

La scienza comportamentale per aiutare i cittadini a fare più efficienza energetica

canaleenergia.com/rubriche/consumer/la-scienza-comportamentale-per-aiutare-i-cittadini-ad-essere-piu-efficienti/

February 4, 2021



Cittadinanzattiva è il player italiano coinvolto in prima persona nel progetto europeo Nudge. L'iniziativa che si propone di **attuare interventi sul comportamento dei consumatori** volti a portarli a realizzare un cambiamento virtuoso in ottica di sostenibilità. Un cambiamento che si svilupperà grazie a nozioni di scienza comportamentale è che è orientato a maggiore consapevolezza e in ambito di sostenibilità ambientale. Quindi con l'adozione di corrette azioni di efficienza energetica. Un cambiamento che dovrà quindi valorizzare il potenziale anche guardando alle politiche pubbliche.

Con Tiziana Toto, responsabile energia e ambiente di Cittadinanzattiva

vediamo nel dettaglio le azioni che coinvolgeranno l'associazione e capiamo perché è stato scelto l'approccio della **scienza comportamentale**, infine vediamo quali e come saranno i cittadini coinvolti.

Sono diversi i progetti e i piloti che sono stati realizzati ad oggi in ambito europeo e internazionale per coinvolgere i consumatori nel migliorare le scelte di efficienza energetica, perché secondo voi la scienza comportamentale possono fare la differenza?

La Transizione Energetica e tutto ciò che ne deriva viene percepita come argomento eccessivamente tecnico e poco comprensibile ai cittadini, una questione troppo grande per essere gestita a livello individuale. Di conseguenza, a causa della sensazione di inefficacia di ogni azione singola, i cittadini preferiscono adottare un approccio conservativo frustrando i numerosi tentativi volti a cambiare il loro comportamento in modo più sostenibile.

La **scienza comportamentale** può fare la differenza in quanto a partire da una raccolta di informazioni che aiuti a comprendere cosa determini la scelta dei singoli può aiutare a progettare e realizzare interventi concreti e informativi più chiari e semplici, quindi a misura dei cittadini. Ciò detto, la scienza comportamentale oltre ad informare deve mirare ad un effettivo coinvolgimento dei cittadini, per renderli parte attiva del cambiamento e aumentarne il senso di responsabilità rispetto alle scelte che compiono in determinate situazioni e contesti. Ciò può avvenire attraverso comunicazioni mirate (i c.d. nudge) che dovrebbero stimolare questo senso di responsabilità e stimolare anche una “sana competizione” in termini di adozione di comportamenti virtuosi rispetto ad altri soggetti/conoscenti e amici/parenti che si trovano in situazioni e contesti simili.

È il primo progetto europeo che seguite su questo tema?

Sulle tematiche energetiche Cittadinanzattiva ha già partecipato in passato ad altri progetti europei come ad esempio **Citizenenergy**, finanziato nell’ambito del programma Intelligent Energy Europe della Commissione Europea, e finalizzato a colmare il divario esistente tra la consapevolezza dei cittadini sui vantaggi delle energie rinnovabili e la partecipazione attiva allo sviluppo delle stesse anche favorendo e facilitando loro investimenti in progetti di energia sostenibile.

Qual è il ruolo di Cittadinanzattiva nel progetto Nudge?

In linea con il proprio impegno per le politiche energetiche a livello nazionale ed europeo, Cittadinanzattiva ha deciso di partecipare al progetto pluriennale “Nudge”, che ha avuto inizio a Settembre 2020.

Cittadinanzattiva ha deciso di partecipare al progetto alla luce sia della situazione italiana in materia di energie rinnovabili, sia alla luce del ruolo centrale che avrà la transizione energetica e più in generale il Green Deal nell’ambito delle politiche europee. A ciò si associa la volontà di contribuire a stimolare un ruolo attivo tra i cittadini, elemento che risulterà determinante per la riuscita del progetto. Con questo progetto Cittadinanzattiva conferma non solo il suo impegno a lungo termine sui temi legati all’energia, ma anche il suo interesse per le attività finalizzate al raggiungimento degli obiettivi dell’Agenda 2030. Nello specifico, **l’impegno di Cittadinanzattiva si concentrerà**, in particolare, su:

- raccolta e analisi di dati attraverso **questionari rivolti a cittadini e ad associazioni di consumatori** in diversi Paesi Europei;
- un seminario con le associazioni di consumatori provenienti da diversi Paesi Europei;

- Attività di advocacy a livello europeo, mediante un evento pubblico al Parlamento Europeo nel quale presentare raccomandazioni ai decisori politici.
- Evento finale del progetto.

Cittadinanzattiva svolgerà queste attività attraverso la sua rete europea Active Citizenship Network, aggregazione informale che conta centinaia di associazioni da 32 Paesi Europei, quindi anche extra EU.

