

# Masterclass

## Promuovere la mobilità attiva e riqualificare gli ambiti urbani



**18 ottobre 2024**

# Il nudging e il cambiamento delle abitudini



**Matteo Jarre**





transportation



Accedi

Tutti

Immagini

Libri

Notizie

Prodotti

Video

Finanza

: Altro

Strumenti



Public transport



Vehicles



Different modes of transport



Technology



Transport modes



Different types of



Vehicle



Freight transportation



Cargo



Trasporto



Vocabolario >



Dreamstime  
Trasporto Illustrazioni...



Logistics Viewpoints -  
Top Five Transportation Trends - Logistic...



ETN AutoBarge  
Different Freight Transportation Metho...



Corlett Express  
What are the terminologies used in...



MercuryGate  
Challenges in Transportation and Logi...



Philburn Logistics Inc.  
What Are the Different Modes ...



Maersk  
Inland transportation, its modes and ad...



Business Link UAE  
Transportation Business Setup in KSA



YouTube  
Learn English Vocabulary #30 | Most Po...



Pinterest  
Transportation Na...



GlobalTranz  
Transportation Terminology: The Definitiv...



FyterTech Nonwovens  
Transportation | Fytertech



CGL Logistics Pvt. Ltd.  
Different modes of transportation in lo...



Dreamstime  
Trasporto Illustrazioni, Vettoriali ...



MOOV Logistics  
What are the advantages of internatio...



Vecteezy  
Transportation Vector Art...



John K Philips  
Importance of Transportation - John K Philips



OkCredit  
7 points to understand how the transportation...

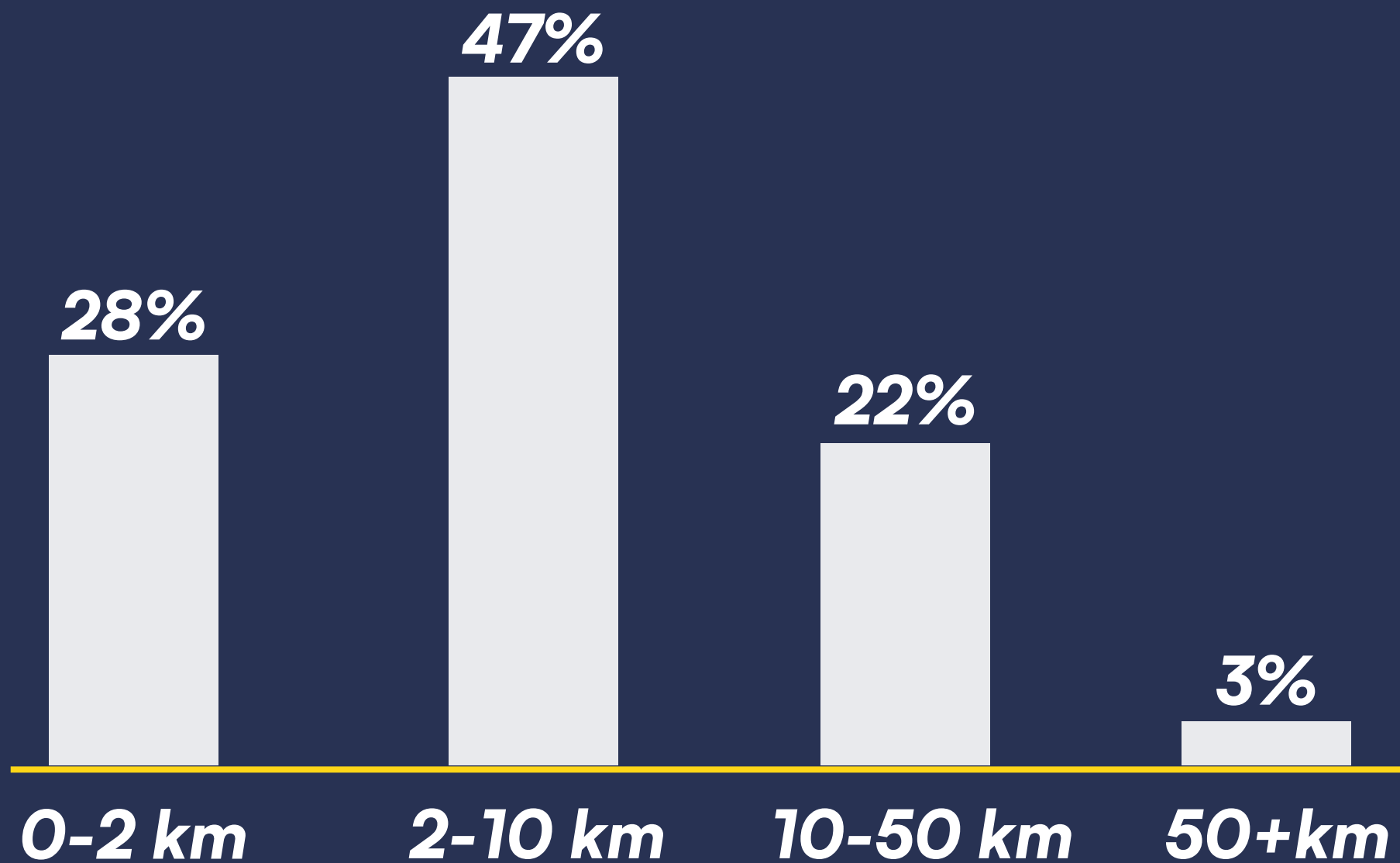


Financial Management  
The Future of Transportation: How to Prepa...



