

SCELTE VIRTUOSE PIÙ VISIBILI AIUTANO L'AZIONE PER IL CLIMA

UNO STUDIO INTERNAZIONALE RIVELA CHE L'ADOZIONE DI SCELTE VIRTUOSE È MAGGIORE DOVE QUESTI COMPORAMENTI SONO PIÙ VISIBILI E NEI CONTESTI IN CUI CI SI ASPETTA CHE ANCHE ALTRI FARANNO LO STESSO. UNA MOBILITAZIONE DAL BASSO POTREBBE ARRIVARE A PRODURRE TRASFORMAZIONI SU LARGA SCALA E INFLUENZARE SCELTE POLITICHE.

La diffusione dei pannelli solari è maggiore nei quartieri in cui le case che montano pannelli solari sono più visibili. E la diffusione di auto ibride è maggiore nelle aree in cui circolano modelli che esistono solo nella versione ibrida, cioè immediatamente riconoscibili come “auto ecologiche”. Sono solo due esempi di quanto l'adozione di scelte e comportamenti sostenibili sia legata alla loro visibilità. Per arrivare finalmente a mobilitare i cittadini (e gli stati) su vasta scala nella lotta al cambiamento climatico, promuovere questa visibilità potrebbe allora rivelarsi la strategia vincente. Perché vedere la disponibilità altrui a “fare la cosa giusta” per l'ambiente ci rassicura sul non essere i soli impegnati su questo fronte.

In uno studio pubblicato sulla *Review of Environmental Economics and Policy*, ricercatori dell'Università di Bologna, della Georgia State University (Usa) e della Princeton University (Usa) hanno fatto il punto sui numerosi esperimenti e contributi di ricerca che si sono accumulati negli ultimi anni sul tema della cooperazione per la gestione sostenibile dei beni comuni locali e globali, con un'attenzione particolare all'attenuazione dei cambiamenti climatici. E dai risultati emerge che i cittadini sono spinti a compiere azioni utili per l'ambiente quando la loro visibilità è alta a livello locale: un effetto a catena che moltiplica la diffusione dei comportamenti positivi fino a trasformarli in “norme sociali”. Non solo, aggiungono i ricercatori: questo meccanismo di azione dal basso può allargarsi fino a produrre trasformazioni su larga scala e arrivare a influenzare anche gli accordi internazionali sul clima.

“Seguendo le teorie economiche classiche si arriva a formulare previsioni piuttosto pessimistiche sulla nostra capacità di affrontare il problema del cambiamento



climatico”, dice Alessandro Tavoni, ricercatore dell'Università di Bologna tra gli autori dello studio. “Ma la nascita e la diffusione dei tanti movimenti dal basso per la riduzione delle emissioni che abbiamo visto negli ultimi tempi sembra smentire questa impostazione. Il nostro studio mostra il potenziale delle iniziative locali e suggerisce alle istituzioni di promuoverle come esempi da diffondere a tutti i livelli”.

Il potere della visibilità

Come dimostrano le difficoltà che emergono quando si cerca di stabilire e far rispettare accordi a livello internazionale, dare impulso ad azioni comuni per la lotta al cambiamento climatico non è affatto semplice. Per almeno due motivi: i benefici che

derivano dal comportamento virtuoso di un singolo attore – che sia una persona o uno stato – vengono goduti anche da chi non ha adottato lo stesso comportamento, e l'effetto di questi benefici non è comunque immediato, ma andrà ad influenzare soprattutto le generazioni future.

Come fare allora per superare questi ostacoli e arrivare a una cooperazione diffusa che possa portare alla riduzione delle emissioni? Un potenziale ancora poco sviluppato – suggeriscono i ricercatori – è quello delle azioni locali. Il comportamento delle persone è influenzato infatti dalle “norme sociali” che prendono forma intorno a loro: come agiscono i vicini, i conoscenti, i colleghi, cosa succede e come si trasforma l'area in cui vivono. E questo vale anche per i comportamenti legati ai cambiamenti climatici, nonostante la dimensione globale del problema.

“Se prendiamo ad esempio due azioni di riduzione delle emissioni come l'installazione di pannelli solari o l'acquisto di un'auto ibrida – spiega Alessandro Tavoni – notiamo che le persone sono più invogliate a scegliere queste soluzioni se vedono che altri nella loro cerchia sociale le hanno già adottate”. Un meccanismo di imitazione, questo, che può essere sfruttato anche in modo attivo per favorire comportamenti virtuosi. Si è visto, ad esempio, che informare le persone sul livello di consumo energetico delle loro abitazioni in relazione alla media registrata dalle abitazioni vicine favorisce, nel caso di valori sopra la media, la riduzione dei consumi. Ricordare alle persone quanto sia importante risparmiare energia, inoltre, evita che chi consuma meno della media decida di consumare di più.

Il ruolo della fiducia

Il passo successivo, a questo punto, è diffondere le azioni virtuose per la riduzione delle emissioni su contesti più ampi. Ed è qui che, accanto alla visibilità, entra in campo un altro elemento decisivo: la fiducia. *“Nei paesi in cui il livello di fiducia reciproca è alto, sono maggiori le azioni intraprese dai singoli cittadini per la riduzione delle emissioni”, dice infatti Tavoni. “Questo perché ci si aspetta che i propri concittadini, e magari anche i cittadini di altri paesi, si impegneranno allo stesso modo per favorire il bene comune”. Alcuni studi, ad esempio, hanno mostrato come cittadini svedesi*



o svizzeri siano disposti a versare un contributo per mitigare gli effetti del cambiamento climatico se convinti che ci sia un'alta percentuale di persone nel loro paese che farebbe lo stesso.

Quando si parla di azioni per contrastare il cambiamento climatico, del resto, la fiducia (o la sua mancanza) è decisiva anche nelle relazioni internazionali e nelle complesse trattative per raggiungere accordi condivisi. A questo livello, l'analisi dei ricercatori mostra che una soluzione efficace è l'annuncio da parte di un paese o di un gruppo di paesi di azioni significative per la riduzione delle emissioni. Queste scelte politiche, infatti, finiscono per influenzare gli altri stati, che a loro volta decidono di intraprendere azioni simili. Un esempio viene dall'Irlanda, che ha annunciato poche settimane fa di essere pronta a far salire la tassa sull'anidride carbonica fino ad 80 euro per tonnellata di CO₂; uno dei numeri suggeriti nel recente rapporto sul clima firmato da Nicholas Stern e Joseph Stiglitz.

Il processo di negoziazione che ha portato all'Accordo di Parigi sui

cambiamenti climatici – suggeriscono i ricercatori – potrebbe essere stato condizionato proprio da questo meccanismo di influenza e imitazione da parte dei diversi paesi coinvolti. Tanto che l'annuncio del ritiro degli Stati Uniti dall'accordo non è stato seguito da altre defezioni. *“Al contrario – precisa Alessandro Tavoni – la decisione degli Stati Uniti è stata contrastata da una maggiore spinta alla coesione. La Francia, ad esempio, ha di recente organizzato un summit riservato ai soli paesi decisi a impegnarsi per la lotta al cambiamento climatico, mentre l'Unione europea ha proposto di collegare gli accordi commerciali con le politiche di riduzione delle emissioni”.*

Lo studio è stato pubblicato sulla *Review of Environmental Economics and Policy* con il titolo “Cooperation in the Climate Commons”.

Stefano Carattini¹, Simon Levin², Alessandro Tavoni³

¹ Georgia State University, Usa

² Princeton University, Usa

³ Università di Bologna, Dipartimento di Scienze economiche