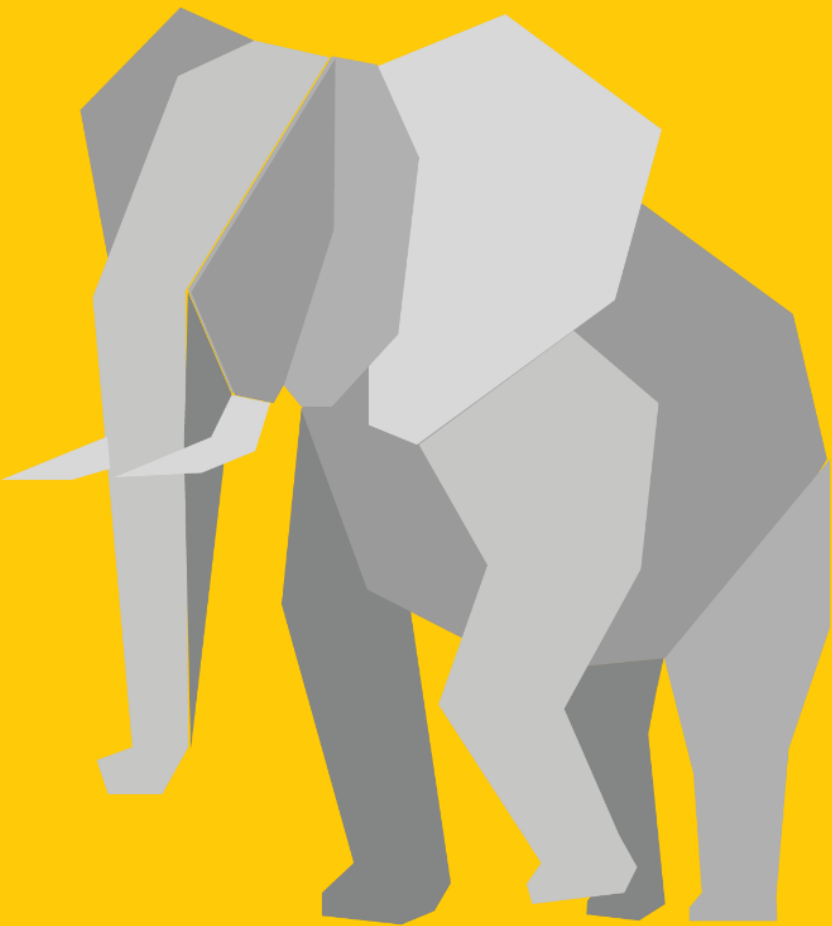


POLITICHE PUBBLICHE COMPORTAMENTALI

Approfondimento del corso di Economia Pubblica

Facoltà di Giurisprudenza

Corso di Laurea in Scienze dell'Amministrazione e Relazioni Internazionali



INFORMAZIONI GENERALI

Docente del corso



Luisa Lorè



luisa.lore@uniroma2.it

Cerchiamo di convivere con questa modalità

- **Puntualità** siamo onesti, questa è una regola che avreste dovuto rispettare anche in facoltà, ma a maggior ragione da casa è davvero difficile trovare una scusa plausibile per fare ritardo.
- **Webcam sempre accesa** insegnare alle vostre foto profilo (e a volte direttamente a dei riquadri neri) è davvero poco stimolante, cerchiamo di rendere la lezione il più attiva possibile. → Ricordatevi che comunque dovrete avere la webcam accesa per i lavori individuali e per l'esame, quindi se avete problemi con la vostra webcam sistematevi!
- **Niente registrazioni** darvi la possibilità di registrare riduce di molto i vostri livelli di attenzione e concentrazione, preferisco di gran lunga ripetervi durante la lezione se vi siete persi qualcosa o se non sono stata abbastanza chiara nella spiegazione che rischiare di non avervi al massimo della vostra concentrazione.

Programma del corso

- **Lezioni introduttive** sulle PPC condotte dal docente
- **Presentazioni** sulle PPC degli studenti basate su articoli accademici in cui si studiano alcuni *nudges* applicati a tre diverse tematiche: Ambiente, Sanità ed Educazione Finanziaria
- **Laboratorio di Policy Making** simulazioni dell'ideazione e della progettazione di alcune PPC da parte degli studenti, relative alle tre tematiche precedentemente citate: Ambiente, Sanità ed Educazione Finanziaria

Calendario del corso

Attività	Settimana
Lezioni su <i>Nudge</i>	1
Presentazioni sull'Ambiente	2
Laboratorio sull'Ambiente	2
Presentazioni sulla Sanità	3
Laboratorio sulla Sanità	3
Presentazioni sull'Educazione Finanziaria	4
Laboratorio sull'Educazione Finanziaria	4

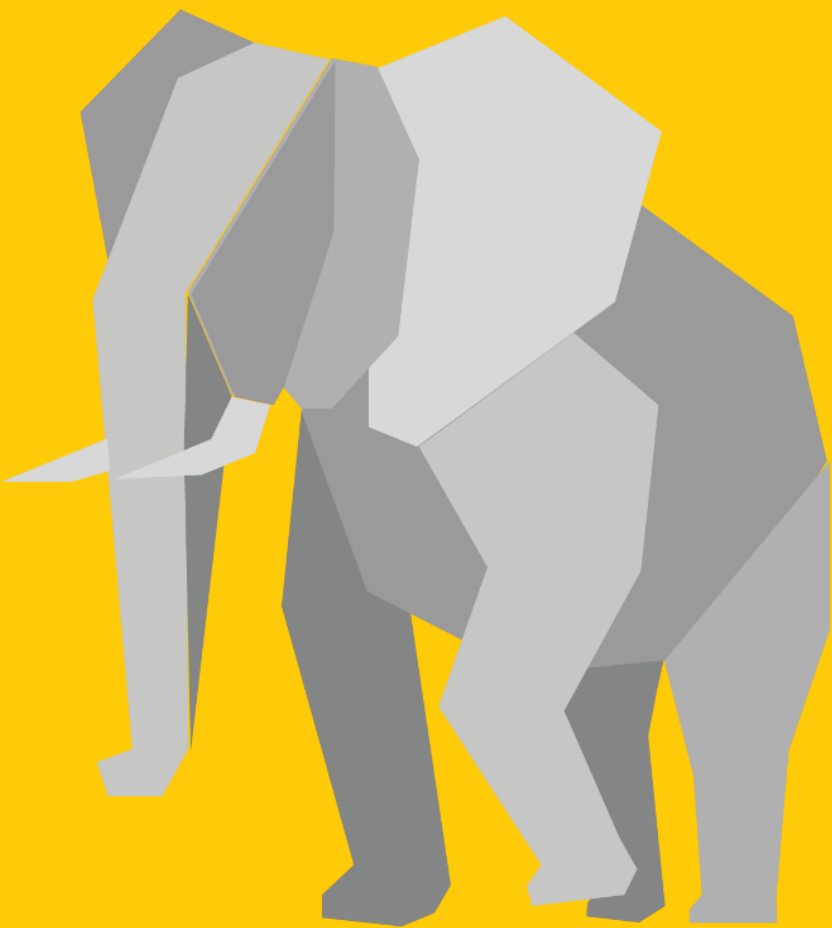


Materiali del corso

La spinta gentile

La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni su denaro, salute, felicità

Richard H. Thaler e Cass R. Sunstein



INTRODUZIONE

La Mensa

- Immaginiamo la mensa della nostra università.
- C'è un motivo per cui le portate sono disposte in un preciso modo? Certo, ha senso poter prendere il vassoio prima del pasto, ma la frutta prima del primo? Il pane prima del secondo? E perché la pizza è l'ultima cosa che vediamo?