Student Energy  
Transportation — Uses — Student Energy

# Il potenziale per modificare la mobilità è enorme



(Rielaborazione Decisio  
su dati ISFORT 2022)

**28%**

**spostamenti  
sotto i 2 km**

**75%**

**spostamenti  
sotto i 10 km**



**28%**  
spostamenti  
sotto i 2 km

**75%**  
spostamenti  
sotto i 10 km

|

**~4% bici**

**~8% TP(L)**

**~18% piedi**

**~70% auto (e moto)**

**1**

**Cosa cerca chi si sposta?**

**2**

**Perchè le persone non cambiano già?**

**3**

**Come promuovere il cambiamento?**

**4**

**Il nudging: teoria e alcuni esempi**

1

**Cosa cerca chi si sposta?**

**Il modello ideale non è per forza il teletrasporto.**

2

**Perchè le persone non cambiano già?**

3

**Come promuovere il cambiamento?**

4

**Il nudging: teoria e alcuni esempi**



# Cosa cerca chi si sposta?



**Costi di spostamento bassi**



**Tempi di spostamento bassi (ma non nulli)**



**Certezza dei tempi**



**Qualità del tempo di spostamento**



**Flessibilità per accompagnamento**



**Un'alternativa, anche se non la si usa**



**Comfort e presentabilità**



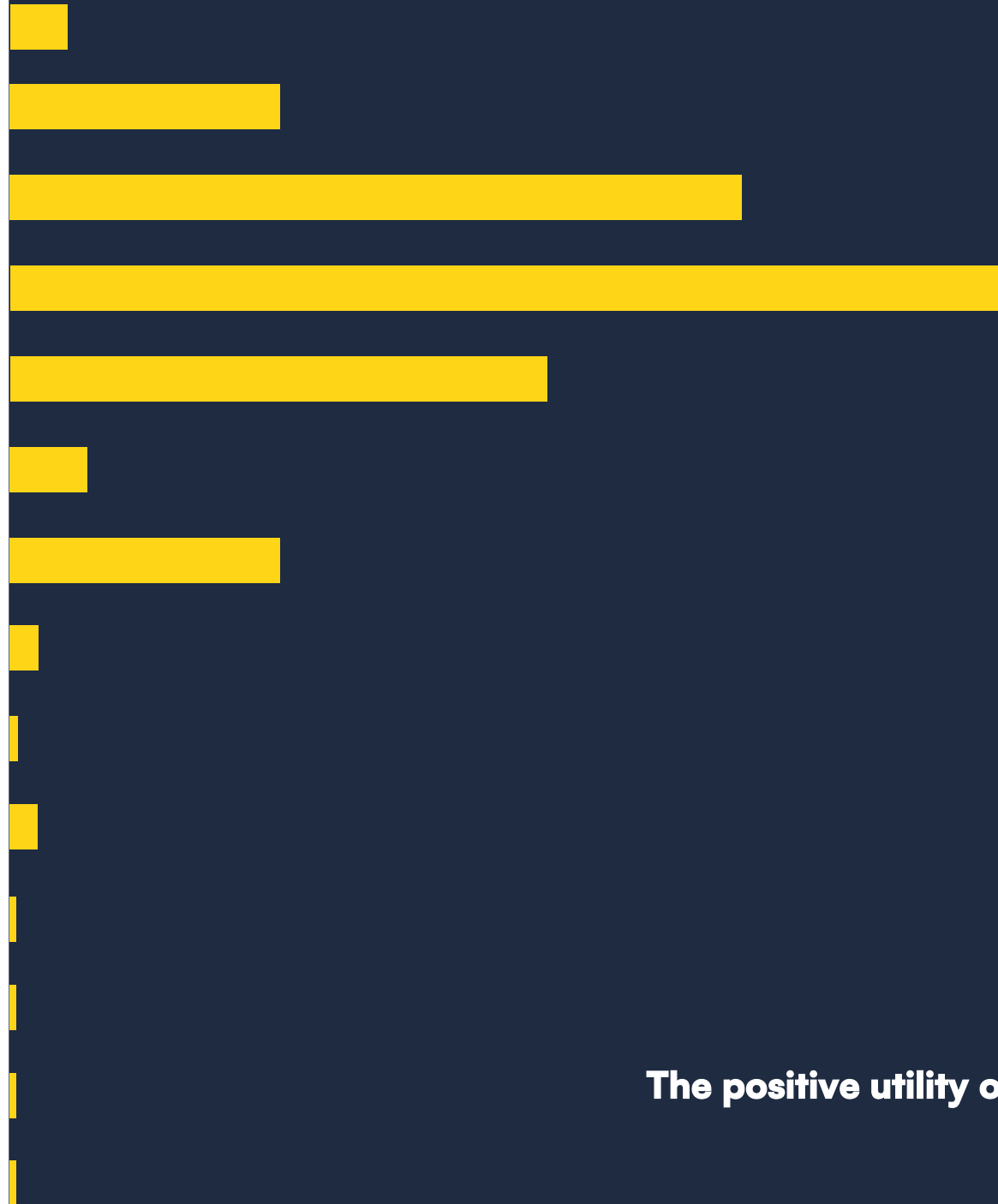
# Cosa cerca chi si sposta?

