo l'ultimo "Rapporto Nazionale sul fumo 2017" redatto dal Ministero della Salute italiano ogni anno circa 6 milioni di persone muoiono nel mondo a causa del fumo e questa cifra è destinata a crescere fino ad 8 milioni l'anno entro il 2030 senza un impegno concreto. Secondo l'OMS, l'Organizzazione Mondiale della Sanità il fumo da tabacco rappresenta la seconda causa di morte nel mondo e la principale causa di morte evitabile.⁴

Continua poi il "Rapporto Nazionale sul fumo 2017" portando un esempio per capire quanto la spesa per il fumo incida sul reddito di una famiglia.⁵ Esso esamina una coppia con almeno un figlio minore e teorizza che essa abbia un reddito netto annuo di 36.045 €, che fumi solo un genitore e che egli fumi un pacchetto di sigarette al giorno (dal Rapporto si legge che il 28% dei fumatori cioè quasi 1 su 3 fuma uno o più pacchetti al giorno). Il costo medio per un pacchetto di sigarette è di 4,60 € e quindi all'anno il consumatore spende circa 1.700 € per fumare. Questa spesa rappresenta il 4,7 % del reddito annuale di quella famiglia.

Quante persone fumano al mondo? Ben 933,1 milioni, l'82,3% uomini e il 17,7% donne. E in Italia quanto fumiamo? Nel 2015 nel mondo il 25% degli uomini fumava e in Italia la cifra era simile (25,1%). Per quanto riguarda le donne invece nel Mondo il 5,4% delle donne erano fumatrici, in Italia ben il 16,9%. Nel 2017 in Italia abbiamo avuto un calo degli uomini fumatori (che ora sono il 23,9%) ed un aumento elevato delle donne fumatrici (che ora sono il 20,8%) quindi una donna su 5 in Italia è fumatrice.

La percentuale di giovani fumatori (con meno di 19 anni) in Italia è del 12,4%.⁶ In verità si ha avuto un calo dal 1990 ad oggi (2015) delle persone fumatrici di circa un 32%⁷ e in Italia del 34% circa. Il motivo di tale calo può essere legato sia alla legislazione che negli anni si è fatta sempre più ferrea e penalizzante per i fumatori sia per le politiche innovative che andremo a trattare nei prossimi capitoli.

⁴http://www.quadernidellasalute.it/portale/salute/p1_5.jsp?lingua=italiano&id=53&area=Vivi_sano

⁵ riassunto Rapporto Nazionale sul fumo presentato dall'Osservatorio fumo alcool e droga, Roberta Pacifici: http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCCV_REDNETFAMFONTERED

⁶ FONTE: GBD 2015 Tobacco Collaborators. Smoking prevalence and attributable disease burden in 195 countries and territories, 1990-2015: a systematic analysis from the Global Burden of Disease Study 2015. doi: 10.1016/S0140-6736(17)30819-X ISTAT: Noi Italia. 100 statistiche per capire il paese in cui viviamo . Ed.2015

⁷ FONTE: GBD 2015 Tobacco Collaborators. Smoking prevalence and attributable disease burden in 195 countries and territories, 1990-2015: a systematic analysis from the Global Burden of Disease Study 2015. doi: 10.1016/S0140-6736(17)30819-X

Ora che abbiamo un quadro generale dell'incidenza del fumo nel mondo e in Italia andiamo a vedere il costo in termini di perdita della vita, peggioramento della qualità della vita e il costo sanitario che dobbiamo affrontare a causa del fumo ogni anno.

Per fare un quadro della situazione distinguiamo con una semplice tabella i costi tangibili cioè quelli che hanno una manifestazione monetaria, da quelli intangibili cioè non monetizzabili ma suscettibili di stima attribuendo soggettivamente un valore economico ad essi⁸:

- COSTI TANGIBILI

SANITARI

Medicina generale;

attività di prevenzione;

prescrizione di farmaci;

ricoveri e prestazioni ospedaliere;

prestazioni sanitarie per riabilitazione.

ECONOMICI

Perdita di produttività conseguente a morte prematura o malattia legata al fumo;

ridotta produttività (assenza per malattia);

perdita di lavoro per malattia legata al fumo;

sovvenzioni/assistenza pensionistica;

incendi e incidenti;

distruzione della proprietà (pubblica/privata);

inquinamento e smaltimento.

- COSTI INTANGIBILI

PERDITA DELLA VITA – QUALITÀ DELLA VITA (si stima che sono 10 gli anni (DALY⁹) persi dai fumatori)

⁸ <https://pdfs.semanticscholar.org/2bfa/be6083034a14a2ec3c2006f6d6f5df2a16fd.pdf>

riferita ai fumatori;

riferita ai fumatori passivi.¹⁰

Evidenziamo che delle 6 milioni di persone che ogni anno muoiono a causa di problemi derivanti dal fumo circa 600.000 persone sono non fumatori esposti al fumo passivo. Il fumo in Italia è la principale causa di morte e ogni anno si contano dai 70.000 agli 83.000 decessi e oltre il 25% di questi decessi avviene tra i 35 e i 65 anni.¹¹

Il Rapporto sul fumo pubblicato dall'OMS all'inizio del 2017 dichiara¹² che una su cinque delle morti per cancro è direttamente collegata al fumo e dal 15 al 50% della popolazione mondiale è esposta al fumo passivo.

Quello che a mio parere è fondamentale è la completa demolizione della tesi per cui il mercato del tabacco sia un importante fattore economico per l'economia di diversi Paesi in termini di proventi derivanti dalle tasse sulle sigarette e di lavoro fornito dall'industria del tabacco. Tutto il contrario, invece: nel Rapporto si stima che il gettito derivante da imposte sui prodotti del tabacco ammonti globalmente a 270 miliardi di dollari, contro i 1000 miliardi di dollari sostenuti dalle economie globali per i costi legati al fumo e ai suoi effetti collaterali tra cui la cura delle malattie legate al tabagismo e la perdita di produttività per lo stesso motivo. Per via delle innovazioni tecnologiche, tra l'altro, il numero di lavoratori che dipendono dal tabacco è in diminuzione nella maggior parte dei Paesi. Il Rapporto stima che in quasi tutti i Paesi, politiche nazionali di controllo del tabacco non avrebbero alcun effetto sull'impiego o ne avrebbero uno al netto positivo, perché le perdite legate all'industria del tabacco sarebbero compensate da un aumento dell'impiego in altri settori.

Secondo alcuni studi italiani¹³ i costi economici del tabagismo sono, per quanto riguarda quelli delle spese derivanti dall'assistenza ospedaliera, per i fumatori 40% superiori rispetto a quelli dei non fumatori, circa 5 miliardi di euro l'anno, pari all'8,3% della spesa sanitaria pubblica totale del 1999 e allo 0,4% del PIL. Queste stime non considerano il costo derivante dal precoce pensionamento o dalla morte prematura. In base ad analoghe ricerche americane i

⁹ I DALYs (Disability Adjusted Life Years) misurano il "carico di patologie" (burden of disease) di una determinata popolazione ottenuto come somma degli anni di vita persi per decessi prematuri (prima dei 70 anni) dovuti a cause di morte evitabili e degli anni di vita vissuti dalle persone affette da gravi patologie e disabilità ponderati per tenere conto del livello di severità della patologia/disabilità. Si veda al riguardo il sito dell'OMS: http://www.who.int/healthinfo/global_burden_disease/metrics_daly/en/

¹⁰ http://salute.regione.emilia-romagna.it/documentazione/convegni-e-seminari/convegno-201ctabagismo-nelle-donne201d-bologna-4-novembre/Formoso_tabagismo%20nelle%20donne.pdf

¹¹ http://www.iss.it/binary/cong/cong/PROGRAMMA_31_maggio_2017.pdf

¹² <http://www.focus.it/comportamento/economia/i-costi-enormi-del-fumo>

¹³ Russo 2002, Sgambato 2001 bibliografia: prevenzione primaria fumo, linee guida

costi totali del fumo da tabacco ammonterebbero annualmente a circa 15 miliardi di euro, superiori ai circa 10 miliardi di euro ricavati dalla vendita di tabacco in Italia negli anni passati.¹⁴

Da questo quadro si evince quanto il fumo sia dannoso sia per gli elevati costi sanitari ed economici di un Paese, sia per la salute e il benessere delle persone stesse. E proprio da qui vorrei partire per cercare di capire quindi perché una persona, consapevole dei costi e dei rischi legati al fumo, decida di fumare lo stesso.

1.3 INTERNALITA' LEGATE AL FUMO

Perché una persona decide di iniziare a fumare? Secondo il “Rapporto Nazionale sul fumo 2017”¹⁵ la prima causa che porta nel 2017 il 53,2% dei fumatori a diventare tali è l’influenza che hanno gli amici, le feste, i compagni di scuola e colleghi di lavoro. L’influenza degli altri. Al secondo posto con un 24% di nuovi fumatori c’è il senso di soddisfazione e piacere che il fumo provoca.