La Mensa

- Supponiamo che al nostro rientro ci sia una riorganizzazione della mensa. In che modo dovrebbero essere disposti gli alimenti?
 1. In modo da massimizzare, tutto considerato, il benessere degli studenti (e dei professori)
 2. In maniera casuale
 3. In modo da farci scegliere esattamente quello che sceglieremmo senza essere influenzati dalla disposizione
 4. In modo da massimizzare le vendite dei fornitori disposti a pagare di più i gestori della mensa.
 5. In modo da massimizzare i profitti.

La Mensa

- Supponiamo che al nostro rientro ci sia una riorganizzazione della mensa. In che modo dovrebbero essere disposti gli alimenti?
 1. In modo da massimizzare, tutto considerato, il benessere degli studenti (e dei professori) → **Scelta interessante, ma paternalista**
 2. In maniera casuale → **Imparziale all'apparenza, ma molto rischiosa**
 3. In modo da farci scegliere esattamente quello che sceglieremmo senza essere influenzati dalla disposizione → **Veramente neutrale, ma fattibile?**
 4. In modo da massimizzare le vendite dei fornitori disposti a pagare di più i gestori della mensa → **Allettante per una persona corrotta**
 5. In modo da massimizzare i profitti → **Se pensiamo che la mensa migliore sia quella che fa più profitto, è la scelta migliore, ma lo pensiamo davvero?**

La Mensa

- Il gestore della mensa universitaria è un **architetto delle scelte**.
- **Architetto delle scelte**: un agente che ha la responsabilità di organizzare il contesto nel quale gli individui prendono decisioni.
- Nell'architettura delle scelte, nessun elemento può essere definito neutrale: **ogni dettaglio conta**.

Paternalismo Libertario

- Perché **Paternalismo**: perché si è convinti che è lecito per gli architetti delle scelte di influenzare i comportamenti degli individui al fine di rendere le loro vite più lunghe, sane e migliori.
- Perché **Libertario**: perché si è convinti che, in generale, gli individui dovrebbero essere “liberi di scegliere”.
- L'aggettivo *libertario*, usato come attributo di *paternalismo*, vuol dire “che preserva la libertà”
- Il paternalismo libertario è un tipo di paternalismo relativamente tenue, indulgente e poco invadente.

Nudges

- Gli architetti delle scelte cercano attivamente di spingere gli individui in una direzione che possa migliorare le loro condizioni di vita, *pungolandoli* o ***nudging them*** (durante questo corso utilizzeremo la parola **nudge** ed il verbo **to nudge** in inglese, al posto delle loro traduzioni in italiano *pungolo* e *pungolare*).
- **Nudge:** è una spinta gentile , qualsiasi aspetto dell'architettura delle scelte che altera il comportamento degli individui in maniera prevedibile, senza proibire alcuna opzione o modificare in misura significativa gli incentivi economici.
- Per esser considerate nudge, un intervento deve poter essere evitato facilmente, senza costi eccessivi, non è un'imposizione.



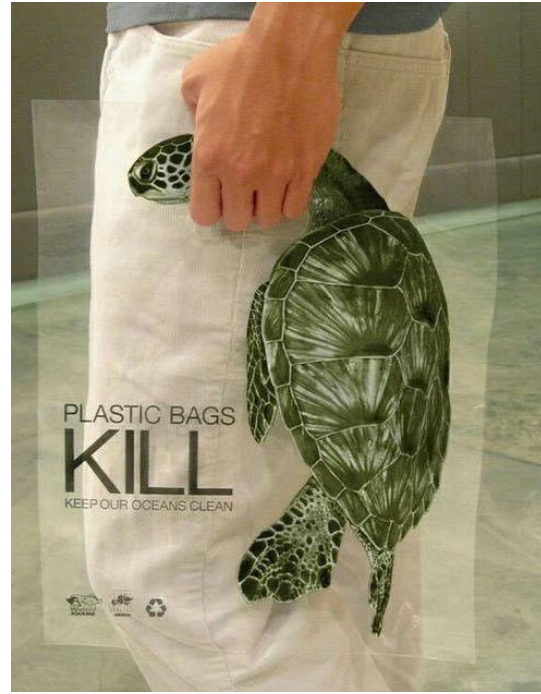
QUALCHE ESEMPIO DI NUDGE



QUALCHE ESEMPIO DI NUDGE



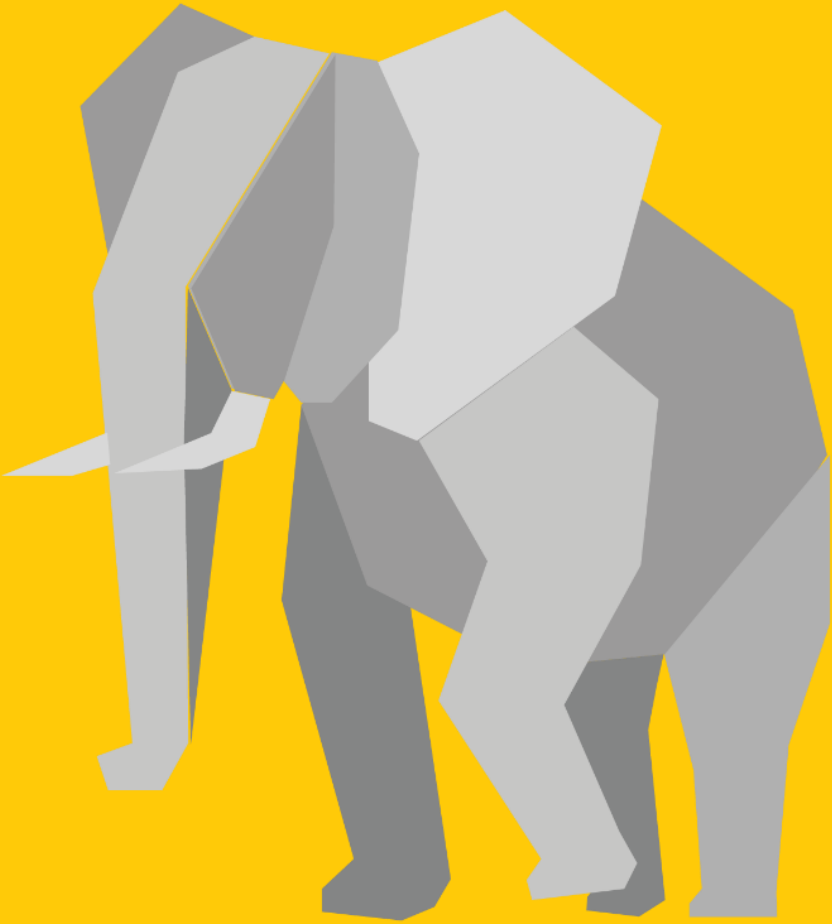
QUALCHE ESEMPIO DI NUDGE



QUALCHE ESEMPIO DI NUDGE

Homo sapiens vs homo oeconomicus

- L' *homo oeconomicus* è l'agente economico perfetto, in grado di ragionare e di scegliere in modo infallibile, perfettamente capace di fare le proprie scelte.
- L'*homo sapiens* invece no, è fallibile, imperfetto, in una parola: umano.
- Gli umani errano, e lo fanno in modo prevedibile, ed è proprio per questo che si può pianificare un intervento di nudging.
- Vi ricordate il consumatore perfettamente razionale in grado di massimizzare la propria utilità del corso di microeconomia? Ecco... noi non siamo così.



