



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata
Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione

Corso di Laurea Magistrale in Psicologia Sociale, del Lavoro
e della Comunicazione

**Scarcity e processi decisionali: interventi di Nudge
per migliorare le scelte economiche**

Relatrice: Prof.ssa Lorella Lotto

Laureanda: Marta Bozzi

Matricola: 2050373

Anno accademico 2022/2023

INTRODUZIONE	4
1 NUDGE LA SPINTA GENTILE	6
<i>1.1 Dalla razionalità “globale” alla razionalità “limitata”</i>	7
<i>1.2 Sistema 1 e Sistema 2</i>	11
<i>1.3 Nudge theory: architettura delle scelte e origini</i>	16
<i>1.4 Tipologie di Nudge</i>	19
<i>1.5 Applicazioni pratiche nel settore internazionale</i>	21
<i>1.6 La Teoria dei Nudge nel territorio italiano</i>	26
<i>1.7 Nudge, parternalismo libertario e questione etica</i>	28
2 L’INFLUENZA DELLA SCARCITY SUI PROCESSI DECISIONALI	38
<i>2.1 Teoria della scarsità</i>	39
<i>2.2 La scarsità cattura la mente: il Tunnel Effect</i>	41
<i>2.3 Larghezza di banda</i>	43
<i>2.4 Processi cognitivi ed effetti della scarsità</i>	45
<i>2.5 Conseguenze della scarsità economica: vivere nel presente</i>	49
<i>2.6 Conseguenze della scarsità economica: avversione al rischio</i>	52
<i>2.7 La scarsità crea scarsità: scelte economiche inefficienti</i>	54
3 NUDGE A SOSTEGNO DEI CONTESTI DI SCARSITÀ	59
<i>3.1 Progettare un ambiente “a prova di scarsità”</i>	60
<i>3.2 Inserire il risparmio nel tunnel: Priming</i>	61

<i>3.3 Economizzare sulla larghezza di banda: Salience</i>	64
<i>3.4 Inazione e Defaults</i>	71
<i>3.5 Pianificare per la scarsità</i>	76
<i>3.6 Pungolare attraverso norme ed emozioni: Norms e Affect</i>	82
<i>3.7 Efficacia e limiti dell'approccio nudge</i>	85
CONCLUSIONI	88
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	91

INTRODUZIONE

L'elaborato in oggetto ha l'obiettivo di indagare in che modo la Nudge Theory favorisca scelte più efficienti nei contesti di scarsità economica. Nel primo capitolo, mediante un'analisi dettagliata della psicologia della decisione e degli studi dei suoi principali esponenti, Kahneman e Tversky, si approfondisce il concetto di Nudge proposto da Thaler e Sunstein e le relative applicazioni esaminandone i principali meccanismi cognitivi di funzionamento sottostanti. Presentando i concetti fondamentali alla base della Nudge Theory, l'architettura delle scelte e il paternalismo libertario, si porrà l'attenzione sulle diverse tipologie di nudge e sugli obiettivi di tali strategie, il cui obiettivo ultimo è sempre quello di migliorare il benessere degli individui. Inoltre, verrà sollevata la necessità di una maggior consapevolezza riguardo alle possibili sfumature etiche di questa metodologia, al fine di garantirne un'applicazione adeguata. Il secondo capitolo analizza cosa si intende per scarcity (o scarsità di risorse) e in che modo una forma specifica di scarsità, quella economica, influenzi il processo decisionale e il comportamento degli individui. Prendendo come riferimento il modello teorico di Mullainathan e Shafir, la *Teoria della Scarsità*, il capitolo si focalizza sulle modalità attraverso cui la scarsità, ovvero la percezione soggettiva di non avere sufficienti risorse, favorisca comportamenti che ostacolano il benessere individuale e l'uscita da tale condizione. Per gestire efficacemente la scarsità e agevolare scelte economiche ottimali, le evidenze empiriche sottolineano l'importanza di considerare gli aspetti psicologici oltre a quelli economici. Alla luce di ciò, nel terzo capitolo vengono proposti interventi di nudge volti alla promozione del benessere individuale e sociale grazie

alla conoscenza dei meccanismi cognitivi alla base delle decisioni e delle conseguenze cognitive e comportamentali indotte dalla scarsità economica.

1. NUDGE LA SPINTA GENTILE

Nel primo capitolo, grazie al lavoro magistrale di Thaler e Sunstein e alle ultime evidenze scientifiche, si approfondirà l'idea di *nudge*, tradotto in italiano “pungolo” o “spinta gentile”, insieme alle sue possibili manifestazioni e i diversi ambiti di applicazione. Per aiutare le persone a scegliere il meglio per sé stesse e per la società, è necessario imparare ad usare a fin di bene l'irrazionalità umana e comprendere la struttura dei nostri meccanismi cognitivi alla base dei processi decisionali. Per comprendere fino in fondo il valore del concetto di *nudge*, verrà quindi presentata una panoramica dei principali approcci dello studio delle scelte. Nello specifico, partendo dalla concezione di uomo come essere razionale e coerente nelle proprie scelte, grazie alla psicologia cognitiva e ai numerosi studi di Kahneman e Tversky, verranno presentati diversi studi che permettono di approfondire il complesso e affascinante ambito della psicologia della decisione, cercando di far luce su quei meccanismi psicologici in grado di spiegare la complessità del nostro modo di pensare, prendere decisioni e formulare giudizi. Tali ricerche hanno permesso lo sviluppo e la creazione di contesti ambientali volti a promuovere il benessere individuale e sociale, aiutando gli individui ad adottare comportamenti e fare scelte che ne migliorano le condizioni di vita. Si analizzeranno le principali teorie dello studio delle scelte con particolare attenzione al funzionamento di due differenti sistemi cognitivi: uno legato all'intuizione (Sistema 1), l'altro al ragionamento (Sistema 2). Dopo aver esaminato i processi alla base delle decisioni e gli errori sistematici che ne derivano e che l'uomo per natura è portato a commettere, verrà presentata nel dettaglio l'idea di *Nudge* insieme alle sue origini, finalità e le diverse strategie di utilizzo. Presentando il paradigma

su cui basa l'intero approccio nudge, ovvero il paternalismo libertario, si discuterà per concludere della questione etica e delle difficoltà che la Nudge Theory ha dovuto e deve tuttoggi affrontare nei diversi contesti di applicazione e nei dibattiti scientifici.

1.1 Dalla razionalità “globale” alla razionalità “limitata”

Quotidianamente dobbiamo affrontare molteplici situazioni, dalle più banali alle più importanti, che ci obbligano a prendere decisioni e fare delle scelte: in che modo queste vengono prese? Quante in maniera consapevole e razionale? Tali quesiti hanno interessato da sempre le più vaste discipline, dall'economia alla psicologia, facendo strada a diversi approcci allo studio delle scelte e dei processi decisionali (Bell et al., 1988).

I modelli di decisione individuale che hanno dominato l'economia fino alla fine del XX secolo sono stati definiti "modelli neoclassici" e presuppongono che gli individui siano "razionali". La concezione di uomo come essere razionale si struttura intorno alla nozione di *Homo Oeconomicus*: proponendo un'immagine di uomo come decisore efficiente, l'essere umano, con la sua capacità di elaborare razionalmente le informazioni disponibili, sarebbe in grado di ragionare e scegliere in modo infallibile massimizzando i propri interessi e il proprio benessere (Urbina & Ruiz-Villaverde, 2019). Per “razionale” si intende quindi la capacità da parte degli individui di elaborare le informazioni in modo appropriato e scegliere tra le varie opzioni di scelta quella migliore sulla base delle proprie preferenze, le quali soddisfano determinati requisiti di coerenza, risultano stabili nel tempo e nei diversi

contesti decisionali (Congiu & Moscati, 2022). Con gli studi di Herbert Simon (1955) si inizia a mettere in discussione la *razionalità globale* dell'essere umano. I processi decisionali che si realizzano nelle organizzazioni, l'analisi del comportamento degli investitori e delle relative decisioni di spesa riflettevano un processo molto più complesso e distante dai criteri della razionalità economica, portando l'autore a parlare di *razionalità limitata* (Simon, 1956). Tale concezione incoraggia lo sviluppo di un nuovo approccio, il cosiddetto "modello comportamentale". Servendosi delle evidenze scientifiche ottenute dal campo della psicologia cognitiva e in particolar modo dei contributi di Kahneman e Tversky (1971; 1973; 1974;), questo approccio alternativo ha un ruolo di fondamentale importanza nella riformulazione delle definizioni di razionalità e nella concezione del nostro modo di pensare. L'idea di uomo presentata non è più quella guidata dai principi di logica e razionalità; diversamente, le sue scelte sono sistematicamente condizionate da processi inconsapevoli imputabili alla struttura dei nostri sistemi cognitivi (Kahneman e Tversky, 1974). Al concetto di Homo Oeconomicus, si fa quindi strada quello di Homo Sapiens: l'*Umano*, al contrario dell'*Écone* - così definiti da Thaler e Sunstein, 2008 - devia dalla razionalità in modo sistematico e replicabile (Kahneman & Tversky, 1974). Tale evidenza farà strada a nuovi e diversi approcci allo studio delle scelte.

Coerentemente al paradigma dominante dell'economia classica, il primo approccio si basa sui costrutti di coerenza e razionalità e indica come un individuo razionale debba scegliere (Merlone & Spilli, 2023). Viene definito *normativo*, è di tipo logico-matematico e si basa sulla "teoria dell'utilità attesa" e sulla "teoria della probabilità" di Von Neumann e Morgenstern (1947). Tale modello definisce norme e criteri da

seguire affinché giudizi e decisioni possano essere considerati razionali, aiutando l'individuo in condizioni di rischio a preferire la miglior scelta in termini di massimizzazione dei profitti e riduzione dei rischi (Merlone & Spilli, 2023). La teoria dell'utilità attesa assume che venga scelta l'opzione con l'utilità migliore e, da una prospettiva logico-matematica, l'utilità di un'opzione è data dalla somma di ogni esito pesato per la sua probabilità (Von Neumann & Morgenstern, 1947). L'individuo avrebbe quindi una chiara conoscenza della distribuzione di probabilità delle conseguenze di ciascuna alternativa (Von Neumann & Morgenstern, 1947). La crisi del modello classico è sostenuta da una consistente letteratura di ricerca che dimostra come spesso il comportamento delle persone si discosta dalle prestazioni normative in molti compiti di ragionamento (Kahneman & Tversky, 1974; Stanovich & West, 2000).

Da queste evidenze scientifiche, all'interno dello studio dei processi decisionali emerge un secondo approccio, il cosiddetto modello *descrittivo*, il quale si concentra su un'analisi descrittiva delle modalità in cui gli agenti si comportano, con lo scopo di spiegare e prevedere il comportamento effettivo delle persone, e quindi come di fatto le persone prendono decisioni (razionali o meno) (Merlone & Spilli, 2023). I ricercatori hanno documentato un'ampia varietà di fenomeni empirici che violano la teoria dell'utilità attesa: tra questi, il "framing effect", dimostra come le scelte non riguardano tanto i risultati quanto la formulazione dei risultati stessi, ovvero il modo in cui una situazione viene descritta o inquadrata (Kahneman & Tversky 1984; Kahneman & Tversky, 2013). Tale fenomeno incoerente con il comportamento razionale avviene conseguentemente all'infrazione del principio di invarianza descrittiva, secondo cui l'espressione di

una preferenza non dovrebbe dipendere dal modo in cui le diverse opzioni vengono descritte (Kahneman & Tversky 1984, Kahneman, 2011). Come modello descrittivo alternativo alla teoria dell'utilità attesa, Kahneman e Tversky propongono la "teoria del prospetto" (1979, 2013), la quale si basa sul bias cognitivo di avversione alla perdita. Secondo il modello, le persone percepiscono e valutano le diverse opzioni di scelta in termini di potenziali guadagni o potenziali perdite rispetto ad un punto di riferimento neutro (livello di adattamento o status quo). Sulla base di questo, gli individui tendono a mettere in atto comportamenti avversi alle perdite: si tende a dare più peso alle perdite rispetto ai corrispettivi guadagni. In altre parole, la sensazione associata alla perdita è percepita come più intensa rispetto al piacere derivante da un guadagno di valore equivalente; di conseguenza, si tende a evitare scelte che implicano un elevato rischio di perdita e al tempo stesso può portare ad una preferenza per decisioni meno rischiose (Kahneman & Tversky, 1979). Il divario tra il modello normativo e quello descrittivo può essere quindi espresso dalla concezione di irrazionalità sistematica nella cognizione umana (Stanovich & West, 2000). Tuttavia, diverse interpretazioni alternative mantengono il presupposto che il comportamento e la cognizione umana siano in gran parte razionali (Cohen, 1981) e che le deviazioni dai modelli normativi riguarderebbero, ad esempio, errori di performance transitori e casuali (non sistematici) (Stein, 1996), o limitazioni computazionali stabili e intrinseche che impediscono la risposta normativa (Oaksford & Chater, 1995).

Come terza e ultima prospettiva si inserisce l'approccio *prescrittivo*. L'idea alla base è che tali limitazioni cognitive analizzate dall'approccio descrittivo rappresentino un'opportunità per comprendere come le persone decidono e di

conseguenza, attraverso l'individuazione di procedure che tengono conto di tali limiti, consente di avvicinare il comportamento degli individui all'ideale normativo (Hammond, Keeney & Raiffa, 2015). Questa prospettiva, che cerca di integrare gli aspetti utili di entrambi gli approcci, viene abbracciata dalla Nudge Theory, il cui fine è quello di aiutare gli individui a compiere scelte migliori nell'ottica di un maggior benessere sia individuale che sociale (Thaler & Sunstein, 2008).

1.2 Sistema 1 e Sistema 2

La dimostrazione che l'analisi descrittiva del comportamento umano diverge dai modelli normativi è stato uno dei temi principali della cosiddetta letteratura sulle euristiche e i bias degli anni Settanta e dei primi anni Ottanta. Nell'articolo pubblicato su Scienze "Judgement Under Uncertainty: Heuristics and Biases" (Kahneman & Tversky, 1974), l'idea centrale degli psicologici Kahneman e Tversky è che di fronte a situazioni complesse o di incertezza, gli individui ricorrono a scorciatoie mentali, definite *euristiche*, ovvero procedure decisionali semplificate e intuitive. In contesti di decisione, queste strategie mentali se da un lato permettono di risparmiare tempo ed energie, dall'altro possono portare l'individuo a commettere errori sistematici. Tali deviazioni cognitive (definiti in letteratura *bias*) rappresentano un'opportunità per comprendere come e perché le persone scelgono, in quanto estremamente informativi sui processi mentali che conducono alle decisioni, e allo stesso tempo l'identificazione e comprensione di questi errori offre l'occasione di intervenire in modo da limitare i danni che gli stessi errori di scelta e di giudizio spesso provocano (Kahneman, 2011).

Come è possibile che gli individui siano allo stesso tempo così veloci e intelligenti in alcune attività e così incapaci in altre? Perché si commettono errori senza alcun tipo di consapevolezza? Tali apparenti contraddizioni vengono chiarite dalla descrizione del funzionamento del nostro cervello proposta da Stanovich e West (2000) e che la letteratura neuroscientifica ha avvalorato empiricamente (Lieberman, Gaunt, Gilbert, & Trope, 2002). Facendo riferimento al luogo nel quale si originano e riprendendo il modello di Stanovich e West (2000), Kahneman e Tversky (1974) contrappongono due differenti processi legati alle attività cognitive: uno intuitivo e automatico, l'altro riflessivo e razionale. Il primo viene definito in letteratura "sistema impulsivo" o "sistema 1", mentre il secondo "sistema riflessivo" o "sistema 2". Le attività del sistema 1 sono associate alle parti più antiche del cervello. Plasmato dall'evoluzione affinché fornisca una valutazione costante dei problemi in modo da garantirne la sopravvivenza, tali processi automatici sono concentrati nella parte posteriore (occipitale), superiore (parietale) e laterale (temporale) del cervello (Babiloni, Meroni & Soranzo, 2007). La corteccia prefrontale, la parte più avanzata del cervello (in termini evolutivi) e quella che più separa gli esseri umani dalle altre specie, è associata invece alla deliberazione e riflessione e quindi al Sistema 2 (Camerer, Loewenstein & Prelec, 2005). Il sistema 1 è legato a un pensiero veloce e intuitivo, opera rapidamente in modo automatico con nessun sforzo e senso di controllo volontario e si caratterizza relativamente poco esigente in termini di capacità computazionale (Stanovich e West 2000). Il risultato di ciò è che spesso gli individui prendono decisioni o formulano giudizi in modo del tutto inconsapevole: per esempio, un viso può essere percepito come affascinante ed una dichiarazione come offensiva, in modo automatico e senza

alcuno sforzo. Sembrerebbe a primo avviso contraddittorio per l'idea di uomo che si ha, ma il sistema impulsivo rappresenta l'ordinario modo di funzionamento del cervello e può essere inteso come un riflesso del comportamento degli esseri umani (Sunstein, 2014). La maggior parte di quello che facciamo e pensiamo (sistema 2) origina dal sistema 1 costituendo di fatti la maggior parte dell'attività elettrochimica del cervello (Babiloni, Meroni & Soranzo, 2007). Non implicando nessun tipo di sforzo cognitivo, è sempre attivo e produce continuamente spunti per il sistema 2 come sensazioni e intuizioni che, se sostenute da quest'ultimo, diventano credenze e atteggiamenti volontari (Kahneman, 2011). Levinson (1995) definisce le proprietà peculiari del sistema impulsivo, quali automaticità e elaborazione euristica, attraverso il concetto di "intelligenza interazionale". Il sistema 1 inferisce e inventa causa e intenzioni, ovvero gli individui tendono a usare il pensiero causale in modo inappropriato e ad applicarlo a situazioni che richiedono il ragionamento statistico (Kahneman, 2011). Di fatti, gli individui arrivano a prendere decisioni seguendo strategie ben diverse dalle leggi della probabilità. Stanovich e West (2000) parlano di "intelligenza contestualizzata" per descrivere le modalità di operazione del sistema 1: pur potendo attingere a varie fonti di informazioni, esso sembra essere guidato dall'esperienza, in quanto il contesto attuale, la salienza o la tempestività piuttosto che non la quantità di informazioni disponibili costituiscono i fattori più significativi che entrano in gioco in una presa di decisione (Friuli, Russo & Barbuzzi, 2005). Una caratteristica strutturale del sistema 1 è quella, infatti, di rappresentare solo le idee attivate elaborando attraverso di essere la miglior storia possibile, per cui la quantità e la qualità dei dati risultano irrilevanti per le formulazioni di giudizi e decisioni. Kahneman (2011) parla di «*meccanismo per*

saltare alle conclusioni» e questo spiegherebbe il pensiero intuitivo e veloce degli individui insieme alla loro capacità di trarre significati da informazioni parziali in una realtà così complessa. La combinazione di un sistema 1 in cerca di coerenza con un sistema 2 “pigro” fa sì che il sistema 2 avalli molte credenze intuitive generate dal sistema 1. Il sistema riflessivo, infatti, è attivo in una modalità di minimo sforzo in quanto tali processi sono evocati deliberatamente e consciamente dall’individuo, richiedendo perciò sforzo cognitivo (Kahneman, 2011). Il suo compito principale è quello di monitorare e controllare pensieri e impressioni suggerite dal sistema 1, permettendo ad alcuni di esprimersi direttamente nel comportamento, reprimendo o modificandone altri (Kahneman, 2011). I processi addetti all’autocontrollo tendono ad essere “seriali”, utilizzano cioè una “logica” e dal momento che questi ultimi sono consci, spesso le persone hanno un buon accesso introspettivo ad essi (Babiloni, Meroni & Soranzo, 2007). Se alle persone viene domandato in che modo sono arrivati a scegliere una facoltà universitaria piuttosto che un’altra, queste forniranno una dettagliata descrizione del loro processo di scelta. Contrariamente al sistema impulsivo, quello riflessivo comprende processi di “intelligenza analitica e decontestualizzata” (Stanovich e West, 2000): essi non sono dominati dall’obiettivo di attribuire intenzionalità, bensì servono a “decontestualizzare” e sono quindi più abili nel rappresentare in termini di regole normative e principi sottostanti.

Il Sistema 1 opera rapidamente mediante euristiche e altri meccanismi intuitivi che risultano funzionali in circostanze note che richiedono risposte immediate. In *Thinking Fast and Slow* (2011), Kahneman approfondisce lo studio delle euristiche e delle distorsioni, proponendo una nuova visione che vede questi ultimi come il

risultato dell'interazione tra i due sistemi cognitivi. Le euristiche assumono il ruolo fondamentale di valutazioni di base nel giudizio intuitivo, sostituendo in maniera automatica un giudizio complesso con una valutazione più semplice e intuitiva; se non si trova in fretta una risposta soddisfacente a un quesito difficile, il sistema 1 reperisce un secondo quesito, connesso al primo ma più facile, e risponde a quello (Kahneman, 2011). Tale sostituzione di un quesito con l'altro se da un lato consente all'individuo di risparmiare tempo e risorse mentali nella presa di decisioni, nelle situazioni più complesse dà però un peso non appropriato ai diversi aspetti da considerare, specialmente nelle situazioni più complesse e specifiche dove è necessario l'intervento del sistema 2 (Kahneman, 2011). Paul Slovic e colleghi (2007) parlano di *euristica dell'affetto* per cui a determinare i pensieri e i giudizi delle persone sono i loro sentimenti. Le reazioni affettive agli stimoli si verificano in modo automatico e guidano la successiva elaborazione delle informazioni. Kahneman e Tversky hanno indentificato altre tre principali euristiche. *L'euristica dell'ancoraggio*, ovvero l'effetto che ha un numero arbitrario su chi deve esprimere un giudizio quantitativo (Kahneman et al., 2021). Nell'assegnare un valore ad una quantità sconosciuta, il decisore parte da un determinato valore disponibile, l'*ancora* (Tversky & Kahneman, 1974). *L'euristica della disponibilità*, che si basa sulla stima della frequenza di una categoria attraverso la facilità di richiamare alla memoria esempi simili della stessa classe (Tversky & Kahneman, 1974). *L'euristica della rappresentatività*, secondo cui le persone tendono a giudicare la probabilità di un evento o l'appartenenza di un oggetto a una categoria in base a quanto quell'evento o oggetto "somigli" o "rappresenti" una categoria specifica (Tversky & Kahneman, 1974). Alla luce di ciò, Sunstein (2014) definisce il comportamento delle persone

come guidato da una "razionalità ecologica", ovvero tendiamo a scegliere bene in ambienti per i quali le nostre regole empiriche sono adatte e nei contesti noti in cui vengono solitamente applicate. Per molti scopi la razionalità limitata produce quindi risultati anche migliori di quelli che emergerebbero dagli sforzi per valutare tutti i costi e i benefici, generando di conseguenza stress cognitivo (Sunstein, 2014). Tuttavia, possono creare grossi problemi in contesti nuovi o sconosciuti. Tali euristiche riflettono perciò la loro utilità ma anche i rischi ad esse associati: consentono all'uomo di ridurre la complessità che lo circonda e al tempo stesso aumentano la possibilità di commettere errori dovuti a pensieri impulsivi, specialmente in situazioni che richiedono un pensiero più lento e riflessivo. Entrambi i sistemi sono quindi fondamentali e il loro equilibrio consente all'uomo di affrontare con successo sfide e compiti quotidiani (Kahneman, 2011).