Sono due dati molto importanti perché proprio da questi si può capire come le nuove politiche che si stanno sviluppando da quasi 10 anni a questa parte possono avere dei risultati nel futuro.

Prima di passare ad un’analisi dell’economia comportamentale e di come essa partendo da questi 2 dati possa svilupparsi e avere successo, vorrei soffermarmi su un aspetto importante che è quello dell’internalità. Nel primo paragrafo abbiamo parlato di esternalità negative legate al fumo e di come queste vengano sottovalutate in primis dall’individuo stesso che opta per la scelta di fumare in modo egoistico e superficiale. Ad esempio una madre fumatrice che includesse nella sua funzione di utilità la funzione di utilità degli altri componenti della famiglia, dovrebbe considerare anche il danno arrecato agli altri membri dal fumo e quindi, se continuasse a fumare, starebbe valutando i suoi benefici personali come maggiori rispetto ai costi imposti alla famiglia. Se non sta proprio considerando questi costi allora siamo di fronte ad un’esternalità, ma se li sta considerando, quindi li sta internalizzando, li considera insufficienti per smettere di fumare.

¹⁴ GARATTINI (2002)

¹⁵http://www.iss.it/binary/fumo4/cont/Osservatorio_Fumo_Alcol_e_Droga_presenta_il_Rapporto_Nazionale_sul_Fumo_2017_Roberta_Pacifici.pdf slide 23

Con il termine internalità (Herrnstein (1993)) si definisce quel fenomeno che ha luogo ogni volta che una persona sottostima o ignora le conseguenze del suo comportamento per la sua salute futura. Più precisamente l'internalità rappresenta un effetto negativo che ciascuno con il proprio comportamento attuale di fumatore determina a se stesso proiettato nel futuro (e quindi non agli altri come è invece un'esternalità). Perché questo effetto viene sottostimato? Una prima spiegazione potrebbe derivare dal fatto che l'uomo tende a sottostimare l'utilità futura e sovrastimare quella presente e quindi i benefici che si possono apparentemente avere mentre si fuma o subito dopo (diminuzione dell'ansia, diminuzione del senso di fame, soddisfazione interiore, ecc...) diventano di primaria importanza e fanno "dimenticare" i danni che il fumo sta arrecando all'organismo giorno dopo giorno. Una seconda spiegazione potrebbe essere quella che anche se lo smettere di fumare comporta tantissimi benefici ed esternalità ed internalità positive presenti e future, comporta anche delle internalità negative che la persona che decide di smettere di fumare deve affrontare nell'immediato (essendo una dipendenza, lo smettere di fumare comporta i sintomi tipici della disintossicazione da droga quindi ansia, depressione, dolori fisici e mentali, ecc...). La persona potrebbe decidere di smettere di fumare in un primo momento, ma poi non riuscirci a causa di queste problematiche correlate che superano la sua volontà di smettere.

Nel secondo capitolo cercheremo di dare una spiegazione a questi comportamenti che appaiono del tutto irrazionali in quanto le esternalità e le internalità negative esaminate sono di certo superiori alle internalità positive che il soggetto può riscontrare nel breve periodo e quindi dovrebbero portare il consumatore a non fumare.

CAPITOLO 2:

**ECONOMIA COMPORTAMENTALE
E PATERNALISMO LIBERTARIO**

2.1 TEORIA NEOCLASSICA VS ECONOMIA COMPORTAMENTALE

Secondo la teoria economica neoclassica l'uomo è un consumatore che opera nel mercato attraverso delle azioni governate da un comportamento "razionale", intendendo questo aggettivo nell'accezione più ampia di "sensato", "pianificato" e "coerente" a causa delle tendenze dei mercati a penalizzare i comportamenti irrazionali.¹⁶ Benché questo modello di comportamento sia alla base dell'analisi economica contemporanea, tra gli economisti vi è anche chi ne ha criticato la validità e ha proposto strade alternative, come appunto l'economia comportamentale. Essa si basa sulla scienza del comportamento e sulla psicologia cognitiva per cercare di spiegare come gli individui valutino delle decisioni in situazioni di incertezza.

Più precisamente va a confrontare il consumatore descritto nell'economia neoclassica, essere razionale che cerca sempre di perseguire la massimizzazione dell'utilità, con quello descritto da essa stessa cioè con gli "umani", individui che avendo energie limitate e una scarsa attenzione commettono sistematicamente errori.

Questo nuovo tipo di economia si basa su evidenze empiriche derivate da studi sperimentali sulle anomalie cognitive, cioè situazioni in cui gli individui manifestano scostamenti dalla razionalità.¹⁷ Questi studi mostrano come i soggetti, posti di fronte a delle scelte in condizioni sperimentali, esternino comportamenti che sono incoerenti con il modello della teoria della scelta razionale e questo deriva da una serie di fattori che possiamo chiamare errori sistematici di ragionamento che pongono in evidenza la fallibilità dell'uomo. Dal 1969 Amos Tversky¹⁸ e Daniel Kahneman¹⁹ hanno studiato e analizzato, attraverso vari studi²⁰, le distorsioni sistematiche nei processi di pensiero e di decisione individuali.

¹⁶ M. MOTTERLINI, M. PIATTELLI PARLARINI, D. KAHNEMAN, V. L. SMITH E D. MCFADDEN, *Critica della ragione economica*, Milano, Saggiatore, 2005, pag. 27 ss.

¹⁷ T. GILOVICH, D. GRIFFIN, D. KAHNEMAN, *Heuristics and biases: the psychology of intuitive judgment*, Cambridge university press, 2002, pag 730 ss.; D. KAHNEMAN e a. TVERSKY, *Prospect Theory: an analysis of decisions under risk*, in Riv. Econometria, vol. 47, n. 2, 1979, pag 263 ss.

¹⁸ Biografia: https://it.wikipedia.org/wiki/Amos_Tversky

¹⁹ Biografia: https://it.wikipedia.org/wiki/Daniel_Kahneman

²⁰ Si cita, in particolare il lavoro: Tversky, A., and D. Kahneman. 1981. The framing of decisions and the psychology of choice. *Science* 211(4481): 453–458.

2.2 ERRORI SISTEMATICI DI RAGIONAMENTO: RAPPRESENTATIVITA', ANCORAGGIO, DISPONIBILITA' E DISTORSIONE VERSO LO "STATUS QUO"

Gli errori sistematici di ragionamento derivano da particolari procedure di ragionamento sintetiche e abbreviate utilizzate abitualmente dalla nostra mente per prendere decisioni quotidiane²¹. Una modalità di ragionamento che non deriva da un chiaro percorso, ma che si affida all'intuito e allo stato di contingenza in cui il soggetto si trova.

Un primo tipo di errore sistematico di ragionamento è pensare per "rappresentatività"²². Il soggetto formula giudizi basati su situazioni attuali o altre situazioni simili pensando ad esempio che sia più probabile che diventi un giocatore di basket una persona particolarmente alta e di colore rispetto ad un ebreo di bassa statura, perché esistono molti giocatori che rispettano i canoni del primo soggetto rispetto al secondo. A volte questo metodo di ragionamento può essere utile perché è semplice e veloce, ma spesso può indurre a giudizi sbagliati. Nel nostro caso se un soggetto conosce tante persone a lui vicine che fumano da diversi anni e non hanno nessun tipo di malattia o problema può essere indotto a credere che anche a lui non succeda nulla se fuma.

Un secondo tipo di errore sistematico di ragionamento è il cosiddetto "ancoraggio" che è stato rilevato attraverso degli studi psicologici sulle percezioni di quantità incerte come ad esempio la valutazione della lunghezza di un fiume o il numero di abitanti di una città.²³ Durante tali studi viene chiesto ai partecipanti, prima che formulino la stima, di giudicare se un particolare valore, cioè "l'ancora" sia più alto o più basso di una certa quantità: nella maggior parte dei casi i soggetti partono dall'"ancora" e, poiché non riescono ad aggiustare le loro stime, subiscono un'attrazione verso l'"ancora" stessa²⁴.

Un terzo tipo di errore sistematico di ragionamento è la tecnica della "disponibilità" che porta le persone a giudicare la frequenza di particolari eventi o la probabilità del loro verificarsi²⁵. Per fare ciò le persone richiamano alla memoria il numero delle volte che si è verificato un episodio e, sulla base della facilità con cui riescono a farlo, valutano la probabilità con cui

²¹ E. RIGHINI, *Behavioural law and economics*, Milano, Franco Angeli, 2012, pag. 26 ss.