-  **Costi di spostamento bassi**
-  **Tempi di spostamento bassi (ma non nulli)**
-  **Certezza dei tempi**
-  **Qualità del tempo di spostamento**
-  **Flessibilità per accompagnamento**
-  **Un'alternativa, anche se non la si usa**
-  **Comfort e presentabilità**



**Tempo di  
pendolarismo  
(commuting)  
ideale**

**0-4**  
**5-9**  
**10-14**  
**15-19**  
**20-24**  
**30-34**  
**35-39**  
**40-44**  
**45-49**  
**50-54**  
**55-59**  
**60-64**  
**65-69**  
**70-74**



**Redmond, L.S., Mokhtarian, P.L.**  
**The positive utility of the commute: modeling ideal commute time**  
**and relative desired commute amount.**  
**Transportation 28, 179—205 (2001).**  
**<https://doi.org/10.1023/A:1010366321778>**

**Tempo di  
pendolarismo  
(commuting)  
ideale**

**0-4**  
**5-9**  
**10-14**  
**15-19**  
**20-24**  
**30-34**  
**35-39**  
**40-44**  
**45-49**  
**50-54**  
**55-59**  
**60-64**  
**65-69**  
**70-74**



**Tempo di  
commuting  
ideale mediano:  
16 minuti**

**Redmond, L.S., Mokhtarian, P.L.**  
**The positive utility of the commute: modeling ideal commute time**  
**and relative desired commute amount.**  
**Transportation 28, 179—205 (2001).**  
**<https://doi.org/10.1023/A:1010366321778>**

# Cosa cerca chi si sposta?



-  **Costi di spostamento bassi**
-  **Tempi di spostamento bassi (ma non nulli)**
-  **Certezza dei tempi**
-  **Qualità del tempo di spostamento**
-  **Flessibilità per accompagnamento**
-  **Un'alternativa, anche se non la si usa**
-  **Comfort e presentabilità**



# Cosa cerca chi si sposta?

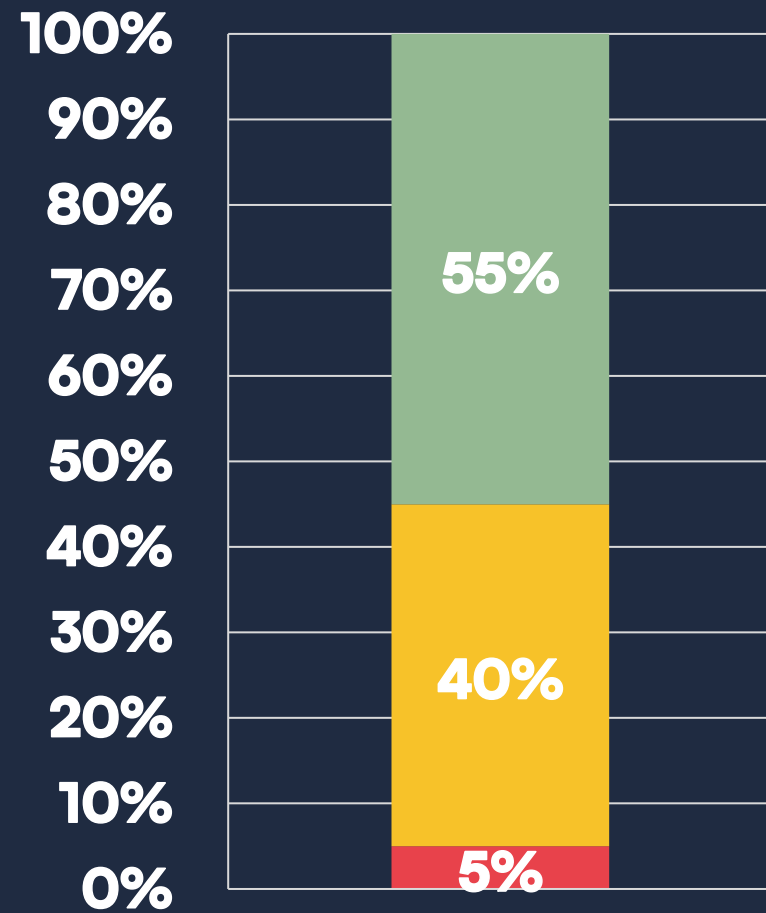


-  **Costi di spostamento bassi**
-  **Tempi di spostamento bassi (ma non nulli)**
-  **Certezza dei tempi**
-  **Qualità del tempo di spostamento**
-  **Flessibilità per accompagnamento**
-  **Un'alternativa, anche se non la si usa**
-  **Comfort e presentabilità**