1.3 Nudge theory: architettura delle scelte e origini

Il programma di ricerca sulle euristiche e i bias ha mostrato come i processi che producono errori di giudizio accomunino gli esseri umani. Molti studiosi e ricercatori si sono posti quindi l'obiettivo di eliminare o quanto meno ridurre l'effetto di tali bias per arrivare a decisioni e scelte migliori. In letteratura troviamo due approcci volti alla riduzione dei bias nei giudizi: interventi *ex post* o "correttivi" che correggono i giudizi dopo essere stati espressi, e gli interventi *ex ante* o "preventivi", i quali agiscono prima di essere stati formulati e mirano a modificare l'ambiente in cui hanno luogo il giudizio o la decisione (Kahneman et al, 2021). Da questa ultima visione nasce il concetto di *nudge*, in italiano "pungolo" o "spinta gentile". Gettando un ponte tra le analisi economiche e

psicologiche del processo decisionale individuale, l'economista Premio Nobel per l'economia Richard Thaler e il giurista accademico Cass Sunstein, nel loro libro "*Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*" (2008) propongono la Nudge Theory, che viene approfondita e analizzata dal punto di vista teorico e pratico. Nel linguaggio comune può riferirsi a un'ampia gamma di azioni, ma all'interno di questa cornice i due autori definiscono nudge "ogni aspetto nell'architettura delle scelte che altera il comportamento delle persone in maniera prevedibile senza proibire la scelta di altre opzioni" (Thaler & Sunstein, 2008, p. 12). Tale definizione sembrerebbe sovrapporsi a quella di incentivo, ma a differenza di quest'ultimo, i due autori sottolineano come un nudge non presenta esclusivamente una connotazione economica, in quanto viene inteso come *spinta* in modo molto più esteso in grado di abbracciare diversi campi dell'esistenza (Thaler & Sunstein, 2008). La definizione originale di nudge presentata è passata attraverso una serie di modifiche da parte di diversi autori con lo scopo di perfezionarla. Tra queste vi è quella proposta da Hansen (2016), il quale facendo riferimento al funzionamento specifico di un nudge, lo descrive come un intervento che sfrutta i fallimenti della razionalità in modo strumentale, definendolo "un qualsiasi tentativo di influenzare il giudizio, la scelta o il comportamento delle persone in modo prevedibile facendo uso dei pregiudizi e delle abitudini delle persone come parti integranti di tali tentativi". Presentando un'idea di nudge più ampia incentrata sulla capacità di preservare la libertà e l'autonomia del decisore, Sunstein (2018) definisce gli interventi di nudge come "iniziative private o pubbliche che indirizzano le persone in particolari direzioni, ma che consentono loro di andare per la propria strada".

La Nudge Theory parte dal presupposto che gli individui non sono sempre coerenti nelle loro scelte e che molto spesso queste dipendono dal contesto (Thaler & Sunstein, 2008). Gli autori parlano di una “architettura delle scelte” inevitabile (e spesso invisibile) che coinvolge tutti gli elementi e le forze esterne in grado di guidare in maniera sottile e inconsapevole le decisioni di una persona in una direzione piuttosto che in un'altra (Thaler & Sunstein, 2008). L'architettura delle scelte è quindi l'ambiente sociale in cui prendiamo le nostre decisioni e, dato che non è possibile farne a meno, questa diviene una parte ineludibile della nostra esistenza (Sunstein, 2013). All'interno di questa visione vi è quello che i due autori definiscono “architetto delle scelte”. Come nell'architettura tradizionale, nessun prodotto può essere considerato neutrale e così l'architetto delle scelte ha la responsabilità di organizzare il contesto nel quale gli individui vivono per spingerli gentilmente verso scelte migliori (Thaler & Sunstein, 2008). Anche le scelte apparentemente casuali quindi, come ad esempio il modo di posizionare e presentare il cibo nelle mense scolastiche, hanno in realtà una forte influenza sul comportamento delle persone, capace di ridurre o aumentare il consumo di specifici alimenti fino al 25 per cento (Thaler & Sunstein, 2008). Questo dimostra come piccoli dettagli apparentemente insignificanti possono avere una notevole influenza sul comportamento individuale. I nudge vengono quindi intesi come interventi nel contesto decisionale e di conseguenza sull'architettura di scelta. Sunstein (2013) sostiene che «*i buoni nudge migliorano l'architettura delle scelte*»: molti di questi hanno l'obiettivo di semplificare la vita delle persone, renderla più sicura o semplicemente più facile da affrontare (Sunstein, 2014). La progettazione degli interventi di nudge si basa principalmente sullo studio dei

processi decisionali e sull'uso delle euristiche. Si è documentato come il sistema 1 richiede un minor impegno cognitivo ed è guidato da sensazioni immediate e dall'ambiente circostante (Kahneman, 2011). Ciò suggerisce un approccio al cambiamento del comportamento che si concentri sull'alterazione degli spunti ambientali e su quei meccanismi in grado di innescare l'uso di determinate euristiche (Marteau et al., 2011). L'architetto delle scelte ha quindi il compito di progettare ambienti decisionali che inducono scelte intuitive e stimolano il sistema impulsivo a compiere inconsapevolmente scelte migliori (Thaler & Sunstein, 2008). Tuttavia, la letteratura dimostra come i nudge non alterano esclusivamente il comportamento delle persone facendo leva sulle euristiche e sui pregiudizi comportamentali. Sunstein (2015) afferma infatti che alcuni interventi di nudge mirano al sistema 2 attivando un processo di deliberazione cognitiva, come il fornire semplicemente informazioni. Lo strumento del GPS diviene "spinta" facilitando agli individui il raggiungimento della propria destinazione. Indipendentemente dall'attivazione di uno dei due sistemi, una "spinta" o "pungolo" per essere considerato tale, non deve imporre incentivi materiali significativi (compresi i disincentivi) e deve essere quindi facile ed economico da evitare. Ad esempio, disporre la frutta all'altezza degli occhi può essere considerato come spinta, ma non vietare il cibo-spazzatura (Thaler e Sunstein, 2008).

1.4 Tipologie di Nudge

Come dimostrato dalle stesse definizioni, le sue caratteristiche di versatilità ne fanno un approccio estremamente vario ed adeguato a promuovere un'ampia gamma di obiettivi, con un potenziale di applicazione illimitato (Marteau et al.,

2011). Esistono di fatti diverse tipologie di nudge spesso difficilmente etichettabili in precise categorie in quanto i potenziali meccanismi cognitivi alla base sono molteplici e di diversa natura. Per offrire una guida e un orientamento tra le diverse applicazioni di questo approccio, il presente elaborato fa riferimento al noto quadro metodologico presentato dalla Nudge Unit “Behavioural Insight Team”, “MINDSPACE” (Dolan, Hallsworth, Halpern, King, Metcalfe & Vlaev, 2012). Il framework è stato ideato dal governo britannico con l’intento di migliorare le politiche pubbliche e il benessere dei cittadini. Il titolo del rapporto, l’acronimo “MINDSPACE”, (Messenger, Incentives, Norms, Defaults, Salience, Priming, Affect, Commitment, e Ego) identifica e categorizza quegli interventi di nudge che si sono dimostrati particolarmente efficaci nei vari ambiti di applicazione e sono avvalorati da una vasta letteratura empirica (Dolan et al., 2012; Quigley, 2013). Nello specifico, al fine di migliorare le decisioni economiche, nel terzo capitolo verranno approfondite e prese in considerazione le strategie *Norms*, le quali riguardano quelle spinte che, facendo leva sull’influenza sociale, porta gli individui a modificare le proprie scelte in base al comportamento altrui (Thaler & Sunstein, 2008). La strategia *Default*, che si basa sul bias cognitivo dello status quo e sulla predisposizione degli individui a perseguire il flusso delle opzioni preimpostate (Samuelson & Zeckhauser, 1988; Thaler & Sunstein, 2008). Un altro efficace intervento riguarda la categoria *Salience*, in cui rientrano le strategie che sfruttano le limitate capacità del sistema cognitivo: si tende a registrare maggiormente stimoli nuovi, accessibili e semplici (Kahneman, 2011); in questo caso, l’effetto framing può risultare un valido strumento di semplificazione della realtà (Kahneman & Tversky 1984). La strategia *Priming*, la quale utilizza piccoli

stimoli (prime) per favorire con maggior facilità il richiamo alla memoria di specifiche informazioni (Thaler & Sunstein, 2008). Infine, con il termine *Affect*, si fa riferimento a quei pungoli che sfruttano il ruolo significativo delle emozioni nel processo decisionale (Slovic et al., 2007). Attraverso l'utilizzo di differenti meccanismi psicologici, ciascuna categoria riveste un ruolo importante nel facilitare le scelte economiche all'interno dei contesti di scarsità economica.

In base alla loro capacità di influenzare il comportamento degli individui in specifiche direzioni, i nudge possono essere distinti ulteriormente in relazione alla tipologia degli obiettivi che mirano a raggiungere (Barton & Grüne-Yanoff, 2015). Nello specifico, viene proposta da Hagman, Andersson, Västfjäll & Tinghög (2015) la distinzione di due tipologie di interventi: i nudge “pro-self” e i nudge “pro-sociali”. La prima categoria agisce direttamente sul comportamento individuale ponendo l'accento sul benessere personale, nonostante gli effetti positivi raggiungano indirettamente l'intera comunità. La seconda tipologia, i nudge *pro-sociali*, riguarda piuttosto quelle spinte che influenzano il comportamento delle persone con il fine ultimo di promuovere il bene comune, scoraggiando così azioni e scelte che ostacolano il benessere della società nel suo complesso (Hagman et al., 2015). Questi interventi, progettati secondo un'ottica collettiva, solo in un secondo momento avranno effetti indiretti e positivi sul singolo cittadino.

1.5 Applicazioni pratiche nel settore internazionale

Sulla base delle evidenze sopra riportate, Thaler e Sunstein (2008) invitano i responsabili delle politiche ad organizzare i contesti decisionali in modo da

promuovere specifici cambiamenti nell'interesse dei singoli cittadini e della società. Prestare attenzione a queste intuizioni fornisce una chiave per affrontare le diverse sfide sociali e costituisce un valido strumento per influenzare e informare le politiche pubbliche (Teachman, Norton, & Spellman, 2015). Nonostante alcune scoperte comportamentali rimangono ancora preliminari e necessitano di ulteriori verifiche, l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE) ha rivelato che sono molteplici le istituzioni che hanno applicato, attraverso specifici gruppi di professionisti (definiti generalmente "Nudge Unit"), le intuizioni della psicologia e dell'economia comportamentale alle politiche pubbliche con effetti significativi specialmente nell'ambito della pubblica amministrazione (Sunstein, 2013; OECD, 2017).

La prima *nudge unit* nasce nel 2010 quando l'accademico e giurista Cass Sunstein viene incaricato direttamente dal Presidente Barack Obama a dirigere l'Ufficio della Casa Bianca per gli Affari Informativi e Regolamentari (OIRA), il quale supervisiona le normative federali di molteplici ambiti: dalla sanità, alla sicurezza, dalla stabilità finanziaria fino ai diritti umani e molto altro ancora (Sunstein, 2014). Sunstein insieme alla sua squadra ha sostenuto l'uso dei nudge mediante approcci semplici a basso costo basati su un'attenta analisi dei costi e benefici. Per essere efficaci, i regolamenti e i consigli governativi dovevano essere intuitivamente facili da capire e dovevano riflettere lo sforzo creativo di facilitare la scelta delle persone e informare adeguatamente la popolazione per preservarne e promuoverne la libertà decisionale (Sunstein, 2014). Sotto la guida di Sunstein, l'OIRA ha ottenuto importanti successi dovuti all'applicazione del pensiero comportamentale, in particolar modo nel campo dell'assistenza sanitaria, nella

riforma della legge finanziaria, nella politica sul cambiamento climatico e nella politica di protezione dei consumatori (Halpern, 2015).

La diffusione dei nudge nello scenario europeo ha coinvolto e coinvolge tutt'ora in prima linea il Regno Unito, dove nel luglio 2010 il Primo Ministro David Cameron ha incaricato un gruppo di accademici di dirigere l'organizzazione Behavioural Insights Team (BIT) con l'obiettivo di incorporare la comprensione del comportamento umano nelle iniziative politiche per trovare "modi intelligenti per incoraggiare, sostenere e consentire alle persone di fare scelte migliori per se stesse" (Team, 2011). Il Behavioural Insights Team, diretto dallo psicologo David Solomon Halpern e da Owain Service, è stato in un primo momento istituito all'interno del Gabinetto del Regno Unito per poi diventare nel 2013 proprietà dell'ente di beneficenza britannico "Nesta", l'agenzia britannica per l'innovazione che unisce la scienza comportamentale con metodi misti innovativi (tra cui scienza dei dati, design, psicologia sociale e intelligenza collettiva) con il fine ultimo di affrontare le sfide sociali attraverso l'innovazione (www.bi.team/). Il BIT si è servito di questa metodologia per promuovere importanti iniziative che hanno coinvolto diverse aree politiche nazionali; nello specifico, sono stati registrati ottimi progressi nel campo della salute pubblica, come il fumo e la dieta; buoni risultati sono stati raggiunti anche nell'ambito del comportamento ambientale, della responsabilizzazione dei consumatori e della criminalità (Team, 2011). Il gruppo BIT non solo è riuscito a sviluppare e integrare la metodologia nudge a livello nazionale, ma ha anche istituito team affiliati che lavorano con organizzazioni governative e comunitarie a New York, Wellington, Sydney e Singapore (Ball & Head, 2021). Lo sviluppo di una vasta gamma di progetti

insieme alle ampie pubblicazioni hanno reso il Behavioural Insights Team leader nell'istituzionalizzazione e applicazione delle pratiche di nudging (Sunstein & Thaler, 2008). Il suo successo e riconoscimento è stato alimentato dalla metodologia rigorosa alla base di ogni suo intervento. Secondo il team britannico, infatti, gli studi controllati randomizzati (RCT) sono la metodologia più efficace e più adatta per migliorare continuamente la progettazione, l'attuazione delle politiche e verificarne l'efficacia (Haynes, Goldacre & Torgerson, 2012). Nelle linee guida "Test, Learn, Adapt" (2012) gli autori presentano la metodologia come tecnica sperimentale che assegna casualmente i partecipanti allo studio a condizioni diverse. Nella sua forma più semplice, un gruppo che riceve il trattamento sperimentale viene confrontato con un gruppo di controllo che non riceve alcun trattamento. L'introduzione di un gruppo di controllo e l'uso della randomizzazione minimizzano il rischio che i cambiamenti osservati siano dovuti a fattori esterni piuttosto che all'intervento stesso (Haynes, Goldacre, & Torgerson, 2012). Tale metodologia si configura quindi come potente strumento per confrontare il rapporto costo-efficacia degli interventi stessi: prevenendo l'inefficacia della spesa pubblica, identifica le iniziative che funzionano meglio e quelle che devono essere modificate per ottenere i risultati desiderati (Haynes, Goldacre, & Torgerson, 2012).

Negli ultimi anni sono continuamente in crescita i governi che mostrano interesse per l'uso dei nudges e ne riconoscono il valore. Il potenziale di ricoprire una varietà estremamente estesa insieme all'ampio spettro di applicazioni possibili tra i vari ambiti e problematiche, hanno reso il nudging un fenomeno sempre più internazionale (Sunstein, 2014). Inoltre, Thaler e Sunstein (2008) sottolineano il

carattere neutrale di tale approccio, il quale ignora ogni tipo di pensiero politico e può essere applicato indipendentemente dai vari schieramenti e categorie; tale peculiarità ne promuove la diffusione, come dimostrato dai due precedenti esempi di applicazione di nudge per l'amministrazione pubblica, uno durante il mandato di Obama negli USA e l'altro durante quello di Cameron nel Regno Unito.

Nel rapporto "Behavioural Insights Applied to Policy" (BIAP) (Sousa et al., 2016), l'unità speciale "*Foresight and Behavioural Insights Unit*" del Centro comune di ricerca (JRC) della Commissione Europea propone una panoramica delle iniziative intraprese da diversi Paesi europei, come Germania, Francia, Paesi Bassi e Danimarca. Seguendo il modello BIT, tali governi riconoscono sempre di più il valore delle evidenze scientifiche restituite dai campi delle scienze comportamentali, dell'economia comportamentale e della psicologia nella definizione delle politiche pubbliche (Sousa et al., 2016). I dati riportati dal rapporto BIAP mostrano come l'applicazione di tali strategie comportamentali e della metodologia nudge stiano contribuendo a rimodellare le politiche pubbliche in un'ampia gamma di settori, in particolare la salute, l'ambiente, l'occupazione, la protezione dei consumatori, la fiscalità e i trasporti (Sousa et al., 2016). Ancora, in uno scenario extraeuropeo, il Dipartimento del Primo Ministro e del Gabinetto (PM&C) ha istituito Il Behavioural Economics Team of the Australian Government (BETA), la prima Nudge Unit del governo australiano. Come il gruppo britannico, BETA si batte affinché le politiche si basino su evidenze e rigorose verifiche scientifiche in modo da stabilire se un intervento sia sicuro e efficace o meno (Ball & Head, 2021). La Nudge Unit australiana promuove infatti corsi di formazione per migliorare le competenze tecniche dei dipendenti pubblici

riguardo l'applicazione del metodo RCT (Ball & Head, 2021).

Al di fuori del governo, esistono diverse organizzazioni di carattere pubblico, privato, volontario e accademico intenzionate ad approfondire e applicare la metodologia nudge per scopi sociali. Ad esempio, nell'ambito privato, aziende multinazionali come Google e Deloitte si servono di team interni di professionisti responsabili dell'unione delle tecniche e strategie di architettura delle scelte nei processi organizzativi (Beshears & Kosowsky, 2020). Nello specifico, Google ha incorporato tra le strategie manageriali quella dell'approccio "nudge management", la quale monitora l'architettura di scelta dei suoi dipendenti attraverso semplici stimoli con l'obiettivo di ottimizzarne la produttività insieme alla qualità di vita (Ebert & Freibichler, 2017). In Danimarca, invece, l'associazione nonprofit "iNudgeYou" si prefigge l'obiettivo di valutare i potenziali benefici sociali dei nudge (inudgeyou.com/en/home/). Nello specifico, il team di esperti ha sperimentato sul campo diversi interventi di nudge, come la promozione di scelte alimentari sane e sostenibili alle conferenze (Hansen, Schilling & Malthesen, 2021), il miglioramento delle condizioni igieniche negli ospedali in un'ottica di prevenzione (Aarestrup, Moesgaard & Schuldt, 2020), e ancora interventi nell'ambito della salute con il fine di ridurre i rischi derivanti dal fumo passivo (Schmidt et al., 2016).

1.6 La Teoria dei Nudge nel territorio italiano

In maniera più tardiva, anche in Italia sono state utilizzate diverse tecniche di nudge nel campo delle politiche pubbliche. Nello specifico, il primo esempio riguarda il programma "ABQ – L'abc della qualità della vita", proposto nel 2014 dalla Giunta

di Roma insieme al contributo dell'assessore alla "Qualità della vita, Sport e Benessere". Questa prima applicazione di nudge a livello di amministrazione locale è stata guidata da un gruppo di esperti (Q-team) il cui obiettivo è stato quello di creare un ambiente urbano che rendesse più facile per i cittadini fare scelte che promuovessero la loro salute e benessere, creando al tempo stesso un ambiente più sostenibile (Casu, 2015). Tuttavia, un cambiamento significativo nello scenario italiano relativo all'applicazione delle tecniche di nudging al concreto *policy-making* è rappresentato dalla costituzione di una prima "Nudge Unit", idea proposta dal consigliere della Regione Lazio Gian Paolo Manzella e direttamente sotto la guida della direzione del Segretario Generale. Tale "Gruppo di Lavoro per la promozione sperimentale di tecniche di nudging" si è posto l'obiettivo di ottenere nell'ambito della pubblica amministrazione regolazioni più semplici ed efficienti, in modo da migliorare la condizione dei cittadini stessi e della società laziale nel suo complesso (Casu, 2015). Secondo quanto riportato nella mozione numero 287 del 20/01/2015, è affidata la responsabilità di svolgere tre mansioni chiave: esaminare le indicazioni promosse in questo settore dall'Unione Europea; analizzare possibili applicazioni di tali tecniche alle questioni politiche laziali valutandone l'efficacia; redigere in conclusione un testo scritto sull'individuazione e attuazione di specifici e concreti interventi di nudge. Questa primissima istituzione di Nudge Unit in Italia costituisce un punto di svolta prezioso nell'ambito di attuazione delle intuizioni comportamentali nelle politiche pubbliche e senza dubbio un esempio di diffusione di quelle conoscenze specialistiche di nudging che fanno ancora fatica a radicarsi nel nostro Paese.