²² R. H. THALER e C.R. SUNSTEIN, *Nudge. La spinta gentile*, op. cit., pag. 34

²³ A. TVERSKY e D. KAHNEMAN, *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*, in cit., 1974, pag. 1124 ss.; M. MOTTERLINI, M. PIATTELLI PALAMARINI, D. KAHNEMAN, V. L. SMITH e D. MCFADDEN, *Critica della ragione economica*, op. cit., pag. 47

²⁴ G. GULOTTA, *quaderni di Psicologia*, Milano, Giuffrè, 2008, pag. 230 ss.

²⁵ E. ARONSON, *L'animale sociale*, Milano, Apogeo, 2006, pag. 138

questo si possa manifestare nuovamente. Questo significa che, più recente o frequente è un avvenimento, più probabilmente l'individuo penserà che questo possa accadere.

Un'ulteriore e importantissima anomalia cognitiva è quella della “distorsione verso lo status quo”²⁶ che porta gli individui a reiterare una scelta passata in modo da non cambiare sistema di pensiero o le loro preferenze, essi cioè si lasciano guidare da ciò che gli viene offerto pur di non prendere una decisione. Questo sistema di pensiero, che si può identificare come “pigrizia mentale” può essere evidenziato tramite un semplice esempio: in un supermercato o in una mensa vengono messi disponibili ed in bella vista i cibi ricchi di zuccheri e quindi l'essere umano, anche un bambino è portato ad acquistarli in quanto non deve fare nessun tipo di fatica per trovarli. Un esempio più calzante riguarda la diversa percentuale di donatori di organi nei vari Paesi Europei.²⁷ Si evidenzia la netta differenza tra Paesi che richiedono l'esplicito consenso alla donazione, i quali hanno una percentuale di donatori molto bassa e Paesi (come, ad esempio, l'Austria) che danno per scontata la scelta con il sistema silenzio-assenso e quindi richiedono l'esplicita dichiarazione di non voler essere donatori. Questi ultimi, per contro, hanno una percentuale di donatori molto più elevata.

2.3 INTRODUZIONE ALLE POLITICHE DI NUDGING: UNA BREVE DESCRIZIONE

Come abbiamo potuto constatare l'uomo non è quindi un essere razionale, che persegue sempre obiettivi di massimizzazione della propria utilità, ma è spesso portato ad assumere dei comportamenti apparentemente insensati che creano danni a lui e agli altri perché ragiona attraverso degli errori sistematici.

Su queste basi la teoria dei nudge ha preso piede precisamente nel 2009 quando l'economista comportamentale Richard H. Thaler e il giurista Cass Sunstein pubblicano il libro “Nudge. La spinta gentile”. L'opera, di facile e immediata lettura e chiarezza, si propone con un insieme di consigli per una categoria di soggetti molto vasta, cioè tutti coloro che hanno la responsabilità di organizzare il contesto sociale in cui gli individui prendono le decisioni.

²⁶ W. SAMUELSON e R. ZECKHAUSER, Status quo bias in decision making, in *Journal of risk and uncertainty*, n.l., 1988, pag 7 ss.

²⁷<http://www.ilfattoquotidiano.it/2014/06/23/il-nudge-la-spinta-gentile-per-politiche-pubbliche-efficaci/1036474/>

Questi soggetti, definiti dai due autori “architetti delle scelte”, possono influenzare le scelte degli individui in qualunque ambito alterando l’ambiente sociale e portando gli individui a scegliere l’opzione migliore in relazione ai propri interessi, senza però precludere loro la possibilità di scegliere opzioni diverse da quelle suggerite. (politica di paternalismo libertario) Questi “architetti delle scelte” operano appunto “sfruttando” gli errori cognitivi che gli esseri umani sono portati a fare e li indirizzano verso la scelta migliore attraverso questi “pungoli” (termine usato per tradurre nudge in italiano, come “spinta gentile”).

La teoria dei nudge si è sviluppata come una risposta alternativa alla normale legislazione e regolamentazione di quegli stili di vita sbagliati che la nostra società porta avanti. E’ una teoria che può essere utilizzata e sfruttata per diminuire i costi legati all’imposizione e riscossione di un’accisa (o di un’imposta) o di una modificazione della legislazione vigente o della applicazione di multe e sanzioni; anche per diminuire i costi legati all’utilizzo del mercato nero per sfuggire a costi troppo elevati dei prodotti nocivi e i costi amministrativi legati alle imposte. Infatti le politiche di nudging non richiedono particolari spese e agiscono sul comportamento della società senza imposizioni, in maniera indiretta, modificando piano piano il pensiero dell’uomo e indirizzandolo verso una scelta migliore, senza forzarlo e quasi senza che lui se ne accorga, riuscendo a proporre una possibile soluzione innovativa anche contro quei critici che definiscono lo Stato attuale come un “nunny-State” che non lascia libero il cittadino di scegliere, limitando la sua autonomia attraverso una diffusione totalitaria del proprio pensiero su cosa sia giusto fare e cosa no con il potere coercitivo.

Possiamo quindi vedere le politiche di nudging come degli incentivi positivi (monetari e non) per spingere o dissuadere i cittadini a compiere certe attività, un cambiamento verso una regolazione soft che possa portare lo Stato a diminuire le uscite monetarie in quegli ambiti dove i costi sono elevati come quello sanitario, senza incorrere a costi elevati per la regolamentazione, per poter essere così più competitivi sul lato economico, per ridurre le spese pubbliche e a mio parere per creare una società con uno stile di vita migliore.

2.4 APPROFONDIMENTO SUL PATERNALISMO LIBERTARIO

Quando si parla di nudge si fa riferimento alla politica di “Paternalismo Libertario”. A primo impatto i due termini sembrano una contraddizione. Paternalismo sembra un termine che porti ad un intervento attuato nell’interesse di una persona limitando però la libertà della stessa e

considerandola quindi incapace di intendere e volere quello che è bene per lei²⁸, libertario invece pone l'accento sulla libertà dell'individuo. E' invece proprio l'unione di questi due termini che fa nascere la politica di nudging che si occupa di un paternalismo dei mezzi (e non dei fini come può essere l'impedimento di una certa attività perché considerata sbagliata anche se l'individuo vuole intraprenderla) che offre alle persone percorsi più facili per prendere decisioni complesse, che partono come già spiegato dall'irrazionalità umana e cercano di sfruttarla per pungolare gli individui a prendere buone decisioni lasciandoli liberi di scegliere.

Citando C.R. SUNSTEIN nel suo libro il paternalismo libertario “pone in evidenza le anomalie che coinvolgono il processo decisionale di persone reali, consente di strutturare un'architettura delle scelte che renda più probabile, per gli individui, raggiungere il fine come essi lo intendono”²⁹.

Le politiche di nudging fanno quindi parte di quelle politiche di paternalismo cosiddetto soft, che si contrappone a quello hard il quale non concede spazi alla libertà del destinatario del provvedimento come l'obbligo di non fumare in luoghi pubblici. Misure soft, per fare un esempio sono una politica informativa o una campagna di sensibilizzazione.

2.5 COME AGIRE GRAZIE AGLI ERRORI SISTEMATICI DI RAGIONAMENTO: ESEMPI

Per capire meglio come le politiche di nudging operino a livello di scelte individuali e sfruttano gli errori cognitivi dell'essere umano portandolo verso la scelta migliore volevo citare alcuni esempi.

Se lo Stato presuppone che le persone acconsentano automaticamente alla donazione degli organi, i soggetti possono pensare che la maggioranza degli individui, anche i funzionari pubblici che hanno strutturato il programma per la donazione, ritengano che questa sia la

²⁸ G. BARBERIS, I. LAVANDA, G. RAMPA e B. SORO, La politica economica tra mercati e regole, Soveria Mannelli, Rubettino, 2005, pag 103

²⁹ Citazione dal libro di RICHARD H. THALER e CASS R. SUNSTEIN, “Nudge. La spinta gentile. La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni su denaro, salute, felicità”, 2009

soluzione migliore e per questo sia giusto seguire la loro indicazione³⁰. (stiamo agendo quindi sull'errore sistematico di cognizione della rappresentatività).

Nell'ambito previdenziale, in America, ha avuto un grande successo il programma "Save more tomorrow" detto anche "Smart", posto per migliorare i conti individuali previdenziali sponsorizzati dalle aziende, dove i lavoratori scelgono come investire i risparmi e ottengono una somma o una rendita frutto dei contributi e dei loro rendimenti. Mediante questo sistema³¹ i lavoratori vengono iscritti d'ufficio nel fondo pensione aziendale a meno che non si attivino per rifiutarsi, e aderendovi si impegnano a investire per la propria pensione una piccola parte dei futuri aumenti salariali. (agiamo quindi sull'errore cognitivo chiamato distorsione dello status quo).

2.6 SISTEMA INTUITIVO E RIFLESSIVO

Per poter capire appieno come sfruttare gli errori cognitivi del pensiero umano tramite le politiche di nudging dobbiamo distinguere due sistemi di pensiero (ricorrendo ad una metafora, non essendo fisicamente esistenti) che concorrono a formare le nostre decisioni: il sistema "intuitivo" e quello "riflessivo"³².