# Ti manca lo spostamento verso il lavoro ?



se usava l'auto

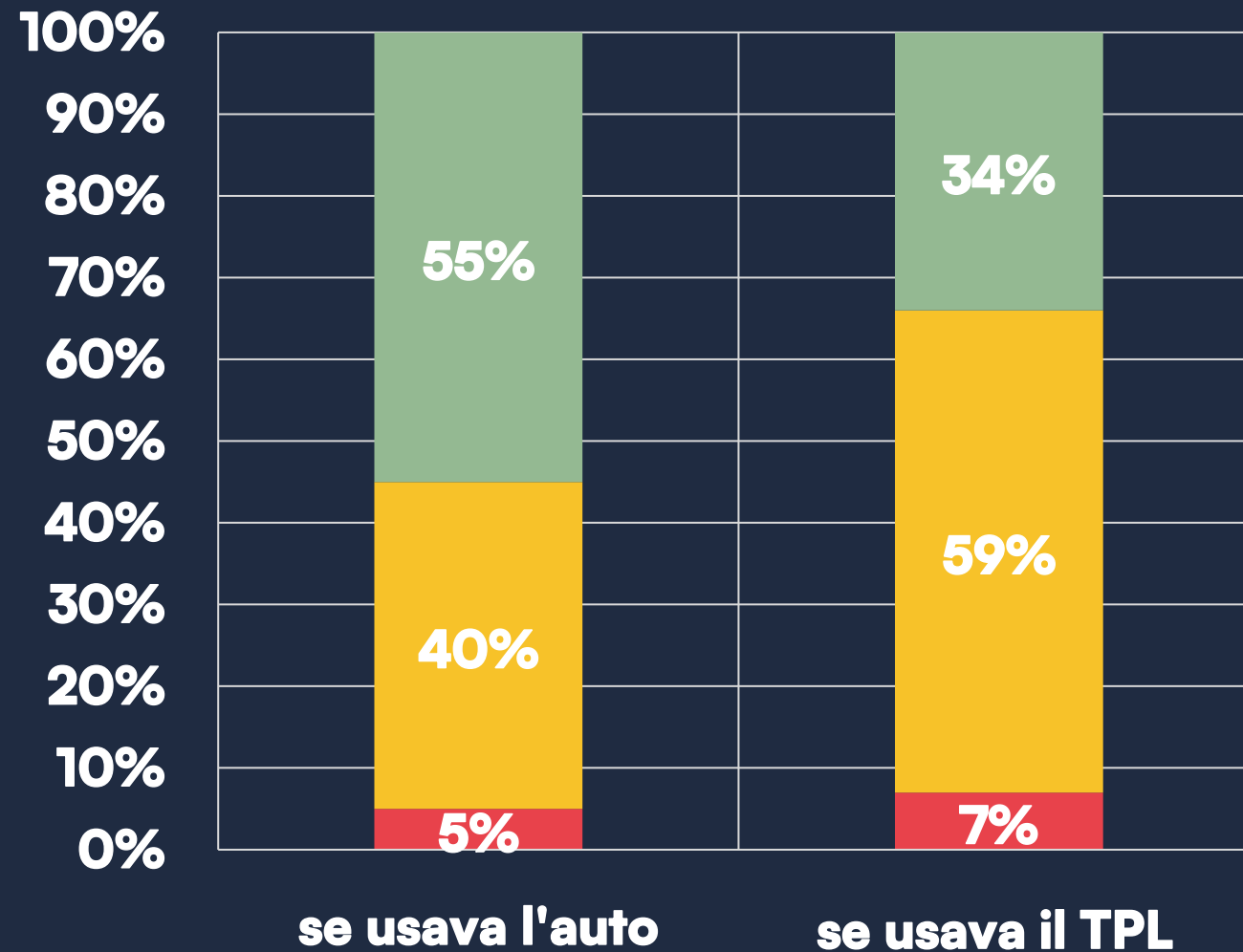
■ **Mi manca molto**

■ **Mi mancano alcuni aspetti**

■ **Per niente**

(Rielaborazione Decisio su dati  
[Università di Amsterdam](#))

