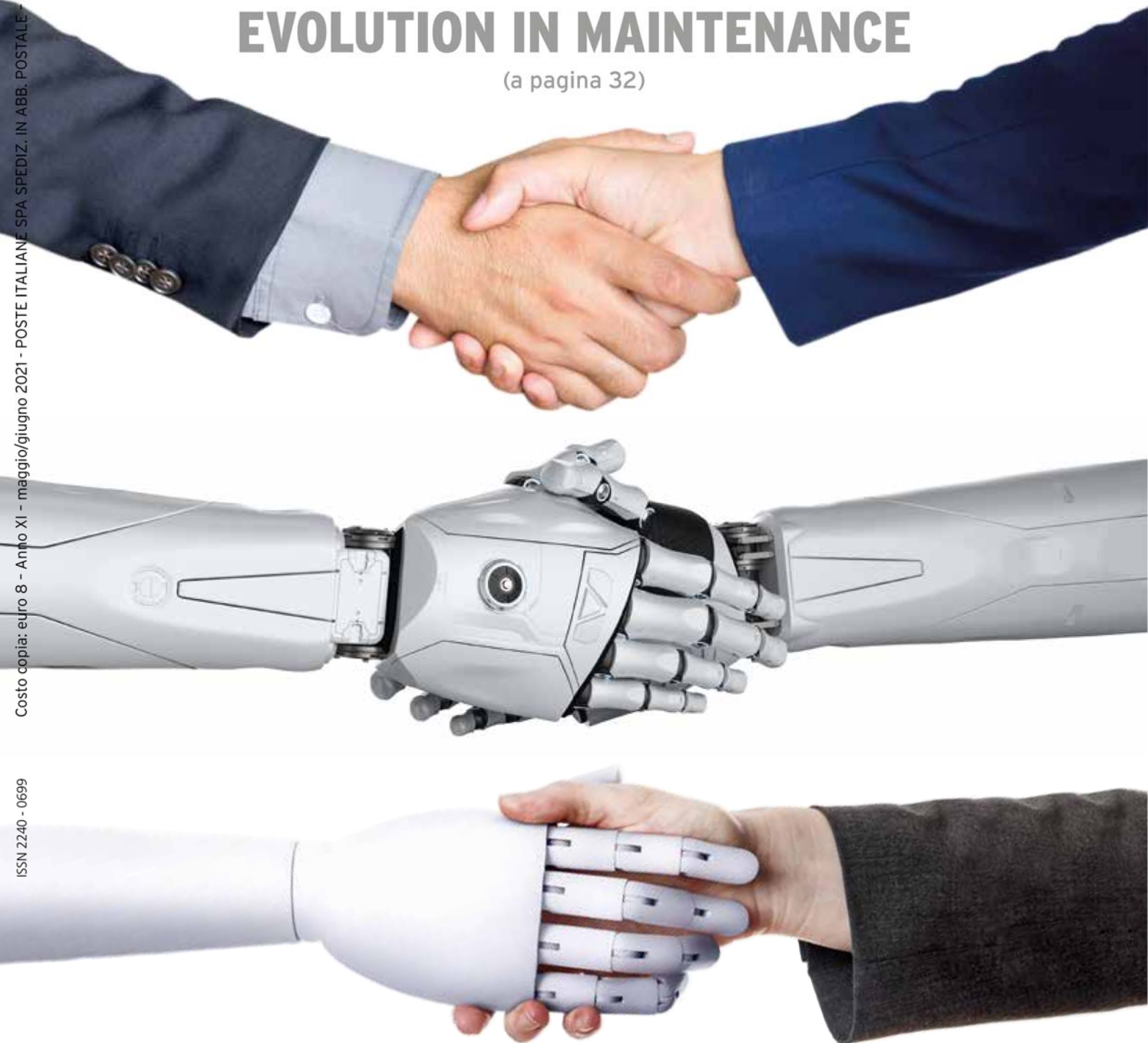


COM.PACK

IL BIMESTRALE SULL'ECO-PACKAGING

EVOLUTION IN MAINTENANCE

(a pagina 32)





L'abbandono si combatte dando una soluzione

Per evitare che si getti dove capitano i piccoli rifiuti, adottato il criterio del nudge in un Comune a nord di Milano



Togliere i cestini dentro un parco pubblico è una spinta gentile ed è una soluzione: e funziona.

Cono o coppetta? Coppetta. Il cliente paga e saluta, passeggia tra le vetrine dei vicoli storici, raggiunge la piazza centrale. Ormai la coppetta è vuota. Si guarda attorno, ma è un'affollata domenica di bella stagione e i cestini sono traboccanti. Cosa farà?

Quello che gli è rimasto tra le mani è un piccolo problema che, tuttavia, moltiplicato di persona in persona, di giorno in giorno, di piazza in piazza, si traduce in un fenomeno globale. Il nudge, la "spinta gentile", agisce proprio lì, a livello di una singola, piccola scelta che si traduce però nell'adozione di un generale comportamento positivo, in questo caso applicato al rispetto dell'ambiente.

L'esempio del gelato è uno di quelli che Mau-

rizio Bertinelli, assessore del Comune di Vimercate, utilizza per raccontare in che modo ha cercato di mettere in pratica la "spinta gentile" sul territorio che amministra – con il sostegno di una campagna di comunicazione intitolata #bastapoco – per contribuire a una diminuzione, a una migliore gestione dei rifiuti e a contrastare il fenomeno dell'abbandono.

