

Risparmia sulle bollette con i Nudge

magazine.darioflaccovio.it/2020/01/07/risparmia-sulle-bollette-con-i-nudge/

January 7,
2020

Data: 07/01/2020 / Inserito da: [Laura Mondino](#) / Categorie: [Informazione Tecnica](#), [Mondi e Culture](#) / Commenti: [0](#)



«E sempre, invariabilmente, negli anni di siccità la gente dimenticava quelli piovosi, e negli anni piovosi si scordava completamente di quelli di siccità. Era sempre così...». Ci sono molti modi per parlare di ambiente e di temi *green*, questo è quello che scelse **John Steinbeck**, uno dei più grandi scrittori americani del XX secolo.

A trentasette anni Steinbeck pubblicava *Furore*. Ci mise cinque mesi a scriverlo: centocinquanta giorni di solo lavoro, al ritmo di duemila parole al giorno. Lo iniziò nel maggio del 1939 e lo terminò, esausto, in ottobre. Divenne subito un caso politico e di denuncia sociale, più che letterario; fu il libro più venduto negli Stati Uniti in quell'anno, in quello successivo vinse il premio Pulitzer e contribuì all'assegnazione del Nobel per la letteratura al suo autore nel 1962.

Steinbeck raccontò di aver fatto del suo meglio «*per far saltare i nervi al lettore*» a ogni pagina: ci riuscì e *Furore* divenne il romanzo di denuncia della Grande Depressione degli anni Trenta, raccontando il viaggio della speranza dei contadini affamati del Midwest

(dove la siccità e il *dust bowl*, le tempeste di sabbia, avevano distrutto i raccolti) verso la più prospera California, dove Steinbeck era nato. Venne bandito in alcune librerie, bruciato, accusato di mistificazione, usato come baluardo da operai e socialisti e difeso dalla First Lady Eleanor Roosevelt.

UN MODO INSOLITO PERE PARLARE DI AMBIENTE

Un modo insolito di raccontare i patimenti della siccità, la fame e la morte che l'uomo regala a se stesso. Eppure è proprio dai libri che sono partiti i grandi cambiamenti, da lì sono state raccolte le scoperte che hanno sconvolto il modo di guardare alla realtà. Uno per tutti: *Primavera silenziosa*, pietra miliare dell'ambientalismo, dove l'autrice Rachel Carson prevede con forte anticipo sui suoi tempi gli effetti in agricoltura dell'uso dei pesticidi chimici e di sostanze velenose, inquinanti, cancerogene o letali, sull'uomo e sulla natura. Ecco perché ricorrere a Steinbeck mi è parso il miglior modo per riflettere sulle conseguenze dei nostri comportamenti, nei confronti del pianeta.

UMORALMENTE UMANI

Come ci sono molti modi per parlare di ambiente, ce ne sono altrettanti per promuovere soluzioni e comportamenti sostenibili: uno di questi sono i **Nudge**, la strategia della spinta gentile, anche lei "promossa" con il Nobel, che si fonda sulle teorie delle scienze economiche e comportamentali.

Benchè consapevoli dei problemi ambientali che affliggono la Terra, noi umani adottiamo solo flebili azioni concrete per porvi rimedio. O non agiamo affatto. Ci piace pensarci razionali, pronti all'impegno e coerenti fra il nostro dire e il nostro fare, dimenticando però di quanto siamo vittime seriali della nostra umoralità.

I nudge tornano così utili anche nel contesto *green* in quanto strumenti, spinte gentili in grado di cambiare l'azione del singolo nell'ambito della pratica sociale, senza i diktat del dato economico o della punibilità dettata dall'infrazione delle leggi. Sembra difficile, ma non lo è, perché è in linea con la filosofia del papà dei nudge, Richard Thaler «se vuoi che le persone facciano qualcosa, rendi questa cosa semplice».

COME I NUDGE CI AIUTANO A RISPARMIARE SULLE BOLLETTE

Si è scoperto che per frenare il consumo del numero di asciugamani puliti nelle stanze d'albergo, si ha un'efficacia maggiore quando anzichè scrivere il semplice divieto «*Aiutaci a salvare il pianeta. Puoi dimostrare il tuo rispetto per la natura e per l'ambiente riutilizzando i teli durante il tuo soggiorno*», si scrive «*Unisciti agli altri ospiti nella salvaguardia del pianeta. Il 75% degli ospiti che sono stati invitati ad aderire al nostro programma ha contribuito utilizzando i suoi teli più di una volta*».

Le persone tendono a fare ciò che fa la maggioranza. Insomma per frenare il consumo degli asciugamani puliti nelle stanze d'albergo, anziché porre in bella vista un cartellino di ammonimento, è più efficace scrivere che la maggior parte delle persone che frequentano quell'albergo non butta gli asciugamani per terra. Il trucco è fare leva sulla norma sociale, invece che sul classico e meno rigido appello al risparmio energetico.

Per gli hotel, incoraggiare gli ospiti a riutilizzare gli asciugamani è una strategia particolarmente interessante, in quanto consente loro di risparmiare in modo sostanziale sui costi di manodopera, acqua ed elettricità, in nome dell'essere verdi. Uno studio ha stimato che una semplice riduzione del 10% dell'energia utilizzata porterebbe l'industria alberghiera a risparmiare 750 milioni di dollari all'anno solo negli Stati Uniti. Non c'è da stupirsi, quindi, che ora stia diventando pratica comune. Dopotutto a casa nostra cambiamo la biancheria quotidianamente?