DISTORSIONI ED ERRORI

Il nostro modo di pensare: due sistemi

- **Sistema impulsivo:** è rapido ed è, o viene percepito come, istintivo e non fa nulla di ciò che solitamente viene associato alla parola *pensare*. È intuitivo ed automatico.
- **Sistema riflessivo:** è più ponderato, consapevole e razionale.

Sistema impulsivo	Sistema riflessivo
Incontrollato Spontaneo Associativo Rapido Inconsapevole Abile	Controllato Meditativo Deduttivo Lento Consapevole Ligio alle regole
	

Regole pratiche

- Quando dobbiamo effettuare una valutazione, non possiamo passare tutto il tempo a pensare e ad analizzare tutto, facciamo ricorso a delle regole pratiche, o **euristiche**, che il più delle volte si rivelano rapide e utili.
- Per quanto utili le regole pratiche possano essere, il loro uso può provocare distorsioni sistematiche.
- Vedremo ora tre euristiche e le distorsioni associate a ciascuna di esse:
 1. Ancoraggio
 2. Disponibilità
 3. Rappresentatività
- Negli ultimi anni, gli psicologi hanno scoperto che queste euristiche e distorsioni emergono dalle interazioni tra il sistema impulsivo e il sistema riflessivo.

Regole pratiche – Ancoraggio

- **Ancoraggio e aggiustamento:** si comincia con un **ancora**, il numero che conosciamo, e la si aggiusta nella direzione che si ritiene più appropriata.
- La distorsione si verifica perché di solito gli aggiustamenti sono insufficienti.
- Le ancore quindi fungono da nudges. È possibile influenzare il numero che una persona sceglie in una particolare situazione suggerendo in maniera impercettibile un punto di partenza per il suo processo decisionale.

Regole pratiche – Disponibilità

- **Disponibilità:** si valuta, ad esempio l'incidenza di un fenomeno o la possibilità di incorrere in un rischio, valutandone la loro probabilità a seconda della **facilità** con cui si riesce a pensare ad un esempio pertinente. Strettamente legati al concetto di disponibilità, e altrettanto importanti, sono l'accessibilità e la rilevanza.
- L'euristica della disponibilità contribuisce a spiegare molti comportamenti associati al rischio, incluse le decisioni pubbliche e private sulle precauzioni da prendere. Una valutazione distorta del rischio può avere una grande influenza sulla maniera in cui ci si prepara a rispondere alle crisi, alle scelte economiche e al processo politico.
- In presenza di una "distorsione da disponibilità", si possono migliorare le decisioni sia private che pubbliche riportando le valutazioni in linea con le vere probabilità.

Regole pratiche – Rappresentatività

- **Rappresentatività:** nel valutare la probabilità che A appartenga alla categoria B gli individui reagiscono domandandosi quanto sia **simile** all'immagine o allo stereotipo che hanno di B (cioè, quanto A è "rappresentativo" di B).
- Quando similarità e frequenza divergono, possono manifestarsi alcune distorsioni. L'euristica della rappresentatività può portare a vedere pattern, o motivi ricorrenti, anche dove non ce ne sono.

Ottimismo ed eccesso di fiducia

- Gli esseri umani tendono a mostrare un eccesso di fiducia nelle proprie capacità. Le persone sono irragionevolmente ottimiste, anche quando la posta in gioco è alta, e questo spiega il motivo per cui molti individui si espongono al rischio, anche quando così facendo, mettono a repentaglio la propria salute e la propria vita.
- Come per l'euristica della disponibilità, per raffreddare gli eccessi di ottimismo, basta ricordare all'interessato il verificarsi di un evento negativo.

Guadagni e perdite

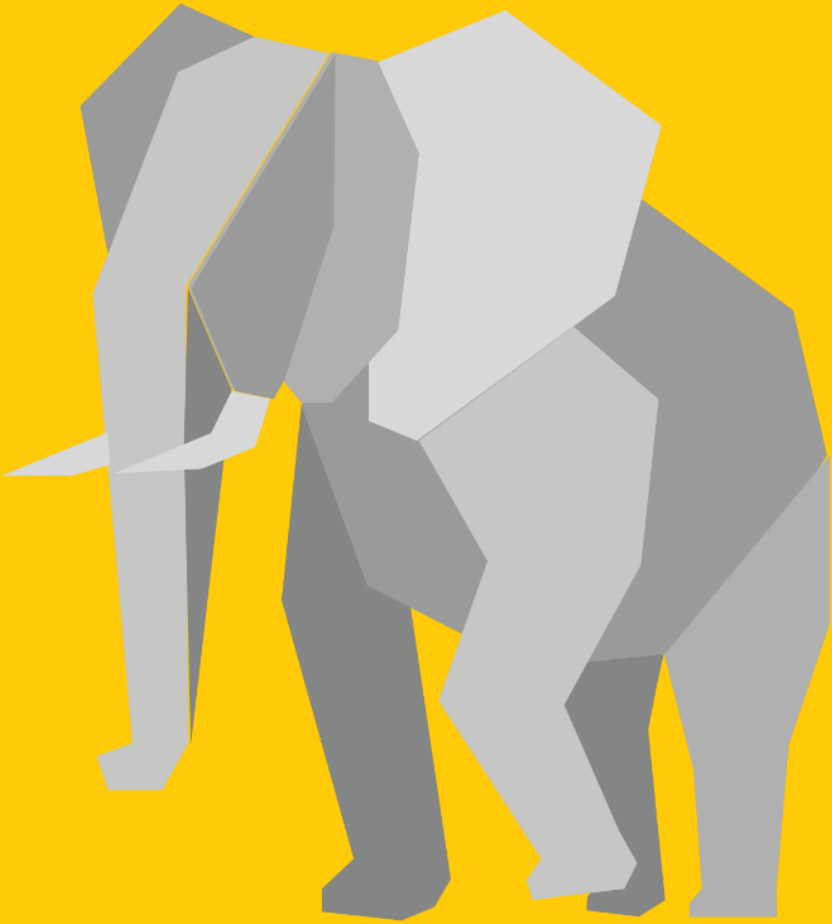
- Gli individui odiano perdere, e questa avversione alle perdite contribuisce a produrre **inerzia**, cioè un forte attaccamento a ciò che già si possiede. Se non si è disposti a rinunciare a ciò che si ha perché non si vuole incorrere in una perdita, si rifiutano scambi che in caso contrario si sarebbe disposti a fare.
- L'avversione alle perdite agisce come una sorta di nudge cognitivo, spingendoci a non fare cambiamenti, anche quando i cambiamenti sono veramente nel nostro interesse.

Distorsione verso lo status quo

- Gli individui hanno una più generale tendenza a prediligere la situazione in cui vivono già.
- Una delle cause della distorsione verso lo status quo è la mancanza di attenzione.
- Per via dell'avversione alle perdite e dell'incuranza nelle scelte, **l'opzione di default** attrae una grossa quota di mercato.
- Le opzioni di default, quindi, agiscono come nudges molto efficaci. In molti contesti la loro azione di nudging è ancora più potente, perché i consumatori percepiscono che le soluzioni di default hanno l'approvazione implicita del soggetto che le ha scelte.