1.7 Nudge, paternalismo libertario e questione etica

L'obiettivo ultimo della Nudge Theory è quello di “sfruttare” e usare a fin di bene l'irrazionalità umana per aiutare gli individui a compiere scelte migliori. Se sottili elementi contestuali e meccanismi del nostro sistema cognitivo possono indurci a prendere strade non sempre efficaci per noi stessi, Thaler e Sunstein (2008) sostengono che le evidenze su perché e come questo accade possono essere usate allo stesso modo per spingere gentilmente gli individui verso ciò che è meglio loro stessi e per l'intera società. Alla base di questa visione vi è quello che i due autori definiscono “*paternalismo libertario*”, paradigma che regola l'intero approccio del nudge (Thaler & Sunstein, 2008). La scelta di accostare questi due termini apparentemente in contrapposizione riflette la volontà di presentare un nuovo movimento, una “terza via” che integra e prende il meglio da due approcci che rappresentano l'individuo come decisore attraverso prospettive radicalmente diverse. Il primo, quello paternalistico, secondo cui in una condizione asimmetrica un soggetto autorizzato interviene e influenza le decisioni degli individui con il fine ultimo di tutelare e migliorare quello che egli considera interesse di questi ultimi (Thaler & Sunstein, 2008); e l'approccio libertario, il quale conserva totalmente la libertà di scelta, riducendo al minimo l'intervento di ogni forma di potere e massimizzando al tempo stesso il numero di opzioni di scelta possibili: in questo modo viene offerta ad ogni individuo la possibilità di scegliere l'alternativa che più preferisce (Thaler & Sunstein, 2008). In un continuum che vede questi due approcci agli estremi, al centro si posiziona il movimento del paternalismo libertario, il quale regola l'intero approccio nudge ed è mosso dal fine ultimo di influenzare i comportamenti in modo da migliorare le condizioni di vita e il benessere di coloro

che scelgono, secondo il giudizio di quest'ultimi (Thaler & Sunstein, 2008). In altre parole, è intenzionato a valicare le inevitabili limitazioni cognitive degli individui, sfruttandole in modo da influenzare quelle scelte che essi stessi prenderebbero se «avessero prestato piena attenzione, se avessero posseduto informazioni complete, capacità cognitive illimitate e totale autocontrollo» (Thaler & Sunstein, 2008). Si parla quindi di *paternalismo* in quanto gli architetti delle scelte non si limitano a controllare o approvare le decisioni e i giudizi della popolazione, ma tentano piuttosto di pungolare attivamente gli individui verso percorsi che accrescono il loro benessere. A questo concetto viene affiancato l'aggettivo *libertario* in quanto ciò viene fatto preservandone la libertà, lasciando quindi le persone libere di fare ciò che meglio credono e mettendole nella condizione di poter rinunciare a quelle spinte per loro non adeguate (Thaler & Sunstein, 2008). Secondo tali premesse, questa tipologia di paternalismo viene perciò definita «tenue, indulgente o poco invadente, poiché le scelte non vengono bloccate, impedito o rese eccessivamente onerose» (Thaler & Sunstein, 2008). I due autori sottolineano il principio fondamentale di salvaguardare la totale libertà di scelta di ogni cittadino, svincolato da ogni forma di obbligo o coercizione. Se un individuo vuole prendere delle decisioni che andranno contro il suo interesse e benessere, come fumare o non aderire ad un piano pensionistico, Thaler e Sunstein (2008) sottolineano l'azione *libertaria* di non costringere a fare diversamente né tentare di rendere queste scelte eccessivamente più difficili. Per spingere gli individui verso comportamenti più sani, gli interventi di nudge non agiscono tassando il cibo spazzatura per scoraggiarne il consumo o rendendone illegale la vendita; al contrario, gli individui vengono pungolati a fare scelte migliori, ad esempio, mettendo in evidenza gli alimenti più sani. Se da un

lato questo nuovo approccio è stato positivamente abbracciato da numerosi governi e dalle istituzioni sia del settore pubblico che privato in numerosi Paesi, dall'altro ha anche suscitato importanti dibattiti e aspre critiche sulle sue applicazioni pratiche, sulla filosofia politica di fondo e sull'etica stessa del paternalismo libertario (Rebonato, 2014; Bovens, 2009). Da marginali perplessità legate al grado di chiarezza nella definizione e correlazione tra i due concetti di nudge e paternalismo libertario (Hansen, 2016), sono sorte profonde criticità legate ad una serie di preoccupazioni e ambiguità, come il dubbio che la scienza e il nudge possano non rappresentare interventi legittimi e sicuri in termini di preservazione di libertà della libertà di scelta (Hausman & Welch, 2010). Diversi studiosi si interrogano se lo sfruttamento delle prevedibili imperfezioni del processo decisionale possa mettere in crisi il principio libertario stesso di tale approccio (Hausman & Welch, 2010), avanzando l'ipotesi che tali strategie potrebbero essere utilizzate dai responsabili delle politiche per persuadere o manipolare i cittadini, minacciandone l'autonomia (Wilkinson, 2013). Altri dubbi riguardano la possibilità che il paternalismo, proprio per le sue modalità "morbide" e operando maggiormente facendo leva sul sistema impulsivo, non rispetti i principi di trasparenza fondamentali per garantire a tutti gli individui la possibilità di "smascherare" l'architettura se lo desiderino, riducendo il controllo di questi ultimi sulle proprie scelte e valutazioni (Bovens, 2009). Altri dibattiti riguardano la possibilità che i nudge possano spingere alcune persone verso un comportamento che non coincide con le loro vere preferenze, essendo queste ultime profondamente eterogenee tra la popolazione (Barton & Grüne-Yanoff, 2015); altri ancora si domandando fino a che punto questi interventi possano spingersi, quali limiti

dovrebbero essere posti all'uso dei nudge da parte del governo e quali vincoli morali sarebbero chiamati a rispettare (Bovens, 2009).

Secondo Thaler e Sunstein (2008) tutte queste criticità e dubbi derivano da tre false convinzioni. La prima credenza errata che contesta l'utilizzo di tale approccio si basa sul presupposto che gli individui fanno generalmente un buon lavoro nel compiere le loro scelte, o che lo facciano meglio di quanto potrebbero fare terzi in quanto esseri autonomi e capaci di decidere nel loro miglior interesse (Thaler & Sunstein, 2003). Le persone sarebbero quindi in grado di optare per uno stile di vita sano, o scegliere dei piani di risparmio adeguati alle loro condizioni economiche. Tuttavia, le evidenze riportate dalla psicologia della decisione documentano ampiamente come gli individui sono tendenzialmente in grado di fare buone scelte quando dispongono di sufficienti informazioni o ricevono feedback immediati, contrariamente ad altri tipi di scelte che presentano informazioni limitate o conseguenze nel lungo termine (Kahneman, 2011). Coerentemente con tali evidenze, numerosi studiosi dimostrano, ad esempio, l'inefficienza nella gestione delle proprie finanze e le difficoltà degli individui nell'intraprendere decisioni economiche coerenti con la propria condizione socioeconomica presente e futura (Cai, 2020). Il paternalismo libertario giustifica quindi l'utilizzo di tale approccio in quanto quest'ultimo "razionalizza" le decisioni dell'individuo, ovvero supporta e allinea le sue scelte effettive a quelle che sarebbero generate dalle sue preferenze razionali (Congiu & Moscati, 2022). In secondo luogo, in molti sostengono che sia possibile progettare contesti neutri dove le scelte individuali non vengono influenzate (Thaler & Sunstein, 2008). Thaler e Sunstein (2003; 2008) sostengono l'inevitabilità di organizzare un'architettura di scelta, indipendentemente dal fatto

che qualcuno la progetti consapevolmente o meno. Ogni scelta individuale è influenzata dalle modalità attraverso cui viene allestito il contesto delle decisioni e dal modo in cui le diverse opzioni di scelta vengono presentate e formulate (*effetto framing*) (Kahneman & Tversky, 1979; Kahneman, 2011; Thaler & Sunstein, 2008). Per fare in modo che nessuno sia sotto il controllo di nessun altro, gli oppositori riflettono sulla possibilità di presentare casualmente le varie opzioni piuttosto che usare l'intenzione di orientare il comportamento (Wilkinson, 2013). Secondo Thaler e Sunstein (2008), tuttavia, anche le scelte apparentemente casuali costituiscono dei pungoli involontari con effetti notevoli sulle scelte individuali: la posizione degli alimenti in mensa, l'opzione predefinita di un piano pensionistico, avranno delle influenze sui nostri comportamenti guidandoci verso una specifica direzione piuttosto che un'altra. Tuttavia, studiosi come Gigerenzer (2015) respingono la tesi di Thaler e Sunstein sostenendo che sebbene la progettazione del contesto decisionale non possa essere completamente neutrale, esistono casi in cui, ad esempio tramite un'adeguata formazione e educazione ai meccanismi alla base dei processi decisionali, è possibile aumentare la neutralità dell'architettura di scelta. Inoltre, sebbene l'architettura delle scelte riguardi la pianificazione di un contesto decisionale e che risulti quindi inevitabile, la questione etica si riferisce all'intenzionalità dell'approccio. Diversi studiosi sottolineano il carattere intenzionale della metodologia nudge, dove l'architetto delle scelte si muove appunto con l'obiettivo di influenzare il comportamento degli individui mentre tale intervento intenzionale possa talvolta essere evitato (Rebonato, 2014; Hausman & Welch 2010). È eticamente più problematico permettere che qualcosa di buono o di cattivo sia l'effetto di un contesto di scelta deliberatamente progettato per quel fine

piuttosto che qualcosa sia il risultato di un'architettura di scelta già esistente (Congiu & Moscati, 2022). L'ultima discussione ha coinvolto il parere (spesso contrastante) di numerosi studiosi e riguarda l'idea che il paternalismo libertario “implichi sempre una qualche forma di coercizione” (Thaler e Sunstein, 2008). Gigerenzer (2015) parla di una “tecnocrazia” di esperti che sappiano cosa è meglio per noi per spingerci verso una specifica direzione. Di fatto il nudge fa leva su quei meccanismi cognitivi che inducono le persone a fare scelte che spesso vanno contro i loro interessi piuttosto che ricorrere allo strumento della persuasione razionale (Hausman & Welch, 2010). Ciò ha suscitato discussioni riguardo al rischio di riduzione della libertà di scelta individuale fino alla questione di interpretare il nudge come uno strumento di manipolazione che limita l'autonomia degli individui (Wilkinson, 2013; Hansen & Jespersen, 2013). Sunstein e Thaler (2003; 2008) sostengono che se forme di paternalismo “duro” sono già accettate dalla popolazione (ad esempio leggi e divieti), allo stesso modo si dovrebbero approvare anche quegli interventi che indirizzano gentilmente il comportamento delle persone invece di forzarlo, in quanto progettati per essere evitabili e senza bloccare le alternative di scelte possibili. Quest'ultima condizione si riferisce al fatto che nessuna opzione viene vietata, ovvero che un nudge non può ridurre l'insieme di scelte del decisore (Saghai, 2013). Tuttavia, non viene chiarito se un intervento possa però d'altro canto espandere l'insieme di scelte ed essere comunque definito nudge (Congiu & Moscati, 2022). Aggiungere nuove opzioni non dovrebbe teoricamente modificare l'ordinamento delle vecchie preferenze di un decisore. La letteratura dimostra però che la decisione di un individuo può essere influenzata dell'aggiunta di opzioni nel set di scelta, violando quello che viene definito

“principio di regolarità”: quando si valutano delle alternative, le nostre scelte non sono mai stabili ma cambiano in base al contesto e a ciò con cui confrontiamo quest'ultime (Redelmeier & Shafir, 1995). Saghai (2013) afferma che il fatto che un intervento di nudge non restringa l'insieme delle scelte non è una condizione sufficiente affinché la libertà di scelta individuale venga preservata. Per far in modo che questo avvenga, egli sostiene che l'intervento che si serve di tale approccio ha il dovere anche di innescare una deliberazione cognitiva in quanto solo in questo modo il decisore può “resistere” al nudge e quindi preservare la sua libertà. Dunque, per poter evitare una spinta, Barton e Grüne-Yanoff (2015) osservano che sia necessario innanzitutto sapere che si sta ricevendo una spinta, e ciò richiede un grado sufficiente di trasparenza della spinta stessa; oppure, l'individuo dovrebbe possedere particolari capacità cognitive per riconoscerla e poter seguire la direzione che più preferisce. Ad ogni modo, non tutte le tipologie di nudge soddisfano la prima condizione di trasparenza (come per esempio quelli che si basano sulle opzioni di default) e non tutte le persone presentano specifiche abilità mentali (Barton & Grüne-Yanoff, 2015). Cercando di fare maggior chiarezza sulla discussione etica dell'approccio, Hansen, Skov e Skov, (2016) offrono un quadro di riferimento designando una prima distinzione epistemica tra nudge trasparenti e non trasparenti (per quanto riguarda la manipolazione psicologica), e una seconda tra nudge che si rivolgono a scelte riflessive e nudge che stimolano invece comportamenti automatici (ciò riguarda invece l'attribuzione di responsabilità di scelta). La combinazione di queste due distinzioni offre un quadro concettuale per delineare quattro differenti tipologie di nudge (*vedi figura 1*). Ad esempio, alcuni nudge possono essere considerati manipolativi in senso psicologico, come l'uso non

trasparente del framing per indurre una determinata risposta, ma mirano al tempo stesso ad attribuire la responsabilità di scelta agli individui; altri nudge sono trasparenti, come la riproduzione della musica quando gli aerei decollano per rilassare i passeggeri, puntando tuttavia a sollecitare risposte comportamentali più automatiche senza attribuire la responsabilità agli individui interessati (Hansen et al., 2016). Il quadro può quindi fornire una chiave per arrivare a considerazioni etiche più sfumate e al contempo approfondire le possibili tipologie di nudge all'interno di una strategia più integrata e completa.

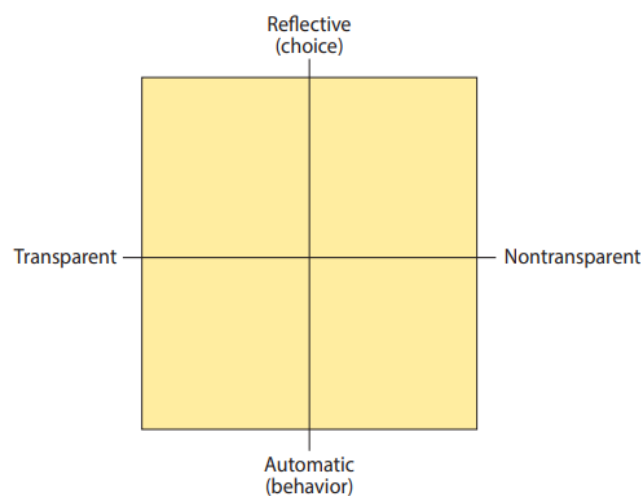


Figura 1. Rappresentazione delle quattro categorie di nudge (Hansen, Skov & Skov, 2016).

Altri autori invece, come Felsen e Reiner (2015), mediante la loro analisi di carattere neuroscientifico confutano l'argomentazione secondo cui i nudge non sono etici perché violano l'autonomia. Partendo dal presupposto che i fattori che determinano l'autonomia di una decisione includono il fatto che essa sia razionale e libera da influenze esterne, sempre gli autori affermano (2011) che le prove neuroscientifiche sul modo in cui vengono prese le decisioni quotidiane

suggeriscono che il livello di autonomia delle nostre scelte è spesso limitato. Inoltre, essi analizzano l'approccio attraverso un'ottica di promozione piuttosto che indebolimento dell'autonomia individuale: contrastando le limitazioni cognitive per raggiungere buone decisioni, la tecnica di nudging può essere intesa come un potenziamento dell'autonomia della decisione in quanto promuove una scelta che è in linea con i desideri di ordine superiore (Felsen & Reiner, 2015).

Come largamente presentato, sono diversi gli interrogativi sollevati e le perplessità etiche e morali intorno al concetto di nudge. Thaler e Sunstein (2008) sono consapevoli dell'intenso dibattito accademico e politico generato dal loro approccio. Gli autori affermano che di fronte alle decisioni complesse, quando queste presentano feedback insufficienti e poche opportunità di apprendimento, un'azione di "pungolamento" risulta necessaria per dirigere gli individui verso una scelta migliore e questo intervento risulta utile e benefico quando i paternalisti libertari riescono non solo a migliorare la condizione di coloro che scelgono, ma prevedono correttamente cosa preferiscono e cosa è meglio per i pungolati stessi (Thaler e Sunstein, 2008). Per gli autori questo risulta possibile quando gli architetti delle scelte hanno buone conoscenze specialistiche e quando le differenze nelle preferenze individuali sono piccole o facili da stimare. Affinché un intervento sia quindi buono e persegua fini che promuovono il benessere collettivo, gli autori si appellano *al principio della pubblicità* che abbraccia quello della trasparenza. Tale principio viene inteso per Thaler e Sunstein (2008) come un criterio di riferimento opportuno per delimitare il campo di attuazione delle spinte gentili. Il requisito di pubblicità è eticamente richiesto dal dovere di mostrare rispetto ai cittadini e al tempo stesso limita le azioni governative nella pratica. Adeguandosi a tale principio

i responsabili delle politiche pubbliche e private si impegnano a rispettare le persone su cui governano, tutelando questi ultimi dalla possibilità di venire manipolati. Tuttavia, per Wilkinson è la singolarità della tecnica stessa ad essere contestabile in quanto essendo per la maggior parte delle volte “invisibile” risulta impossibile da monitorare.

Oltre alla questione etica sul paternalismo libertario da parte di accademici e politici, sono stati condotti diversi studi con l’obiettivo di valutare e comprendere l’opinione dei cittadini sull’utilizzo di tale approccio, in quanto la sola accettazione pubblica potrebbe costituire un valido motivo per attuare specifici interventi di nudge, legittimarne l’uso e risolvere i numerosi dibattiti sulla sua politica di fondo (Congiu & Moscati, 2022). Diversi studi hanno dimostrato come i sondaggi sembrano designare alti livelli di accettazione delle pratiche di nudge da parte dei cittadini (Reisch & Sunstein, 2016; Sunstein et al., 2018). Tuttavia, dalle ricerche emerge che il consenso da parte della popolazione varia a seconda di specifiche variabili, quali il sistema cognitivo cui si rivolge la spinta (ad esempio, i nudge trasparenti che stimolano il sistema riflessivo sono generalmente più accettati), il campo politico (gli individui approvano più facilmente nudge rivolti alla promozione della salute e sicurezza pubblica). Anche la tipologia di nudge influenza il parere della popolazione: i nudge “pro-sociali” vengono valutati più positivamente rispetto quelli a favore di sé stessi, come gli interventi volti a promuovere piani di risparmio, migliorare la sanità e molto altro ancora (Reisch & Sunstein, 2016; Sunstein et al., 2018; Congiu & Moscati, 2022).

2. L'INFLUENZA DELLA SCARCITY SUI PROCESSI DECISIONALI

Il secondo capitolo ha l'obiettivo di analizzare in che modo la scarcity (o scarsità di risorse) influenzi il processo cognitivo e decisionale. Basandosi sul modello teorico della *Teoria della Scarsità* di Mullainathan e Shafir (2013), l'elaborato approfondisce come la scarsità di risorse, ovvero la sensazione soggettiva di non avere abbastanza risorse per soddisfare le proprie esigenze e obiettivi, condizioni il comportamento umano in vari contesti. Secondo la prospettiva teorica degli autori, questa percezione sarebbe dovuta ad una "mentalità" indotta dalla scarsità. Tra le diverse tipologie di scarsità (tempo, denaro, cibo e molte altre ancora), il capitolo si focalizza sulle modalità attraverso cui la scarsità economica favorisce comportamenti e scelte che ostacolano il benessere individuale e l'uscita da tale condizione. Indipendentemente dalla sua situazione, una persona potrebbe percepire di essere in uno stato di scarsità finanziaria anche se, oggettivamente, ha abbastanza denaro per coprire le spese. Questa sensazione soggettiva *di non aver abbastanza* riduce la larghezza di banda mentale, ovvero quelle capacità cognitive centrali del processo decisionale. Vengono approfonditi i processi psicologici attraverso cui la scarcity modella il processo decisionale: il *Tunnel Effect* (tunneling) e il carico cognitivo. Entrambi i meccanismi psicologici, seppur con modalità differenti, limitano le risorse mentali dell'individuo favorendo modelli comportamentali che rafforzano la condizione di scarsità, come la tendenza a prendere decisioni economiche impulsive (spesso associata alla contrazione di prestiti), le difficoltà nella pianificazione a lungo termine (ad esempio il risparmio) e la messa in atto di atteggiamenti avversi al rischio.

2.1 Teoria della scarsità

Il programma di ricerca sulle euristiche e bias ampiamente affrontato nel capitolo 1 ha fatto luce su quei meccanismi psicologici del pensiero intuitivo e riflessivo che accomunano le persone e, di conseguenza, l'effetto che questi hanno sulle loro decisioni e scelte. Mullainathan e Shafir (2013) hanno indagato in profondità un altro tanto affascinante quanto complesso fenomeno che influenza i nostri comportamenti, la scarcity (o anche definita scarsità di risorse). Prima di definire l'idea di scarsità così intesa dagli autori, nonché focus del presente elaborato, è opportuno chiarire le origini e le differenze di questo ampio concetto. Cannon, Cannon, Goldsmith & Roux (2019) definiscono una risorsa *«qualsiasi entità quantificabile che offre utilità all'individuo e ha il potenziale per essere esaurita o consumata»*. Esistono diverse forme di scarsità di risorse che possono coinvolgere altrettante differenti aree di vita di un individuo. Correre al supermercato con solo 10 minuti di tempo per completare un lungo elenco di articoli ci fa provare una scarsità di tempo; aprire il portafoglio e notare che si ha a disposizione solo poche banconote, una scarsità di denaro (Cannon et al., 2019). Questi sono solo due esempi dei diversi tipi di scarsità che le persone possono sperimentare durante la vita di tutti i giorni. La scarsità di risorse è un aspetto pervasivo della vita umana e per tale ragione sono molteplici le discipline che hanno cercato di studiare il fenomeno, dall'economia (Norgaard, 1990), al marketing (Shi, Li, & Chumnumpan, 2020), alle scienze politiche e sociologiche (Gurr, 1985) e molte altre ancora. Il modello psicologico più esaustivo in riferimento è la Teoria della Scarsità di Mullainathan e Shafir (2013), la quale cerca di comprendere come la scarsità di risorse, come il denaro, tempo cibo (e molto altro) possa influenzare il

comportamento e le decisioni umane in vari contesti. Al centro del modello vi è la distinzione tra scarsità oggettiva e soggettiva. La prima si riferisce ad una situazione dove la persona ha risorse limitate (come denaro o qualsiasi altra risorsa fisica). Questa limitazione è una condizione oggettiva e può essere misurata in termini quantitativi attraverso specifici indicatori (Stranges, 2007). La scarsità soggettiva fa invece riferimento alla percezione di un individuo riguardo alla sua situazione di scarsità. Questo concetto si concentra sul modo in cui una persona percepisce e reagisce alla sua condizione indipendentemente dal fatto che vi sia scarsità oggettiva o meno. Entrambi questi tipi di scarsità possono avere effetti significativi sul comportamento umano. La scarsità oggettiva può portare a problemi concreti, come difficoltà a pagare le bollette o a soddisfare le esigenze di base, mentre la scarsità soggettiva può influenzare il modo in cui una persona prende decisioni e gestisce le proprie risorse. Ad esempio, la pressione della scarsità soggettiva può portare a scelte finanziarie impulsive o a una cattiva gestione del tempo. Secondo quest'ultima premessa, la scarsità di risorse è quindi un fenomeno onnipresente che può coinvolgere anche chi vive in relativa abbondanza.