# Ti manca lo spostamento verso il lavoro ?



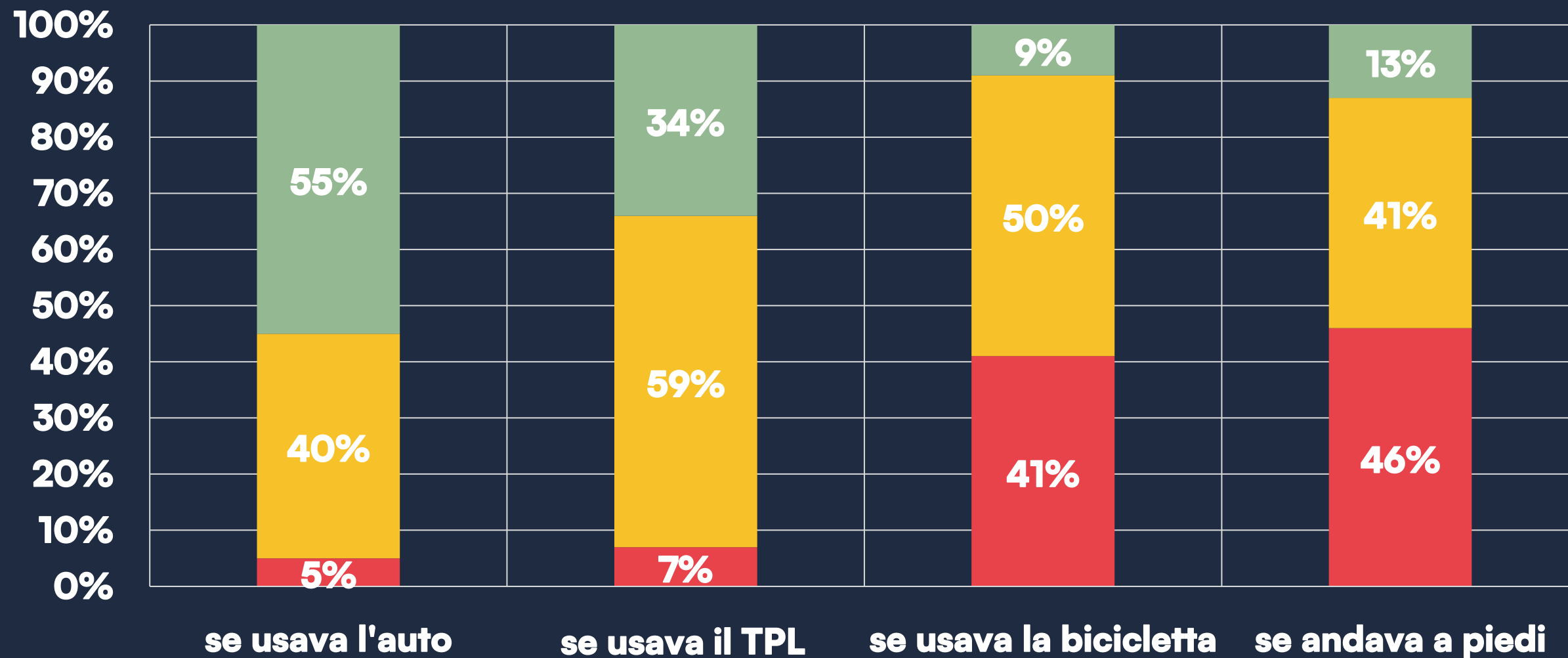
■ Mi manca molto

■ Mi mancano alcuni aspetti

■ Per niente

(Rielaborazione Decisio su dati  
[Università di Amsterdam](#))

# Ti manca lo spostamento verso il lavoro ?



■ Mi manca molto

■ Mi mancano alcuni aspetti

■ Per niente

(Rielaborazione Decisio su dati  
[Università di Amsterdam](#))

# Cosa cerca chi si sposta?



-  **Costi di spostamento bassi**
-  **Tempi di spostamento bassi (ma non nulli)**
-  **Certezza dei tempi**
-  **Qualità del tempo di spostamento**
-  **Flessibilità per accompagnamento**
-  **Un'alternativa, anche se non la si usa**
-  **Comfort e presentabilità**



# Cosa cerca chi si sposta?



-  **Costi di spostamento bassi**
-  **Tempi di spostamento bassi (ma non nulli)**
-  **Certezza dei tempi**
-  **Qualità del tempo di spostamento**
-  **Flessibilità per accompagnamento**
-  **Un'alternativa, anche se non la si usa**
-  **Comfort e presentabilità**



# Cosa cerca chi si sposta?



-  **Costi di spostamento bassi**
-  **Tempi di spostamento bassi (ma non nulli)**
-  **Certezza dei tempi**
-  **Qualità del tempo di spostamento**
-  **Flessibilità per accompagnamento**
-  **Un'alternativa, anche se non la si usa**
-  **Comfort e presentabilità**







