

INDICE

	<i>pag.</i>
<i>Introduzione</i>	3

Capitolo I

PROPRIETÀ DELL'AMBIENTE E PROCESSI COGNITIVI

1. I nodi	17
1.1. Risorse e servizi ecosistemici e complessità	21
a) Resistenza al cambiamento	22
b) Semplificazioni ingannevoli	23
c) Conformismo sociale	26
1.2. Multiscalarità e <i>mismatches</i>	27
a) Tempo	30
b) Spazio	32
c) Sfera emotiva	33
1.3. Profili di indivisibilità: servizi ecosistemici, <i>commons</i> , <i>anti-commons</i> e il problema della reciprocità	34

Capitolo II

GREEN NUDGE

1. <i>Nudging</i>	39
2. Misure di <i>debiasing</i>	42
a) Educazione e sensibilizzazione	42
b) <i>Feedback</i> tempestivi	44
c) Dare l'esempio e rimuovere pregiudizi sociali	46
3. Misure di <i>rebiasing</i>	47
a) Mettere l'accento sull'opportunità di aggiornare i benefici	47

	<i>pag.</i>
b) Mettere l'accento sulla possibilità di differire i costi	49
c) Le opzioni di <i>default</i>	50
d) Facilitare	51
e) Effetto di innesco (" <i>priming</i> ")	52
f) Inquadramento (" <i>framing</i> ")	53
g) La leva emozionale	54
h) La leva della socialità	55

Capitolo III

UNA VISIONE SISTEMICA E INTEGRATA DELL'APPROCCIO COMPORTAMENTALE

1. Più del <i>nudge</i>	59
2. Strategie combinate per un processo di cambiamento	61
3. Il caso esemplare di <i>Fish Forever</i>	66
4. <i>Acuerdos Recíprocos por Agua (ARA)</i> ; un'evoluzione possibile dei pagamenti dei servizi ecosistemici (PES)	70
5. <i>Lands for Life</i>	72
6. <i>Solarize</i>	75
7. Le scienze comportamentali come prisma: il Manifesto del BIT	77
 <i>Conclusioni</i>	 83
 <i>Indicazioni bibliografiche</i>	 87