Nonostante non vi sia un'unica definizione di scarcity, la letteratura parla di condizione in cui si sente di avere troppo poco rispetto a ciò che si desidera; in altre parole, le persone percepiscono un divario tra i loro bisogni e le risorse necessarie per soddisfarli (Mani, Mullainathan, Shafir e Zhao, 2013; Mullainathan & Shafir, 2013 ; Shah, Mullainathan, & Shafir, 2012; Cannon et al., 2019). La scarsità così intesa dal modello non è quindi dovuta ad un'oggettiva mancanza di risorse: a prescindere dalla disponibilità economica, chiunque può sperimentare la sensazione soggettiva «*di non aver abbastanza*» (Cannon et al., 2019). Ad esempio, una

persona potrebbe sentirsi in uno stato di scarsità finanziaria anche se ha abbastanza denaro per coprire le spese necessarie, sperimentando la stessa scarsità di un altro individuo che ha oggettivamente meno possibilità economiche (Mullainathan & Shafir, 2013). Tuttavia, i limiti materiali e fisici giocano un ruolo importante che accentua le conseguenze negative della scarsità (World Bank, 2014). Integrando le intuizioni provenienti dalla psicologia cognitiva e dall'economia comportamentale, Mullainathan & Shafir (2013) sostengono che quando le persone percepiscono di non avere abbastanza, la scarcity induce uno stato mentale di limitazione che cambia il nostro modo di pensare e prendere decisioni. Secondo il modello varie tipologie di scarsità hanno effetti simili sulla cognizione e sul comportamento: ad esempio, la scarsità monetaria condivide meccanismi comuni con la psicologia dell'essere occupati (cioè la scarsità di tempo). In qualunque forma e aspetto di vita si manifesti, la psicologia della scarsità comporta cambiamenti prevedibili sia a livello cognitivo che comportamentale.

2.2 La scarsità cattura la mente: L'effetto Tunnel

Quando si percepisce di avere abbastanza risorse finanziarie, le spese di base come le bollette o l'affitto da pagare non richiedono molta attenzione e sforzi per essere gestite. Tuttavia in una condizione di scarsità queste spese potrebbero diventare pressanti e difficili da gestire. È probabile quindi che tali difficoltà determinino una maggiore concentrazione sulla risoluzione di questi problemi. Secondo Shah, Zhao, Mullainathan e Shafir (2018) la lentezza della scarsità (in questo caso di denaro) porterebbe a vedere una dimensione economica in esperienze quotidiane che ad altri potrebbero non apparire affatto economiche. Nel loro studio hanno dimostrato che

le preoccupazioni relative al denaro diventano un elemento di primaria importanza nelle persone a basso reddito, anche in situazioni in cui le decisioni economiche non sono richieste. Questi pensieri sono innescati da circostanze banali (come bucare una gomma o andare dal medico), sono difficili da sopprimere e danno forma ad associazioni mentali che interferiscono con altre esperienze. Quando sentiamo di aver troppo poco, la scarsità “cattura” la mente e lo fa attraverso diverse modalità e con differenti scale temporali (Mullainathan & Shafir, 2013). Radel & Clément-Guillotin (2012) nel loro studio hanno dimostrato come i partecipanti a cui era stata indotta scarsità (in questo caso di cibo) avevano più probabilità (in maniera automatica e in arco di tempo ristrettissimo) di individuare con precisione parole associate al cibo. Allo stesso modo, la scarsità può agire ad un livello meno superficiale e prolungarsi su scale temporali maggiori. In uno studio dove veniva chiesto di valutare le dimensioni di alcune monete, la scarsità (in questo caso di denaro) portava i partecipanti a valutare le monete come più grandi rispetto a quelli che non sperimentavano tale condizione (Saugstad & Schioldborg, 1966). In entrambi i casi, lo stato mentale di scarsità intrappola la mente in termini di attenzione mediante un processo che va al di là del controllo conscio: induce a concentrarsi maggiormente e in modo automatico sulle richieste legate alla scarsità (Mullainathan & Shafir, 2013; Zhao & Tumm, 2018). La letteratura definisce tale fenomeno cognitivo Effetto Tunnel (Tunnel effect o tunneling), il cui meccanismo alla base riguarda l’inibizione dell’obiettivo. Attivando un potente obiettivo, ovvero affrontare i bisogni e gli obiettivi incombenti, la scarsità inibisce altri fini o aspetti importanti di vita da portare a termine (Mullainathan & Shafir, 2013). L’espressione effetto tunnel richiama metaforicamente ciò che la scarsità provoca alla nostra

mente: «*riduce il campo visivo come se fossimo in un tunnel portando a focalizzarsi unicamente sulla gestione della scarsità presente*» (Mullainathan & Shafir, 2013). In presenza dell'effetto tunnel, l'attenzione si concentra maggiormente sulle mancanze e i relativi costi, trascurando opportunità e risorse già presenti. Ciò può limitare la visione e la valutazione delle alternative disponibili. Concentrarsi su ciò che sembra essere più importante potrebbe essere considerato positivo e una strategia efficiente, come prestare maggior attenzione al mutuo da pagare; tuttavia, lasciare che la scarsità causi l'effetto tunnel portando a trascurare altri aspetti percepiti meno urgenti (ma non meno importanti), come l'attenzione al lavoro, non può essere considerato così vantaggioso (Zhao & Tamm, 2018).

2.3 Larghezza di banda

Il sistema cognitivo umano ha capacità limitate: gli individui compiono scelte non ottimali che non tengono conto della complessità e di tutte le alternative possibili a disposizione (Kahneman, 2011; Stanovich & West, 2000). Chugh & Bazerman (2007) parlano di *consapevolezza limitata*: quando si presta attenzione e si “vedono” determinate informazioni, le persone non “vedono” altre informazioni accessibili e percepibili durante il processo decisionale. La Teoria della Scarsità parla di capacità mentale in termini di *larghezza di banda*. Con questa espressione Mullainathan e Shafir (2013) si riferiscono a due ampie e correlate componenti della funzione mentale. La prima riguarda la capacità cognitiva, ovvero l'insieme dei meccanismi psicologici alla base dei processi di problem solving, tra cui l'intelligenza fluida (Schilbach, Schofield, & Mullainathan, 2016); la seconda componente è costituita dal controllo esecutivo (chiamato anche controllo cognitivo

o funzione esecutiva), fondamentale per le capacità di gestione delle attività cognitive, inclusi l'allocazione di attenzione, pianificazione, e il controllo degli impulsi (Schilbach, Schofield, & Mullainathan, 2016). Secondo Mullainathan e Shafir (2013) la scarsità riduce la larghezza di banda, e più precisamente non le capacità intrinseche dell'individuo, bensì il modo in cui queste vengono utilizzate. La scarcity crea una tassa sulla larghezza di banda, un carico cognitivo che influenza il processo decisionale, rendendo l'individuo meno lungimirante e meno capace di controllare i propri impulsi (Mullainathan & Shafir, 2013). Un'interessante analisi del fenomeno è stata offerta da Mani, Mullainathan, Shafir e Zhao (2013) conducendo uno studio sul campo attraverso una variazione quasi sperimentale della ricchezza effettiva. Come partecipanti sono stati reclutati alcuni coltivatori indiani di canna da zucchero che ricevono un reddito annuale al momento del raccolto. L'obiettivo degli autori è stato quello di valutare le funzioni cognitive dei soggetti durante il ciclo di semina. Coerentemente con la loro ipotesi, lo stesso agricoltore otteneva risultati peggiori su una stessa serie di test cognitivi prima di ricevere il reddito del raccolto rispetto a quelli ottenuti dopo. Nella condizione di scarsità, i soggetti presentano quindi una diminuzione delle prestazioni cognitive rispetto a quelle dopo il raccolto e con più probabilità arrivavano a contrarre prestiti e impegnare alcuni dei loro beni. I risultati dimostrano come la percezione di scarsità influisce sulle decisioni economiche e questo si ripercuote sulle risorse cognitive che gli agricoltori hanno a disposizione prima del raccolto (Mani et al., 2013).

2.4 Processi cognitivi ed effetti della scarsità

La rappresentazione grafica (*Figura 2*) proposta da De Bruijn & Antonides (2022) approfondisce i processi cognitivi attraverso cui la scarsità modella le nostre scelte economiche. La scarcity influenza i comportamenti mediante due meccanismi psicologici precedentemente descritti, l'effetto tunnel e il carico cognitivo. L'effetto tunnel (o tunneling) comporta un processo primario di focalizzazione dell'attenzione sul compito da svolgere che migliora l'efficienza delle risorse e al tempo stesso favorisce una negligenza al di fuori del focus dell'attenzione (Mullainathan & Shafir, 2013; De Bruijn & Antonides, 2022). Poiché la scarsità attira l'attenzione sul compito da svolgere, le prestazioni del compito possono essere migliorate. I risultati emersi dallo studio di Ariely e Wertenbroch (2002) dimostrano come la percezione di avere meno tempo a disposizione causata da più scadenze ravvicinate portava i partecipanti ad essere più produttivi e a rispettare le consegne previste rispetto a coloro che non si trovavano in una condizione di scarsità. D'altro canto però, la sensazione di non avere abbastanza risorse finanziarie porta a comportamenti negligenti. In uno studio sperimentale di laboratorio di Tomm, Shafir & Zhao (2016), rispetto al gruppo di controllo, i partecipanti che sperimentavano scarcity dimostravano un maggior interesse nel leggere i prezzi e a focalizzarsi su questi, ignorano altri stimoli presenti nell'ambiente (ad esempio gli sconti) che avrebbero potuto mitigare gli effetti di scarsità. Uno studio sul campo è stato invece proposto da Lichand e Mani (2020): gli autori hanno studiato gli effetti dell'incertezza del reddito e del livello di reddito sull'effetto tunnel tra gli agricoltori brasiliani, i quali affrontano abitualmente periodi di siccità. Dai risultati emerge come le richieste legate alla scarsità (siccità) catturavano maggiormente le

risorse di attenzione dei soggetti esposti a meno precipitazioni, aumentando la probabilità di entrare nel tunnel rispetto ai partecipanti esposti a più precipitazioni. La siccità aumenta l'incertezza e le preoccupazioni relative ad un minor raccolto e quindi la probabilità di non avere abbastanza risorse sufficienti. Al fine di esplorare l'impatto del reddito sul fenomeno del tunneling. Per indagare l'impatto del livello di reddito sul focus indotto dal tunneling, i ricercatori hanno esaminato il comportamento dei partecipanti prima e dopo il giorno di pagamento, rilevando una tendenza più marcata al fenomeno nel periodo precedente al giorno di paga rispetto a quello successivo. In particolare, è emerso che le dimensioni di questo effetto erano più pronunciate nei giorni immediatamente precedenti del giorno di paga.

In seguito, dall'immagine si può notare come la concentrazione attenzionale causata dalla scarcity genera pensieri legati al compromesso (o trade-off), cioè a calcolare una determinata spesa sulla base delle risorse disponibili. Le difficoltà associate alla scarsità economica rendono i compromessi (o costi opportunità) profondamente accessibili: acquistare una cosa significa rinunciare ad altre (Mullainathan & Shafir, 2013). Mullainathan e Shafir (2013) hanno condotto un'indagine tra i pendolari di una stazione ferroviaria di Boston, domandando loro tutte le caratteristiche a cui pensavano quando dovevano effettuare l'acquisto di un oggetto (in questo caso un televisore). Dai risultati emerge come i soggetti meno abbienti riportavano pensieri legati al trade-off con una frequenza quasi doppia rispetto ai benestanti (75 % contro il 40 %); lo stesso studio è stato condotto in India confrontando soggetti rurali e urbani, dove quest'ultimi presentavano un reddito sei volte maggiore di coloro che vivevano in zone campestri. L'esperimento ha riportato gli stessi risultati quando è stato chiesto di pensare all'acquisto di un oggetto economico, mentre sia i soggetti

benestanti che i meno abbienti hanno sperimentato pensieri legati al compromesso e alla rinuncia del bene quando veniva proposto loro l'acquisto di un bene più costoso (come il televisore). Secondo gli autori la scarsità e i pensieri di trade-off a essa associati sono quindi determinati dalla relazione tra il budget complessivo e l'entità della spesa. Il risultato di questo processo può condurre a decisioni più coerenti e stabili e meno soggette ad effetti di contesto (Shah, Shafir & Mullainathan, 2015). Nel noto esperimento di Thaler (1985), i soggetti erano disposti a pagare una birra ad un prezzo più alto quando questa veniva acquistata in un resort di lusso rispetto ad un negozio di alimentari; riprendendo lo stesso scenario, dallo studio di Shah e colleghi (2015) emerge come i partecipanti a cui era stata indotta la condizione di scarsità non mostravano una distorsione del processo decisionale indotta dal contesto e la loro disponibilità a pagare è risultata simile in entrambi le condizioni. La mentalità di scarsità rende i compromessi più salienti e di conseguenza più chiaro il valore delle transazioni.

Come ultimo meccanismo psicologico previsto dal modello, il carico cognitivo causato dalla scarsità economica riduce la larghezza di banda mentale e quindi le capacità mentali dell'individuo (capacità cognitive e controllo esecutivo). Le preoccupazioni e le difficoltà causate dal non avere abbastanza creano rumore, una "distrazione interna" che consuma le risorse mentali, lasciandone meno per altri compiti (Mullainathan & Shafir, 2013). Un'interessante analisi del fenomeno è stata offerta da Mani, Mullainathan, Shafir e Zhao (2013) conducendo uno studio sul campo attraverso una variazione quasi sperimentale della ricchezza effettiva. Come partecipanti sono stati reclutati alcuni coltivatori indiani di canna da zucchero che ricevono un reddito annuale al momento del raccolto. L'obiettivo degli autori è stato

quello di valutare le funzioni cognitive dei soggetti durante il ciclo di semina, nello specifico l'intelligenza fluida utilizzando le matrici progressive di Raven e il controllo cognitivo mediante un compito Stroop numerico. Coerentemente con la loro ipotesi, lo stesso agricoltore otteneva risultati peggiori su una stessa serie di test cognitivi prima di ricevere il reddito del raccolto rispetto a quelli ottenuti dopo. Nella condizione di scarsità, i soggetti presentano quindi una diminuzione delle prestazioni cognitive rispetto a quelle dopo il raccolto e con più probabilità arrivavano a contrarre prestiti e impegnare alcuni dei loro beni. I risultati dimostrano come la percezione di scarsità influisce sulle decisioni economiche e questo si ripercuote sulle risorse cognitive che gli agricoltori hanno a disposizione prima del raccolto (Mani et al., 2013). Gli autori hanno esaminato il fenomeno anche attraverso una serie di studi di laboratorio, rilevando gli stessi risultati. In uno di questi, agli acquirenti di un centro commerciale è stato chiesto di affrontare scenari economici quotidiani che presentavano diversi livelli di difficoltà finanziarie (da gestibili a impegnative). Durante la risoluzione dei problemi, i partecipanti hanno eseguito dei compiti al computer volti a misurare il controllo esecutivo, misurato con un compito di compatibilità spaziale, e l'intelligenza fluida con le matrici di Raven. Per quanto riguarda lo scenario gestibile, sia i soggetti "ricchi" che quelli nella condizione di scarsità indotta hanno ottenuto lo stesso risultato nei compiti cognitivi. Di fronte allo scenario impegnativo, invece, i "poveri" hanno ottenuto punteggi significativamente inferiori in entrambi i test somministrati.

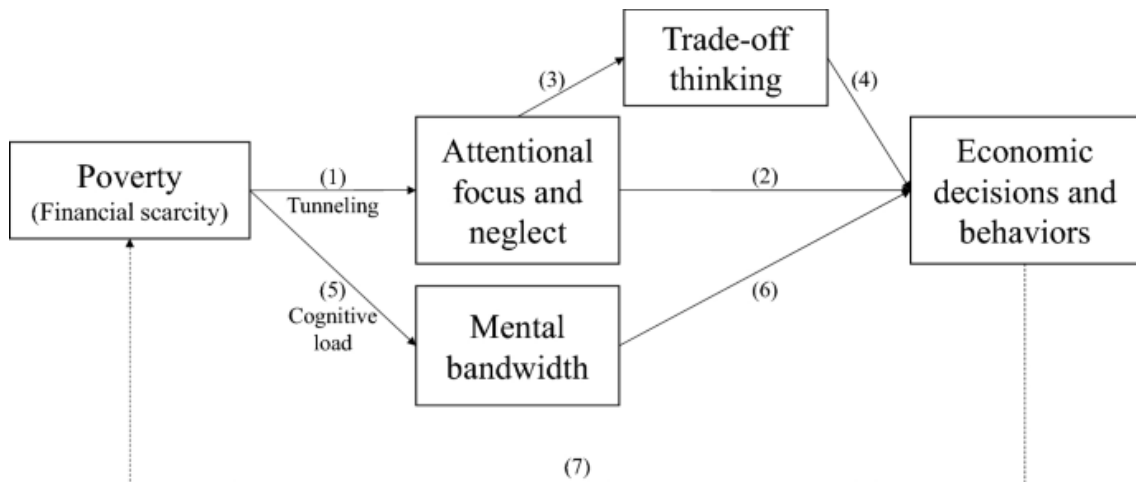


Figura 2. Grafico illustrativo dell’impatto della scarsità sul processo decisionale (De Bruijn & Antonides, 2022).

2.5 Conseguenze della scarsità economica: vivere nel presente

L’impatto del carico cognitivo indotto dalla scarsità ha diverse conseguenze sul comportamento e sulle decisioni economiche. Le funzioni cognitive sono infatti al centro di ogni processo decisionale (Burks, Carpenter, Goette, & Rustichini, 2009): determinano la nostra capacità di spostare l’attenzione, di concentrarci, di lavorare con le informazioni in memoria e soprattutto di controllare impulsi e azioni (Schilbach, Schofield, & Mullainathan, 2016). Condividendo la caratteristica di essere risorse limitate, la tassazione provoca ricadute negative su altri aspetti del funzionamento cognitivo. Prima di esaminare nel dettaglio le conseguenze dovute alla scarcity, risulta utile analizzare quei meccanismi attraverso cui il carico cognitivo può influenzare il processo decisionale. Una vasta letteratura psicologica (Thaler & Shefrin, 1981; Metcalfe & Mischel 1999, Thaler & Sunstein, 2008) approfondisce i problemi di autocontrollo in termini di due entità semi-

indipendenti: un sistema freddo, cognitivo e riflessivo (sistema 2) che nelle vesti di un lungimirante pianificatore cerca di promuovere il nostro benessere a lungo termine; e un sistema caldo, emotivo e impulsivo (sistema 1) che espone l'individuo alle tentazioni derivanti dall'eccitazione. Il sistema freddo è la sede dell'autoregolazione e dell'autocontrollo. Il sistema caldo, agisce da miope esecutore e mina questi sforzi di autocontrollo. La letteratura neuroscientifica ha avvalorato empiricamente tali ipotesi teoriche, dimostrando come l'attualizzazione del tempo negli individui derivi dall'interazione di due sistemi, uno più orientato al presente e l'altro deputato all'anticipazione e regolazione del futuro lontano (McClure, Laibson, Loewenstein, & Cohen, 2004; Kable & Glimcher, 2007). Nello studio di McClure e colleghi (2004), attraverso tecniche di neuroimaging viene analizzato il cervello dei partecipanti mentre era chiesto loro di scegliere tra piccole somme di denaro che potevano essere ricevute prima e grandi somme che potevano essere ricevute dopo. Coerentemente alla prospettiva teorica psicologica, dai risultati emerge come nel processo decisionale entrano in gioco due sistemi neurali distinti: le parti del sistema limbico sono attivate dalle decisioni che prevedono ricompense disponibili all'istante, mentre le regioni prefrontali sono coinvolte in tutte le scelte intertemporali, indipendentemente dal ritardo. O'Donoghue e Rabin (1999) parlano di preferenze orientate al presente in termini di *present bias*: in molte situazioni le persone tendono ad essere impazienti, attivano il cosiddetto "pilota automatico" e commettono scelte incuranti, ovvero desiderano sperimentare subito le ricompense e rinviare i costi ad un futuro più lontano, (O'Donoghue & Rabin, 1999; Thaler & Sunstein, 2008). Tuttavia, quando le risorse non scarseggiano, il sistema riflessivo può reprimere l'esibizione di tali impulsi (Deck & Jahedi, 2015).

D'altro canto, le pressanti difficoltà associate alla scarcity sottopongono l'individuo ad un carico cognitivo che appesantisce il sistema di ragionamento, aumentando la probabilità di prendere decisioni dipendenti da scorciatoie ed euristiche (Kahneman, 2011).

