svizzeraenergia

Attuare il nudging nel vostro Comune

Questa lista di controllo vi aiuta a pianificare, attuare correttamente e valutare progetti di nudging nel settore dell'energia e del clima nelle amministrazioni comunali svizzere.

Chiarezza degli obiettivi

- ☐ Quale comportamento concreto nel settore dell'energia e del clima si intende modificare?
- ☐ Il cambiamento di comportamento auspicato contribuisce in modo dimostrabile al raggiungimento degli obiettivi energetici o climatici del vostro Comune?
- ☐ L'obiettivo è misurabile? Quali indicatori vengono utilizzati per valutarlo?

Gruppo target

- ☐ A chi si rivolge esattamente l'iniziativa (inquilini, proprietari, persone anziane e giovani, residenti stranieri ecc.)?
- ☐ Quali ostacoli e quali motivazioni caratterizzano il gruppo target (lingua, peculiarità culturali)?
- ☐ Il soggetto promotore è considerato credibile dal gruppo target? Oppure sarebbe più opportuno affidare l'iniziativa a un'altra organizzazione?

Situazione decisionale

- ☐ Il gruppo target è consapevole di dover prendere una decisione?
- ☐ La decisione avviene nel contesto giusto e al momento giusto?
- ☐ Quali ostacoli al cambiamento comportamentale sono noti?

Scelta o sviluppo del nudge

- ☐ Quale tipologia di nudge è più adatta alla situazione (ad es. opzione predefinita, norma sociale, semplificazione, promemoria, feedback)?
- ☐ Il nudge interviene sulla causa effettiva del problema e non soltanto su un suo sintomo?
- ☐ Esistono esempi o risultati di altri Comuni che dimostrano l'efficacia di questo approccio (vedi le schede del toolbox)?

Se si sviluppa un nudge autonomamente, è possibile fare riferimento al modello EAST del Behavioural Insights Team (2014). Il modello riassume le misure volte a modificare i comportamenti in quattro principi di base: Easy (semplice), Attractive (attraente), Social (sociale) e Timely (tempestivo). La libertà di scelta delle persone resta sempre garantita.

Easy (semplice):
- Utilizzate impostazioni predefinite (opzioni preselezionate).
- Riducete gli sforzi richiesti ed eliminate gli ostacoli burocratici.
- Formulate le informazioni in modo breve, chiaro e comprensibile.

Attractive (attraente):
- Attirate l'attenzione con immagini, colori o segnali chiari.
- Puntate in modo mirato su incentivi, ricompense o feedback.

Social (sociale):
- Mostrate come si comportano le altre persone (norme sociali).
- Fate leva sul bisogno di appartenenza.
- Offrite la possibilità di assumere impegni personali o pubblici.

Timely (tempestivo):
- Rivolgetevi alle persone nel momento in cui devono prendere una decisione.
- Sfruttate fasi della vita o momenti particolari in cui le persone sono maggiormente predisposte al cambiamento (ad es. l'inizio dell'anno o un trasloco).

Protezione dei dati e base legale

- [ ] Sono necessari dati personali, oppure il nudge può funzionare anche senza tali dati (ad es. tramite un'impostazione predefinita)?
- [ ] Esiste una base legale o un consenso per l'utilizzo dei dati?
- [ ] È consentito utilizzare i dati per l'iniziativa di nudging se sono stati originariamente raccolti per un'altra finalità (principio di limitazione della finalità)?
- [ ] I dati utilizzati sono limitati allo stretto necessario? È possibile aggregarli o anonimizzarli?
- [ ] I responsabili della protezione dei dati sono stati coinvolti tempestivamente? Se necessario è stata consultata l'autorità cantonale o comunale competente in materia di protezione dei dati? Per i Comuni si applica in primo luogo la legislazione cantonale sulla protezione dei dati.

Legittimazione politica e giuridica

- [ ] Il progetto gode del necessario sostegno politico è stata concordata con il Municipio?
- [ ] Esiste una base legale per l'azione prevista dell'amministrazione è necessario predisporne una? Questo requisito vale indipendentemente dal trattamento dei dati.
- [ ] Situazioni comparabili vengono trattate allo stesso modo oppure eventuali disparità di trattamento (ad es. in un'area pilota) sono oggettivamente giustificate e limitate nel tempo (principio di uguaglianza giuridica, art. 8 Cost.)?

Risorse e responsabilità

- [ ] Chi è responsabile del progetto internamente? Il compito è assegnato formalmente?
- [ ] Sono disponibili risorse finanziarie e di personale sufficienti per l'attuazione e la valutazione dei risultati?
- [ ] È possibile accedere alle fonti di dati e ai registri necessari (ad es. Registro federale degli edifici e delle abitazioni, tettosolare.ch, Pronovo SA, CECE)?
- [ ] È prevista una collaborazione e un supporto oppure una valutazione indipendente da parte di un partner (università, scuole universitarie professionali, aziende private o ONG)?
- [ ] L'impegno richiesto è proporzionato all'efficacia attesa? Esistono misure più semplici in grado di ottenere risultati analoghi?

Libertà di scelta

- [ ] La libertà decisionale delle persone rimane pienamente garantita?
- [ ] Sono state esaminate le questioni etiche, assicurandosi che non vi siano intenzioni nascoste o manipolative?
- [ ] Il nudge serve gli interessi dei destinatari e non solo quelli dell'amministrazione? È prevista la possibilità di aderire volontariamente (opt-in) o di rinunciare (opt-out)?

Trasparenza

- [ ] L'utilizzo del nudge viene comunicato apertamente?
- [ ] Vengono spiegate le ragioni per cui si ricorre al nudging?

Accettazione e accessibilità

- [ ] Si intende raggiungere anche persone che non padroneggiano la lingua ufficiale, non hanno accesso agli strumenti digitali o necessitano di canali di comunicazione alternativi?
- [ ] È stato chiarito internamente come gestire eventuali critiche o resistenze?
- [ ] In che modo è possibile coinvolgere tempestivamente le persone interessate nell'iniziativa?
- [ ] La comunicazione è coordinata con il Cantone, l'azienda di approvvigionamento energetico e gli altri attori coinvolti? In questo modo si evita che le stesse economie domestiche vengano contattate più volte.

Fase di test

- [ ] Il nudge viene inizialmente testato su scala ridotta (progetto pilota in un quartiere o in una zona, attuazione scaglionata nel tempo)?

Misurazione dell'efficacia

- [ ] È stata rilevata la situazione iniziale prima dell'avvio dell'iniziativa (rilevamento iniziale)?
- [ ] Quali dati permettono di verificare se il nudge è efficace?
- [ ] Esiste un gruppo di confronto che non viene contattato per l'iniziativa?
- [ ] Vengono monitorati eventuali effetti di rimbalzo (rebound) o altri effetti collaterali?
- [ ] L'efficacia si mantiene nel tempo oppure tende a diminuire?
- [ ] Chi valuta i risultati e in quale momento?
- [ ] A partire da quale risultato il nudge viene adattato o interrotto? Stabilite questi valori di soglia prima dell'avvio.

Integrazione

- [ ] Il nudging è inserito in una strategia complessiva (comunicazione, incentivi, regolamentazione)?
- [ ] Il nudge completa in modo sensato le misure esistenti anziché sostituirle?

Dopo l'attuazione

- [ ] Che cosa succede in caso di successo? Il nudge viene riproposto o esteso?
- [ ] Cosa succede se non si ottengono i risultati attesi? L'iniziativa viene modificata o interrotta?
- [ ] Le conoscenze acquisite e i risultati vengono documentati in modo che altri Comuni possano trarne beneficio?