Il sistema intuitivo è rapido, automatico, conduce a scelte veloci come schivare una palla o respirare e può essere pericoloso e indurre a sbagliare strada come le illusioni ottiche ad esempio.

Il sistema riflessivo è all'opposto consapevole, mediato, deliberativo e viene utilizzato per compiere azioni più complesse come ad esempio risolvere un'equazione. Scelte più ponderate ma più tempo per formularle. Numerosi studi³³ hanno dimostrato la prevalenza e l'influenza del sistema intuitivo su quello riflessivo in quanto gli individui vi ricorrono con più facilità.

³⁰ Cfr. C. R. SUSTEIN, Semplice: l'arte del governo del terzo millennio, op. cit., pag. 150

³¹ Elaborato da Shlomo Benartzi, professore della University of California a Los Angeles e capo economista comportamentale di Allianz Global Investors

³² D. KAHNEMAN, Thinking, fast and slow, 2011, in http://shifter-magazine.com/wpcontent/uploads/2015/02/Daniel-Kahneman_Thinking/Fast.and.Slow-.pdf, pag. 22 ss.; E. RIGHINI, Behavioural and economics, op. cit., pag. 67 ss.

³³ La prevalenza del sistema intuitivo su quello riflessivo deriva principalmente dall'accessibilità vale a dire "la facilità con la quale si accede a particolari contenuti mentali", Cfr. M. MOTTERLINI, M. PIATTELLI PARLARINI, D. KAHNEMAN, V. L. SMITH e D. MCFADDEN, Critica della ragione economica, op. cit., pag. 83.

La prevalenza dei pensieri istintivi nell'individuo rappresenta un elemento molto importante per l'efficacia dei nudge, poiché il sistema intuitivo è particolarmente influenzato da elementi dell'architettura delle scelte che al sistema riflessivo appaiono irrilevanti.³⁴ Un fenomeno che pone in evidenza le relazioni tra i due sistemi e oggetto di numerosi esperimenti è l'effetto "framing" il cui termine significa letteralmente "cornice": le persone tendono ad essere maggiormente influenzate dal modo in cui un'informazione è presentata più che dal suo contenuto. Ad esempio per una campagna pubblicitaria avente lo scopo di migliorare la salute delle persone, lo slogan migliore è quello che mette in risalto gli aspetti che possono motivare maggiormente gli individui a cambiare le loro abitudini consolidate (piuttosto della scritta "10% di grassi in meno" in una campagna per spingere a mangiare sano è meglio la scritta "senza grassi al 90%"³⁵).

Questi due sistemi di pensiero possono essermi utili per spiegare ulteriormente il motivo per il quale un soggetto decida di fumare anche se sa che questo gli fa male, spinto dai 2 motivi principali che ha evidenziato il "Rapporto Nazionale sul fumo 2017": gli individui spesso riconoscono la possibilità di cadere in tentazione e prendono provvedimenti necessari per riuscire a resistere. In alcuni contesti però l'effetto dell'eccitazione e dell'influenza esterna della società viene sottovalutato e ciò produce problemi di autocontrollo, determinando un'"incoerenza dinamica" che spinge l'individuo verso alternative che si rivelano sgradite in un secondo momento. Ciò accade appunto in situazioni come la decisione di smettere di fumare che comporta "costi" immediati (in termini di internalità negative) e benefici nel lungo termine. Ed è proprio qui che una "spinta gentile" che possa rendere più gravosa l'opzione sbagliata può fare la differenza. La "spinta gentile" può agire come aiuto esterno per un autocontrollo maggiore e/o come un orientamento nei comportamenti grazie al cambiamento di influenza sociale a cui si è sottoposti.

Nel capitolo 3 andrò ad approfondire meglio le politiche di nudging appena citate e mi concentrerò sulle politiche di nudging contro il fumo.

³⁴ C. R. SUNSTEIN, *Semplice: L'arte del governo nel terzo millennio*, op. cit., pag. 67 ss.; M. MOTTERLINI, M. PIATTELLI PALMARINI, D. KAHNEMAN, V.L. SMITH e D. MCFADDEN, *Critica della ragione economica*, op. cit., pag. 82 ss.

³⁵ Cfr C. R. SUNSTEIN, *Semplice: L'arte del governo del terzo millennio*, op. cit., pag. 87.

CAPITOLO 3

LE DIVERSE POLITICHE DI NUDGING PER CONTRASTARE IL FUMO: UNO SGUARDO ALLE APPLICAZIONI CONCRETE NEL MONDO E IN ITALIA

3.1 AUTOCONTROLLO E INFLUENZE SOCIALI: ESEMPI DI POLITICHE DI NUDGING PER CONTRASTARE IL FUMO

Un esempio molto interessante di applicazione del nudge lo riscontriamo nella pagina web che utilizza il sistema “Stickk”, ed è diventata un business vero e proprio. In essa vengono organizzate delle scommesse per aiutare gli utenti a perseguire i propri obiettivi. Dean Karlan, professore presso l’Università di Yale e Ian Ayres, suo collega, hanno creato una web company denominata Stickk.com, un sito internet che, tramite il meccanismo della cosiddetta “scommessa informale” , aiuta le persone a raggiungere i propri scopi come appunto quello che ci interessa cioè lo smettere di fumare. Quindi se una persona vuole smettere di fumare ma sa che difficilmente da sola (problema dell’autocontrollo) riuscirà a farlo, può utilizzare la pagina con due modalità differenti: una scommessa finanziaria o una non finanziaria. Con la prima modalità l’utente scommette una somma di denaro sul fatto che riuscirà a centrare l’obiettivo entro una certa data (per esempio: tra 6 mesi l’esame del livello di nicotina nel sangue sarà negativo); se rispetta le condizioni prestabilite il denaro gli viene restituito, altrimenti l’utente perde la somma che andrà devoluta in beneficenza (magari per finanziare i costi sanitari legati al fumo...?) Con la seconda modalità l’utente non scommette denaro ma può contrarre vincoli e impegni con amici e famigliari (sostegno delle persone a lui care come un’influenza sociale positiva).³⁶

Un altro esempio è legato al fatto che le persone tendono ad essere conformiste quindi a fare quello che gli altri individui fanno, ritendendo quel comportamento corretto e giusto (secondo me si può correlare all’errore cognitivo dell’ancoraggio che ci porta a vedere l’ancora nel comportamento generale e non discostarsi dallo stesso) dunque una campagna di sensibilizzazione ed informazione riguardante il fatto che ad esempio la maggioranza delle persone non fuma, potrebbe portare ad un beneficio. Questo infatti è stato attuato nello Stato del Montana dove la campagna di sensibilizzazione “socializing nondrinking” poneva l’accento sulla percentuale di studenti che non bevevano e non fumavano lasciando quindi intendere che quella era la normalità (Linkenbach and Perkins (2003)).

Un ulteriore esempio è legato all’organizzazione CARES (Committed Action to Reduce and End Smoking). Essa offre un programma di risparmio offerto dalla Green Bank of Caraa nelle Filippine. Un fumatore che vuole smettere apre un account con un importo minimo di un dollaro; durante sei mesi deposita nel conto la cifra che avrebbe speso in sigarette (o, in

³⁶ Si veda R. H. THALER e C.R. SUNSTEIN, Nedge. La spinta gentile, op. cit., pag. 223 ss.

alternativa, un rappresentante della banca raccoglie quel denaro). Dopo sei mesi il cliente effettua un test delle urine per vedere il livello di nicotina: se il cliente passa il test ottiene indietro il denaro, in caso contrario l'account viene chiuso e i soldi dati ad istituzioni caritative.

In questo caso abbiamo conferme empiriche, valutate dal MIT'S Poverty Action Lab: coloro che sottoscrivono questo programma hanno il 53% di probabilità in più di smettere di fumare.³⁷

Nel quarto capitolo volevo soffermarmi sulle critiche mosse contro le politiche di nudging e avviarmi verso una possibile soluzione multidisciplinare mentre nei due successivi paragrafi mi soffermo sulla soluzione adottata in Italia, che tuttavia non rappresenta un'applicazione della logica del nudging.

3.2 LA NUOVA NORMATIVA IN ITALIA

Parlando dell'Italia volevo ricordare la nuova legislazione attualmente in vigore che non può essere considerata a pieno titolo una politica di nudging, ma piuttosto una campagna di sensibilizzazione che dovrebbe agire sul sistema cognitivo umano e quindi sulle scelte delle persone. Dal 12 Gennaio 2016 è entrato in vigore il Decreto legislativo n.6 che va ad attuare la Direttiva comunitaria UE 2014/40 verso un riavvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri relative alla lavorazione, alla presentazione e alla vendita dei prodotti del tabacco e dei prodotti correlati che va ad abrogare la precedente direttiva 2001/37CE.