Formulazione

- La formulazione è importante in molti ambiti. L'idea è che le scelte dipendono, in parte, dalla maniera in cui i problemi vengono presentati. È un aspetto molto importante per le politiche pubbliche.
- La formulazione di un messaggio è un nudge molto efficace, e deve essere scelta con cautela.



**RESISTERE ALLA
TENTAZIONE**

Tentazione

- Diciamo che qualcosa **induce in tentazione** se ne consumiamo di più quando siamo in uno **stato caldo** (di eccitazione) che quando siamo in uno **stato freddo** (di quietanza).
- Moltissime persone hanno un problema di autocontrollo perché sottovalutano l'effetto dell'eccitazione. Si dice quindi che hanno **mananza di empatia caldo-freddo**.
- Quando siamo in uno stato freddo non riusciamo a renderci conto di quanto i nostri desideri e il nostro comportamento verranno alterati quando ci troveremo sotto l'influenza dell'eccitazione. Di conseguenza il nostro comportamento riflette una certa ingenuità riguardo agli effetti che il contest può avere sulle scelte.

Scelta incurante

- In molte situazioni gli individui attivano il **pilota automatico** e smettono di prestare attenzione a ciò che stanno facendo.
- Combinandosi tra loro i problemi di autocontrollo e l'incuranza delle scelte possono avere conseguenze negative per le persone.

Strategie di autocontrollo: pianificatori contro esecutori

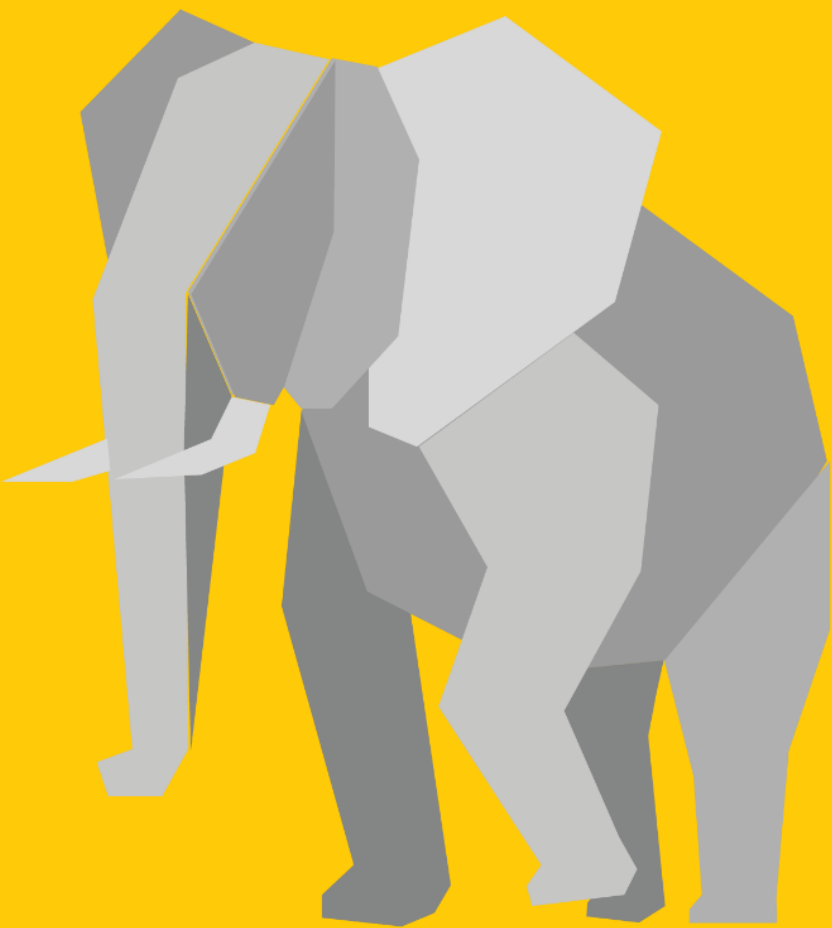
- Gli individui sono almeno in parte consapevoli delle proprie debolezze, e per questo spesso cercano aiuto all'esterno. In questi casi, il **pianificatore** (che possiamo immaginare come il sistema riflessivo, e quindi Hermione) che è in noi si attiva per controllare le azioni dell'**esecutore** (che invece è il nostro sistema impulsivo, Ron), spesso cercando di cambiare gli incentivi con cui quest'ultimo si confronta.
- Molte volte è difficile controllare l'esecutore e i migliori tentativi dei pianificatori vanno in fumo.
- I pianificatori hanno numerose strategie per controllare gli esecutori recalcitranti, ma qualche volta hanno bisogno di aiuto da parte di soggetti esterni.

Strategie di autocontrollo: aiuti dall'esterno

- In alcune situazioni, gli individui possono voler essere aiutati dal governo a risolvere i propri problemi di autocontrollo. In casi estremi i governi possono vietare alcuni comportamenti (paternalismo puro).
- In altri casi gli individui possono preferire un ruolo meno invadente del governo.
- In molti casi i mercati forniscono servizi di autocontrollo e il governo non è affatto necessario. Le aziende possono guadagnare un sacco di soldi dando man forte ai pianificatori nella loro battaglia agli esecutori, e spesso realizzano lauti guadagni facendo anche del bene.

Contabilità mentale

- Un altro modo per affrontare i propri problemi di autocontrollo è adottare sistemi di controllo interni, noti anche come **contabilità mentale**.
- Secondo la teoria economica (e la semplice logica) il denaro è **fungibile**, nel senso che non ha etichette. Ma i nuclei familiari adottano sistemi di contabilità mentale che violano il principio di fungibilità, per lo stesso motivo per cui lo fanno molte organizzazioni: **per controllare la spesa** (controllare la spesa non significa solo spendere di meno, anzi potrebbe anche voler dire allocare il giusto quantitativo di risorse al piacere).
- L'uso della contabilità mentale può essere estremamente utile per tutti noi, in quanto rende la vita più divertente e più sicura. Ma comprendere la contabilità mentale aiuta anche a migliorare le politiche pubbliche.



SEGUIRE IL GREGGE

Seguire il gregge

- Le persone vengono influenzate facilmente dalle affermazioni e dalle azioni altrui. Gli individui vengono, quindi, spesso nudged da altri individui. Qualche volta i grandi cambiamenti sociali nei mercati come nella politica hanno inizio con un piccolo **social nudge**.
- Una buona comprensione delle influenze sociali è molto importante, per due ragioni:
 1. Gli individui tendono ad apprendere gli uni dagli altri, questo è sia un bene, è imparando dagli altri che le persone e le società si sviluppano e crescono, ma anche molti dei nostri peggiori pregiudizi provengono dagli altri.
 2. Per i nostri scopi, nel bene e nel male, le influenze sociali sono uno dei modi più efficaci per esercitare un'azione di nudging.

Seguire il gregge

- Gli architetti delle scelte devono sapere come incoraggiare comportamenti socialmente vantaggiosi, ma anche come scoraggiare eventi deleteri per i singoli e per la comunità.
- Le influenze sociali ricadono in due categorie principali:
 1. L'informazione: se molte persone fanno o pensano la stessa cosa, le loro azioni e i loro pensieri trasmettono informazioni su ciò che potreste voler fare o pensare anche voi.
 2. Le pressioni del gruppo di pari: se vi sta a cuore ciò che la gente pensa di voi allora potreste accodarvi alla massa per rabbonire o ingraviarvi gli altri.