Più di ogni altro contesto di scelta, quello economico mette l'individuo di fronte a compromessi che comportano un certo grado di incertezza sul futuro (World Bank, 2014). L'azione di autocontrollo è particolarmente importante quando alle persone viene chiesto di fare scelte intertemporali che presentano alternative la cui utilità si concretizzerà in momenti di tempo differenti (Delfino, 2011). Un esempio comune potrebbe riguardare la decisione su quanto denaro spendere nell'immediato e quanto mettere in un conto per la pensione da utilizzare in futuro: il risparmio di oggi, che costituisce un'opzione differita superiore, presuppone la rinuncia a piaceri minori ma immediati (Critchfield & Kollins, 2001). Sutter e colleghi (2013) nel loro studio riportano risultati secondo cui soggetti con scarso autocontrollo sono maggiormente associati a bassi livelli di risparmio e ad una pianificazione finanziaria instabile; basandosi sulle evidenze riportate dal Panel Study of Income Dynamics (PSID), lo studio di Lawrance (1991) rileva che bassi redditi tendono a provocare un alto tasso di impazienza. L'evidenza empirica documenta ampiamente come la riduzione della larghezza di banda mentale accresce l'attualizzazione temporale (Banerjee & Mullainathan, 2010): la scarcity altera il modo in cui le persone ripartiscono la loro attenzione, concentrandola significativamente sui bisogni presenti a scapito di importanti pianificazioni future. Bartos, Bauer, Chytilová e Levely (2018) hanno esaminato in uno studio longitudinale controllato l'effetto della percezione di scarsità economica sull'attualizzazione temporale. Il

campione è costituito da agricoltori rurali dell'Uganda, a cui sono stati indotti sperimentalmente pensieri associati alla scarsità (shock finanziari negativi minori o gravi). Ai soggetti è stato inoltre assegnato un budget di minuti di intrattenimento (come dedicarsi alla visione di film). Dai risultati emerge come le manipolazioni delle preoccupazioni finanziari associate alla scarsità hanno aumentato la preferenza degli agricoltori a consumare prima le distrazioni e a ritardare lo sforzo lavorativo, riflettendo una maggiore attualizzazione del tempo. Risultati coerenti con tale ipotesi emergono dallo studio di Carvalho, Wang, & Meier (2016), in cui i partecipanti sottoposti a shock finanziari negativi si dimostravano più orientati al presente nelle scelte relative alle ricompense monetarie. Tali evidenze indicano che la scarsità di risorse può influenzare la volontà di ritardare la gratificazione e di conseguenza la messa in atto di comportamenti meno controllati e ragionati. Banerjee e Mullainathan (2010) parlano di tassa della tentazione come condizione regressiva in quanto quest'ultima colpirebbe più pesantemente coloro che hanno meno. Con una larghezza di banda compromessa, aumentano le probabilità di cedere alle tentazioni e questo potrebbe ostacolare quelle scelte economiche lungimiranti (ad esempio il risparmio) che promuovono il benessere individuale e sociale (Banerjee & Mullainathan, 2010).

2.6 Conseguenze della scarsità economica: avversione al rischio

Riprendendo la teoria del prospetto, è stato documentato come gli individui siano soggetti al bias di avversione alla perdita. Numerosi studi sperimentali sul processo decisionale economico hanno dimostrato che le persone interpretano i risultati delle

prospettive finanziarie in termini di guadagni e perdite, per cui l'esperienza negativa delle perdite immediate ha un impatto maggiore sulle loro decisioni finali (Barberis, Huang & Santos, 2001; Barber & Odean, 2013). Di conseguenza, è probabile che le persone rifuggano dalle opportunità per paura di esporsi a una perdita ed evitano di fare cambiamenti anche quando questi sono nel loro interesse (Thaler & Sunstein, 2008). Questo potrebbe valere ancora di più per quelle persone che sperimentano condizioni di scarsità, per cui l'importanza della posta in gioco potrebbe comportare uno stile decisionale peculiare nelle scelte rischiose (Ronzani, 2017). Diverse evidenze empiriche sostengono come la scarcity limiterebbe l'attenzione favorendo comportamenti abituali e maggiormente avversi al rischio (Haushofer & Fehr, 2014; Deck e Jahedi 2015). Dai risultati degli esperimenti di Deck e Jahedi (2015) emerge come ai partecipanti a cui era stata indotto carico cognitivo presentavano comportamenti più avversi al rischio e maggiore impazienza nei confronti del denaro. Tuttavia, l'evidenza empirica ha offerto risultati non sempre coerenti per quanto riguarda la relazione tra scarsità di risorse (economiche) e avversione al rischio: lo studio di Carvalho, Meier e Wang (2016) dimostra come la scarsità di risorse aumenti un comportamento orientato al presente e alla gratificazione immediata, mentre non rivela nessun effetto significativo nella variazione di assunzione del rischio; diversamente, gli studi di Dalton, Nhung & Rüschenpöhler (2020) condotti su rivenditori vietnamiti, riscontrano una correlazione negativa: i pensieri e le preoccupazioni economiche indotte comportavano atteggiamenti meno avversi al rischio. Un'altra conseguenza la percezione di non avere abbastanza può portare a esperienze emotive negative (Haushofer & Fehr, 2014). Lo studio di Haushofer e Fehr (2014) supporta l'ipotesi secondo cui la scarsità genera negli

individui stress e stati affettivi sfavorevoli, aggravando ulteriormente la condizione di mancanza e al tempo stesso promuovendo comportamenti avversi al rischio. Riassumendo, la letteratura non offre una prospettiva chiara e coerente degli effetti della scarsità economica sull'avversità al rischio ed è carente per quanto riguarda l'analisi del fenomeno sul campo (De Bruijn & Antonides, 2022). Basandosi sulle evidenze della Teoria del Prospetto di Kahneman e Tversky (1979; 2013), De Bruijn & Antonides (2022) suggeriscono l'ipotesi secondo cui in condizioni di scarsità comportamenti più o meno avversi al rischio potrebbero derivare dal fatto che entri in gioco una prospettiva di potenziale guadagno o perdita. Questo spiegherebbe perché alcuni studi riportano risultati dove i soggetti con un basso reddito tendono a correre meno rischi per un potenziale guadagno favorendo un atteggiamento orientato alla sicurezza (Moscardi & De Janvry, 1977); e spiega perché in altri, come lo studio di Dalton e colleghi (2020) precedentemente presentato, i soggetti tendono a rischiare di più per evitare possibili perdite.

2.7 La scarsità crea scarsità: scelte economiche inefficienti

Le evidenze fin qui riportate hanno dimostrato come la scarcity non solo priva le persone di risorse materiali, ma è anche un ambiente in cui vengono prese decisioni e quest'ultimo modella il processo decisionale (Shah, Mullainathan, & Shafir, 2012; Mani, Shafir, & Zhao, 2013; Shafir, 2017). La sensazione soggettiva di avere meno di quanto si desidera cambia il modo in cui le persone allocano la propria attenzione, e questo si manifesta in quelle decisioni economiche apparentemente irrazionali che perpetuano la condizione di scarsità. La concezione secondo cui la scarsità di risorse è causata da comportamenti e scelte sbagliate è generalmente diffusa nei

diversi contesti culturali e sociali (Spears, 2011). Le persone che vivono con risorse finanziarie scarse molto spesso rimandano la pianificazione finanziaria senza risparmiare abbastanza (Mullainathan & Shafir, 2009), spesso non si iscrivono a programmi di assistenza a cui hanno diritto (Reutter et al., 2009) e ricorrono frequentemente a prestiti a breve termine rischiando l'indebitamento (Stegman, 2007). Tuttavia, comprendere come la mancanza percepita o reale di denaro influenzi il processo decisionale può contribuire a spiegare determinati comportamenti disfunzionali e scelte economiche inefficienti. In un esperimento di laboratorio condotta da Shah, Mullainathan e Shafir (2012), sono stati assegnati in modo casuale a soggetti relativamente benestanti budget piccoli o grandi, rendendoli pertanto "poveri" o "ricchi". Lo studio ripropone dei compiti da svolgere ispirati a un noto gioco chiamato Angry Birds. I partecipanti erano chiamati a svolgere diversi compiti utilizzando tali budget e i soggetti nella condizione di scarsità (in questo caso si intende scarsità di munizioni) tendevano a usare i loro oggetti in modo più produttivo e ad essere più efficienti. Tra le diverse attività, in un secondo momento è stata offerta l'opzione di chiedere un prestito ad alto costo, costringendoli a fare compromessi tra il presente e il futuro. È a questo punto che i "poveri" sperimentali hanno iniziato a trascurare le conseguenze future e a indebitarsi. La loro performance complessiva è diminuita rispetto a una situazione in cui non potevano contrarre prestiti. Al contrario, l'opzione di prestito non ha avuto alcun impatto sui partecipanti "abbienti". Shah e collaboratori (2012) sottolineano come, seppur per un tempo breve, soggetti che nella vita reale non hanno difficoltà economiche, se messi in un contesto di scarsità, mostrano modelli decisionali tipicamente associati alla povertà. Avendo un budget ridotto che si stava esaurendo,

il prestito appariva urgente e quindi prestavano meno attenzione agli alti tassi di interesse. Di conseguenza, dovevano restituire somme maggiori e quindi esaurivano prima il loro budget, finendo per avere uno stipendio inferiore rispetto a quello che avrebbe avuto se non avessero avuto a disposizione il prestito. Shah e colleghi (2012) hanno riscontrato questi risultati in molti altri contesti ottenendo risultati coerenti. In qualunque forma, la scarsità conduceva al prestito favorendo comportamenti miopi, ovvero venivano ignorate le implicazioni del rimborso (futuro) dei prestiti. Questo spiegherebbe perché le persone che percepiscono scarsità non pianificano di imbattersi in costose spese ma sono bloccati in un circolo vizioso comportamentale che aggrava e perpetua la condizione di scarsità (Mullainathan & Shafir, 2009; 2013). Secondo la Teoria della Scarsità l'effetto tunnel crea una propensione all'indebitamento: poiché la scarsità è immediata e urgente, la soluzione del prestito è molto attraente e questo porta a trascurare ciò che rimane fuori dal focus del tunnel, ovvero gli alti tassi di interesse (Mullainathan & Shafir, 2013). Il processo di indebitamento si verifica quando si accetta un prestito ad alto tasso di interesse e non si è in grado di ripagare gli interessi (Karlan, Mullainathan & Roth, 2019). Questo fenomeno rappresenta un'ulteriore condizione di scarsità che presenta notevoli conseguenze sul processo decisionale e sul funzionamento cognitivo della persona. Ong, Theseira, & Ng (2019) hanno esaminato l'impatto del debito sulla larghezza di banda mentale attraverso un programma di riduzione del debito per famiglie con un basso reddito e cronicamente indebitate. Secondo l'ipotesi degli autori, la struttura del debito ha un ruolo importante nella creazione di tasse sulla larghezza di banda in quanto i processi di contabilità mentale fanno sì che ogni conto di debito aggiuntivo diventi una fonte

separata di carico cognitivo. Sono stati misurati gli effetti della riduzione del debito analizzando i cambiamenti pre-post nel processo decisionale economico (avversione al rischio e present bias) e nel funzionamento cognitivo (mediante Eriksen's Flanker Test). Confrontando i partecipanti prima e dopo il programma, le riduzioni erano associate a miglioramenti significativi nel funzionamento cognitivo (meno debiti significava meno carico cognitivo sulla larghezza di banda) e a una riduzione delle preferenze orientate al presente. Non è stata riscontrata invece alcuna relazione significativa tra i cambiamenti nella struttura del debito e l'avversione al rischio.

Si è documentato come la scarsità aumenta le possibilità di cedere alle tentazioni e compiere scelte impulsive (Mullainathan & Shafir, 2013). La percezione di avere meno impone anche di pensare al compromesso: quando si percepisce di non avere “abbastanza”, tutte le bollette da pagare catturano l'attenzione e rendono il compromesso altamente accessibile ogniqualvolta si pondera l'acquisto di qualcosa. Per Mullainathan e Shafir (2013) la mancanza di risorse inutilizzate rappresenta un'ulteriore condizione che contribuisce alla psicologia della scarsità, rendendo difficile uscire dalla “trappola”. Le risorse inutilizzate sono legate all'abbondanza ed esentano gli individui dal compromesso. Esse rappresentano un “lusso mentale” che consente non la mera possibilità di acquistare di più, bensì offrono all'individuo l'opportunità di poter sbagliare (ad esempio cadere in tentazione) e di non aggravare ulteriormente la condizione di scarsità in cui in quel momento si potrebbe trovare (Mullainathan & Shafir, 2013). Per gli autori la mancanza di risorse inutilizzate potrebbe spiegare perché di fronte a shock economici negativi improvvisi gli individui ricadono nella psicologia della scarsità. In uno studio di Karlan,

Mullainathan Roth (2019) sono stati osservati i movimenti finanziari di venditori indiani: ad una metà dei partecipanti è stato saldato tutto il loro debito. Ad un anno dall'intervento, i soggetti in trattamento si indebitavano allo stesso tasso delle famiglie di controllo. Alla luce di questi risultati, Mullainathan e colleghi (2019) sostengono che per uscire dalla trappola della scarsità non basta avere mediamente più risorse che bisogni (come è emerso nello studio); per affrontare shock economici casuali è necessario avere sufficienti risorse inutilizzate. Quando queste mancano, semplici interventi che tengono conto di queste intuizioni posso fare la differenza nel supportare gli individui a prendere decisioni economiche più efficienti, allontanandoli dalla condizione di scarsità.

3. NUDGE A SOSTEGNO DEI CONTESTI DI SCARSITÀ

L'elaborato si è focalizzato sugli effetti cognitivi e comportamentali indotti da uno stato mentale di scarsità. Prestando maggior attenzione alla scarsità in ambito economico, si è documentato come l'essere in una condizione di scarcity significhi dover affrontare non solo la mancanza di denaro ma anche la carenza di risorse cognitive. Le conseguenze negative della scarsità economica sul processo decisionale, come prendere decisioni economiche impulsive o essere incapaci di mantenere pianificazioni a lungo termine, sono quindi il risultato del contesto creato dalla scarsità. Partendo dalla conoscenza dei meccanismi psicologici alla base della scarcity e delle procedure decisionali messe in atto dal nostro sistema cognitivo, il presente lavoro abbraccia l'approccio della Nudge Theory per affrontare in modo efficace la scarsità e migliorare le scelte economiche degli individui. Si esamineranno studi e ricerche che dimostrano come queste tecniche possano contribuire a migliorare la razionalità delle scelte in contesti di scarsità, nonché esempi concreti di come l'architettura delle scelte possa essere utilizzata per favorire scelte economiche responsabili, come il risparmio, la gestione dei prestiti e del debito e l'accesso a servizi di assistenza finanziaria. Infine, si metteranno in luce le prospettive offerte dagli interventi insieme ai potenziali limiti emersi dall'adozione della metodologia nudge.

3.1 Progettare un ambiente “a prova di scarsità”

Secondo la Teoria della Scarsità, concentrando eccessivamente l'attenzione sulla scarsità economica, in virtù della mentalità generata dalla stessa scarsità, la larghezza di banda a disposizione viene sottoposta a pressione e ciò ha un impatto significativo sul comportamento umano (Mullainathan & Shafir, 2013). Attraverso la metodologia nudge, ovvero mediante la sottile e strategica introduzione o modifica di elementi contestuali (Thaler & Sunstein, 2008), è possibile modificare l'ambiente per contrastare la psicologia della scarsità, o in altre parole, renderlo *a prova di scarsità*. Al fine di concepire interventi di nudge che siano efficaci nel supportare contesti di scarsità economica, è necessario che tali spinte siano progettate tenendo a mente le implicazioni cognitive della scarsità e gli effetti che queste hanno sul processo decisionale individuale. Sfruttando la conoscenza dei meccanismi psicologici sottostanti, i pungoli possono svolgere un ruolo importante nel supportare la larghezza di banda cognitiva delle persone in condizioni di scarsità economica, aiutandole a prendere decisioni finanziarie più informate e riducendo gli effetti della scarsità sulla capacità decisionale attraverso una migliore gestione dell'allocazione delle risorse (World Bank, 2014). Verranno quindi illustrati i principali meccanismi psicologici alla base dell'architettura delle scelte che possono essere sfruttati per promuovere decisioni economiche ottimali. È importante sottolineare che nella progettazione dell'ambiente decisionale l'inclusione di un particolare intervento in una categoria specifica è spesso complesso. Questo perché il comportamento desiderato viene spesso favorito attraverso l'uso di diversi nudge che possono appartenere a diverse categorie. Alla luce di ciò, come introdotto nel primo capitolo, verrà adottato il framework

“MINDSPACE” come riferimento (Dolan et al., 2012). Questa decisione è motivata dalla consistente base di prove empiriche a supporto delle strategie di nudge presenti nel quadro metodologico (Dolan et al., 2012; Quigley, 2013). Ai fini della presente tesi, verranno riportati interventi di nudge appartenenti alla categoria *Priming, Salience, Defaults, Norms e Affect*. Sfruttando diversi bias e pregiudizi cognitivi, ogni strategia sarà esaminata considerando l’effetto della scarsità sul processo decisionale al fine di promuovere il benessere sia individuale che collettivo in contesti di limitatezza di risorse.

3.2 Inserire il risparmio nel tunnel: Priming

Prestando maggior attenzione alla scarsità economica, la Teoria della Scarsità ha documentato come questa conduce all'effetto tunnel, con la conseguente negligenza di tutto ciò che non rientra in tale prospettiva. Spesso le strategie utilizzate dalle politiche pubbliche non sono adeguate a contrastare la scarsità, in quanto esse si trovano al di *fuori del tunnel* (Mullainathan & Shafir, 2013). Per affrontare in modo efficace gli impatti negativi di questo fenomeno sul processo decisionale, potrebbe essere utile adottare un approccio strategico basato sulla comprensione delle implicazioni cognitive dell’effetto tunneling, come l’utilizzo mirato di informazioni per concentrare l’attenzione su compiti specifici. Per essere efficaci, secondo Mullainathan e Shafir (2013), è fondamentale che tali incentivi rientrino nel “tunnel”, influenzando ciò che si trova al suo interno.

Gli studi precedentemente esaminati (Ariely & Wertenbroch, 2002) hanno dimostrato come i limiti (in questo caso scadenze), creano scarsità e, in base a questa

logica, ciò potrebbe condurre a una migliore gestione della risorsa. Tuttavia, i risultati dimostrano che i limiti funzionano quando sono pressanti e frequenti, ovvero quando occupano una posizione predominante nella nostra mente. Viceversa, un limite a lungo termine, (come una scadenza lontana), viene trascurato in quanto fuori dal tunnel, per poi diventare pressante solo quando si avvicina. Il contesto di scarsità intrappola le persone nel soddisfare le necessità immediate e presenti, con conseguenti difficoltà nel pianificare e rispettare limiti imposti come, ad esempio, risparmiare per il futuro per far fronte a spese future impreviste. La letteratura dimostra come le strategie di nudge che rientrano nella categoria *Priming* possono essere efficaci nell'attenuare gli effetti negativi della scarsità migliorando le scelte economiche. Tali interventi sfruttano la predisposizione umana a rispondere in modo prevedibile a determinati stimoli (prime), il cui obiettivo ultimo è sempre quello di influenzare sottilmente il comportamento delle persone senza limitarne la libertà di scelta (Thaler & Sunstein, 2008; Kahneman, 2011). La letteratura scientifica nel campo della psicologia cognitiva e delle neuroscienze ha chiaramente dimostrato che il comportamento di una persona in un determinato contesto può subire significative variazioni in risposta agli stimoli a cui è stata esposta precedentemente (Tulving & Schacter, 1990; Schacter & Buckner, 1998). Il priming, che costituisce una forma non conscia di memoria umana, viene definito in letteratura «*un cambiamento nella capacità di identificare o produrre un oggetto come risultato di uno specifico incontro precedente con l'oggetto*» (Tulving & Schacter, 1990). Questi stimoli, che possono riguardare differenti categorie come parole, oggetti e molto altro, sono in grado di influenzare il comportamento e le decisioni in una varietà di contesti (Dolan et al., 2012; Thaler & Sunstein, 2008).

Prime efficaci sono stati riscontrati nelle interazioni sociali: per ridurre il consumo di cibo non salutare, lo studio di Chandon & Wansink (2007) ha dimostrato come il chiedere semplicemente alle persone di valutare l'affidabilità delle affermazioni dei fast-food riguardo alla salubrità del cibo influenzasse significativamente il comportamento degli individui, promuovendo scelte alimentari più sane. Altri studi dimostrano che la semplice disposizione del cibo può influenzare notevolmente le scelte alimentari delle persone. Ad esempio, mettere cibi più sani in vista può aumentare la probabilità che le persone li scelgano, con un potenziale effetto di riduzione o incremento dell'assunzione di specifici alimenti fino al 25 per cento (Thaler & Sunstein, 2008). Gli studi sperimentali di Karlan, McConnell, Mullainathan & Zinman (2016) hanno dimostrato come un semplice stimolo, in questo caso l'invio mensile di un breve promemoria (un sms o una lettera), ha aiutato le persone a raggiungere i loro obiettivi di risparmio. Attraverso l'utilizzo del *prime*, è emerso un incremento dei risparmi del 6 %. Questo effetto è stato ottenuto posizionando il concetto del risparmio all'interno del "tunnel" e rendendolo saliente nella mente delle persone tramite l'uso di semplici elementi contestuali. Anche se apparentemente insignificanti, tali dettagli hanno dimostrato di avere un'influenza sul comportamento individuale (Thaler & Sunstein, 2008). Mullainathan e Shafir (2013) sostengono che, come i promemoria, anche gli impulsi possono essere portati facilmente nel tunnel. Questa strategia è ampiamente utilizzata anche dal marketing con l'obiettivo di aumentare il profitto, come ad esempio posizionare le barrette di cioccolato vicino alle casse dei supermercati. In questo contesto, i dolciumi si insinuano nel "tunnel" sotto forma di desiderio immediato spingendo gli altri impulsi (in questo caso mantenere un buono stato di

forma fisica) fuori dal tunnel. Sulla base di queste considerazioni, il team di ricercatori appartenenti all'ente no-profit “*Ideas42*”, propongono una soluzione ai problemi di scarso risparmio mediante lo sviluppo di prodotti in grado di trasformare il risparmio in un “acquisto d'impulso” (<https://www.ideas42.org/financial-health/#savings>). Come i dolciumi, le “carte di risparmio” (*prime*) sono posizionate in luoghi ben visibili per incoraggiarne l'acquisto: l'importo speso con la carta di risparmio viene automaticamente accreditato sul conto bancario della persona. Questo non solo contrasta l'effetto tunnel mettendo in primo piano gli obiettivi impliciti, ma fornisce anche un modo semplice per passare all'azione prima che l'obiettivo svanisca (Mullainathan & Shafir, 2013; Datta & Mullainathan, 2014).