Entro quando sarà pronto il questionario e come sarà distribuito?

Il questionario è stato finalizzato a fine gennaio 2021 e verrà divulgato con l'inizio di febbraio nei paesi del consorzio (Italia, Germania, Olanda, Belgio, Croazia, Portogallo, Grecia) in modo da testarlo in questi paesi e analizzare i primi risultati. Tra la seconda metà di febbraio e l'inizio di marzo verrà invece lanciato e divulgato ufficialmente in tutta Europa, e sarà disponibile nelle seguenti lingue: inglese, olandese, francese, italiano, portoghese, croato, greco, tedesco, lituano, lettone, rumeno, sloveno, slovacco, e spagnolo.

Il questionario sarà disponibile online e il link verrà diffuso da Cittadinanzattiva tramite la sua rete europea attraverso newsletters, siti web, social media, etc. Di particolare importanza sarà il sostegno che riceveremo da nostri media partner, quale è Canale Energia per l'Italia e Innovation News Network per l'Europa. Parimenti fondamentale sarà la collaborazione che ci attendiamo di ricevere da una serie di organizzazioni della società civile e di consumatori di diversi paesi europei che con l'occasione vorrei citare ringraziandole anticipatamente per l'interesse che hanno dimostrato all'iniziativa: Centro per l'educazione e l'informazione dei consumatori – Ceip (Croazia), Associazione Croata per la protezione dei consumatori – Cacp (Croazia), Indecosa (Francia), Ifok (Germania), Unione dei consumatori lavoratori della Grecia (Grecia), Associazione Talented Borders (Lettonia), Associazione Nazionale Saugok Save (Lituania), Associazione Lituana dei Consumatori (Lituania), Associazione per i diritti dei consumatori (Malta), Associazione Maltese dei Consumatori – Cam (Malta), Associazione InfoCons (Romania), Associazione delle organizzazioni di consumatori – A3S (Slovacchia), Associazione Slovena dei Consumatori – Zps (Slovenia), Associazione Social-Mentes-Canarias (Spagna), Confederazione di consumatori e utenti – Cecu (Spagna), Associazione di Murcia di consumatori e utenti – Consumur (Spagna), e l'Unione Europea dei Consumatori – Ecu.

Il progetto guarderà a che target di consumatori? Avete pensato di includere anche i poveri energetici?

Il questionario è stato deciso di non stabilire nessun target specifico, in quanto il progetto Nudge si rivolge a tutti i consumatori europei, di qualsiasi genere, età, stato sociale, etc. Di conseguenza, il questionario è scritto in modo chiaro e semplice così che chiunque possa rispondere alle domande riflettendo sulle **proprie abitudini giornaliere e sulla propria consapevolezza riguardo consumo e risparmio di energia.**

A differenza del questionario, i **cinque progetti pilota** che verranno sviluppati nel corso del 2021-2022 (in cinque paesi europei) hanno invece **target ben identificati e diversi tra loro**, in modo da permettere al consorzio di analizzare il comportamento di diversi gruppi di consumatori europei e dimostrare interventi efficaci in vari scenari di consumo energetico.

I progetti pilota si realizzeranno in cinque Paesi Europei (Grecia, Belgio, Portogallo, Germania e Croazia) e si basano su comunità di consumatori preesistenti. Più specificamente, i progetti in **Grecia e Germania** coinvolgeranno **specifici gruppi di clienti di fornitori di energia**, l'iniziativa in **Belgio** coinvolgerà una **comunità di studenti**, mentre i progetti in **Portogallo e Croazia** si baseranno su **preesistenti iniziative locali che includono popolazioni di consumatori diversificate**.

Nel complesso tutti in pilota presentano volutamente **un'elevata eterogeneità** differenziandosi per Paese; gruppi di età; differenze di reddito nella popolazione coinvolta; utilizzo di energia (ad esempio, riscaldamento domestico, ricarica di veicoli elettrici, produzione fotovoltaica), tecnologia utilizzata per rendere operativi gli interventi di efficientamento energetico (es. app mobile, portale web), mezzi di misurazione e comunicazione (es. interazione umana, brevi notifiche da un sistema di feedback, etc.).

Perché avete scelto Canale Energia come media partner dell'iniziativa?

Da molti anni siamo in contatto con le diverse realtà del Gruppo Italia Energia con le quali abbiamo realizzato media partnership ed eventi sulle tematiche energetiche. Nella situazione specifica riteniamo Canale Energia particolarmente in linea con le finalità del progetto, sia in quanto testata altamente specializzata sulle tematiche energetiche sia per l'approccio consumer e orientato ad una informazione semplice e diretta con cui vengono realizzate apposite rubriche.