1

**Cosa cerca chi si sposta?**

**Il modello ideale non è per forza il teletrasporto.**

2

**Perchè le persone non cambiano già?**

**Le barriere al cambio di abitudine**

3

**Come promuovere il cambiamento?**

4

**Il nudging: teoria e alcuni esempi**

**Fumare**

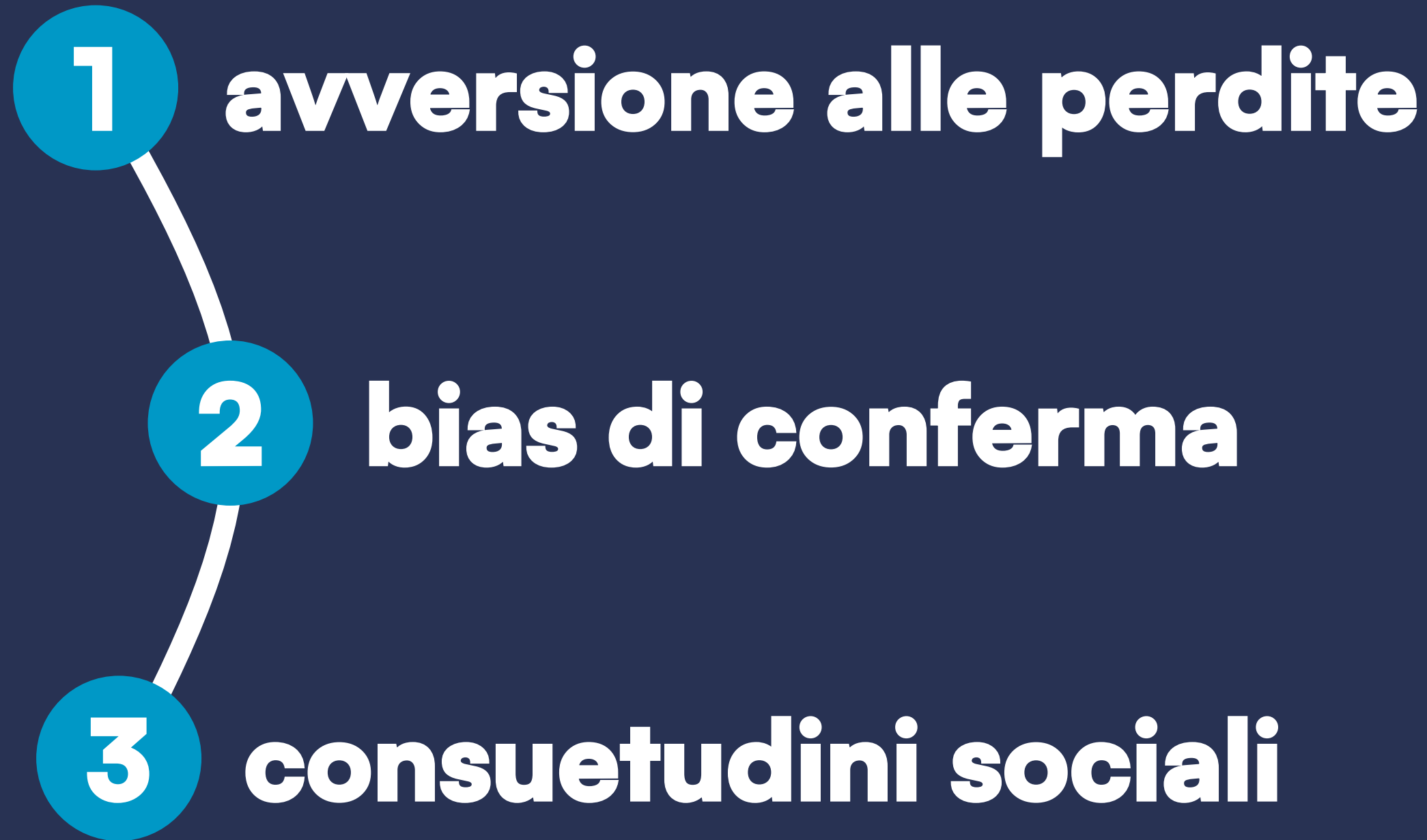
**Bere troppo caffè**

**Guidare veloce**

**Non lavarsi bene i denti**

**Mangiare junk food**

**Dormire poco**



**meccanismi** negativi

---

**meccanismi** positivi

1

**Cosa cerca chi si sposta?**

**Il modello ideale non è per forza il teletrasporto.**

2

**Perchè le persone non cambiano già?**

**Le barriere al cambio di abitudine**

3

**Come promuovere il cambiamento?**

**Ingredienti ≠ Ricetta ≠ Piatto**

4

**Il nudging: teoria e alcuni esempi**

1

Il tempo speso a **camminare** viene percepito come due volte più “lungo” del tempo speso a spostarsi con un **altro mezzo di trasporto**

2

Ma il tempo speso a camminare è percepito come più breve del tempo speso ad **aspettare**

3

Il tempo nel **viaggio di ritorno** dal lavoro è percepito come il 22% più veloce del tempo di andata

- 1** Individua i bisogni
- 2** Fai un piano e stabilisci degli obiettivi
- 3** Proponi abitudini in linea con precedenti
- 4** Elimina le barriere - rendi la scelta 'ovvia'
- 5** Evidenzia i benefici individuali e collettivi
- 6** Monitora i progressi

- 
- 1** Individua i bisogni
  - 2** Fai un piano e stabilisci degli obiettivi
  - 3** Proponi abitudini in linea con precedenti
  - 4** Elimina le barriere - rendi la scelta 'ovvia'
  - 5** Evidenzia i benefici individuali e collettivi
  - 6** Monitora i progressi