Con questa nuova normativa si vuole come già anticipato in precedenza agire sul sistema intuitivo dell'essere umano, trasformando sostanzialmente la struttura esterna dei pacchetti di sigarette e precisamente agendo su più fronti. In primo luogo vengono eliminate le informazioni riguardanti il livello di nicotina, catrame e sostanze nocive all'interno del pacchetto perché è stato rilevato che queste informazioni potevano portare il consumatore a pensare che un determinato tipo di sigarette fosse meno dannoso di un altro perché conteneva una percentuale inferiore di sostanze tossiche. (es. marlboro gold vs marlboro rosse). In secondo luogo si è andati ad inserire su tutti i lati del pacchetto di sigarette, per uno spazio del

³⁷ D. Kahneman, Thinking, fast and slow, 2011, in http://shifter-magazine.com/wpcontent/uploads/2015/02/Daniel-Kahneman_Thinking/Fast.and.Slow-.pdf, pag. 22 ss.; E. RIGHINI, Behavioural and economics, op. cit., pag 67 ss.

65% per ogni facciata, delle immagini shock sui reali danni causati alle persone dal fumo cioè immagini di persone che hanno contratto malattie e soffrono a causa del fumo. In terzo luogo è stato inserito un numero verde e delle informazioni per poter rendere più accessibile la scelta di smettere di fumare grazie ad un aiuto esterno.

In teoria questa nuova politica dovrebbe indurre il consumatore a rimanere scioccato e portarlo a modificare il suo pensiero riguardo al fumo, mettendo un bell'allarme visibile sulle probabili conseguenze e porgendogli la mano per poterlo aiutare facilmente ad uscirne.

3.3 RECEPIMENTO DELLA NUOVA NORMATIVA ITALIANA: PARERI E STATISTICHE

Nel "Rapporto Nazionale sul fumo 2017" si è riscontrato un aumento delle persone favorevoli alla nuova legge (OSSFAD – Indagine DOXA-ISS 2017) rispetto al 2016 di circa uno 0,3% per il totale degli intervistati (passando dal 70,7% al 71% di favorevoli) e di un aumento del 5,2% per quanto riguarda i fumatori favorevoli (passando da un 45,5% ad un 50,7%).

Circa 87,2% degli intervistati fumatori hanno ammesso che hanno notato i cambiamenti visivi dei pacchetti di sigarette, l'83,3% ha ammesso che questi hanno fatto pensare loro ai rischi per la salute, il 60,4% ha dichiarato che il loro desiderio di smettere è aumentato e il 36,2% ha affermato che grazie ai nuovi pacchetti nell'ultimo mese ha rinunciato ad accendere una sigaretta.

Grazie all'inserimento sul pacchetto del numero verde da contattare per essere aiutati dai Centri Antifumo a smettere di fumare, tra il 2015 e il 2016 si ha avuto un raddoppio del numero delle chiamate.

Sembra quindi che qualche risultato positivo si stia verificando anche qui in Italia, ma è ancora presto per dirlo. Se aumento di 50 centesimi il costo di tutti i pacchetti di sigarette all'inizio dell'anno e misuro il numero di fumatori, alla fine dello stesso anno posso calcolare la diminuzione del numero dei fumatori e valutare la mia politica impositiva. Se io inizio una campagna di sensibilizzazione, devo essere consapevole che sto andando a influenzare non direttamente il reddito e il potere di acquisto di una persona, ma sto cercando di modificare la sua percezione cognitiva dello stile di vita e per i motivi già spiegati precedentemente (conformismo, errori cognitivi, ancoraggio, disponibilità) questo processo non avviene nell'immediato e non è nemmeno facilmente verificabile e modificabile perché comporta pur sempre una valutazione su comportamenti che rimangono di fondo sempre irrazionali.

CAPITOLO 4

CRITICHE ALLE POLITICHE DI

NUDGING E DIFESA DEGLI

ECONOMISTI

COMPORTAMENTALI

4.1 LO STUDIO DI LINDSTROM: UNA CRITICA AL NUOVO DECRETO LEGISLATIVO 6/2016

Un recente articolo di Marco Venturini³⁸, consulente in comunicazione politica³⁹ inizia con una critica alla comunicazione verbale inserita nei pacchetti di sigarette (con le scritte il “fumo fa male” ad es.) la quale porta ad un effetto contrario ed a una difesa del consumatore che, sentendosi attaccato, reagisce cambiando versione: “Fumo perché mi piace.” Va poi a criticare anche questa nuova politica sulle immagini shock. Egli ammette che la comunicazione non verbale ha un effetto molto più profondo nell’essere umano, ma sostiene che l’effetto sia contrario a quello sperato. Venturini considera nello specifico l’analisi di Martin Lindstrom⁴⁰ e il suo libro “Neuromarketing”⁴¹ che riporta un esperimento⁴² su un campione di 2081 fumatori da diversi Paesi che sono stati sottoposti in varie riprese a una RMN celebrale per un mese e mezzo. Un piccolo apparecchio riflettente, simile ad uno specchietto retrovisore di un’automobile, proiettava una serie di etichette dissuasive da varie angolazioni, una dopo l’altra, su uno schermo. Durante questa specie di proiezione di diapositive, il volontario doveva dare una valutazione della sua voglia di fumare e segnalare le sue risposte premendo un tasto su una piccola pulsantiera.

I risultati mostrano che queste immagini non avevano alcun effetto restrittivo della voglia di fumare dei fumatori. Anzi, secondo lo studio citato, si attivava una parte del cervello, il nucleus accumbens, detto anche centro del desiderio, che si attiva quando l’organismo desidera qualcosa. Fumo compreso. Lo studio ha rivelato quindi che le etichette dissuasive non solo non riuscivano a distogliere dal fumo, ma attivando il *nucleus accumbens*, di fatto incoraggiavano i fumatori ad accendersi una sigaretta.

³⁸ http://www.ilfattoquotidiano.it/2015/09/21/fumo-le-immagini-choc-sui-pacchetti-causano-leffetto-contrario-spingono-a-fumare/2054153/#disqus_thread

³⁹ <http://www.ilfattoquotidiano.it/blog/mventurini/>

⁴⁰ Biografia: https://www.hiperformance.it/LP/MartinLindstrom/chi_e_martin_lindstrom.html

⁴¹ Martin Lindstrom (2009), Neuromarketing. Attività cerebrale e comportamenti d’acquisto, Apogeo

⁴² Per approfondimenti sull’esperimento: “Neuromarketing. Attività cerebrale e comportamenti d’acquisto.”, Martin Lindstrom, Apogeo, pag 9 e seguenti o visitare i siti: <https://www.justbaked.it/2017/01/20/neuromarketing-martin-lindstrom/>
<http://www.psicolab.net/2012/neuromarketing-voglia-fumare/>

4.2 LA RISPOSTA ALLO STUDIO DI LINDSTROM

Alcuni studi più recenti mettono in discussione le conclusioni di Lindstrom.

Secondo i critici letterari del Washington Post le conclusioni a cui è giunto Lindstrom nel suo libro possono essere definite come “spiegazioni pseudo scientifiche formulate per favorire l’incremento dei budget pubblicitari”. Inoltre questo studio non è stato oggetto di revisione da parte di altri scienziati o ricercatori. La sua natura sperimentale unita alla dimensione ridotta del campione non consentono quindi apparentemente alcuna generalizzazione riguardo l’impatto delle etichette sulle popolazioni dei Paesi presi in esame. A maggior ragione, non si possono estendere tali conclusioni a tutti gli altri Paesi del mondo che hanno adottato tali etichette.

L’Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) afferma che: “le etichette che mettono in guardia i fumatori sui rischi alla salute derivanti dal consumo di tabacco sono un elemento essenziale di qualsiasi strategia di sanità pubblica volta a ridurre il tabagismo” e cita vari studi⁴³ sottoposti ad esami della comunità scientifica, pubblicati in varie riviste internazionali specializzate che al contrario dimostrano come le etichette siano utili per l’aumento dell’informazione, la dissuasione nei più giovani, la spinta verso lo smettere di fumare, il contrasto delle strategie di marketing delle aziende del tabacco.

4.3 CRITICHE GENERALI AI NUDGE

Francesco Bogliacino, Cristiano Codagnone e Giuseppe A. Veltri⁴⁴ hanno discusso dei nudge secondo un approccio pratico ed etico⁴⁵ ed hanno riscontrato diversi problemi legati ai nudge. Ne illustro alcuni.