3.3 Economizzare sulla larghezza di banda: Saliency

L'analisi del processo decisionale umano attraverso la prospettiva della psicologia cognitiva evidenzia come la mente umana operi in condizioni di incertezza e complessità facendo affidamento su strategie cognitive semplificate per gestire l'ampia quantità di informazioni che riceve. L'elaborato fino ad ora ha ampiamente documentato le modalità attraverso cui il sistema riflessivo influenza la maggior parte dei nostri giudizi, riflettendo la propensione umana a semplificare i problemi e a trarre conclusioni basate su informazioni parziali (Kahneman, 2011). La tendenza ad affidarsi ad un pensiero impulsivo ha implicazioni significative per la progettazione di interventi efficaci nel contesto della scarsità. Come precedentemente affrontato, la Teoria della Scarsità (Mullainathan & Shafir, 2013) identifica la capacità mentale in termini di larghezza di banda. La larghezza di banda

riguarda l'allocazione delle nostre limitate capacità di elaborare le informazioni (Schilbach, Schofield, & Mullainathan, 2016). Di conseguenza, le decisioni che richiedono un maggiore sforzo di elaborazione hanno un impatto immediato sulla nostra larghezza di banda. Dal momento che la scarsità tassa la larghezza di banda, un'importante considerazione nella gestione della scarsità è l'ottimizzazione dell'uso della larghezza di banda (Mullainathan & Shafir, 2013). Alla luce di ciò, una strategia efficace riguarda la categoria *Saliency* in cui rientrano quegli interventi di nudge che sfruttano le limitate capacità del sistema cognitivo, ovvero la tendenza umana a registrare maggiormente stimoli nuovi, semplici e accessibili (Dolan et al., 2012; Quigley, 2013). La maggior parte degli interventi progettati per individui che affrontano situazioni di scarsità economica (sia soggettiva che oggettiva), come ad esempio programmi di aiuto finanziario o di formazione sull'alfabetizzazione finanziaria, risultano spesso eccessivamente costosi in termini di utilizzo della larghezza di banda, rendendoli di conseguenza strategie poco efficaci (Mullainathan & Shafir, 2013; World Bank, 2014). Nella concezione dei programmi di alfabetizzazione finanziaria, si presume spesso che le persone siano capaci di elaborare senza sforzo una vasta quantità di informazioni complesse. Tuttavia, le risorse cognitive a disposizione sono limitate e possono esaurirsi rapidamente soprattutto in situazioni di difficoltà economica (Mullainathan & Shafir, 2009; 2013). Dal momento che i programmi di alfabetizzazione finanziaria richiedono frequentemente un maggiore sforzo cognitivo, questo potrebbe, di fatto, ridurre i loro risultati positivi. Un modo per potenziare tali interventi e renderli a prova di scarsità è quello di basarli su semplici meccanismi psicologici maggiormente sfruttati dalla maggior parte degli individui. Nello loro studio Drexler, Fischer e

Schoar (2014) hanno confrontato i benefici di un modulo di educazione finanziaria esaustivo con quelli di un modulo fondato su regole empiriche elementari. L'intervento di semplificazione ha avuto un impatto significativo sul comportamento dei partecipanti, come l'incremento di buone pratiche economiche; al contrario, la formazione tradizionale ha mostrato un effetto limitato. Un altro aspetto psicologico rilevante delle decisioni economiche è la salienza (World Bank, 2014). Le persone tendono più facilmente ad apprendere quando l'educazione finanziaria è direttamente adattata ai loro obiettivi e bisogni, invece di essere presentata in termini generali. Attirare l'attenzione entro i limiti del tunnel su obiettivi che altrimenti verrebbero ignorati può quindi risultare un'ulteriore strategia adeguata alla scarsità. In uno studio di Carpena, Cole, Shapiro & Zia (2011) viene analizzato il comportamento finanziario di famiglie indiane a basso reddito. Dai risultati emerge come l'assistenza nel definire gli obiettivi, unita a una consulenza finanziaria personalizzata, ha portato a notevoli miglioramenti nelle scelte di risparmio e nella gestione del budget. Lo studio ha inoltre dimostrato che l'educazione finanziaria priva di supporto nella definizione degli obiettivi non ha avuto un effetto significativo sui risparmi. Un altro aspetto degno di nota è che diversi programmi di assistenza economica operano partendo dall'idea che la principale causa dell'interruzione degli studi da parte di famiglie a basso reddito sia la mancanza di risorse finanziarie. Tuttavia, questi programmi di aiuto sono fortemente sottoutilizzati con un numero limitato di persone che approfittano dei benefici offerti. Il lavoro di ricerca condotto da Bettinger, Long, Oreopoulos & Sanbonmatsu (2009) contribuisce alla comprensione del perché questo avviene e soprattutto evidenzia il ruolo cruciale che la semplificazione delle procedure può

svolgere nel promuovere decisioni economiche più consapevoli. Nel caso specifico, i partecipanti (ovvero diplomati insieme alle loro famiglie con un basso reddito) venivano suddivisi in tre gruppi e a ciascuno venivano distribuiti i moduli necessari alla domanda di aiuto finanziario per l'università. Rispetto ai gruppi di controllo, il terzo gruppo non solo ha ricevuto le informazioni riguardo al piano di aiuto ma è stato anche assistito nella compilazione dei moduli. Comunicare ai soggetti soltanto l'entità esatta dei vantaggi che il piano concedeva non ha dimostrato alcun impatto significativo sul comportamento dei partecipanti, mentre l'assistenza nella compilazione ha notevolmente incrementato la probabilità che questi presentassero la domanda di aiuto finanziario. Ciò ha portato ad un aumento del 29% di probabilità di iscrizione al college.

Altri interventi di nudge che rientrano nella categoria *Saliency* utilizzano invece l'effetto framing come strumento di semplificazione della realtà (Dolan et al., 2012). Il concetto di framing effect si riferisce al modo in cui la presentazione o la formulazione di un'informazione influenzano le decisioni e i giudizi delle persone (Kahneman & Tversky 1984). Le evidenze riportate dalla ricerca della psicologia cognitiva hanno ampiamente dimostrato come il nostro sistema cognitivo sia influenzato dalle modalità attraverso cui viene allestito il contesto delle decisioni e dal modo in cui le diverse opzioni di scelta vengono presentate. Per esempio, messaggi che hanno lo stesso contenuto ma che sono formulati in modo differente hanno un diverso impatto sui processi decisionali degli individui. L'ipotesi viene verificata da Kahneman e Tversky (1984) nel celebre studio “problema della malattia asiatica”, dove i potenziali risultati sono descritti positivamente in termini di vite salvate (guadagno) o negativamente in termini di vite perse (perdita):

nonostante gli effettivi risultati del problema rimanessero gli stessi in entrambe le formulazioni, coerentemente ai principi della teoria del prospetto, la maggioranza dei partecipanti presentava preferenze avverse al rischio quando gli esiti dello scenario erano inquadrati positivamente; al contrario, quando gli stessi esiti erano inquadrati negativamente, la maggior parte sceglieva l'alternativa rischiosa rispetto a quella certa. Questo bias cognitivo riflette un sistema riflessivo pigro che non si impegna a verificare se una diversa formulazione possa portare a una differente valutazione della questione: le decisioni vengono prese in maniera passiva suggerendo la potenza del framing come spinta (Thaler & Sunstein, 2008). I risultati dello studio dimostrano come l'avversione alla perdita non si limita solo all'aspetto finanziario: il bias riflette un processo cognitivo legato ad un pensiero intuitivo che entra in azione ogniqualvolta si deve prendere una decisione (Kahneman, 2011). Alla luce di tali premesse, ricorrere alla semplificazione della realtà attraverso l'effetto della formulazione delle informazioni potrebbe rappresentare un ottimo modo di economizzare sulla capacità cognitiva e di migliorare le scelte economiche degli individui. L'esperimento condotto da Bertrand & Morse (2011) ha dimostrato l'efficacia del framing nel dissuadere le persone dal contrarre prestiti costosi. Gli autori hanno suddiviso i partecipanti intenzionati a richiedere un prestito payday in due gruppi, fornendo loro dati simili formulati tuttavia in modo diverso: un gruppo è stato informato del tasso di interesse annuo da pagare (una dimensione astratta con implicazioni complesse da valutare con precisione), mentre all'altro sono stati mostrati dati simili ma espressi in dollari da pagare per il prestito entro due settimane, un mese e così via (unità di misura più chiara e comune). I soggetti a cui sono state fornite informazioni nel formato più trasparente sono stati anche

informati su come si accumulano i dollari di commissione quando il prestito rimane in sospeso per mesi. I partecipanti nella condizione di controllo, limitati da un quadro decisionale ristretto, sono stati ingannati dai costi apparentemente bassi non riuscendo a calcolare l'accumulo dei costi nel tempo e a riconoscere l'alto tasso di interesse implicito dei prestiti. Rispetto al gruppo di controllo, i partecipanti che hanno ricevuto una presentazione più trasparente del costo del prestito hanno mostrato una riduzione dell'11% nella probabilità di richiedere prestiti a pagamento nei quattro mesi successivi all'intervento. L'utilizzo del framing dimostra come la presentazione trasparente delle informazioni, come in questo caso rendere salienti le implicazioni finanziarie a lungo termine insieme alle perdite associate al prestito, possa influenzare significativamente le scelte finanziarie. Lo studio mette in luce, inoltre, come un formato che potrebbe sembrare più informativo e pertanto più utile dal punto di vista di un professionista finanziario non sia adeguato ad assistere le persone a prendere buone decisioni, specialmente coloro che si trovano in una condizione di scarsità dove la larghezza di banda è tassata e le informazioni complesse possono ulteriormente appesantire il processo decisionale economico (Mullainathan & Shafir, 2013; World Bank, 2014).

In presenza di una capacità di elaborazione illimitata, un maggior volume di informazioni sarebbe preferibile per i decisori, in modo tale da scegliere l'opzione che tra tutte viene considerata migliore. Nella realtà, tuttavia, scegliere tra una moltitudine di alternative può aumentare il conflitto tra le opzioni di scelta portando gli individui ad "economizzare" sul processo mentale utilizzando un pensiero veloce ed euristico (Tversky & Shafir, 1992; Kahneman, 2011). Limitare il numero delle opzioni di scelta può quindi rappresentare un efficace intervento per

migliorare le decisioni economiche. La semplificazione del processo di scelta in termini di numero di opzioni presentate costituisce un altro esempio di framing effect, esaminato da un ulteriore esperimento sul campo condotto da Bertrand, Karlan, Mullainathan, Shafir & Zinman (2010). Bertrand e colleghi (2010), in collaborazione con un istituto di credito locale in Sudafrica, hanno valutato l'impatto di diverse presentazioni di scelta nella decisione di accettare un'offerta di prestito conveniente. Contrariamente al pensiero economico classico, dai risultati si osserva una maggior adesione con la formulazione ad una sola opzione rispetto alla versione con opzioni multiple. La potenza di questa semplice manipolazione del framing si è tradotta in una riduzione del 2,3% del tasso di interesse del prestito. La stessa strategia di framing è stata utilizzata da Iyengar, Jiang e Huberman (2004) per incrementare la partecipazione dei soggetti (in questo caso dipendenti di un'azienda) ai piani di risparmio pensionistici. Dallo studio emerge una relazione negativa significativa tra l'adesione al programma e il numero di opzioni di scelta: la partecipazione diminuisce all'aumentare del numero di alternative di fondi messi a disposizione dal datore di lavoro. Gli studi fino ad ora esaminati suggeriscono modalità efficienti di gestione dei contesti di scarsità. La complessità nella presentazione delle opzioni di scelta e la compilazione di moduli lunghi, sebbene possano sembrare dettagli insignificanti nella pianificazione degli interventi, hanno dimostrato di influenzare significativamente il comportamento delle persone, specialmente per coloro che affrontano una carenza di risorse. La massa sulla larghezza di banda amplifica ulteriormente l'impatto negativo di questi piccoli elementi contestuali. Prendere in considerazione tutti questi aspetti costituisce un approccio efficace per gestire i contesti di scarsità.

3.4 Inazione e Defaults

Contrariamente al modello economico classico, Tversky & Shafir (1992) sostengono che una vasta quantità di informazioni complica il processo decisionale degli individui, creando una situazione in cui il conflitto tra le varie alternative diventa difficile da risolvere. Questa conflittualità potrebbe condurre all'inerzia decisionale o al ricorso passivo di un'opzione predefinita, dando luogo a schemi di preferenza che si discostano dai criteri di razionalità (Tversky & Shafir, 1992). Si è mostrato inoltre che le persone sono avverse alla perdita, e ciò si riflette, nella maggior parte delle decisioni reali, a preferire lo *status quo*, cioè non fare nulla o mantenere la decisione attuale o precedente (Thaler & Sunstein, 2008). L'avversione alle perdite tende infatti a generare inerzia, ovvero un forte attaccamento a ciò che si possiede e a cui non si è disposti a rinunciare (Thaler & Sunstein, 2008). Kahneman (2011) la definisce «una potente forza conservatrice» che spinge l'individuo a non mettere in atto cambiamenti, favorendo lo status quo. L'effetto della posizione di riferimento viene definito dagli studiosi Samuelson e Zeckhauser (1988) con il termine “status quo bias”, che promuove il mantenimento dello stato attuale delle cose e inibisce quelle azioni che cambierebbero tale stato. Gli autori (1988) hanno documentato e verificato tale bias in un'ampia gamma di decisioni: in uno studio sul campo che prevedeva la scelta di piani medici, è emerso come un nuovo piano sanitario era scelto con maggior probabilità dai nuovi dipendenti rispetto a quelli che lavoravano da prima che l'opzione di scelta fosse presentata (nonostante l'opportunità annuale di rivedere la decisione e il costo minimo per cambiarla). Allontanarsi dal proprio punto di riferimento può comportare un rischio di perdita come un'opportunità di guadagno, ma poiché le

prime hanno un peso maggiore, è più probabile che gli individui evitino l'azione (Ritov & Baron, 1992). Ritov e Baron (1992) parlano di omissione di azioni: «cambiare lo status quo richiede un'azione, mentre mantenere lo status quo richiede solo un'omissione, una mancata azione». Secondo Kahneman e Tversky (1982) gli individui proverebbero risposte emotive più forti ad eventi che implicano azioni rispetto a quelli che presentano gli stessi risultati ma non comportano azioni. L'anticipazione di queste reazioni emotive, dove i sentimenti negativi (derivati dalle perdite) hanno un impatto maggiore rispetto a quelli positivi (legati ai guadagni), spiegherebbero le decisioni e le conseguenti inazioni degli individui nei contesti di scelta. I due autori (1990) dimostrano che anche quando le azioni potrebbero produrre benefici, i soggetti prediligono le omissioni: la maggior parte dei partecipanti preferiva non vaccinare un bambino quando il rischio di morte per malattia era di 10 su 10.000, mentre il rischio di morte per vaccino era di meno 5 su 10.000. Per questi diversi meccanismi, indipendente dalla loro percezione di disponibilità limitate di risorse, gli individui tendono ad optare per l'opzione che richiede loro il minor sforzo (Thaler & Sunstein, 2013). Secondo Thaler e Sunstein (2013) di fronte a qualunque scelta esiste un'opzione predefinita (o anche denominata opzione di default), ovvero un'opzione ottenuta se il decisore non intraprende alcuna azione, per cui è molto probabile che un numero considerevole di persone opti per tale alternativa, indipendentemente dalla sua convenienza e valore effettivo. Questo riflette la potenza e pervasività delle opzioni di default, nonché la loro inevitabilità: ogni sistema di architettura di scelta deve includere una regola associata che determina l'esito per il decisore nel caso in cui non venga intrapresa alcuna azione. Tenzialmente l'inerzia, o fare ciò che viene automatico,

allontana gli individui dall'intraprendere azioni giuste e superiori, come ad esempio iscriversi attivamente a piani di risparmio (Madrian e Shea, 2001), evitare il consumo eccessivo di cibo spazzatura e molto altro (Thaler & Sunstein, 2013). Tuttavia le inadempienze, quando impiegate con criterio, possono essere utilizzate per pungolare gentilmente le persone verso comportamenti e decisioni migliori (Johnson & Goldstein, 2013). Gli interventi di nudge che sfruttano la tendenza umana a ricorrere a tali meccanismi psicologici vengono denominati per l'appunto *Default* (Dolan et al., 2012). Johnson & Goldstein (2013) parlano di default "benigni" quando la maggior parte degli individui non prenderebbe decisioni ottimali in assenza di default e quando vi è una scarsa variazione nelle preferenze di quest'ultimi.

L'influenza delle strategie di default sulle decisioni è stata ampiamente valutata in molti ambiti, dalla sostenibilità ambientale (Kaiser, Bernauer, Sunstein, & Reisch, 2020), alle scelte di investimento (Beshears, Choi, Laibson & Madrian, 2009) e di risparmio (Madrian e Shea, 2001), alla sanità (Bonander, Ekman & Jakobsson, 2022) e molti altri contesti ancora. Per quanto riguarda l'ambito della sanità pubblica, Johnson e Goldstein (2003) hanno analizzato l'efficacia delle strategie di nudge basate sul concetto di default nell'ambito della donazione degli organi. Nel loro esperimento, gli autori hanno utilizzato un'intervista online per presentare ai partecipanti tre contesti decisionali distinti. Nella prima condizione (opt-in), l'impostazione predefinita era di non essere un donatore di organi ed è stata data loro la possibilità di scegliere se confermare o cambiare questo stato. La seconda condizione (opt-out) era simile alla prima, tranne per il fatto che la scelta predefinita era diventare donatori di organi, lasciando ai partecipanti la possibilità di optare per

la non partecipazione. L'ultima condizione, definita "neutra", richiedeva ai partecipanti di prendere una decisione senza alcuna impostazione predefinita. Indipendentemente dalla condizione sperimentale in cui si trovavano, la libertà individuale veniva preservata concedendo ai partecipanti di modificare la propria decisione con un semplice clic del mouse. L'opzione predefinita opt-out, in cui i partecipanti erano donatori di organi a meno che non decidessero attivamente di non esserlo, ha portato a un raddoppio dei tassi di adesione alla donazione rispetto alle altre due condizioni esaminate, suggerendo la forte influenza dei default sul comportamento umano. Nell'ambito delle decisioni di risparmio, l'uso dei default diviene di fondamentale importanza per coloro che si ritrovano a vivere situazioni di scarsità. Infatti, l'instabilità economica insieme all'incertezza del futuro sono tutti fattori che potrebbero condurre all'interiorizzazione di una cultura del vivere alla giornata che evita l'azione e la pianificazione, alimentando ulteriormente il pregiudizio della distorsione verso lo status quo (Mullainathan & Shafir, 2009; World Bank, 2014). È stato ampiamente documentato come l'inversione dell'impostazione predefinita, rendere ovvero i soggetti automaticamente iscritti al piano di risparmio a meno che non decidano attivamente di rinunciarvi, abbia portato ad un aumento dei tassi di partecipazione (Madrian e Shea, 2001). Questa strategia ha rivoluzionato i programmi di risparmio previdenziale sia negli Stati Uniti che nel Regno Unito (Datta & Mullainathan, 2014; Parliament of the United Kingdom, 2016). Lo studio condotto da Madrian e Shea (2001) ha messo in evidenza l'impatto significativo dell'approccio di default sul comportamento di risparmio. Nello specifico, la percentuale dei dipendenti che hanno risparmiato per la pensione è passata dal 31% all'86%. Coerentemente a tali risultati, dallo studio di

Benartzi & Thaler (2007) emerge come l'iscrizione automatica a un programma di risparmio abbia portato solo il 16,5% delle persone a rinunciare, mentre l'83,5% ha scelto di aderire. Un'altra strategia efficace è stata introdotta da, una delle principali banche negli Stati Uniti (Bank of America) con il programma "Keep the Change". L'obiettivo dell'intervento è quello di indurre i clienti a risparmiare denaro in modo automatico durante le transazioni quotidiane effettuate con le loro carte di debito: ogni volta che si effettua un acquisto con la carta di debito Bank of America, l'importo viene automaticamente arrotondato all'intero superiore, e la differenza tra l'importo dell'acquisto e l'importo arrotondato viene trasferita in un conto di risparmio. Questo programma consente ai clienti di accumulare risparmi senza richiedere sforzi o azioni aggiuntive (<https://www.bankofamerica.com/deposits/keep-the-change/>). La potenza dei default può essere potenziata se combinata con le strategie di framing precedentemente discusse: nel loro studio Hershfield & Benartzi (2020) evidenziano come, inquadrando un programma di deposito ricorrente in termini di importi giornalieri anziché mensili, conduceva ad un quadruplicarsi del numero di risparmiatori. L'utilizzo di formulazioni di pagamento maggiormente dettagliate potrebbe quindi rappresentare un modo efficace per promuovere abitudini di risparmio più solide, specialmente tra soggetti che dispongono di risorse finanziarie limitate. Presentare il frame giornaliero ha infatti aumentato allo stesso tempo il numero di risparmiatori a basso reddito, eliminando il divario di reddito nel comportamento di risparmio. La letteratura e gli studi esaminati hanno evidenziato come rendere l'iscrizione predefinita a un piano di risparmio possa superare le barriere comportamentali e psicologiche che spesso ostacolano la partecipazione

attiva a tali programmi, facilitando un comportamento economico più responsabile ed efficiente.