# Ingredienti

# Ingredienti



# Ricetta

# Ingredienti



# Ricetta



# Piatto

**1**

**Cosa cerca chi si sposta?**

**Il modello ideale non è per forza il teletrasporto.**

**2**

**Perchè le persone non cambiano già?**

**Le barriere al cambio di abitudine**

**3**

**Come promuovere il cambiamento?**

**Ingredienti ≠ Ricetta ≠ Piatto**

**4**

**Il nudging: teoria e alcuni esempi**

**La spinta gentile verso la mobilità sostenibile**

MORE THAN A MILLION COPIES SOLD

**'Hot stuff'**

*SUNDAY TIMES*

**'Hugely influential'**

*THE GARDIAN*

# nudge

Improving decisions  
about health,  
wealth and happiness

RICHARD H. THALER  
& CASS R. SUNSTEIN



**Incoraggiare le persone  
a scegliere quello che si  
vuole che scelgano**

**Architettura della scelta**



**Non impedire alcuna opzione**



**Non cambiare gli incentivi  
monetari**

**Incoraggiare le persone  
a scegliere liberamente  
quello che si vuole che  
scelgano**



# Controverso? Può darsi



Adattato da [URBAct Webinar](#)  
27 giugno 2024

# Controverso? Può darsi



Adattato da [URBAct Webinar](#)  
27 giugno 2024

# **Paternalismo libertario**





**Il tuo fumo può nuocere  
ai tuoi figli, alla tua  
famiglia e ai tuoi amici**

**n. verde 800.554.088 per smettere  
di fumare**



[Consenso](#)[Dettagli](#)[Informazioni sui cookie](#)

## Questo sito web utilizza i cookie

Noi e terze parti usiamo cookie o tecnologie simili per funzionalità tecniche e, con il tuo consenso, anche per altre finalità descritte nella Cookie Policy, quali raccogliere ed elaborare dati personali dai dispositivi, mostrarti pubblicità personalizzata, misurarne la performance, analizzare le nostre audience e migliorare i nostri prodotti e servizi. Puoi liberamente prestare, rifiutare o revocare il tuo consenso in qualsiasi momento, personalizzando le tue preferenze. Cliccando sul pulsante "Accetta tutti i cookie" acconsenti all'uso di tali tecnologie per tutte le finalità indicate.



Usa solo cookie tecnici

Personalizza Preferenze >

**Accetta tutti i cookie**









# **1 Effetti del 'framing'**

**1** Effetti del 'framing'

**2** La scelta di 'default'

**Donazione di organi:**

**Opt-in vs. Opt-out**

- 1 Effetti del 'framing'**
- 2 La scelta di 'default'**
- 3 L'approvazione sociale**

**HELP SAVE THE  
ENVIRONMENT**

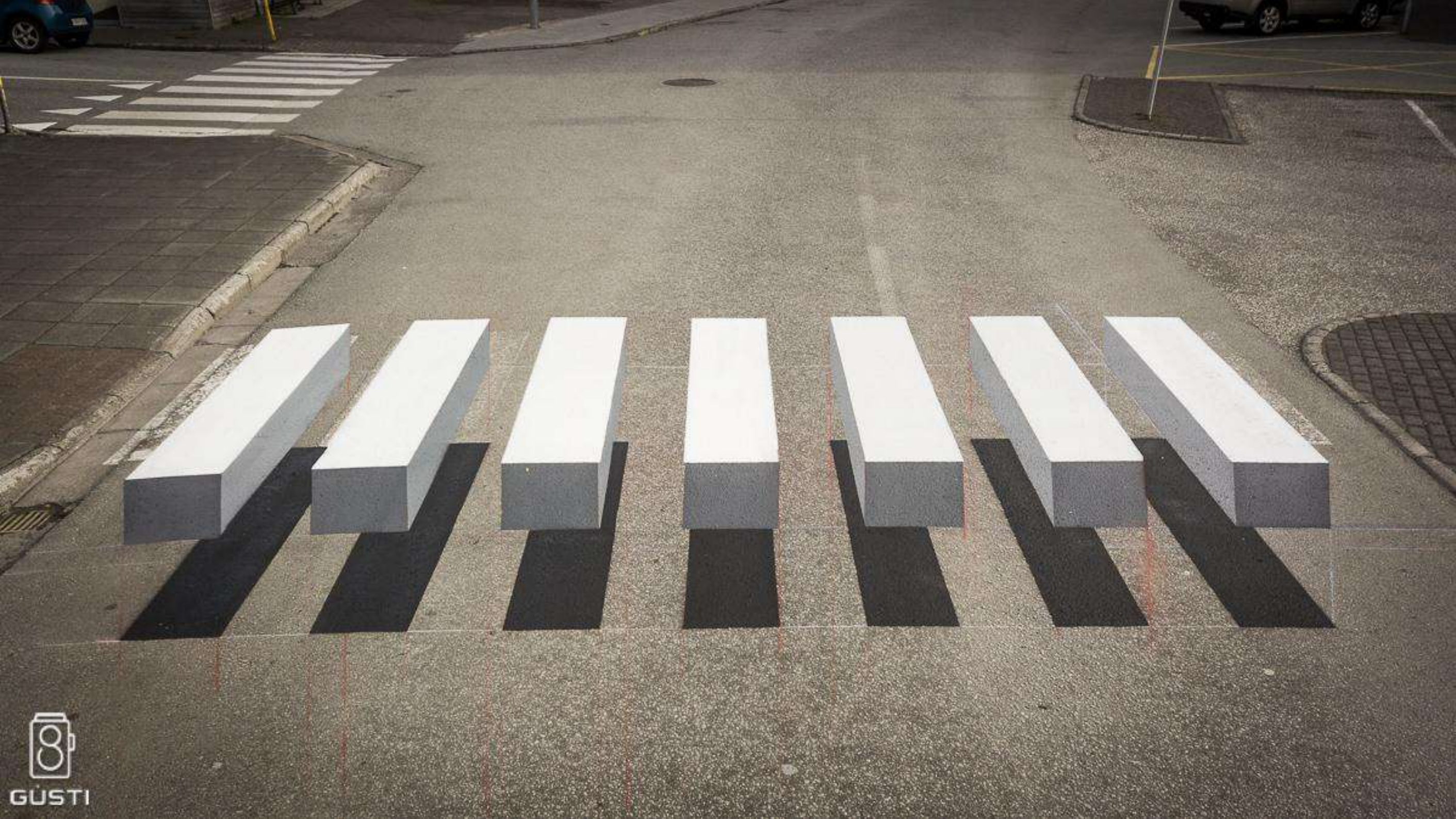
You can show your  
respect for nature and help  
save the environment by  
reusing your towels during  
your stay.

