



Incentivare la raccolta differenziata, si può?

Problema

Gli scarti organici rappresentano un terzo dei rifiuti solidi urbani, dal loro riciclo sarebbe possibile ricavare compost e biogas. Modificando le proprie abitudini, le famiglie potrebbero contribuire a una riduzione dei rifiuti e di conseguenza all'impatto ambientale delle città.

Le persone nelle città producono molti rifiuti solidi e, purtroppo, la quantità di rifiuti che ogni individuo genera sta aumentando più velocemente rispetto al numero di persone presenti nelle città stesse, creando un problema sempre più impellente (World Bank, 2012). I rifiuti organici rappresentano il 34% dei rifiuti solidi urbani prodotti in Europa (pari a 86 milioni di tonnellate) (dati 2017- Eurostat, 2019).

Grazie alla gestione dei rifiuti biodegradabili possono essere prodotti biogas e compost di elevata qualità. Tuttavia il processo di ottimizzazione di questo sistema può rivelarsi complesso in quanto riguarda prima di tutto il mutare delle abitudini dei cittadini. Secondo le stime, il potenziale globale dei rifiuti organici biodegradabili raccolti in maniera differenziata è pari a 150 kg per abitante l'anno. Attualmente invece, solo il 30% di questo potenziale è utilizzato. (Libro Verde della Commissione Europea).

L'adozione di piccoli gesti quotidiani contribuisce a una migliore gestione del ciclo dei rifiuti. Tuttavia raramente la messa in discussione e l'abbandono di certe abitudini sono processi spontanei e immediati.

Soluzione

L'impiego di strategie di sensibilizzazione può contribuire a modificare le abitudini delle famiglie favorendo una migliore gestione della raccolta dei rifiuti.

In questi ultimi decenni hanno acquisito sempre più popolarità le strategie di *nudging*, che mirano a modificare i comportamenti delle persone con "spinte gentili", non intrusive o coercitive, né basate su un'esplicita incentivazione. Esse spesso si basano sul richiamo a norme sociali (norme prescrittive) o su frasi che illustrano "quello che la maggior parte degli altri fa". Una ricerca svedese ha testato diverse strategie di sensibilizzazione, analizzando l'incremento dei rifiuti differenziati, e in particolare modo dei rifiuti organici, prodotti da 474 famiglie residenti in 6 condomini a Hökarängen, un sobborgo nel sud di Stoccolma, gestiti da una stessa società immobiliare, la Stockholmshem.

Nel quadro di un progetto di incentivazione della raccolta differenziata, nove nuovi contenitori di raccolta sono stati installati nell'area, e per promuoverne l'utilizzo è stato redatto un volantino.



Composto da tre pagine, il volantino aveva lo scopo di informare i residenti delle nuove installazioni, specificandone l'utilizzo e illustrandone le differenze



con i vecchi contenitori. Un'immagine del contenitore è stata inserita nel volantino, per maggiore chiarezza. Al fine di incoraggiare la raccolta sono state utilizzate frasi che, richiamandosi a norme sociali locali, fanno leva sull'adozione di comportamenti collaborativi.

Join your neighbours at Hovmästargatan, recycle your food waste!

"Unisciti ai tuoi vicini di Hovmästargatan, ricicla l'organico!"

Si aggiungono poi altre comunicazioni con lo scopo di presentare le informazioni in modo chiaro e concreto,

"If all households in Hökarängen would sort their food waste it would be enough biofuel to support 15 garbage trucks for a year"

"Se tutti i residenti in Hökarängen riciclassero l'organico si potrebbe produrre abbastanza biocarburante da alimentare 15 mezzi per la raccolta spazzatura per un anno"

"A bus can drive 2.5 km on only one bag of food waste", "Every Swede produces on average 100 kilos of food waste per year".

*"Un solo sacchetto di rifiuti organici può alimentare un bus per 2,5 km"
"Ogni singolo svedese produce in media 100 kg di rifiuti organici in un anno"*

e, richiamandosi a norme prescrittive, si condividono informazioni rispetto a un comportamento virtuoso.

In a survey recently sent out to households in Hökarängen around 8 out of 10 residents stated that they considered recycling food waste to be "very important"

"In una ricerca recentemente condotta in Hökarängen 8 residenti su 10 hanno dichiarato che considerano molto importante la raccolta differenziata dell'organico"

Per stimolare ulteriormente la pratica virtuosa, due sacchetti per la raccolta differenziata sono stati consegnati insieme alla comunicazione.

Risultati

La strategia di sensibilizzazione testata ha mostrato effetti positivi, portando a buoni risultati nel breve periodo. Gli effetti, sebbene attenuati, perdurano nel tempo.

Dal 1 gennaio 2015 al 31 dicembre 2016 i rifiuti organici prodotti sono stati pesati ogni 15 giorni grazie al coinvolgimento della società per la raccolta dei rifiuti.

L'osservazione del comportamento delle famiglie del sobborgo nel biennio 2015-2016 lascia intendere la "dinamica spontanea", cioè l'evoluzione naturale dei comportamenti. Si osserva in primo luogo una lieve riduzione nella mole di rifiuti organici differenziati, mentre la produzione di rifiuti generici tende visibilmente ad aumentare nel tempo. La valutazione degli effetti evidenzia che, in questo contesto, l'intervento di sensibilizzazione ha avuto un effetto decisamente positivo: nelle stazioni di raccolta dei cittadini raggiunti dalla campagna di sensibilizzazione l'organico differenziato supera del 28% le previsioni. E i rifiuti generici raccolti subiscono una contrazione del 28%.

Analisi di maggiore dettaglio mostrano che gli effetti stimati restano positivi e statisticamente significativi anche tempo dopo l'invio della comunicazione, fino ad almeno 8 mesi dopo. Considerando il costo limitato dell'intervento e i buoni risultati raccolti, i ricercatori supportano l'adozione di un simile sistema di sensibilizzazione.

Metodo

Per stimare gli effetti della strategia di *nudging* si è utilizzato un disegno *difference in differences*. Gli abitanti del sobborgo sono stati suddivisi in due gruppi: chi è stato destinatario della campagna di comunicazione mirata (gruppo trattato) e chi non lo è stato (gruppo di controllo). I consumi dei due gruppi sono monitorati nel tempo, sia prima che dopo l'inizio dell'intervento. L'effetto di ogni strategia è stimato confrontando l'evoluzione pre-post dei consumi del gruppo trattato con quella del gruppo di controllo.

BIBLIOGRAFIA: LINDER N. ET AL. (2018), USING BEHAVIOURAL INSIGHTS TO PROMOTE FOOD WASTE RECYCLING IN URBAN HOUSEHOLDS—EVIDENCE FROM A LONGITUDINAL FIELD EXPERIMENT, FRONTIERS IN PSYCHOLOGY, VOL. 9.

AUTORE DELLA SCHEDA: GAIA TESTORE (ASVAPP)