ZONE 30

Un altro esempio arriva dalle zone 30. Nelle quali è permesso andarci in macchina, ovvero non è proibito (cosa che invece avviene in pratiche forti come la pedonalizzazione), bisogna però percorrerle a bassa velocità. Non è un divieto, piuttosto un incentivo verso un comportamento più sostenibile per il cittadino e la viabilità. Questi e molti altri esempi sono esplicitati nel libro ***Nudge Revolution. La strategia per rendere semplici scelte complesse***, nel capitolo dedicato proprio alle scelte *green*.

NUDGE E INQUINAMENTO

Un altro modo per essere *green* è ben rappresentato dalla frase Prima di stampare, pensa all'ambiente. È la dicitura che accompagna la maggior parte delle email di lavoro ed è così visibile che spesso non la vediamo. Per la cronaca, noi italiani stampiamo, in media, 32 pagine di documenti ogni giorno, nei Paesi del Nord Europa, l'utilizzo della carta è decisamente più basso e non si arriva a 20 pagine.

Quanto ai danni ambientali di questa cattiva abitudine, spesso generata solo dall'indifferenza, sono di due tipi. Innanzitutto la carta arriva dagli alberi, ed è stato calcolato che un albero di medie dimensioni vale circa 12.000 fogli. Dunque: risparmiare carta, significa automaticamente salvare più alberi. In secondo luogo le montagne di carta consumate negli uffici italiani alimentano quattro milioni di tonnellate di anidride carbonica; basterebbe quindi eliminare la stampa di un foglio su cinque per ridurre di circa 900 milioni le emissioni inquinanti. Senza dimenticare che la fibra di cellulosa è un materiale molto resistente: si può riciclare fino a sette volte.

Per incoraggiare le persone a fare un consumo consapevole della carta si possono attuare molte azioni; la più semplice rimane quella di impostare la stampante in modalità "fronte-retro" e, quando possibile, servirsi di carta riciclata. Banale? Sì, ma sono convinta che se in questo momento ti chiedessi di verificare le impostazioni di default della stampante che usi abitualmente, potresti rimanere sorpreso di quante cose all'apparenza banali dimentichiamo. Quando la Rutgers University adottò, ormai qualche anno fa, il default di stampa fronte-retro, nei tre anni successivi il consumo di carta si ridusse del 44%, vennero cioè risparmiati oltre 55 milioni di fogli e salvati 4650 alberi.

CON IL REVERSE VENDING IL BIGLIETTO DELLA METRO E' GRATIS

A Pechino il biglietto della metro lo puoi pagare in denaro o in bottiglie vuote. *Reverse vending* è il modello applicato al riciclo approdato nelle stazioni della metropolitana ad alto traffico o turistiche della capitale cinese, dove il numero di persone che vi transitano arriva a 60.000 al giorno. A fianco delle tradizionali biglietterie automatiche, cassonetti "intelligenti" ricaricano la tessera magnetica da usare sui mezzi pubblici. Ogni bottiglia in PET restituisce fra i 5 e i 15 centesimi di *yuan* di credito a chi la inserisce nel cassonetto. A conti fatti, ai pendolari della metropolitana cinese servono circa 15 bottiglie per ogni biglietto.

Partendo dallo stesso concetto, in Australia sono stati posizionati raccoglitori automatici di contenitori di bevande: ogni anno ne finiscono in discarica (nel solo Nuovo Galles del Sud), più di 160 milioni, quasi la metà del volume totale di rifiuti. Cassonetti che funzionano nel modo opposto rispetto i distributori tradizionali: depositando una bottiglia di plastica, una lattina di alluminio o cartoni per bevande, si riceve un credito di 10 centesimi. Come ricompensa, gli utenti possono scegliere tra vari benefit, fra cui i biglietti dell'autobus. Il progetto, denominato *Return and Earn*, ha l'obiettivo, in un periodo di vent'anni, di ridurre di 1,6 miliardi il numero dei contenitori di bevande abbandonati in ogni dove e di 11 miliardi i contenitori di bevande che altrimenti finiscono in discarica.

Iniziativa approdata anche in Italia, dove in stazioni di conferimento che riconoscono i rifiuti correttamente differenziati, vengono rilasciati *ecopunti* del valore di 8 centesimi, cumulabili e spendibili negli esercizi commerciali convenzionati.

Cool biz è la campagna promossa in Giappone, dove è stato suggerito ai lavoratori – al fine di ridurre i consumi derivanti dall'uso dell'aria condizionata – di recarsi in ufficio con indumenti leggeri e comodi, invece dei più classici giacca e cravatta. Questa apparentemente piccola spinta ha ridotto le emissioni di anidride carbonica di 1.56 milioni di tonnellate.

Oppure come indicato da un rapporto dell'Istituto ecologico di Berlino, il nudge compare quando per esempio si decida di sostituire il parametro del contachilometri in auto, con un dispositivo automatico che contenga il calcolo automatico dei costi del carburante per ogni spostamento effettuato.

E non finisce qui... Gli interventi di *green nudge* sono tantissimi, e per scoprirli e quindi applicarli a costo zero e senza fatica, non rimane che leggere il libro ***Nudge Revolution***.