**JOIN YOUR FELLOW  
GUESTS IN HELPING TO  
SAVE THE  
ENVIRONMENT**

In a study conducted in Fall  
2003, 75% of the guests who  
stayed in this room  
participated in our new  
resource savings program by  
using their towels more than  
once. You can join your  
fellow guests in this program  
to help save the environment  
by reusing your towels during  
your stay.

- 1 Effetti del 'framing'**
- 2 La scelta di 'default'**
- 3 L'approvazione sociale**
- 4 Poche scelte per favore**











**la scelta  
più ovvia**

# In estrema sintesi



**Il ruolo delle abitudini nei trasporti è sottostimato. Tendiamo a progettare le infrastrutture e poi incrociare le dita. Invece ci si può lavorare attivamente.**



**Chi si sposta non cerca solo rapidità ma anche comfort, costi bassi, affidabilità. Il teletrasporto non è il modello ideale.**



**Per cambiare le abitudini di mobilità bisogna lavorare sui bisogni reali e proporre modifiche fattibili ma ,continue', e inserire meccanismi di rinforzo positivo**



**Le azioni di nudging basate sul default, sulla norma sociale e altri possono essere di aiuto. Rendere la mobilità attiva la scelta più ovvia.**



# In estrema sintesi



**Il ruolo delle abitudini nei trasporti è sottostimato. Tendiamo a progettare le infrastrutture e poi incrociare le dita. Invece ci si può lavorare attivamente.**



**Chi si sposta non cerca solo rapidità ma anche comfort, costi bassi, affidabilità. Il teletrasporto non è il modello ideale.**



**Per cambiare le abitudini di mobilità bisogna lavorare sui bisogni reali e proporre modifiche fattibili ma ,continue', e inserire meccanismi di rinforzo positivo**



**Le azioni di nudging basate sul default, sulla norma sociale e altri possono essere di aiuto. Rendere la mobilità attiva la scelta più ovvia.**



# In estrema sintesi



**Il ruolo delle abitudini nei trasporti è sottostimato. Tendiamo a progettare le infrastrutture e poi incrociare le dita. Invece ci si può lavorare attivamente.**



**Chi si sposta non cerca solo rapidità ma anche comfort, costi bassi, affidabilità. Il teletrasporto non è il modello ideale.**



**Per cambiare le abitudini di mobilità bisogna lavorare sui bisogni reali e proporre modifiche fattibili ma ,continue', e inserire meccanismi di rinforzo positivo**



**Le azioni di nudging basate sul default, sulla norma sociale e altri possono essere di aiuto. Rendere la mobilità attiva la scelta più ovvia.**



# In estrema sintesi



**Il ruolo delle abitudini nei trasporti è sottostimato. Tendiamo a progettare le infrastrutture e poi incrociare le dita. Invece ci si può lavorare attivamente.**



**Chi si sposta non cerca solo rapidità ma anche comfort, costi bassi, affidabilità. Il teletrasporto non è il modello ideale.**



**Per cambiare le abitudini di mobilità bisogna lavorare sui bisogni reali e proporre modifiche fattibili ma ,continue', e inserire meccanismi di rinforzo positivo**



**Le azioni di nudging basate sul default, sulla norma sociale e altri possono essere di aiuto. Rendere la mobilità attiva la scelta più ovvia.**





# DECISIO

**Partner tecnico**