

Ambiente: gli strumenti per ridurre i consumi energetici

I risultati dei progetti europei Cobham e Penny targati Politecnico di Milano

Milano, 24 luglio 2019 - Come si comportano i consumatori nei confronti delle politiche energetiche e climatiche? Gli interventi di riduzione delle emissioni, dalle tasse alle campagne informative, funzionano davvero?

Il Politecnico di Milano ci dà la risposta: i consumatori sono eterogenei e irrazionali nelle loro scelte sui consumi energetici, le iniziative di sensibilizzazione e gli incentivi sono però validi strumenti per rendere le politiche davvero efficaci e indurre un cambiamento reale.

Lo hanno indagato i due progetti europei del Politecnico di Milano: l'ERC COBHAM del Prof. Massimo Tavoni, che, integrando discipline diverse come economia comportamentale, reti complesse, analisi dei big data e modellistica, ha identificato un modello di comportamento dei consumatori e ne ha valutato l'impatto e il progetto PENNY, che ha studiato le scelte di consumo energetico e di acquisto di prodotti energeticamente efficienti e l'efficacia di strumenti educativi basati sul gioco per migliorare la consapevolezza ambientale delle famiglie.

In particolare, nel progetto **ERC COBHAM (The role of consumer behaviour and heterogeneity in the integrated assessment of energy and climate policies)** sono stati testati su centinaia di migliaia di persone in Europa, Stati Uniti, Cina e in Paesi in via di sviluppo, una varietà di interventi comportamentali e la loro efficacia nel far risparmiare energia ed emissioni di CO₂.

Le analisi di COBHAM si sono concentrate sulle politiche ambientali basate sul "dare informazioni" utilizzando i "nudge" (interventi comportamentali e strumenti informativi per promuovere scelte pro-ambiente). Tra gli altri è stato condotto un esperimento su 500 famiglie americane sull'uso dell'aria condizionata per testare la teoria psicologica della "discrepanza morale", in base alla quale le persone evitano informazioni che potrebbero costringerli ad agire moralmente. L'esperimento ha provato che l'imposizione di un sentimento di obbligo morale per ridurre l'uso di aria condizionata porta ad evitare le informazioni sulle conseguenze dei consumi energetici sull'ambiente. Ovviamente questo effetto è particolarmente significativo quando fuori fa

caldo. Quando le famiglie evitano di conoscere gli impatti ambientali dell'aria condizionata, i loro consumi elettrici aumentano del 10%.

Cobham ha dimostrato come gli interventi comportamentali possano aiutare a ridurre l'impatto ambientale individuale, ma anche come gli effetti varino significativamente per tipologia di famiglia e di politica ambientale e che i "nudge", che sono poco costosi e socialmente accettabili rispetto a strumenti tradizionali come la tassazione ambientale, sono strumenti utili di *accompagnamento* alle politiche pubbliche tradizionali, ma non le sostituiscono.

Anche **PENNY (Psychological social & financial barriers to energy efficiency)**, ha raccolto dati su consumi energetici, caratteristiche socio-economiche, conoscenza energetica e finanziaria, valori ambientali, investimenti e abitudini energetiche, e svolto esperimenti in Italia, Germania, Svizzera e Paesi Bassi per guidare la progettazione di politiche e promuovere abitudini pro-ambientali nei consumatori. Il progetto ha poi applicato metodi innovativi di promozione dei valori ambientali sperimentando l'efficacia di giochi didattici sul consumo energetico nelle scuole italiane e svizzere coinvolgendo 1.500 famiglie.

I risultati di Penny mostrano che esiste ancora un grande margine di miglioramento dell'efficienza energetica nei Paesi analizzati, sia dal punto di vista di un maggior investimento in prodotti efficienti da parte del consumatore sia in un miglior uso delle apparecchiature disponibili.

In conclusione, a seguito della varietà e non razionalità del comportamento umano, la natura e la forma dell'intervento di politica pubblica deve cambiare per poter risultare efficiente. Bisogna affiancare a strumenti di intervento ambientali classici, quali la tassazione, altri come i "nudge" o i sussidi che agiscano sul comportamento umano e facilitino il cambiamento.

COBHAM: European Research Council under the European Union's Seventh Framework Programme (FP7/2007-2013) / ERC grant agreement no. 336155

PENNY: Iniziato a settembre 2017 e in chiusura ad agosto 2019 vede il Politecnico di Milano partner insieme all'ETH di Zurigo (capofila), l'Università di Münster (Germania), l'Università di Groningen (Paesi Bassi), l'Istituto di ricerca "Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM)" e l'Università di Debrecen.