

SE SEI UN SUPEREROE SPEGNI LE LUCI!



PROBLEMA

Consumare molta energia elettrica significa anche inquinare l'ambiente attraverso le emissioni di anidride carbonica. Gli sprechi energetici rappresentano un grande problema sia in termini ecologici che economici, perché pesano sull'ambiente e sul bilancio finale della bolletta. La casa è il regno degli sprechi energetici: lo spreco energetico nel solo settore residenziale in Italia ammonta circa ad 8 miliardi di euro¹.

Attraverso la somministrazione di checklist all'equipe di educatori di una comunità di accoglienza per minori, è emerso come uno dei principali problemi all'interno della struttura sembra essere la **difficoltà da parte dei piccoli ospiti a spegnere le luci** quando escono dal bagno o dalle loro camere.

BEHAVIORAL INSIGHT

Il bias che meglio spiega il comportamento di spegnimento delle luci all'interno della propria residenza è quello della **salienza**, definito come la tendenza tipicamente umana a **focalizzare l'attenzione sugli stimoli che, per caratteristiche percettive o affettive, la richiamano**. Per lo

stesso principio, tendiamo ad **ignorare informazioni e stimoli che non sono abbastanza visibili e salienti**, come nel caso degli interruttori per spegnere le luci.

Come fare, allora, per spingere le persone a ridurre il consumo di elettricità spegnendo le luci ogni volta che si esce dalla stanza?

AZIONE

È stato da noi ideato un intervento per tentare di risolvere il problema all'interno della comunità di minori. In prossimità degli interruttori, sulle pareti, vengono applicati degli **stickers con l'immagine di supereroi** e un **fumetto** con uno **slogan**, facilmente ricordabile. Il fumetto, sviluppato con i bambini del centro, è in rima e riporta la seguente frase: "**risparmia energia, spegni la luce prima di andar via!**".

Inoltre, attorno alle placche degli interruttori sono posizionate delle **cornici giallo fluorescente** che, sfruttando il **saliency bias**, attirano immediatamente l'attenzione di chi sta uscendo dalle stanze.

SB

*Il **Saliency bias** descrive la tendenza degli esseri umani a focalizzarsi sugli stimoli che catturano l'attenzione e ad ignorare quelli che non sono degni di nota. Gli elementi del contesto maggiormente disponibili e visibili orientano le nostre scelte. Lavorando su aspetti percettivi o affettivi, è possibile migliorare i processi decisionali delle persone.*

**aBETTER
PLACE**
BEHAVIORAL TRANSFORMATION

¹Gianluigi Torchiani. (2010) *Il Sole 24 Ore*.
<http://qui-impresa.ilsole24ore.com/abb2010/in-primo-piano/Casa-regno-sprechi.php?uuid=f7ddb1a2-d2e5-11df-87da-ef482cbc6d54&DocRulesView=Libero>