3.5 Pianificare per la scarsità

Si è documentato come la mancanza di attenzione e altri errori di elaborazione delle informazioni portino gli individui a fare scelte non ottimali che non tengono conto della complessità e di tutte le alternative possibili a disposizione (Kahneman, 2011; Stanovich & West, 2000). Come in altri contesti di scelta, anche per le decisioni finanziarie le persone hanno la tendenza a valutare e inquadrare la situazione in modo ristretto senza considerare la loro condizione finanziaria complessiva (Kahneman & Lovallo, 1993; Thaler 1985; 1999). La pianificazione, il risparmio, l'investimento in progetti che migliorano la condizione individuale sono tutti obiettivi che se non raggiunti portano a profonde conseguenze sul benessere degli individui (World Bank, 2014). Nonostante il sistema riflessivo sia a conoscenza dell'importanza di tali intenzioni, non sempre riesce a sostenere l'individuo nelle sue azioni e a mantenere potenziali obiettivi a lungo termine. Per Schelling (1984) alcune scelte implicano una lotta interna per il controllo del sé: questo accade quando alle persone viene chiesto di fare scelte che presentano alternative il cui risultato si concretizzerà in momenti di tempo differenti (Delfino, 2011). Un esempio tipico di scelta intertemporale potrebbe riguardare la decisione tra la spesa immediata e il risparmio per la pensione: il risparmiare, che rappresenta un'opzione ritardata ma più vantaggiosa, implica il sacrificio di piccoli piaceri (minori) ma immediati (Critchfield & Kollins, 2001). Una vasta letteratura empirica ha dimostrato come gli individui, per loro natura, non sempre sono in grado di resistere

agli impulsi di gratificazione immediata e fare scelte che mantengono le preferenze originarie (Thaler & Shefrin, 1981; Loewenstein & Prelec, 1992; O'Donoghue & Rabin, 1999; Frederick, Loewenstein & O'Donoghue 2002). Le teorie economiche si sono interessate all'analisi delle decisioni intertemporali: in linea con i principi di razionalità dell'homo oeconomicus, la prospettiva economica classica ha analizzato tali scelte attraverso il modello dell'utilità scontata (Samuelson, 1937), il quale sostiene che le preferenze individuali sono coerenti nel tempo, ovvero la preferenza di un individuo in una data precedente rispetto a una successiva è la stessa indipendentemente dal momento in cui gli viene domandato. In termini economici, le scelte intertemporali presentano conseguenze ritardate e quindi devono essere anticipate e scontate (cioè riponderate per tenere conto del ritardo) (Berns, Laibson & Loewenstein, 2007): il tasso di sconto si mantiene costante nel corso del tempo e ciò significa che ad alternative disponibili in tempi diversi vengono conferiti in modo uniforme i valori soggettivi del decisore (Delfino, 2011). Analizzando i meccanismi cognitivi alla base delle scelte intertemporali, la ricerca psicologica (Thaler & Shefrin, 1981; Loewenstein & Prelec, 1992; O'Donoghue & Rabin, 1999; Frederick, Loewenstein & O'Donoghue 2002) ha dimostrato che per le decisioni con conseguenze che si manifestano nel tempo gli individui violano l'assioma della coerenza temporale: tale ipotesi non corrisponde al comportamento reale degli individui, in quanto non prenderebbe in considerazione la predisposizione umana di cogliere le ricompense immediate (O'Donoghue & Rabin, 1999). Seguendo un modello di preferenza orientato al presente, una persona a cui viene chiesto di scegliere tra 50 euro oggi e 60 euro tra una settimana potrebbe essere tentata di scegliere l'opzione istantanea (McClure et al, 2004). Tuttavia, se

viene offerta la scelta tra 50 euro tra un anno e 60 tra un anno e una settimana, è molto probabile che la stessa persona preferisca la somma leggermente ritardata ma superiore (McClure et al, 2004). In letteratura si viene quindi a inserire il concetto di incoerenza dinamica, che porta l'economista Strotz (1956) a introdurre per primo il concetto di miopia temporale. I modelli alternativi basati sull'evidenza sperimentale sostengono che tali incoerenze nelle preferenze riflettano il meccanismo cognitivo per cui il valore di una ricompensa futura si riduce in funzione del tempo trascorso per riceverla (temporal discounting): in termini economici, le alternative disponibili in periodi di tempo vicini alla scelta verrebbero scontate maggiormente rispetto ad altre più lontane nel tempo (Thaler & Shefrin, 1981; Loewenstein & Prelec, 1992; O'Donoghue & Rabin, 1999). Queste anomalie comportamentali nelle decisioni intertemporali sono state riscontrate nella ricerca sperimentale, come dimostrato dal noto studio di Thaler (1981): ai partecipanti veniva riferito di aver vinto del denaro in una lotteria e ad ognuno si chiedeva di fare una scelta, ovvero prendere il denaro subito o aspettare un certo periodo di tempo e ricevere una somma superiore alla scadenza; nello specifico, ai soggetti veniva chiesto quanto avrebbero richiesto per rendere l'attesa attraente nella stessa misura dell'ottenimento del denaro immediato. Dai risultati emerge come i tassi di sconto diminuiscono sia all'aumentare dell'entità del premio che dell'attesa. Queste evidenze spiegherebbero perché gli individui sono più impazienti quando si fanno compromessi nel breve periodo piuttosto che nel lungo periodo e soprattutto perché le loro preferenze cambiano nel tempo (Angeletos, Laibson, Repetto, Tobacman & Weinberg, 2001). Analizzando le incoerenze di quest'ultime, diversi studiosi (Kirby & Herrnstein, 1995; Chapman, 1996; O'Donoghue & Rabin, 1999; Critchfield &

Kollins, 2001) hanno dimostrato che queste mutano quando il loro punto di osservazione temporale cambia: nel considerare compromessi tra due alternative future, la persistenza decisionale viene meno man mano che ci si avvicina al tempo in cui risulta disponibile l'opzione che era stata precedentemente scartata (Delfino, 2011). Questo meccanismo, definito "effetto di ritardo" (Chapman, 1996) implica che le persone invertano le loro preferenze nel tempo, ovvero i piani fatti in un momento precedente vengono infranti in uno successivo. Oltre al denaro, molti altri comportamenti riflettono questa incongruenza tra preferenze a breve e a lungo termine, come l'alimentazione (Read & Van Leeuwen, 1998), l'esercizio fisico (Della Vigna & Malmendier, 2006) e in particolar modo il fumo, registrando tassi di ricaduta elevati (Vangeli, Stapleton, Smit, Borland & West, 2011).

Una larghezza di banda compromessa potrebbe spingere le persone a cedere più facilmente alle tentazioni, ostacolando così la capacità di prendere decisioni economiche lungimiranti e controllate, a vantaggio di scelte più immediate e concentrate sul presente (Banerjee & Mullainathan, 2010; Mullainathan & Shafir, 2013). A tal proposito, le istituzioni costituiscono dei sistemi progettati per supportare il processo decisionale umano, fornendo sicurezza e controllo: un suo ruolo fondamentale è infatti l'azione di pianificazione implicita che contiene le potenziali debolezze comportamentali e psicologiche (Mullainathan & Shafir, 2009). Tuttavia, anche quando sono disponibili sistemi istituzionali e finanziari adeguati e gli individui non presentano oggettive difficoltà economiche, quest'ultimi possono comunque incontrare degli ostacoli che intralciano un processo decisionale razionale e coerente (Mullainathan & Shafir, 2009). Tenere conto delle implicazioni cognitive alla base della scarsità e in particolar modo

dell'impatto delle variazioni della larghezza di banda sul processo decisionale può risultare una strategia efficace nella progettazione degli interventi (Mullainathan & Shafir, 2013). Lo studio di Mani, Mullainathan, Shafir e Zhao (2013) precedentemente discusso ha evidenziato come la larghezza di banda varia e non rimane costante nel tempo: lo stesso agricoltore otteneva risultati peggiori su una stessa serie di test cognitivi prima di ricevere il reddito del raccolto (condizione di scarsità) rispetto a quelli ottenuti dopo. Al fine di migliorare le scelte economiche nei contesti di scarsità, le strategie di sviluppo potrebbero sfruttare questo andamento temporale e favorire lo spostamento delle decisioni critiche da fasi in cui la capacità di elaborazione mentale e le risorse economiche sono prevedibilmente limitate (Mullainathan & Shafir, 2013; World Bank, 2014). Il lavoro di ricerca di Duflo, Kremer & Robinson (2011) ha cercato di far leva sulla propensione umana a privilegiare la gratificazione immediata, sfruttando la variazione delle risorse cognitive per spingere gli individui verso decisioni economiche più efficienti. In particolare, l'obiettivo ultimo degli autori era quello di incentivare l'utilizzo di fertilizzanti da parte di agricoltori kenyoti. Secondo le loro stime, il 79% dei partecipanti ha indicato il desiderio di utilizzare i fertilizzanti, ma ha dichiarato di non avere abbastanza soldi al momento dell'acquisto. Questa mancanza di fondi è attribuibile al fatto che i soldi vengono forniti dopo il periodo del raccolto, mentre l'acquisto dei fertilizzanti avviene mesi più tardi, durante un periodo di ristrettezza finanziaria e limitata capacità cognitiva. Per superare questa discrepanza temporale, i ricercatori hanno offerto agli agricoltori dei coupon come incentivo, incoraggiandoli ad acquistare i fertilizzanti durante il periodo del raccolto (quando dispongono di maggiori risorse finanziarie e mentali) e organizzando la

consegna in tempo per la semina. Questa semplice strategia di intervento ha prodotto un significativo incremento, portando la percentuale di agricoltori kenyoti che hanno acquistato fertilizzanti dal 29% al 45%. Di conseguenza, si è osservato un notevole aumento sia nella resa dei raccolti che nei profitti agricoli. Il trasferimento delle decisioni cruciali da momenti di limitazione finanziaria e soprattutto mentale a fasi in cui le risorse economiche e cognitive sono più ampie, potrebbe rappresentare una strategia efficace per potenziare la qualità delle scelte economiche (Mullainathan & Shafir, 2013). Un'altra linea di azione da seguire è stata proposta da Thaler & Benartzi, (2004) attraverso il loro noto programma "Save More Tomorrow". L'intervento ha l'obiettivo di migliorare la condizione socioeconomica dell'individuo in un'ottica futura attraverso l'adesione automatica a piani di risparmio. Nello specifico, i partecipanti che aderiscono al piano vengono pungolati mediante un programma che prevede una serie di aumenti automatici dei contributi previdenziali (in questo modo si sfrutta l'inerzia per ottenere alte percentuali di partecipazione), scaglionati in modo da coincidere con gli aumenti dello stipendio. La sincronizzazione fra aumento dello stipendio e della percentuale di contribuzione fa sì che i lavoratori non vedano mai diminuire lo stipendio e non percepiscono l'aumento dei contributi come una perdita (Thaler e Benartzi, 2004). Nella prima azienda che ha utilizzato questo piano, i dipendenti che vi hanno aderito hanno aumentato i loro tassi di risparmio dal 3,5% all'11,6% in poco più di due anni (Thaler & Sunstein, 2003). Il successo del programma è attribuibile allo sfruttamento di tre bias cognitivi che influenzano notevolmente le decisioni umane. Il primo si riferisce alla difficoltà nel valutare la scarsità futura e la propensione a concentrarsi sul presente (O'Donoghue & Rabin, 1999). Di conseguenza, il piano

non richiede la considerazione di guadagni attuali, evitando così una percezione di riduzione del reddito disponibile. In secondo luogo, la strategia si basa sul bias di avversione alla perdita, ovvero sull'idea che accettare aumenti di risparmio basati su futuri incrementi salariali sia meno gravoso rispetto a subire perdite immediate (Kahneman & Tversky 1979; 2013). Infine, il programma si avvale del bias dello status quo (Samuelson & Zeckhauser, 1988): gli aumenti futuri si attuano automaticamente per default facilitando l'accumulo di risparmi senza richiedere un'azione attiva da parte dell'individuo. Questa prospettiva di intervento consente agli individui di pianificare decisioni economiche in linea con i loro obiettivi finanziari a lungo termine, specialmente quando la tassa sulla larghezza di banda impedisce l'attuazione di scelte controllate e mirate al futuro (Mullainathan & Shafir, 2013).

3.6 Pungolare attraverso norme ed emozioni: Norms e Affect

La psicologia della decisione dimostra che le persone sono fortemente influenzate dal contesto sociale in cui operano e che le scelte umane sono spesso il risultato di un processo complesso che coinvolge fattori cognitivi, sociali e culturali (Thaler & Sunstein, 2008; Kahneman, 2011). Questo concetto si riferisce al fatto che le persone modellano il loro comportamento e le loro decisioni in base a norme sociali, aspettative della società, pressioni del gruppo dei pari e influenze culturali (Thaler & Sunstein 2008; World Bank, 2014). La consapevolezza dell'impatto del pensiero sociale sul comportamento individuale può favorire la creazione di interventi innovativi e potenziare l'efficacia di quelli già esistenti (World Bank, 2014): gli architetti delle scelte possono avvalersi dei puncoli sociali per guidare i

comportamenti degli individui verso direzioni migliori. L'efficacia di queste tecniche, definite da Dolan e colleghi (2012) *Norms*, è strettamente connessa alla comprensione approfondita del contesto culturale in cui vengono applicate (Thaler & Sunstein, 2008; Dolan et al., 2012). Lo studio condotto da Schultz, Nolan, Cialdini, Goldstein e Griskevicius, (2007) mette in luce la forte influenza del comportamento altrui sulle decisioni individuali, in questo caso legate al consumo di energia. A differenza di altri pungoli (come l'informare sugli ampi risparmi o riguardo agli effetti positivi nei confronti dell'ambiente), la divulgazione dettagliata dell'uso energetico medio delle famiglie del quartiere ha portato ad una riduzione desiderabile del consumo energetico da parte dei singoli individui. Fornire agli individui informazioni sul comportamento dei loro pari può influenzare significativamente il loro modo di agire (Allcott & Mullainathan, 2010). Tra le diverse finalità, i nudge che sfruttano l'influenza sociale possono anche essere utilizzati per promuovere comportamenti finanziari responsabili e prudenti in contesti di scarsità economica, ad esempio incoraggiando le persone a adottare abitudini di risparmio e gestione finanziaria più efficaci (World Bank, 2014). Di conseguenza, evidenziare che la maggior parte delle persone risparmia una certa percentuale del loro reddito potrebbe spingere gli individui a risparmiare di più. Nell'ambito dei prestiti, l'analisi condotta da Feigenberg, Benjamin, Field e Pande (2013) ha esplorato gli effetti di incontri settimanali e mensili (rivolti all'acquisizione di informazioni riguardo ai prestiti) tra i soggetti iscritti a programmi di microfinanza, valutando come queste interazioni sociali abbiano influenzato i comportamenti e i risultati finanziari dei partecipanti. Dai risultati emerge come, a differenza di coloro che si sono riuniti mensilmente, gli individui

che hanno avuto interazioni più frequenti hanno dimostrato una maggiore propensione a mantenere contatti sociali informali e avevano tre volte di meno la probabilità di non pagare i successivi prestiti. Il pungolo sociale ha spinto gentilmente le persone verso una gestione più efficiente delle proprie risorse, riducendo così la probabilità di cadere in un ciclo di indebitamento (Feigenberg et al., 2013). Oltre al pensiero sociale, anche le emozioni giocano un ruolo significativo nel processo decisionale umano (Kahneman, 2011). Legate ad un pensiero impulsivo, le reazioni affettive agli stimoli si verificano in modo automatico guidando l'elaborazione delle informazioni e il successivo comportamento individuale (Slovic et al., 2007). Gli interventi di nudge che fanno leva sull'impatto delle emozioni sulle decisioni umane, noti come *Affect*, mirano a creare un ambiente che stimoli determinate emozioni al fine di incoraggiare comportamenti desiderati. Berg e Zia (2017) si sono serviti dei pungoli emozionali per migliorare le decisioni finanziarie. Gli autori hanno esaminato l'effetto dell'inclusione di messaggi sulla gestione del debito in una popolare soap opera trasmessa a livello nazionale in Sudafrica. Le componenti emozionali hanno avuto un impatto più profondo rispetto ai messaggi persuasivi informativi e razionali. Rispetto al gruppo di controllo, i partecipanti esposti ai messaggi emozionali evocati dai personaggi televisivi hanno mostrato una maggiore conoscenza finanziaria e una migliore gestione complessiva delle risorse economiche (Berg & Zia, 2017). L'uso mirato del pensiero sociale ed emotivo può dimostrarsi un efficace strumento per ottimizzare le scelte economiche degli individui e affrontare con successo le sfide poste dalla scarsità.

3.7 Efficacia e limiti dell'approccio nudge

Gli studi condotti nel campo dell'economia comportamentale e della psicologia fin qui riportati hanno fornito prove empiriche di come la modifica di semplici elementi contestuali possa influenzare notevolmente il comportamento delle persone nei contesti di scarsità economica. Prestare attenzione a queste intuizioni fornisce una chiave per affrontare diverse sfide sociali e costituisce un valido strumento per influenzare e informare le politiche pubbliche (Teachman, Norton, & Spellman, 2015). Infatti, nonostante alcune intuizioni comportamentali rimangano ancora preliminari e necessitino di ulteriori verifiche, l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE) ha rivelato che sono molteplici le istituzioni che hanno applicato, attraverso specifici gruppi di professionisti, le intuizioni comportamentali alle politiche pubbliche (OECD, 2017). Affinché siano efficaci, è necessario che tali interventi siano avallati da esperti del comportamento e che questi attingano dai più validi studi scientifici in modo tale da riflettere una comprensione realistica di come le persone rispondono alle iniziative proposte (Sunstein, 2014). Nel complesso, gli interventi che applicano strumenti e tecniche di nudging sono profondamente supportati dalla letteratura scientifica e generalmente sono formulati sulla base di risultati empiricamente testati che derivano da solidi metodi sperimentali, come ad esempio gli studi controllati randomizzati (Haynes et al., 2012; OECD, 2017). Nonostante la sua natura interdisciplinare e intersettoriale, infatti, tutte le sue forme di applicazione sono legate da un quadro di riferimento scientifico comune e ben specifico (Hansen, 2017): la strategia nudge affonda le sue radici nelle teorie dell'economia comportamentale insieme alle teorie e metodologie della psicologia sperimentale

cognitiva, il cui fondamento teorico centrale è fornito dal programma dei bias e delle euristiche di Kahneman e Tversky descritto nel primo capitolo (Kahneman & Tversky 1979; Kahneman, 2011). Oltre alla letteratura ampiamente condivisa, sono diverse le organizzazioni e istituzioni che hanno sostenuto e sostengono tuttora la ricerca per esaminare ulteriormente il potenziale del nudge (OECD, 2017), mosse attivamente dal tentativo di sostenere e incentivare approcci sperimentali quantitativi alla ricerca sul campo (Sousa, Ciriolo, Almeida & Troussard, 2016). Come affermato, la maggior parte degli interventi comportamentali trova fondamento nelle prove ottenute da esperimenti di laboratorio. Questo solleva dubbi riguardo alla validità di tali interventi al di fuori di contesti controllati, in quanto l'efficacia dimostrata in un ambiente ideale non implica automaticamente un successo analogo nell'ambiente reale (Barton & Grüne-Yanoff, 2015). Per consentire agli operatori di utilizzare con successo la metodologia del nudging, Beshears & Kosowsky (2020) sottolineano l'importanza di combinare, prima dell'applicazione di una politica, sia prove sul campo che in laboratorio in modo tale da quantificare la dimensione dell'effetto sulla popolazione target e valutare il rapporto costi-benefici. Tuttavia, l'entità degli effetti e dei risultati effettivi degli interventi in contesti diversi può variare considerevolmente (Lehner, Mont & Heiskanen, 2016). I risultati di un singolo esperimento non possono essere applicati in modo indiscriminato a contesti o popolazioni differenti. Secondo Lehner e colleghi (2016) questa sfida è strettamente legata alla complessità del comportamento umano e alla diversità dei molteplici fattori che lo influenzano. Per quanto riguarda il contesto di scarsità, al fine di garantire la progettazione di strategie adatte a fronteggiare l'insufficienza di risorse, è fondamentale che tali

interventi si basano su studi specifici che esaminino gli effetti della scarsità sul comportamento individuale (Bruijn & Antonides, 2022). A tal proposito, Bruijn e Antonides (2022) sottolineano come la Teoria della Scarsità si fonda sulla percezione soggettiva di scarsità, legata cioè alla percezione di non disporre di sufficienti risorse economiche per soddisfare le proprie esigenze, mentre la maggior parte degli studi sperimentali utilizza il reddito come misura di scarsità, aderendo così ad una definizione oggettiva di povertà. Tuttavia, la ricerca sul campo dell'economia comportamentale e della psicologia fornisce prove empiriche sull'efficacia del nudging nel migliorare la gestione delle proprie risorse economiche (Madrian & Shea, 2001; Iyengar, Jiang e Huberman, 2004; Bertrand & Morse, 2011; Duflo, Kremer & Robinson 2011; Mullainathan & Zinman, 2016). Per potenziarne gli effetti, Thaler e Sunstein (2008) suggeriscono di considerare gli strumenti di nudge come un supporto agli strumenti convenzionali e tradizionali, come ad esempio leggi e regolamenti. Inoltre, affinché venga favorito un utilizzo etico e responsabile del nudging, la letteratura sottolinea l'importanza di migliorare le scelte degli individui senza comprometterne la libertà personale secondo una prospettiva di promozione del benessere individuale e sociale.