Secondo la definizione originaria, una spintarella dovrebbe soddisfare tre condizioni:

1) riguardare situazioni in cui le scelte individuali producono delle externalità negative per i consumatori;

⁴³ es: <http://www.who.int/bulletin/volumes/87/8/09-069575/en/>

⁴⁴ Biografie: <https://sites.google.com/site/francescobogliacino/Home>
<https://www.eticaeconomia.it/author/cristiano-codagnone/>
<http://www2.le.ac.uk/departments/media/people/giuseppe-a-veltri>

⁴⁵ <https://www.eticaeconomia.it/i-problemi-pratici-ed-etici-delle-spintarelle/>

2) non limitare le opzioni di scelta (quindi interventi ‘anti-regolatori’ e senza incentivi economici o sanzioni);

3) indirizzarsi a problemi comportamentali e non indotti da una condotta razionale (quindi non alla cognizione consapevole ma alle risposte immediate).

Si noti che gli interventi, in questa accezione originale, si indirizzano al lato della domanda (consumatori) e non a quello dell’offerta (produttori e/o distributori di beni e servizi).

Tuttavia l’espressione è ormai comunemente usata per descrivere interventi fondati su incentivi finanziari, informazione aggiuntiva (che i produttori sono obbligati a fornire) e blocco delle scelte inappropriate; giustamente ci si chiede in che senso questi interventi differiscano da altre forme tipiche quali sussidi, campagne informative, e regolamentazione restrittiva⁴⁶. Ad esempio, le etichette se ben disegnate possono servire per rendere salienti e di facile fruizione informazioni utili al consumatore e intuitivamente possono essere considerate un nudge⁴⁷. Tuttavia, etichette obbligatorie per i produttori richiedono una regolamentazione (violazione della condizione 2); alcune (es. quelle con informazioni su emissioni di CO² e consumo di energia) mirano primariamente ad un risultato collettivo (esternalità e violazione della condizione 1); infine per quanto salienti e grafiche le etichette contengono informazioni che devono essere processate consapevolmente dai consumatori (violazione della condizione 3).

Quindi un primo problema riguarda la distinzione tra le politiche di nudging e altre politiche che sono simili ma non rispettano i prerequisiti che abbiamo analizzato fino ad ora e possono portare a scelte sbagliate e magari si vanno a confrontare politiche diverse tra di loro.

Ulteriori critiche riscontrate riguardano problemi etici e più precisamente:

- da una prospettiva di scelta pubblica, i liberisti sospettano che l’argomento dell’irrazionalità sia una copertura per giustificare l’interventismo (e quindi l’accaparramento di risorse da parte del politico) e il sostegno degli economisti come un modo di proporsi come “consiglieri del Principe” (motivated reasoning);

- da una prospettiva di scelta politica le spintarelle sembrano essere paraventi per evitare di nominare nel dibattito pubblico i problemi di uguaglianza sostanziale e diritti sociali. Questa critica è stata articolata in modo organico e compiuto soprattutto in relazione ai temi

⁴⁶ Kusters e Van der Heijden, From mechanism to virtue: Evaluating Nudge theory, Evaluation, 2015

⁴⁷ Codagnone, Veltri, Bogliacino, Lupiáñez-Villanueva, Gaskell, Ivchenko, Ortoleva, Mureddu, Labels as nudges? An experimental study of car eco-labels, Economia Politica, 2016

dell'accesso ai servizi sanitari⁴⁸. Le spintarelle sono denunciate come sia insufficienti di fronte alle fonti socio-economiche e strutturali che determinano le diseguaglianze nello stato di salute e nell'accesso ai servizi sanitari, sia dannose perché agiscono 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.

Una questione centrale è come tracciare la linea tra una 'benigna' definizione dell'architettura della scelta da un lato e l'introduzione di vincoli nascosti alle scelte (es. opzioni di default e consenso esplicito) o di aperta manipolazione dall'altro; per manipolazione si intende esercitare influenza sugli individui aggirando la loro capacità di ragionamento o attraverso elementi psicologici non razionali (ad esempio un nudge indirizzato alle emozioni per ottenere un determinato comportamento) o attraverso modalità di scelta modi non ovvi ed espliciti (ad esempio forme di silenzio-assenso non chiaramente esplicitate).

Un'ulteriore critica è che le politiche di nudging non hanno tutto questo potere: un provvedimento legislativo in Finlandia e Giappone ha ridotto il consumo di sale di 5 grammi al giorno contro una politica di nudging relativa ad un accordo volontario tra produttori di alimenti e la Food Standards Agency che ha fatto diminuire il suo consumo di soli 0,9 grammi al giorno.

4.4 LE POSSIBILI RISPOSTE ALLE CRITICHE

Come risposta alla prima e all'ultima critica bisogna ricordare che le distorsioni cognitive e l'irrazionalità non vanno mai considerate come esclusivamente connaturate nella natura dell'uomo, ma sono indirizzate dal contesto sociale e culturale che può influenzare attivamente le preferenze individuali e le regole decisionali. Quindi non bisogna dimenticare l'importanza dell'istruzione e dell'educazione come canali per correggere gli errori⁴⁹ e dunque l'importanza del nudging è palese, basta riuscire a distinguere le varie politiche in macro-categorie omogenee per poi poter valutare i loro effetti. Si potrebbe introdurre una tassonomia più comprensibile e specificare gli elementi chiave di ogni provvedimento (verso chi è rivolto, cosa implica, per quanto tempo, in quali circostanze...). Il confronto poi con le

⁴⁸ Public health in England: from nudge to nag, Editorial. Lancet, 2012

⁴⁹Codagnone, Veltri, Lupianez-Villanueva, Bogliacino, The challenges and opportunities of "nudging", Journal of Epidemiology and Community Health, 2014; Rebonato, A critical assessment of libertarian paternalism. Journal of Consumer Policy, 2014

politiche tradizionali è ovviamente indiscutibilmente necessario e utile, attraverso un'attenta analisi di costi/benefici.

Per rispondere ai problemi etici di politica pubblica occorre precisare che l'intento degli economisti comportamentali non è quello di sostituire la regolazione con le spinte gentili o di mettere la testa sotto la sabbia cercando di non affrontare di petto i problemi, ma anzi è quello di spingere il governo a formulare politiche pubbliche che siano più coerenti con i reali procedimenti mentali e decisionali delle persone e proprio per questo formulare provvedimenti che prevedano, oltre a strumenti tradizionali, anche l'utilizzo di nudge, determinando un'architettura delle scelte che consenta alle persone di compiere decisioni più idonee sia al loro benessere che a quello della collettività. Il regolatore in particolare dovrebbe confrontarsi con la realtà in cui operano le norme in corso di adozione, prendendo in considerazione anche gli errori cognitivi dei regolati, perché una conoscenza di tali errori e delle euristiche⁵⁰ offre indicazioni cruciali su ciò che riguarda il procedimento decisionale dei destinatari delle regole, l'implementazione delle stesse e la loro capacità di rispondere ad esigenze che ne sono alla base. Occorre evidenziare come la mancata considerazione di questi errori di percezione può, oltre a rendere i provvedimenti meno efficaci, anche impedire l'attuazione degli obiettivi della regolazione.

4.5 LA CREAZIONE DI UNA POLITICA PIU' CONSAPEVOLE E IL MIGLIORAMENTO DELLA QUALITA' DELLE REGOLE

Ad esempio gli errori cognitivi dei consumatori hanno ostacolato in modo significativo la liberalizzazione della distribuzione di energia, ciò emerge da uno studio condotto dal regolatore indipendente inglese Office of Gas and Electricity Markets-OFGEM⁷¹. Le ricerche hanno evidenziato che nella maggioranza dei casi i consumatori tendono a restare con il fornitore tradizionale (bias status quo), oppure coloro che si avventurano nel nuovo, cedono alla prima offerta più conveniente (regola euristica dell'ancoraggio). Tali atteggiamenti costituiscono un ostacolo significativo al corretto funzionamento del mercato energetico. L'applicazione delle scienze cognitive alla regolazione può quindi offrire un ricco contributo al miglioramento della percezione dei provvedimenti da parte dei destinatari, aiutando così le persone a gestire la complessità, a resistere alla tentazione o ad evitare l'inganno delle influenze sociali. In generale, può contribuire a migliorare la qualità delle regole, obiettivo

⁵⁰ <https://it.wikipedia.org/wiki/Euristica>

che costituisce un elemento essenziale dello stato di diritto, rispondendo alle esigenze delle moderne democrazie⁵¹ e dovrebbe pertanto essere oggetto di una costante attenzione da parte dei regolatori pubblici, a tutti i livelli di governo.

Proprio in America questa idea di applicazione delle scienze cognitive in qualunque tipo di politica pubblica e regolazione è stata seguita e nel recente Executive Order, emanato dal Presidente Obama il 15 settembre 2015, si evince la reale utilità delle scienze comportamentali applicate (Applied Behavioral Analysis) nella definizione e revisione della amministrazione pubblica⁵². Questo provvedimento introduce numero novità, ad esempio quella di testare le reazioni e motivazioni degli individui “reali” prima di decidere, oppure quella di coinvolgere scienziati cognitivi nel procedimento decisionale e anche rafforzare il legame con la comunità scientifica per utilizzare al meglio le indicazioni delle scienze cognitive.⁵³ Il provvedimento, composto da tre paragrafi individua i settori in cui l'applicazione delle scienze comportamentali può determinare miglioramenti del benessere della collettività e cerca di incentivare una semplificazione dei programmi pubblici progettati per spingere gli americani a compiere azioni specifiche.