Il suo punto di partenza è stata una situazione già virtuosa: la cittadina in provincia di Monza e Brianza (26mila abitanti) aveva, all'inizio del suo mandato, un tasso di differenziata del 78%. "Monitorando mese per mese l'andamento dei rifiuti abbiamo cercato di capire quali fossero i fronti su cui lavorare, individuando problemi che si presentavano in situazioni puntuali e che si potevano risolvere, coinvolgendo la cittadinanza, con il nudge. Agire con sanzioni, divieti e richiami non è la strada: occorre adottare, invece, un approccio comportamentale che deve diventare quotidianità."

Uno dei primi interventi ha riguardato i parchi. "Tutti i cestini, tranne quelli collocati all'ingresso, sono stati rimossi. Contrariamente a quanto si potrebbe immaginare, i rifiuti abbandonati sono diminuiti. L'operazione è stata accompagnata da una comunicazione ben visibile e leggibile. Dove non ci sono accumuli di rifiuti, le persone ci pensano due volte prima di buttarli per terra. La riflessione si è perciò ampliata a tutta la cittadina: dove collocare i cestini pubblici perché siano davvero un servizio e non un'inutile comodità? In un quartiere residenziale servono davvero? Li abbiamo anche sostituiti con quelli a bocca più stretta, per evitare che vengano riempiti con sacchetti di indifferenziato."



Il lavoro dell'assessorato di Bertinelli si è indirizzato poi anche a scuole e aziende. "L'idea è che la raccolta differenziata, per essere davvero efficace, sia calata nel particolare, attraverso messaggi e azioni mirate: che senso ha raccogliere il vetro a scuola, se non ci sono rifiuti di vetro? Meglio, invece, concentrarsi su messaggi coerenti con il contesto. Lo stesso nelle aziende: spesso in corrispondenza delle macchinette automatiche si trovano grandi bidoni dove si finisce per buttare di tutto. Abbiamo invece proposto di realizzarne di diverse misure, di allontanare il più possibile quello dell'indifferenziata, perché sia davvero l'ultima scelta."

Per sensibilizzare le aziende del territorio e incentivare buone pratiche, è stato realizzato "L'albo delle buone pratiche", dove possono trovare visibilità iniziative per la riduzione dei rifiuti e della plastica. La strategia globale di attenzione al tema dell'abbandono è stata declinata in progetti come l'introduzione dei volontari civici, che semplicemente con la loro presenza scoraggiano comportamenti scorretti, o il lavoro sul mercato cittadino. O ancora sulle feste e sagre di paese, per le quali è stato stilato un regolamento che prevede l'uso di stoviglie e contenitori esclusivamente in materiali biodegradabili o ecoplastiche.

"Le difficoltà non mancano e occorre sempre una visione globale, in sintonia tra pubblica amministrazione e tecnici comunali, con la cittadinanza e le aziende. Le multe, però, non funzionano: non vengono pagate, accertare i comportamenti è difficile e non è possibile far-

lo regolarmente. Quello che serve sono piccole azioni che devono diventare virali."

Come nel caso della coppetta di gelato. "Abbiamo proposto alle gelaterie del centro di collocare in piazza un grande cestino, da svuotare la sera, ben visibile, con la loro pubblicità, e l'invito preciso a gettare lì i contenitori del gelato. Una ha aderito, e ha funzionato."

A proposito di asporto, la pandemia ha causato anche a Vimercate un'esplosione dei rifiuti da imballaggi e contenitori di cibi e bevande consumati all'aperto. Anche in questo caso la direzione scelta è stata quella del nudge: "In collaborazione con Giacimenti Urbani abbiamo partecipato a un bando di Fondazione Cariplo e da giugno partirà un progetto – modellato su un'esperienza svizzera – grazie al quale proporremo a ristoranti e bar contenitori riutilizzabili al posto degli usa e getta." (di **Letizia Rossi**) ■



Maurizio Bertinelli, assessore uscente del Comune di Vimercate, ha sperimentato il 'nudge' con successo. Le multe non funzionano, il design sì.

SUGGERIMENTI 'FURBI'

Il nudge viene definito nel libro "La spinta gentile" di Richard H. Thaler e Cass R. Sunstein "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. ... deve poter essere evitato facilmente e senza costi aggiuntivi".

Nasce dalle teorie della psicologia ed economia comportamentale che si fondano sull'osservazione del funzionamento del cervello umano. Pare, infatti, che i nostri meccanismi mentali nel prendere decisioni siano più complessi di come la razionalità impone. In sostanza non è solo la logica razionale che determina le nostre scelte. Anzi, siamo permeabili a tante sollecitazioni che agiscono sulle nostre emozioni. Le componenti emotive prevalgono sulla razionalità e ci fanno prendere delle scorciatoie (euristiche) o ci polarizzano (bias).

Tali scorciatoie e distorsioni, proprio perché normalmente funzionano, producono anche errori sistematici. Esattamente partendo da questi, si possono orientare le scelte di noi tutti verso comportamenti positivi, nelle intenzioni di chi progetta l'orientamento. Questo si compie attraverso i nudge: suggerimenti comportamentali a cui è difficile resistere. Spinte o pungoli gentili che ci aiutano ad 'agire' nuove azioni.

Irene Ivoi, architetto.

Il suo diario <https://www.ireneivoi.it> è dedicato al nudge.