CONCLUSIONI

La presente tesi si è concentrata sull'analisi delle potenzialità delle strategie di nudging all'interno di contesti caratterizzati da scarsità economica. Partendo dai contributi della psicologia della decisione attraverso un'approfondita esplorazione teorica e analisi di studi empirici (Kahneman & Tversky, 1974; Kahneman & Tversky, 2013; Kahneman, 2011), è emerso un quadro incoraggiante delle possibilità offerte dall'approccio nudge per migliorare le decisioni economiche in condizioni in cui le risorse mentali e/o materiali sono limitate. Per l'implementazione di strategie adeguate, l'elaborato si è focalizzato sugli effetti cognitivi e comportamentali indotti da uno stato mentale di scarsità e su come questi modellano il processo decisionale umano, favorendo comportamenti che allontanano gli individui da scelte razionali ed efficienti (Shah, Mullainathan, & Shafir, 2012; Mani, Mullainathan, Shafir e Zhao, 2013; Mullainathan & Shafir, 2013). Prestando maggiore attenzione alla scarsità economica, ovvero la percezione soggettiva di non aver abbastanza risorse per soddisfare le proprie esigenze economiche, si è documentato in che modo la larghezza di banda a disposizione viene sottoposta a pressione, con il risultato di una minor lungimiranza e una maggiore impulsività (Bruijn & Antonides, 2022). Affrontare una condizione di scarcity implica perciò non soltanto la carenza di risorse finanziarie, ma anche una limitata disponibilità di risorse cognitive. Le conseguenze negative della scarsità economica sul processo decisionale, come intraprendere scelte economiche impulsive o essere incapaci di mantenere pianificazioni a lungo termine, sono quindi il risultato del contesto creato dalla scarsità. Questa prospettiva, abbracciata dalla Teoria della Scarsità, fornisce un

quadro utile per comprendere molti comportamenti apparentemente irrazionali legati alla scarsità, come per esempio contrarre frequentemente prestiti ignorando l'impatto dell'indebitamento futuro (Shah, Mullainathan & Shafir, 2012). In particolare, il modello teorico suggerisce che tale condizione non è necessariamente connessa a caratteristiche intrinseche dell'individuo, ma piuttosto riflette le sfide e gli ostacoli imposti dal contesto di scarsità che gravano sulle capacità cognitive degli individui (Mullainathan & Shafir, 2009). Inoltre, dalle evidenze riportate emerge come i processi indotti dalla scarcity colpiscono sia chi si trova in una condizione soggettiva che oggettiva di scarsità finanziaria (Mullainathan & Shafir, 2013). Tuttavia, grazie alla disponibilità di risorse inutilizzate, le persone che non devono affrontare una condizione oggettiva di scarsità economica riescono tendenzialmente a gestire la situazione in modo più efficace, mentre coloro che presentano poche risorse residue e vivono in una condizione oggettiva di povertà, sono maggiormente inclini a precipitare nella trappola della scarsità e a perpetuarla (Mullainathan & Shafir, 2009). Alla luce di ciò, in un mondo in cui la scarsità economica è una realtà per molte persone, l'adozione dell'architettura delle scelte come strumento per spingere gentilmente il comportamento degli individui verso direzioni migliori, offre un potenziale significativo per mitigare gli effetti negativi della scarsità e favorire una gestione delle risorse più informata e razionale. Tuttavia, per una comprensione più approfondita e un'applicazione adeguata, è emerso anche il bisogno di ulteriori ricerche e di una maggior consapevolezza riguardo ai possibili effetti e limitazioni degli interventi (World Bank, 2014; Bruijn & Antonides, 2022), al fine di garantire un approccio etico ed efficace nell'implementazione pratica di queste

strategie (Bovens, 2009). In conclusione, questa tesi ha cercato di delineare un percorso per l'applicazione delle tecniche di nudging in contesti di scarsità economica, offrendo spunti per lo sviluppo di politiche future e interventi mirati, orientati sempre e comunque a promuovere un benessere individuale e collettivo.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Aarestrup, S. C., Moesgaard, F., & Schuldt-Jensen, J. (2016). Nudging hospital visitors' hand hygiene compliance. Retrieved July, 21, 2020.
- Allcott, H., & Mullainathan, S. (2010). Behavior and energy policy. *Science*, 327(5970), 1204-1205.
- Angeletos, G. M., Laibson, D., Repetto, A., Tobacman, J., & Weinberg, S. (2001). The hyperbolic consumption model: Calibration, simulation, and empirical evaluation. *Journal of Economic Perspectives*, 15(3), 47-68.
- Ariely, D., & Wertenbroch, K. (2002). Procrastination, deadlines, and performance: Self-control by precommitment. *Psychological Science*, 13(3), 219-224.
- Babiloni, F., Meroni, V. M., & Soranzo, R. (2007). Come il cervello esegue le scelte di ogni giorno. *Neuroeconomia, Neuromarketing e Processi Decisionali: Le evidenze di un test di memorizzazione condotto per la prima volta in Italia*, 23-26.
- Ball, S., & Head, B. W. (2021). Behavioural insights teams in practice: nudge missions and methods on trial. *Policy & Politics*, 49(1), 105-120.
- Banerjee, A., & Mullainathan, S. (2010). *The shape of temptation: Implications for the economic lives of the poor* (No. w15973). National Bureau of Economic Research.
- Barber, B. M., & Odean, T. (2013). The behavior of individual investors. In *Handbook of the Economics of Finance* (Vol. 2, pp. 1533-1570). Elsevier.
- Barberis, Huang & Santos, 2001). Prospect theory and asset prices. *The Quarterly Journal of Economics*, 116(1), 1-53

- Baron, J. (1994). Nonconsequentialist decisions. *Behavioral and Brain Sciences*, 17(1), 1-10.
- Barton, A., & Grüne-Yanoff, T. (2015). From libertarian paternalism to nudging—and beyond. *Review of Philosophy and Psychology*, 6, 341-359.
- Bell, D. E., Raiffa, H., & Tversky, A. (Eds.). (1988). *Decision making: Descriptive, normative, and prescriptive interactions*. Cambridge University Press.
- Benartzi, S., & Thaler, R. H. (2007). Heuristics and biases in retirement savings behavior. *Journal of Economic Perspectives*, 21(3), 81-104.
- Berg, G., & Zia, B. (2017). Harnessing emotional connections to improve financial decisions: Evaluating the impact of financial education in mainstream media. *Journal of the European Economic Association*, 15(5), 1025-1055.
- Bertrand, M., & Morse, A. (2011). Information disclosure, cognitive biases, and payday borrowing. *The Journal of Finance*, 66(6), 1865-1893.
- Bertrand, M., Karlan, D., Mullainathan, S., Shafir, E., & Zinman, J. (2010). What's advertising content worth? Evidence from a consumer credit marketing field experiment. *The quarterly Journal of Economics*, 125(1), 263-306.
- Beshears, J., & Kosowsky, H. (2020). Nudging: Progress to date and future directions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 161, 3-19.
- Beshears, J., Choi, J. J., Laibson, D., & Madrian, B. C. (2009). The importance of default options for retirement saving outcomes: Evidence from the United States. In *Social Security Policy in a Changing Environment* (pp. 167-195). University of Chicago Press.

- Bettinger, E. P., Long, B. T., Oreopoulos, P., & Sanbonmatsu, L. (2009). The Role of Simplification and Information in College Decisions: Results and Implications from the H&R Block FAFSA Experiment. An NCPR Working Paper. *National Center for Postsecondary Research*.
- Bovens, L. (2009). The ethics of nudge. In *Preference change: Approaches from philosophy, economics and psychology* (pp. 207-219). Dordrecht: Springer Netherlands.
- Burks, S. V., Carpenter, J. P., Goette, L., & Rustichini, A. (2009). Cognitive skills affect economic preferences, strategic behavior, and job attachment. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 106*(19), 7745-7750.
- Cai, C. W. (2020). Nudging the financial market? A review of the nudge theory. *Accounting & Finance, 60*(4), 3341-3365.
- Camerer, C., Loewenstein, G., & Prelec, D. (2005). Neuroeconomics: How neuroscience can inform economics. *Journal of Economic Literature, 43*(1), 9-64.
- Cannon, C., Goldsmith, K., & Roux, C. (2019). A Self-Regulatory Model of Resource Scarcity. *Journal of Consumer Psychology, 29*(1), 104-127.
- Carpena, F., Cole, S., Shapiro, J., & Zia, B. (2011). The ABCs of financial literacy—experimental evidence on attitudes, behavior and cognitive biases. In *Preliminary Conference Draft—Not for General Distribution*
- Carvalho, L. S., Meier, S., & Wang, S. W. (2016). Poverty and economic decision-making: Evidence from changes in financial resources at payday. *American Economic Review, 106*(2), 260-284.

- Casu, A. (2015). Fare meglio con meno: nudge per l'amministrazione digitale. *Fare meglio con meno*, 0-0.
- Chandon, P., & Wansink, B. (2007). The biasing health halos of fast-food restaurant health claims: lower calorie estimates and higher side-dish consumption intentions. *Journal of Consumer Research*, 34(3), 301-314.
- Chugh, D., & Bazerman, M. H. (2007). Bounded awareness: What you fail to see can hurt you. *Mind & Society*, 6, 1-18.
- Cohen, L. J. (1981). Can human irrationality be experimentally demonstrated?. *Behavioral and Brain Sciences*, 4(3), 317-331.
- Congiu, L., & Moscati, I. (2022). A review of nudges: Definitions, justifications, effectiveness. *Journal of Economic Surveys*, 36(1), 188-213.
- Critchfield, T. S., & Kollins, S. H. (2001). Temporal discounting: Basic research and the analysis of socially important behavior. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 34(1), 101-122.
- Dalton, P. S., Nhung, N., & Rüschenpöhler, J. (2020). Worries of the poor: The impact of financial burden on the risk attitudes of micro-entrepreneurs. *Journal of Economic Psychology*, 79, 102198.
- Datta, S., & Mullainathan, S. (2014). Behavioral design: a new approach to development policy. *Review of Income and Wealth*, 60(1), 7-35.
- De Bruijn, E. J., & Antonides, G. (2022). Poverty and economic decision making: a review of scarcity theory. *Theory and Decision*, 92(1), 5-37.

- Deck, C., & Jahedi, S. (2015). The effect of cognitive load on economic decision making: A survey and new experiments. *European Economic Review*, 78, 97-119.
- Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D., Metcalfe, R., & Vlaev, I. (2012). Influencing behaviour: The mindspace way. *Journal of Economic Psychology*, 33(1), 264-277
- Drexler, A., Fischer, G., & Schoar, A. (2014). Keeping it simple: Financial literacy and rules of thumb. *American Economic Journal: Applied Economics*, 6(2), 1-31.
- Duflo, E., Kremer, M., & Robinson, J. (2011). Nudging farmers to use fertilizer: Theory and experimental evidence from Kenya. *American Economic Review*, 101(6), 2350-2390.
- Ebert, P., & Freibichler, W. (2017). Nudge management: applying behavioural science to increase knowledge worker productivity. *Journal of Organization Design*, 6(1), 4.
- Felsen, G., & Reiner, P. B. (2015). What can neuroscience contribute to the debate over nudging?. *Review of Philosophy and Psychology*, 6, 469-479.
- Felsen, G., and P.B. Reiner. (2011). How the neuroscience of decision making informs our conception of autonomy. *American Journal of Bioethics Neuroscience* 2(3): 3–14
- Friuli, D., Russo, E., & Barbuzzi, M. (2005). Euristiche cognitive, processo decisionale e resoconti verbali del ragionamento. *Studi Urbinati, B-Scienze umane e sociali*, 75, 125-144.
- Gigerenzer, G. (2015). On the supposed evidence for libertarian paternalism. *Review of Philosophy and Psychology*, 6, 361-383.

- Gurr, T. R. (1985). On the political consequences of scarcity and economic decline. *International Studies Quarterly*, 29(1), 51-75.
- Hagman, W., Andersson, D., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2015). Public views on policies involving nudges. *Review of Philosophy and Psychology*, 6, 439-453.
- Halpern, D. (2015). *Inside the nudge unit: How small changes can make a big difference*. Random House..
- Hammond, J. S., Keeney, R. L., & Raiffa, H. (2015). *Smart choices: A practical guide to making better decisions*. Harvard Business Review Press.
- Hansen, P. G. (2016). The definition of nudge and libertarian paternalism: Does the hand fit the glove?. *European Journal of Risk Regulation*, 7(1), 155-174.
- Hansen, P. G., & Jespersen, A. M. (2013). Nudge and the manipulation of choice: A framework for the responsible use of the nudge approach to behaviour change in public policy. *European Journal of Risk Regulation*, 4(1), 3-28.
- Hansen, P. G., Schilling, M., & Maltheisen, M. S. (2021). Nudging healthy and sustainable food choices: three randomized controlled field experiments using a vegetarian lunch-default as a normative signal. *Journal of Public Health*, 43(2), 392-397.
- Hansen, P. G., Skov, L. R., & Skov, K. L. (2016). Making healthy choices easier: regulation versus nudging. *Annual Review of Public Health*, 37, 237-251
- Haushofer, J., & Fehr, E. (2014). On the psychology of poverty. *Science*, 344(6186), 862-867
- Hausman, D. M., & Welch, B. (2010). Debate: To nudge or not to nudge. *Journal of Political Philosophy*, 18(1), 123-136.

- Haynes, L., Goldacre, B., & Torgerson, D. (2012). Test, learn, adapt: developing public policy with randomised controlled trials. *Cabinet Office-Behavioural Insights Team*.
- Hershfield, H. E., Shu, S., & Benartzi, S. (2020). Temporal reframing and participation in a savings program: A field experiment. *Marketing Science*, 39(6), 1039-1051.
- Johnson, E. J., & Goldstein, D. G. (2013). Decisions by default. In E. Shafir (Ed.), *The behavioral foundations of public policy* (pp. 417–427). Princeton University Press.
- Kable, J. W., & Glimcher, P. W. (2007). The neural correlates of subjective value during intertemporal choice. *Nature neuroscience*, 10(12), 1625-1633.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Macmillan
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1974) Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, 185,1124-1131
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1982). The psychology of preferences. *Scientific American*, 246(1), 160-173.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39(4), 341.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (2013). Prospect theory: An analysis of decision under risk. In *Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I* (pp. 99-127).
- Kahneman, D., Sibony, O., & Sunstein, C. R. (2021). *Rumore*. Utet.

- Kaiser, M., Bernauer, M., Sunstein, C. R., & Reisch, L. A. (2020). The power of green defaults: The impact of regional variation of opt-out tariffs on green energy demand in Germany. *Ecological Economics*, *174*, 106685.
- Karlan, D., Mullainathan, S., & Roth, B. N. (2019). Debt traps? Market vendors and moneylender debt in India and the Philippines. *American Economic Review: Insights*, *1*(1), 27-42.
- Lawrance, E. C. (1991). Poverty and the rate of time preference: evidence from panel data. *Journal of Political economy*, *99*(1), 54-77..
- Levinson, S. C. (1995). Interactional biases in human thinking. In *Social intelligence and interaction* (pp. 221-260). Cambridge University Press.
- Lichand, G., & Mani, A. (2020). Cognitive droughts. *University of Zurich, Department of Economics, Working Paper*, (341).
- Lieberman, M. D., Gaunt, R., Gilbert, D. T., & Trope, Y. (2002). Reflexion and reflection: A social cognitive neuroscience approach to attributional inference. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 34, pp. 199-249). Academic Press.
- Madrian, B. C., & Shea, D. F. (2001). The power of suggestion: Inertia in 401 (k) participation and savings behavior. *The Quarterly Journal of Economics*, *116*(4), 1149-1187.
- Mani, A., Mullainathan, S., Shafir, E., & Zhao, J. (2013). Poverty impedes cognitive function. *Science*, *341*(6149), 976-980.
- Marteau, T. M., Ogilvie, D., Roland, M., Suhrcke, M., & Kelly, M. P. (2011). Judging nudging: can nudging improve population health?. *Bmj*, *342*.

- McClure, S. M., Laibson, D. I., Loewenstein, G., & Cohen, J. D. (2004). Separate neural systems value immediate and delayed monetary rewards. *Science*, *306*(5695), 503-507.
- Merlone, U., & Spilli, G. (2023). Decidere in condizioni di incertezza: dall'approccio normativo alla Negotiation Analysis. *Sistemi intelligenti*, *35*(1), 9-30.
- Metcalf, J., & Mischel, W. (1999). A hot/cool-system analysis of delay of gratification: dynamics of willpower. *Psychological Review*, *106*(1), 3.
- Moscardi, E., & De Janvry, A. (1977). Attitudes toward risk among peasants: an econometric approach. *American Journal of Agricultural Economics*, *59*(4), 710-716.
- Mullainathan, S., & Shafir, E. (2009). Savings policy and decision-making in low-income households. *Insufficient funds: Savings, assets, credit, and banking among low-income households*, *121*, 140-142.
- Mullainathan, S., & Shafir, E. (2013). *Scarcity: Why having too little means so much*. Macmillan.
- Norgaard, R. B. (1990). Economic indicators of resource scarcity: a critical essay. *Journal of Environmental Economics and Management*, *19*(1), 19-25.
- Oaksford, M., & Chater, N. (1995). Theories of reasoning and the computational explanation of everyday inference. *Thinking & Reasoning*, *1*(2), 121-152.
- O'Donoghue, T., & Rabin, M. (1999). Doing it now or later. *American economic review*, *89*(1), 103-124.

- OECD (2017), Behavioural Insights and Public Policy: Lessons from Around the World, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264270480-en>
- Parliament of the United Kingdom (2016) Pensions Act 2008 (c.30). Retrieved from Legislation.uk.gov:https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2008/30/pdfs/ukpga_20080030_310516_en.pdf
- Quigley, M. (2013). Nudging for health: on public policy and designing choice architecture. *Medical law review*, 21(4), 588-621.
- Radel, R., & Clément-Guillotin, C. (2012). Evidence of motivational influences in early visual perception: Hunger modulates conscious access. *Psychological Science*, 23(3), 232-234.
- Rebonato, R. (2014). A critical assessment of libertarian paternalism. *Journal of Consumer Policy*, 37, 357-396.
- Redelmeier, D. A., & Shafir, E. (1995). Medical decision making in situations that offer multiple alternatives. *Jama*, 273(4), 302-305.
- Reisch, L. A., & Sunstein, C. R. (2016). Do Europeans like nudges?. *Judgment and Decision Making*, 11(4), 310-325.
- Reutter, L. I., Stewart, M. J., Veenstra, G., Love, R., Raphael, D., & Makwarimba, E. (2009). “Who do they think we are, anyway?”: Perceptions of and responses to poverty stigma. *Qualitative Health Research*, 19(3), 297-311.
- Ronzani, P. (2017). Povertà e rischio: la diversa percezione e le diverse inclinazioni nei confronti del rischio in contesti di deprivazione estrema. *Sistemi intelligenti*, 29(2), 469-478.

- Saghai, Y. (2013). Salvaging the concept of nudge. *Journal of medical ethics*, 39(8), 487-493.
- Samuelson, W., & Zeckhauser, R. (1988). Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1, 7-59.
- Saugstad, P., & Schioldborg, P. (1966). Value and size perception. *Scandinavian Journal of Psychology*, 7(1), 102-114.
- Schacter, D. L., & Buckner, R. L. (1998). Priming and the brain. *Neuron*, 20(2), 185-195.
- Schilbach, F., Schofield, H., & Mullanathan, S. (2016). The psychological lives of the poor. *American Economic Review*, 106(5), 435-440.
- Schmidt, K., Schuldt-Jensen, J., Aarestrup, S. C., Jensen, A. R., Skov, K. L., & Hansen, P. G. (2016). Nudging smoke in airports. *A case study in nudging as a method. iNudgeyou*, 1-7.
- Schultz, P. W., Nolan, J. M., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., & Griskevicius, V. (2007). The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms. *Psychological Science*, 18(5), 429-434.
- Sethi-Iyengar, S., Huberman, G., & Jiang, W. (2004). How much choice is too much? Contributions to 401 (k) retirement plans. *Pension design and structure: New lessons from behavioral finance*, 83, 84-87.
- Shafir, E. (2017). Decisions in poverty contexts. *Current opinion in psychology*, 18, 131-136.
- Shah, A. K., Mullanathan, S., & Shafir, E. (2012). Some consequences of having too little. *Science*, 338(6107), 682-685.

- Shah, A. K., Shafir, E., & Mullainathan, S. (2015). Scarcity frames value. *Psychological Science*, 26(4), 402-412.
- Shah, A. K., Zhao, J., Mullainathan, S., & Shafir, E. (2018). Money in the mental lives of the poor. *Social Cognition*, 36(1), 4-19.
- Shi, X., Li, F., & Chumnumpan, P. (2020). The use of product scarcity in marketing. *European Journal of Marketing*, 54(2), 380-418.
- Simon, H. A. (1956). Rational choice and the structure of the environment. *Psychological Review*, 63(2), 129.
- Simon, Herbert A. (1955). A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics* 69(1), 99-118.
- Slovic, P., Finucane, M. L., Peters, E., & MacGregor, D. G. (2007). The affect heuristic. *European Journal of Operational Research*, 177(3), 1333-1352.
- Sousa Lourenco, J., Ciriolo, E., Almeida, S., & Troussard, X. (2016). *Behavioural Insights Applied to Policy-European Report 2016*.
- Spears, D. (2011). Economic decision-making in poverty depletes behavioral control. *The BE Journal of Economic Analysis & Policy*, 11(1).
- Stanovich, K. E., & West, R. F. (2000). Advancing the rationality debate. *Behavioral and Brain Sciences*, 23(5), 701-717
- Stegman, M. A. (2007). Payday lending. *Journal of Economic Perspectives*, 21(1), 169-190.

- Stein, E. (1996). *Without good reason: The rationality debate in philosophy and cognitive science*. Clarendon Press.
- Stranges, M. (2007). Il divario tra percezione e condizione di povertà in Italia. *Rassegna italiana di sociologia*, 48(2), 315-342
- Sunstein, C. R. (2013). *Simpler: The future of government*. Simon and Schuster.
- Sunstein, C. R. (2014). Nudging: a very short guide. *Journal of Consumer Policy*, 37, 583-588
- Sutter, Matthias, Martin Kocher, Daniela Rützler, and Stefan Trautmann. 2013. “Impatience and Uncertainty: Experimental Decisions Predict Adolescents’ Field Behavior.” *American Economic Review* 103 (1): 510–31.
- Teachman, B. A., Norton, M. I., & Spellman, B. A. (2015). Memos to the president from a “Council of Psychological Science Advisers”. *Perspectives on Psychological Science*, 10(6), 697-700.
- Team, B. I. (2011). Behavioural Insights Team annual update 2010–11. *Cabinet Office: London, UK*, 1-30.
- Thaler, R. H., & Shefrin, H. M. (1981). An economic theory of self-control. *Journal of Political Economy*, 89(2), 392-406.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2003). Libertarian paternalism. *American Economic Review*, 93(2), 175-179.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness*, 6, 14-38.
- Thaler, R. H., Sunstein, C. R., & Balz, J. P. (2013). Choice architecture. *The behavioral*

foundations of public policy, 25, 428-439.

Tomm, B., Shafir, E., & Zhao, J. (2016). Scarcity Captures Attention and Induces Neglect: Eyetracking and Behavioral Evidence.

Tulving, E., & Schacter, D. L. (1990). Priming and human memory systems. *Science*, 247(4940), 301-306.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1971). Belief in the law of small numbers. *Psychological Bulletin*, 76(2), 105.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5(2), 207-232. *Econometrica*, 47, 263–291.

Tversky, A., & Shafir, E. (1992). Choice under conflict: The dynamics of deferred decision. *Psychological Science*, 3(6), 358-361.

Urbina, D. A., & Ruiz-Villaverde, A. (2019). A critical review of homo economicus from five approaches. *American Journal of Economics and Sociology*, 78(1), 63-93.

Von Neumann, J., & Morgenstern, O. (1947). *Theory of games and economic behavior*, 2nd rev.

Wilkinson, T. M. (2013). Nudging and manipulation. *Political Studies*, 61(2), 341-355.

World Bank. (2014). *World development report 2015: Mind, society, and behavior*. The World Bank.

Zhao, J., & Tomm, B. M. (2018). Psychological responses to scarcity. In *Oxford research encyclopedia of psychology*.

SITOGRAFIA

<https://www.bi.team/> ultimo accesso 29/08/2023

<https://inudgeyou.com/en/home/> ultimo accesso 26/08/2023

<https://www.bankofamerica.com/deposits/keep-the-change/> ultimo accesso
19/10/2023

<https://www.ideas42.org/financial-health/#savings> ultimo accesso 24/10/2023