Fare quello che fanno gli altri

- Il **conformismo** è senz'altro una caratteristica universale degli esseri umani.
- Alcune scelte, opinioni o comportamenti del gruppo, tendono a radicarsi e a rimanere immutati nel tempo, anche se chi li ha originati non è più all'interno di quella cerchia.
- **Conservatorismo collettivo**: è la tendenza ad attenersi a schemi consolidati, anche quando si manifestano nuovi bisogni. Quando una consuetudine diventa radicata è possibile che si perpetui, anche se è priva di fondamento.
- **Ignoranza pluralistica**: è l'ignoranza da parte di tutti o della maggior parte degli individui, di ciò che gli altri pensano. Qualche volta seguiamo una tradizione o una consuetudine solo perché pensiamo che piaccia alla maggior parte delle altre persone. Molte consuetudini sociali persistono per questa ragione, e un piccolo shock o un nudge può aiutare a sradicarle.

L'effetto luci della ribalta

- Spesso le persone si dedicano con tanto impegno a seguire le convenzioni sociali e le mode perché sono convinte che gli altri prestano molta attenzione ai loro comportamenti. Ma la realtà dei fatti è che gli individui prestano meno attenzione di quello che si pensa ai loro pare. Si è quindi erroneamente portati a conformarsi a quello che si crede agli altri aspettino.

Cambiamento culturale, cambiamento politico e imprevedibilità

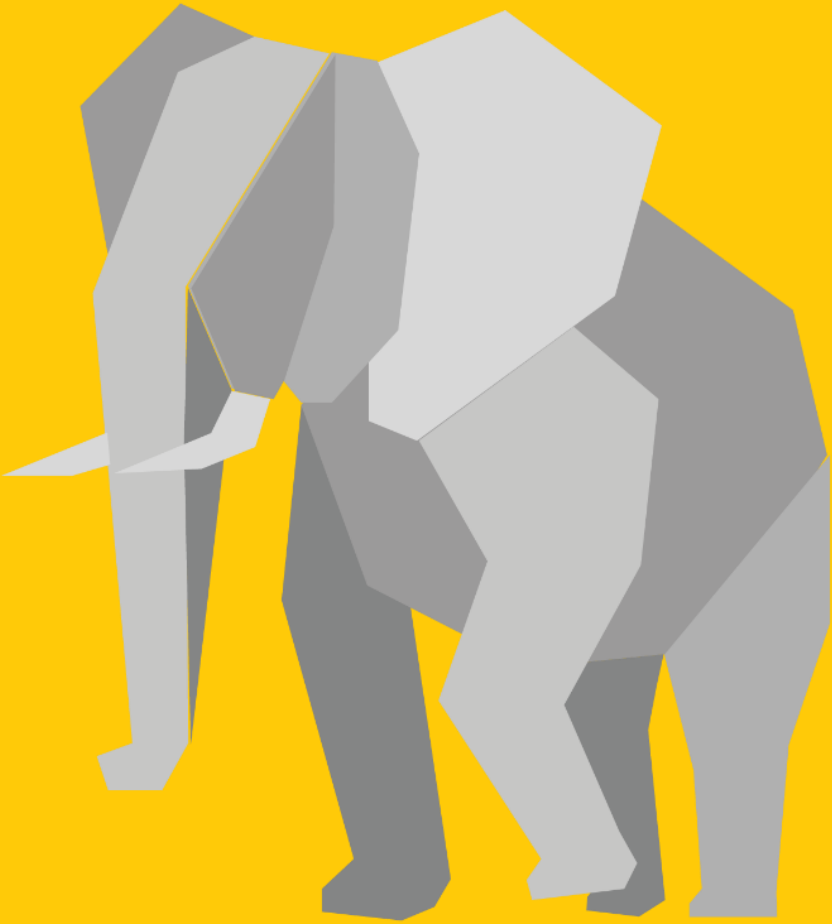
- È possibile che la cultura e la politica vengano influenzate dal conformismo? È possibile per un'azienda sfruttare il conformismo a scopo di lucro?
- Spesso si è portati a pensare, a fatti compiuti, che un dato risultato fosse perfettamente prevedibile, e che il successo di un musicista, di un attore o di un politico fosse inevitabile, date le sue abilità e le sue caratteristiche.
- Ma in realtà, piccoli interventi e persino le coincidenze in una fase cruciale possono produrre una grande variabilità nei risultati.
- Le influenze sociali possono essere pianificate a tavolino da qualcuno in particolare, o essere non pianificate.

Influenze sociali per l'Economia

- Le influenze sociali sono rilevanti anche per l'Economia: spesso le decisioni di investimento individuali sono influenzate da quelle di amici e vicini.
- «L'elemento più importante per la spiegazione di qualsiasi bolla speculativa è il **contagio sociale** della psicosi del boom, mediato dalla comune osservazione del rapido aumento dei prezzi.» (Shiller, 2008)
- Nel processo di contagio sociale, le conoscenze pubbliche subiscono una sorta di escalation o spirale, per cui la maggior parte dei soggetti economici giunge a credere che la visione ottimistica sia quella corretta soltanto perché tutti gli altri sembrano accettarla come tale.

Il *priming*

- **Priming:** meccanismo di funzionamento del sistema impulsivo del cervello.
- La ricerca dimostra che un piccolo stimolo può aiutarci a richiamare alla memoria certe informazioni con maggiore facilità.
- L'azione di nudging che si ottiene chiedendo alle persone cosa intendono fare può essere accentuata domandando loro quando e come pensano di farlo.
- Gli scienziati sociali hanno scoperto di poter stimolare gli individui a tenere certi tipi di comportamento offrendo loro spunti semplici e apparentemente irrilevanti. Ad esempio è possibile influenzare il comportamento individuale rendendo certi oggetti visibili e rilevanti.



QUANDO SERVONO I NUDGES?

Quando servono i nudges?

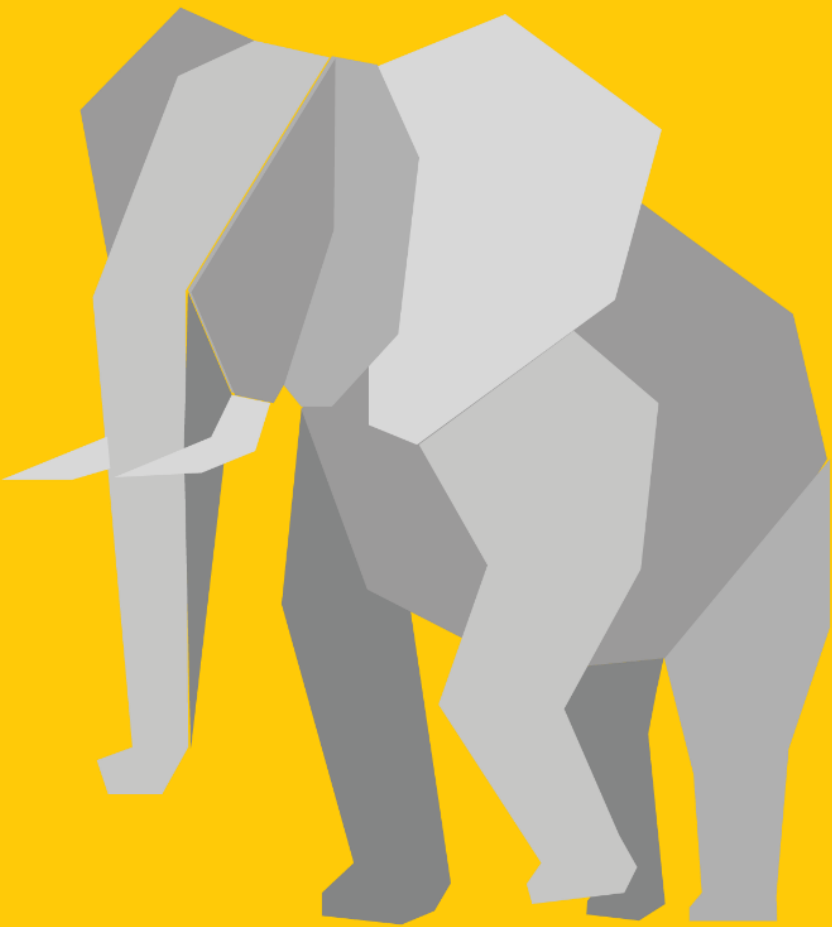
- È bene creare nudges che abbiano la massima probabilità di essere efficaci e la minima probabilità di essere dannosi.
- Le persone hanno bisogno di nudges quando affrontano decisioni difficili e insolite, quando non è disponibile un feedback immediato, e quando hanno difficoltà a tradurre gli aspetti della situazione in termini per loro facilmente comprensibili.