Anche in Europa già a partire dal 2008 gli organi comunitari si sono attivati attraverso analisi empiriche, proposte dalla Direzione generale Health and Consumers della Commissione europea, conferenze e la pubblicazione di una guida in cui promuovono l'utilizzo delle scienze comportamentali nel Policy-Making, intitolata “Applying Behavioural Science to Eu Policy-Making”⁵⁴. Nel recente rapporto “Behavioural insights applied to policy”⁵⁵, presentato a Bruxelles il 22 febbraio 2016 si evidenziano i primi tentativi di nudge adottati dai vari Stati

⁵¹ N. RANGONE, Errori cognitivi e scelte di regolazione, in Riv. analisi giuridica dell'economia, n. 1, 2012, pag. 1 ss.; OFGEM, What Can Behavioural Economics Say About GB Energy Consumers?, 2011, in www.ofgem.gov.uk/publications-and-updates/what-can-behaviouraleconomics-say-about-gb-energy-consumers-0, pag. 5 ss. 34

⁵² si veda l'Executive Order, 2015, in www.whitehouse.gov/the-press-office/2015/09/15/executive-order-using-behavioral-science-insights-better-serve-american.

⁵³ N. RANGONE, Regolazione e scienze cognitive dopo l'“Executive Order” di Obama, in Giornale dir. Amm., n. 1, 2016, pag 16 ss

⁵⁴ si veda: R VAN. BAVEL, B. HERMAN, G. ESPOSITO, A. PROESTAKIS, Applying Behavioural Sciences to EU Policy-Making, European Commission, Joint Research Center, in Scientific and Policy Reports, 2013. Il testo dell'articolo ha subito delle modifiche, la versione aggiornata si può reperire in prx.sagepub.com/content/early/2016/06/07/0033294116649576. Si veda anche N. RANGONE, Regolazione e scienze cognitive dopo l'“Executive Order” di Obama, in cit., pag. 16 ss.

⁵⁵ Il rapporto è stato presentato in occasione di un'iniziativa con Tibor Navracics, commissario UE all'Educazione Cultura e Sport e responsabile del Joint Research Centre, organo ufficiale di studi della Commissione Europea. Si veda il Rapporto Behavioural insights applied to policy, 2016, in Publications.jrc.ec/repository/bitstream/JRC100146/KJNA27726ENN_NEW.PDF.

membri⁵⁶ e si vanno a proporre delle integrazioni con tutti i contributi delle scienze comportamentali al processo di definizione delle politiche, in modo da renderle il più possibile coerenti con l'obiettivo che si propongono, a prescindere dagli strumenti usati.

Si può notare quindi, con questi semplici esempi, come nel mondo l'economia comportamentale, le politiche di nudge e una diversa prospettiva nello studio e nell'applicazione della regolamentazione pubblica stiano prendendo piede da dieci anni a questa parte e come si dia sempre più importanza allo studio delle reazioni per poter migliorare la qualità e quindi l'efficacia delle regole.

⁵⁶ E. LEVI, La politica economica e l'economia comportamentale: non solo nudge, I numeri del Menabò di Etica ed Economia, in Riv. Menabò, n. 41, 2016, in www.eticaeconomia.it/la-politica-economica-e-leconomia-comportamentale-non-solo-nudge/.

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

Al termine di questa mia ricerca volevo portare anche la mia diretta esperienza sul tema ed esprimere il mio personale parere.

Ho sempre saputo, come del resto la maggior parte delle persone fumatrici e non, che il fumo facesse male. Siamo bombardati ogni giorno da pubblicità anti-fumo, da messaggi subliminali e non che invitano le persone a non fumare e mostrano i danni legati a questa dipendenza.

Ma non ci pensiamo davvero. Quando io ho iniziato a fumare l'ho fatto proprio per il primo motivo che il Rapporto Nazione sul Fumo 2017 descrive e cioè perché le mie compagne di scuola, nonché amiche fumavano e questo ti rendeva "cool" e alla moda, inserita nel contesto sociale e in una posizione di "rilevanza" nella compagnia di amici (errore cognitivo della rappresentatività e la voglia costante di conformismo). Il senso di soddisfazione che il fumo ti dà è reale e porta davvero a ricercarlo ogni giorno sempre di più per combattere l'ansia, per fare una pausa dai mille impegni quotidiani e per sentirsi un po' sia trasgressivi contro magari una famiglia che te lo vieta sia inseriti nella propria cerchia, per conformismo appunto.

Non avendo avuto esperienze dirette o indirette a me vicine di persone che stavano male a causa del fumo (errore cognitivo della disponibilità) tutte queste informazioni riguardanti i danni causati del fumo le sentivo distanti, lontane, a me estranee. Non ci ho mai ragionato davvero sopra, anche se sentivo il respiro che iniziava a farsi più corto, i denti un pochino più gialli, l'odore nauseabondo dell'alito.

La svolta nella mia personale esperienza è avvenuta proprio grazie ad una nuova politica di sensibilizzazione, anche se solo in parte ispirata all'idea di nudging. Quando sono iniziati ad uscire i pacchetti di sigarette nuovi, quelli che rispettano la Direttiva Comunitaria 2014/40 e il Decreto Legislativo 6/2016, ho notato subito quelle immagini. Sono immagini davvero forti, che ti colpiscono dentro e ti mettono faccia a faccia con la realtà della situazione. Giorno dopo giorno nel mio cervello è iniziato a scaturire il pensiero, reale che mi stessi uccidendo da sola.

Quando ho frequentato il corso di Economia Sanitaria del professore Vincenzo Rebba e ho scoperto le politiche di nudging ho deciso che fosse giusto, in primis per me stessa, approfondire questo tema per cercare di rendermi conto di quanto il fumo sia diffuso nel mondo e quanto realmente sia causa di malattie e morti e di capire come quelle immagini shock possano avermi condizionato e perché.

Ora come ora, a distanza di mesi da quando ho iniziato a pensare a questo tema e a quando ho visto per la prima volta quelle immagini, posso portare la mia esperienza che è positiva in quanto io ho smesso di fumare.

Parlare della definizione di internalità positive e negative che a volte magari può venire percepita come una definizione teorica, accademica, scientifica non dà veramente l'idea di quanto queste internalità esistano davvero e siano davvero difficili da combattere. Io stessa, seppur dopo essermi convinta al cento per cento che fumare sia stupido e faccia male, ho fatto una grande fatica a smettere, l'ansia, la depressione, l'insonnia, la tachicardia sono effetti reali provati sulla mia pelle.

Però è proprio qui che io ho constatato la forza dei nudge. Nessuno mi ha obbligato a smettere, nessuno mi ha puntato una pistola contro. Anche se negli anni hanno aumentato il prezzo delle sigarette e non sono certo una ragazza ricca, questo non è servito a farmi smettere. Una semplice immagine, che vista e rivista ogni giorno ha creato dentro la mia testa la consapevolezza di quanto io mi stessi facendo del male. Un'immagine che ha fatto cambiare la mia idea e mi ha portato a cercare di migliorare ogni giorno il mio stile di vita.

Nessuno ancora può dire con la certezza assoluta che le politiche di nudging siano davvero la svolta per un cambiamento globale degli stili di vita nel mondo, i dati statistici e gli studi sono ancora pochi e non abbastanza rilevanti in senso globale.

Quello che io penso è che se l'economia di quasi tutti i Paesi del mondo, dall'America, all'Europa, alle Filippine si sta muovendo sempre di più verso lo studio e l'applicazione dell'economia comportamentale e delle politiche di nudge nella definizione di nuovi tipi di regolamentazione e nell'aumento della qualità della regolamentazione tradizionale, questo non sia un argomento da scartare o da sottovalutare, anche grazie ai piccoli successi che si stanno ottenendo e che ho descritto precedentemente.

Bisogna sempre tenere a mente che un cambiamento di questa portata, da un'idea di pensiero umano razionale ad una di pensiero irrazionale nell'economia sia un grande passo che richiede tempo e anche tutte le misure di prevenzione come i nudge mostrano i suoi effetti nel lungo periodo. Per innescare il cambiamento di mentalità e un cambiamento nei comportamenti quotidiani, che io stessa ho adottato dopo un anno e mezzo dalla prima volta che ho visto quelle immagini shock ad esempio, ci vuole tanto tempo; ma a parer mio è più efficace. Se aumenti di un euro il prezzo di tutte le sigarette, magari all'inizio ai fumatori può dar fastidio, possono anche cercare di fumare meno se sono in una situazione di ristrettezza

economica, ma non stai andando ad agire nel loro pensiero riguardo al fumo. Loro continueranno a pensare che fumare non gli faccia male o ignoreranno il problema e daranno la colpa allo Stato per l'aumento del prezzo, sentendo questa imposizione come qualcosa di sgradito e come un attacco e difendendosi magari ricorrendo poi al mercato nero, agli acquisti all'estero dove le sigarette costano meno, ad altri tipi di sigarette (i trinciati ad esempio).