Quando dobbiamo fare scelte complesse

- **Benefici oggi, costi domani:** molte persone si trovano in difficoltà quando devono prendere decisioni che mettono a dura prova la loro capacità di autocontrollo (beni di investimenti vs beni peccaminosi).
- **Gradi di difficoltà:** parecchi problemi nella vita sono molto complessi, e spesso non disponiamo di semplici tecnologie per risolverli.
- **Frequenza:** *practice makes perfect*. Ci sono occasioni in cui facciamo scelte insolite e difficili.
- **Feedback:** molto spesso una scelta è strutturata in modo tale che non fornisca un feedback valido ed efficace.
- **Conoscere i propri gusti:** non sempre è possibile tradurre le scelte che si possono compiere nelle esperienze che si faranno.

Mercati: un verdetto incerto

- Il libero mercato può risolvere i problemi degli individui nelle situazioni citate in precedenza? Basta il mercato a far comportare tutti gli umani da perfetti consumatori razionali ottimizzatori di utilità?
- Per proteggere i consumatori irrazionali c'è bisogno che ci sia concorrenza. Qualche volta questa concorrenza non esiste.
- Se i consumatori hanno convinzioni non perfettamente razionali, spesso le imprese hanno un maggior incentivo ad assecondare tali convinzioni piuttosto che cercare di sradicarle.



L'ARCHITETTURA DELLE SCELTE

L'Architettura delle Scelte

- Gli individui si confrontano ogni giorno con una miriade di scelte e di stimoli.
- Un architetto delle scelte è in grado di influenzare indirettamente le decisioni altrui. Le scelte su cui esercita influenza sono fatte da umani, e quindi **l'architettura delle scelte dovrà essere basata su una buona comprensione del loro comportamento.** In particolare che il loro sistema impulsivo non venga confuso.

Opzioni di default: tracciare il percorso di minor resistenza

- Molte persone scelgono le opzioni che richiedono il minimo sforzo, ovvero la via della minor resistenza.
- Se per una data scelta esiste un'**opzione di default** possiamo aspettarci che molte persone si ritrovino con quell'opzione, sia essa vantaggiosa o svantaggiosa.
- La tendenza a non far nulla diventa ancora più marcata se all'opzione di default è associato il suggerimento implicito o esplicito che tale opzione sia la linea di condotta normale o addirittura raccomandata.

Opzioni di default: tracciare il percorso di minor resistenza

- Le opzioni di default sono onnipresenti e molto influenti, ma anche inevitabili: ad ogni nodo di un sistema di architettura delle scelte è associata necessariamente una regola che stabilisce cosa accade se il soggetto che decide non fa nulla.
- In alcuni casi, l'architetto delle scelte può costringere gli individui a fare le proprie scelte. Questo approccio è detto **obbligo di scelta** o **dovere di scelta**.
- L'obbligo di scelta a volte può essere la strada migliore, ma dobbiamo considerare due aspetti molto importanti:
 1. Il dover scegliere per gli individui è molto seccante: meglio quand'è così avere una buona opzione di default → quando la scelta è complicata e difficile, gli individui potrebbero gradire, molto, una ragionevole opzione di default.
 2. L'obbligo di scelta è generalmente più indicato per le decisioni semplici, di tipo dicotomico, ma non per le scelte più complesse → quando le decisioni sono molto complesse, l'obbligo di scelta potrebbe non essere una buona idea, anzi potrebbe neppure essere fattibile.

Mettere in conto l'errore

- Gli individui commettono errori, in un sistema ne progettato è previsto che gli utilizzatori facciano errori e si cerca di essere indulgenti con chi sbaglia.
- Tra i tanti, c'è anche l'**errore di post-completamento**, quando si completa la mansione principale, si tendono a dimenticare gli aspetti inerenti ai passi precedenti. Possibile soluzione è il ricorrere ad una **funzione di forzatura**, che obbliga l'utente a fare qualcosa prima di poter ottenere ciò che vuole.

Dare un feedback

- Il modo più efficace per aiutare gli umani a svolgere meglio le diverse mansioni è dare loro un feedback. I sistemi ben congegnanti fanno sapere agli utilizzatori quando agiscono correttamente e quando effettuano errori.

Comprendere le “mappature”: dalla scelta al benessere

- Quando compiamo una scelta, e cerchiamo di stabilire una **relazione tra la scelta stessa ed il benessere** che ne trarremo intraprendendola, si definisce: **mappatura**.
- Un buon sistema di architettura delle scelte aiuta gli individui a perfezionare la propria capacità di mappare le decisioni, e dunque a scegliere le opzioni che possono accrescere il loro benessere.
- Un architetto delle scelte può cercare di rendere più comprensibili le informazioni sulle diverse opzioni, trasformando i dati numerici in unità che si traducono più facilmente in un uso effettivo.

Strutturare le scelte complesse

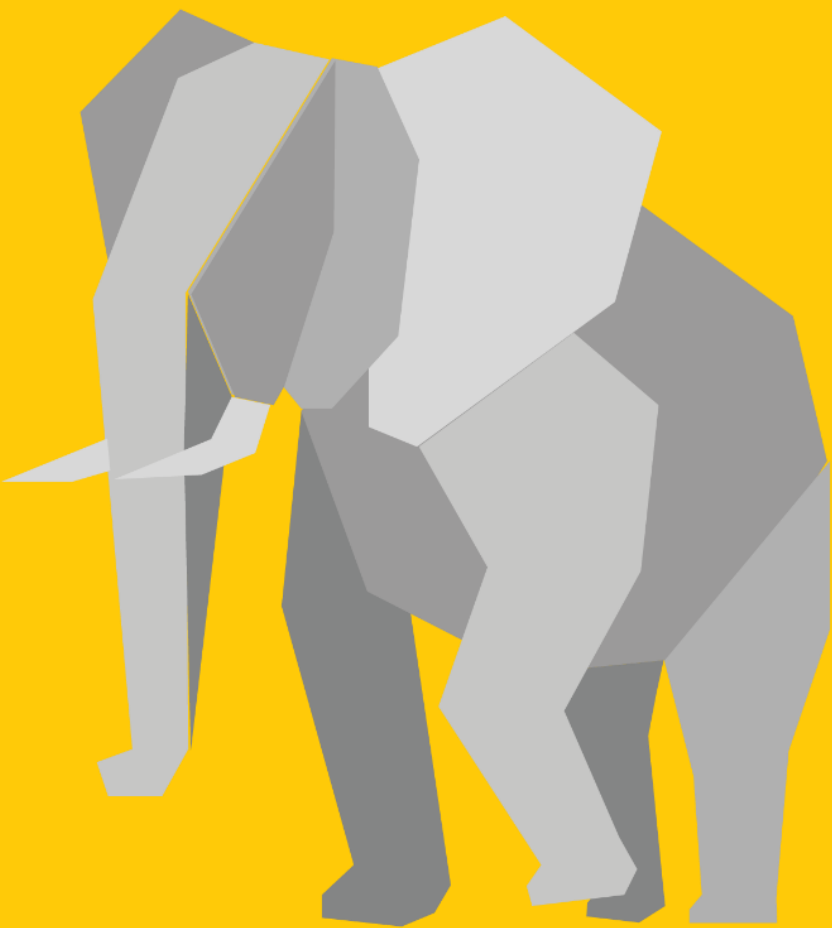
- Nell'effettuare le proprie scelte, le persone adottano strategie differenti a seconda del numero e della complessità delle opzioni disponibili. Quando ci si trova davanti ad un piccolo numero di alternative chiaramente comprensibili, si ha la tendenza a esaminare tutti gli attributi di tutte le alternative, facendo ove necessario scelte di compromesso. Ma quando l'insieme delle possibili scelte si fa molto grande bisogna usare strategie differenti, e questo può creare problemi.
- Una possibile strategia è l'**eliminazione per aspetti**: l'individuo decide innanzitutto quali sono le caratteristiche più importanti, stabilisce una soglia massima e quindi elimina tutte le alternative che non soddisfano questo criterio; il processo si ripete attributo per attributo fino a quando non si compie una scelta oppure l'insieme delle possibili opzioni viene ridotto in misura sufficiente da consentire una valutazione dei finalisti secondo una strategia compensativa.
- Quando si adotta una strategia di semplificazione di questo tipo, le alternative che non soddisfano i criteri minimi prestabiliti vengono scartate anche se sono favolose da tutti gli altri punti di vista.

Incentivi

- Nel progettare un'architettura delle scelte bisogna tener conto degli incentivi. Gli architetti dotati di buon senso daranno i giusti incentivi alle persone giuste. Un modo per cominciare a ragionare sugli incentivi e porsi quattro domande riguardo ad una particolare architettura delle scelte:
 1. Chi usa?
 2. Chi sceglie?
 3. Chi paga?
 4. Chi trae profitto?
- Il mercato spesso risolve tutti i problemi fondamentali dando gli individui incentivi a produrre buoni prodotti e venderli al giusto prezzo.
- Molti mercati pullulano di conflitti di incentivi.

Incentivi

- La più importante modifica che va fatta all'analisi tradizionale degli incentivi è introdurre **l'idea di rilevanza**: chi sceglie si accorge effettivamente degli incentivi con cui si confronta? Un'analisi dei sistemi di architettura delle scelte dovrà tener conto di questa domanda.
- Naturalmente sulla rilevanza, è possibile agire, e un bravo architetto delle scelte farà il possibile per focalizzare l'attenzione degli individui sugli incentivi (in alcuni ambiti, si può volere che la rilevanza dei guadagni e perdite sia trattata in maniera simmetrica).



COME PREPARARSI ALLA PRESENTAZIONE

Come scaricare un paper dalle risorse dell'Università

Supponiamo che io stia cercando, e voglia scaricare il seguente paper:

Allcott, H., & Taubinsky, D. (2015). **Evaluating behaviorally motivated policy: Experimental evidence from the lightbulb market.** *American Economic Review*, 105(8), 2501-38

Mi basterà copiare il nome dell'articolo sulla barra di ricerca del seguente sito:

<https://librarysearch.uniroma2.it/>



- NUOVA RICERCA
- CERCA RIVISTA
- RICHIESTA FORNITURA DOCUMENTI
- RECUPERA COPIA
- SCORRIMENTO

Cerca tutto

Tutte le risorse

RICERCA AVANZATA

Un nuovo strumento per le tue ricerche

Tor Vergata Library Search è un servizio innovativo che consente di interrogare, attraverso un'unica interfaccia di ricerca:

- Riviste online
- Banche dati e collezioni digitali
- L'Archivio della ricerca dell'Università Tor Vergata (ART)
- Le collezioni possedute dalle biblioteche dell'Ateneo
- Risorse ad accesso aperto

Se studi o lavori all'Università Tor Vergata autentificati per:

- Definire il tuo profilo e le tue preferenze
- Accedere alle risorse
- Salvare, scaricare e condividere i risultati delle ricerche
- Prenotare un libro

Novità

MediaLibraryOnLine: ebook, musica, film, giornali, banche dati, corsi di formazione online ...

Le Biblioteche

- Biblioteca dell'Area Biomedica - Paolo M. Fasella
- Biblioteca dell'Area di Ingegneria
- Biblioteca dell'Area Economica - Vilfredo Pareto
- Biblioteca dell'Area Giuridica
- Biblioteca dell'Area Letteraria, Storica, Filosofica
- Biblioteca dell'Area Scientifico Tecnologica

Come fare per ...

Accesso da rete esterna con VPN

Full text disponibile presso: [JSTOR Arts and Sciences I](#)

Disponibile da 1911 volume: 1 fascicolo: 1.

Più recenti 3 Anno/i Non disponibile.

Full text disponibile presso: [JSTOR Business Collection](#)

Disponibile da 1911 volume: 1 fascicolo: 1.

Più recenti 3 Anno/i Non disponibile.

Full text disponibile presso: [Business source complete](#)

Disponibile da 1911.

Più recenti 2 Anno/i Non disponibile.

Note pubbliche:

Nella barra di ricerca selezionare l'ambito di ricerca EBSCO per effettuare ricerche in questa ed altre banche dati distribuite da EBSCO. Cliccare sul link qui sopra per interrogare direttamente la banca dati

Versione Open Access del full text trovata tramite: [Unpaywall](#)

Full text disponibile presso: [Visualizza Full Text](#)

Disponibile da 1999.

Servizi aggiuntivi

[Cerca in Google Scholar](#)

This site uses cookies to provide you with a better experience. For information on our cookie policy, please visit [this page](#). By continuing to use the site or closing this banner, you are agreeing to our terms of use.

Access provided by **Università degli Studi di Roma Tor Vergata**



Search JSTOR

All Content



[Log in](#) | [Register](#)

Advanced Search

Browse ▾

Tools ▾

[About](#) [Support](#)

[The American Ec...](#) / [Vol. 105, No. 8...](#) / Evaluating Beha...