Se tu poni loro davanti la realtà, gli mostri davvero quello che il fumo provoca e magari allo stesso tempo proponi di dare loro una mano, con siti appositi (es. Stickk.com) o con numeri verdi dedicati più accessibili, loro non vedranno nessuna imposizione ma si innescherà nel loro cervello piano piano un pensiero diverso, più reale riguardante il fumo e questo pensiero li porterà a cambiare il loro stile di vita per sempre.

A mio parere un ulteriore passo avanti si potrebbe fare investendo in una maggiore educazione fin dall'infanzia riguardo questa tematica e le altre tematiche ad essa correlate (alcohol, droghe e in generale stili di vita sbagliati) perché è da piccoli che il pensiero umano si forma e apprende le nozioni essenziali come imparare a leggere, a scrivere, ad andare in bicicletta o a rispettare gli altri e se stessi.

Non penso assolutamente che le politiche di nudging da sole possano cambiare lo stile di vita della società. Mia madre dice sempre che l'essere umano non segue le regole fino a quando non lo sanzionano e mi racconta di quando in Italia era stata emanata la legge sull'obbligo delle cinture di sicurezza e gli italiani non l'hanno rispettata fino a quando non sono iniziate le sanzioni pecuniarie.

Le regole e le sanzioni sono necessarie, ma nel lungo termine non porteranno mai e poi mai ad una vera consapevolezza del significato intrinseco di quella regola, del perché è giusto rispettarla. Le politiche di nudging sì! E' quello il loro scopo: riuscire a cambiare la mentalità dell'essere umano lasciandolo libero di capire quello che è giusto o no per lui con una spintarella mirata e studiata che non dovrebbe mai fare male e che, insieme ad una regolamentazione innovativa e di qualità possa rendere la società più sana, fisicamente e mentalmente.

BIBLIOGRAFIA

CAPITOLO 1

OSSFAD, OSSERVATORIO FUMO, ALCOOL E DROGA, “Rapporto nazionale sul fumo”, 2017 disponibile sul sito <http://www.iss.it/> e in formato pdf scaricabile per la sintesi e presentazione powerpoint
http://www.iss.it/binary/fumo4/cont/Osservatorio_Fumo_Alcol_e_Droga_presenta_il_Rapporto_Nazionale_sul_Fumo_2017_Roberta_Pacifici.pdf.pdf

PALMERINI C., “Gli enormi costi del fumo”, in Focus, 2017, qui <http://www.focus.it/comportamento/economia/i-costi-enormi-del-fumo> ;

RUSSO R., SCAFATO E., “Fumo e salute: impatto sociale e costi sanitari”, Osservatorio sul Fumo, l’Alcol e la Droga dell’Istituto Superiore di Sanità – Roma, 2006 qui <https://pdfs.semanticscholar.org/2bfa/be6083034a14a2ec3c2006f6d6f5df2a16fd.pdf> ;

WORLD HEALTH ORGANIZATION, “The economics of tobacco and tobacco control”, 2017 disponibile in pdf al sito:
https://cancercontrol.cancer.gov/brp/tcrb/monographs/21/docs/m21_complete.pdf ;

CAPITOLO 2

ARONSON E., *L’animale sociale*, Milano, Apogeo, 2006, pag. 138;

BARBERIS G., LAVANDA I., RAMPA G. e SORO B., *La politica economica tra mercati e regole*, Soveria Mannelli, Rubettino, 2005, pag 103;

GILOVICH T., GRIFFIN D., KAHNEMAN D., *Heuristics and biases: the psychology of intuitive judgment*, Cambridge university press, 2002, pag 730 ss.;

GULOTTA G., *Quaderni di Psicologia*, Milano, Giuffrè, 2008, pag. 230 ss.;

KAHNEMAN D. e TVERSKY A., *Prospect Theory: an analysis of decisions under risk*, in *Econometrica*, vol. 47, n. 2, 1979, pag 263-292;

MOTTERLINI M., PIATTELLI M. PARLARINI, KAHNEMAN D., SMITH V. L. E MCFADDEN D., *Critica della ragione economica*, Milano, Saggiatore, 2005, pag. 27 ss.;

RIGHINI E., *Behavioral law and economics*, Milano, Franco Angeli, 2012, pag. 26 ss.;

SAMUELSON W. e ZECKHAUSER R., *Status quo bias in decision making*, in *Journal of risk and uncertainty*, n.l., 1988, pag 7 ss.;

SUNSTEIN C. R., *Semplice: L'arte del governo del terzo millennio*, Serie bianca, Feltrinelli, 2014;

THALER R. H. e SUNSTEIN C. R., *Nudge. La spinta gentile*, Universale economica, Saggi, Serie bianca, Feltrinelli, 2009;

TVERSKY A., AND KAHNEMAN D., *The framing of decisions and the psychology of choice*. IN *Science*, 1981, 211(4481): 453–45;

TVERSKY A. e KAHNEMAN D., *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*, in cit., 1974, pag 1124 ss.;

CAPITOLO 3

DECRETO LEGISLATIVO 6/2016 disponibile qui
<http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2016/01/18/16G00009/sg> ;

DIRETTIVA COMUNITARIA UE 2014/40 disponibile qui <http://www.trovanorme.salute.gov.it/norme/renderNormsanPdf;jsessionid=ueDkz9Rt47NdaLSzk7izYA...sgc3-prd-sal?anno=0&codLeg=49110&parte=1%20&serie=S2> ;

KAHNEMAN D., *Thinking, fast and slow*, n.l., Mondadori, 2012, in http://shifter-magazine.com/wpcontent/uploads/2015/02/Daniel-Kahneman_Thinking/Fast.and.Slow-.pdf, pag. 22 ss.

CAPITOLO 4

CODAGNONE C., VELTRI A. G., BOGLIACINO F., LUPIÁÑEZ-VILLANUEVA, GASKELL, IVCHENKO, ORTOLEVA, MUREDDU, *Labels as nudges? An experimental study of car eco-labels*, Economia Politica, 2016;

CODAGNONE C., VELTRI A. G., LUPIANEZ-VILLANUEVA, BOGLIACINO F., *The challenges and opportunities of “nudging”*, Journal of Epidemiology and Community Health, 2014;

CODAGNONE C., BOGLIACINO F., A. VELTRI G., *“I problemi pratici ed etici delle spintarelle”*, 2016 disponibile qui <https://www.eticaeconomia.it/i-problemi-pratici-ed-etici-delle-spintarelle/> ;

FONG G. T., HAMMOND D. & SARA C. HITCHMAN *The impact of pictures on the effectiveness of tobacco warnings*, University of Waterloo, 200 University Avenue West, Waterloo, Canada, 2009 disponibile qui <http://www.who.int/bulletin/volumes/87/8/09-069575/en/> ;

KOSTERS E VAN DER HEIJDEN, *From mechanism to virtue: Evaluating Nudge theory*, Evaluation, 2015;

LEVI E., “*La politica economica e l’economia comportamentale: non solo nudge, I numeri del Menabò di Etica ed Economia*”, in Riv. Menabò, n. 41, 2016, in www.eticaeconomia.it/la-politica-economica-e-leconomia-comportamentale-non-solo-nudge/;

OFGEM, “*What Can Behavioural Economics Say About GB Energy Consumers?*”, 2011, in www.ofgem.gov.uk/publications-and-updates/what-can-behaviouraleconomics-say-about-gb-energy-consumers-0, pag. 5 ss. 34;

RANGONE N., “*Errori cognitivi e scelte di regolazione*”, in Riv. analisi giuridica dell’economia, n. 1, 2012, pag. 1 ss.; “*Regolazione e scienze cognitive dopo l’”Executive Order” di Obama*”, in Giornale dir. Amm., n. 1, 2016, pag 16 ss;

VAN BAVEL R., HERMAN B., ESPOSITO G., PROESTAKIS A., *Applying Behavioural Sciences to EU Policy-Making*, European Commission, Joint Research Center, in Scientific and Policy Reports, 2013;

VENTURINI M., “*Fumo, le immagini choc sui pacchetti causano l’effetto contrario*”, nel Il Fatto Quotidiano, 2015 disponibile qui http://www.ilfattoquotidiano.it/2015/09/21/fumo-le-immagini-choc-sui-pacchetti-causano-leffetto-contrario-spingono-a-fumare/2054153/#disqus_thread.

parole totali elaborato: 11.060