Share ▾

Save

Download PDF

JOURNAL ARTICLE

Evaluating Behaviorally Motivated Policy: Experimental Evidence from the Lightbulb Market

Hunt Allcott and Dmitry Taubinsky



The American Economic Review
Vol. 105, No. 8 (AUGUST 2015), pp. 2501-2538 (38 pages)

Published by: [American Economic Association](#)

< [Previous Item](#) | [Next Item](#) >

<https://www.jstor.org/stable/43821347>



1 of 38 pages

American Economic Review 2015, 105(8): 2501–2538
<http://dx.doi.org/10.1257/aer.20131564>

Evaluating Behaviorally Motivated Policy: Experimental Evidence from the Lightbulb Market[†]

By HUNT ALLCOTT AND DMITRY TAUBINSKY*

Imperfect information and inattention to energy costs are important potential motivations for energy efficiency standards and subsidies. We

PDF

Help

American Economic Association

Evaluating Behaviorally Motivated Policy: Experimental Evidence from the Lightbulb Market
Author(s): Hunt Allcott and Dmitry Taubinsky
Source: *The American Economic Review*, Vol. 105, No. 8 (AUGUST 2015), pp. 2501-2538
Published by: American Economic Association
Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/43821347>
Accessed: 29-04-2020 10:24 UTC

JSTOR is a not-for-profit service that helps scholars, researchers, and students discover, use, and build upon a wide range of content in a trusted digital archive. We use information technology and tools to increase productivity and facilitate new forms of scholarship. For more information about JSTOR, please contact support@jstor.org.

Your use of the JSTOR archive indicates your acceptance of the Terms & Conditions of Use, available at <https://about.jstor.org/terms>

Come presentare un paper

La presentazione di un paper dovrebbe seguire questa scaletta:

- **Introduzione** in cui si cita la letteratura ed il contesto preesistenti (Qualcuno si è già posto questo domande di ricerca? Quali sono stati i risultati? Ci sono delle politiche in atto? Di che natura è il problema che stiamo per affrontare?)
- **Domande di ricerca**
- **Indagine delle domande** (che tipo di ricerca è? Un esperimento? Un'indagine statistica? Qual è il disegno dell'esperimento? Qual è il modello econometrico della ricerca?)
- **Risultati della ricerca** (che cosa abbiamo scoperto grazie a questa ricerca? Ci aspettavamo questo risultato? Contraddice o prova gli studi precedenti?)
- **Conclusioni** dello studente riguardo i risultati ed eventuali proposte su come questo articolo ci aiuta nello studio delle PPC.

Regole Generali

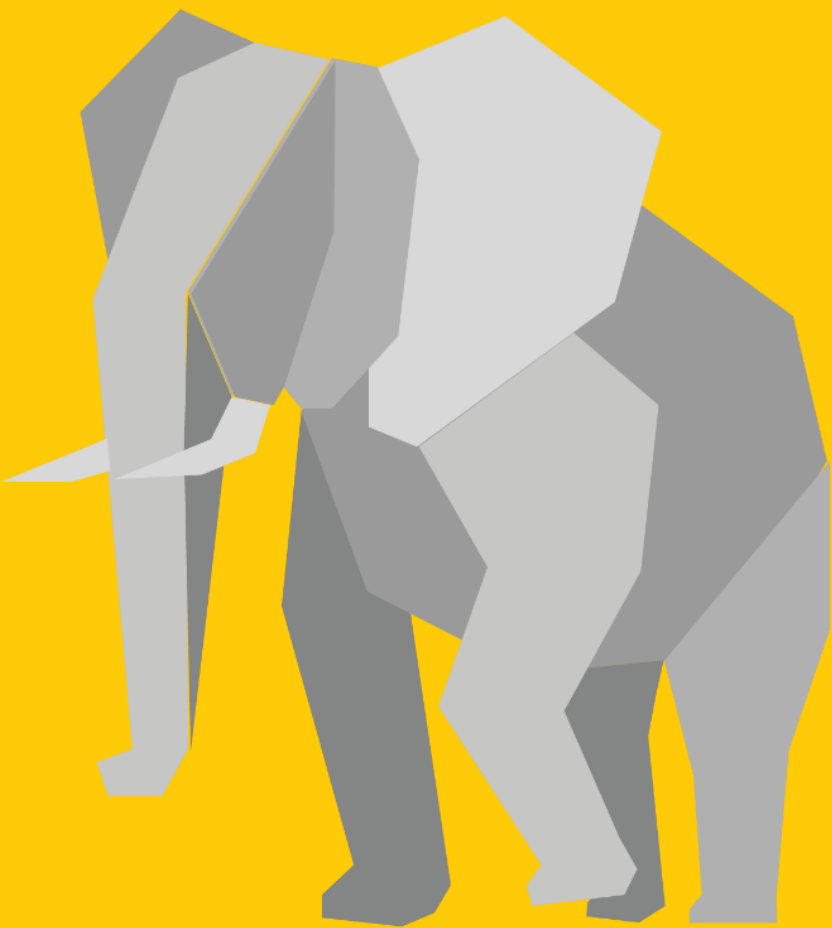
La presentazione deve durare all'incirca 15 minuti (il numero di slides è ininfluyente).

Verrà presentata dagli studenti condividendo lo schermo su Teams, con microfono e videocamera accesi.

Dev'essere inviata:

- alla mail luisa.lore@uniroma2.it;
- entro l'inizio della lezione in cui si deve presentare;
- in formato pdf (la presentazione può essere fatta su PowerPoint, o su qualsiasi altro programma, ma dev'essere esportata in formato pdf);
- con il seguente nome: **Nome_Cognome_matricola.pdf** (ad esempio Luisa_Lorè_0123456.pdf).

Solo rispettando tutte le indicazioni sopraelencate la presentazione potrà essere valutata.



**COME
FUNZIONERANNO I
LABORATORI DI
POLICY MAKING**

Cos'è una simulazione

L'utilizzo delle simulazioni all'interno delle lezioni vi aiuta a comprendere il reale funzionamento (e l'applicazione pratica) di tutto quello che si apprende in classe, che altrimenti rischia di rimanere come una serie di concetti che non trovano un riscontro nella vita economico-politica della nostra società.

Durante una simulazione è importante il *gioco delle parti*, comportarsi quindi, esattamente come si comporterebbe l'individuo che stiamo impersonando (anche se non sposiamo pienamente le sue idee, o se la cosa ci appare sciocca). Questo ci darà la possibilità di apprendere tantissimo da quest'esperienza.

Come funzionerà il nostro laboratorio

- Ci troviamo all'interno di una riunione organizzata dal Ministero X, di cui la docente è il ministro, in cui partecipano alcuni dei migliori esperti di PPC per la tematica X della Nazione (gli studenti).
- Il ministro non sa nulla di cosa siano le politiche comportamentali, ma ha deciso di provare ad attuarne alcune per risolvere un enorme problema che affligge la Nazione.
- Dopo aver spiegato con chiarezza quale sia il problema da risolvere, chiederà a turno l'intervento degli esperti che avranno il compito di proporre delle idee per risolvere o alleviare il problema, corredandole però di motivazioni sul perché quella specifica politica può essere utile in relazione al comportamento dei cittadini e alle ipotesi di come questo potrebbe cambiare in seguito.
- Il ministro dopo aver fatto più giri di tavolo, potrà fare ulteriori domande, porre limiti, fare richieste specifiche oppure presentare ulteriori problemi.

Regole Generali

La simulazione si svolgerà in gruppi (per mera praticità), ma è un lavoro individuale di ogni studente.

Ogni lunedì verrà annunciata la problematica su cui si lavorerà durante la lezione del mercoledì, gli studenti sono invitati a fare un breve ricerca per contestualizzare il problema e soprattutto a prendere spunto da tutto quello che è stato fatto in classe (le lezioni della prima settimana per una base teorica, e le presentazioni dei colleghi per la tematica specifica) per proporre alcune idee sulle PPC da attuare per risolvere o attenuare la problematica in esame.