

Conoscere e orientare i comportamenti di mobilità


Alcune riflessioni su strumenti e politiche

Matteo Colleoni e Simone Caiello

Università degli Studi di Milano-Bicocca

27 Marzo 2023 –Palazzo delle Stelline, Milano

Conoscere

Base della conoscenza sono **i dati**  **informazioni**

I Dati sulla mobilità:

Big Data

Dati prodotti dalle attività umane, commerciali, ... prodotti in grandi quantità, con rapidità e dalla grande varietà in termini di contenuti.

- Dati sui flussi di spostamento derivanti dagli operatori telefonici
- Dati GPS dall'uso di servizi digitali mobile
- ...

! **Costo e accesso**

Conoscere

Base della conoscenza sono **i dati**  **informazioni**

I Dati sulla mobilità:

Big Data

Amministrativi

Dati prodotti dalle attività amministrative e degli enti gestiti/partecipati dagli attori pubblici:

- Dati sui passeggeri dei veicoli leggeri della rete ANAS e autostradale, degli autobus della rete ANAS, dell'alta velocità e dei treni intercity e di tutto il trasporto pubblico locale compreso il comparto ferroviario (Osservatorio sulle tendenze della mobilità del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti)
- Dati sulla domanda e offerta TPL (mezzi e passeggeri)
- Transiti da varchi e punti di accesso
- Utilizzo di servizi in sharing pubblici
- ...

! Disponibilità e dimensione soggettiva

Conoscere

Base della conoscenza sono **i dati**  **informazioni**

I Dati sulla mobilità:

Big Data

Amministrativi

**Indagini campionarie
tradizionali**

Dati prodotti da Istituzioni ed enti di ricerca sulla base di indagini campionarie con campioni rappresentativi (campionamento probabilistico)

All'estero:

- National Travel Survey

In Italia:

- Indagine Audimob (Isfort)
- Indagini Multiscopo

! Livello territoriale di disaggregazione e aggiornamento

Conoscere

Base della conoscenza sono **i dati**  **informazioni**

I Dati sulla mobilità:

Big Data

Amministrativi

**Indagini campionarie
tradizionali**

Indagini campionarie

Dati prodotti da Istituzioni ed enti di ricerca sulla base di indagini campionarie con campioni locali.

Innovative (per numero di unità e soggetti coinvolti e utilizzo di strumenti standardizzati di rilevazione):

- Indagine RUS sulla mobilità universitaria

Permettono di cogliere gli aspetti soggettivi e di essere ripetute con costi contenuti.

! Rilevazione della sola **mobilità sistematica** e, in alcune unità, bassa rappresentatività

Conoscere

Base della conoscenza sono **i dati**  **informazioni**

I Dati sulla mobilità:

Big Data

Amministrativi

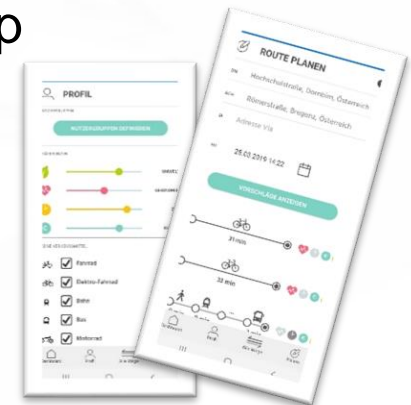
**Indagini campionarie
tradizionali**

**Indagini campionarie
(campione non
casuale)**

**Indagini con strumenti
di tracciamento**

Dati prodotti da Istituzioni ed enti di ricerca sulla base di indagini campionarie con campioni non probabilistici.

- Indagine con strumento IPET
- Melinda Mobility App



! Rappresentatività e campioni ristretti

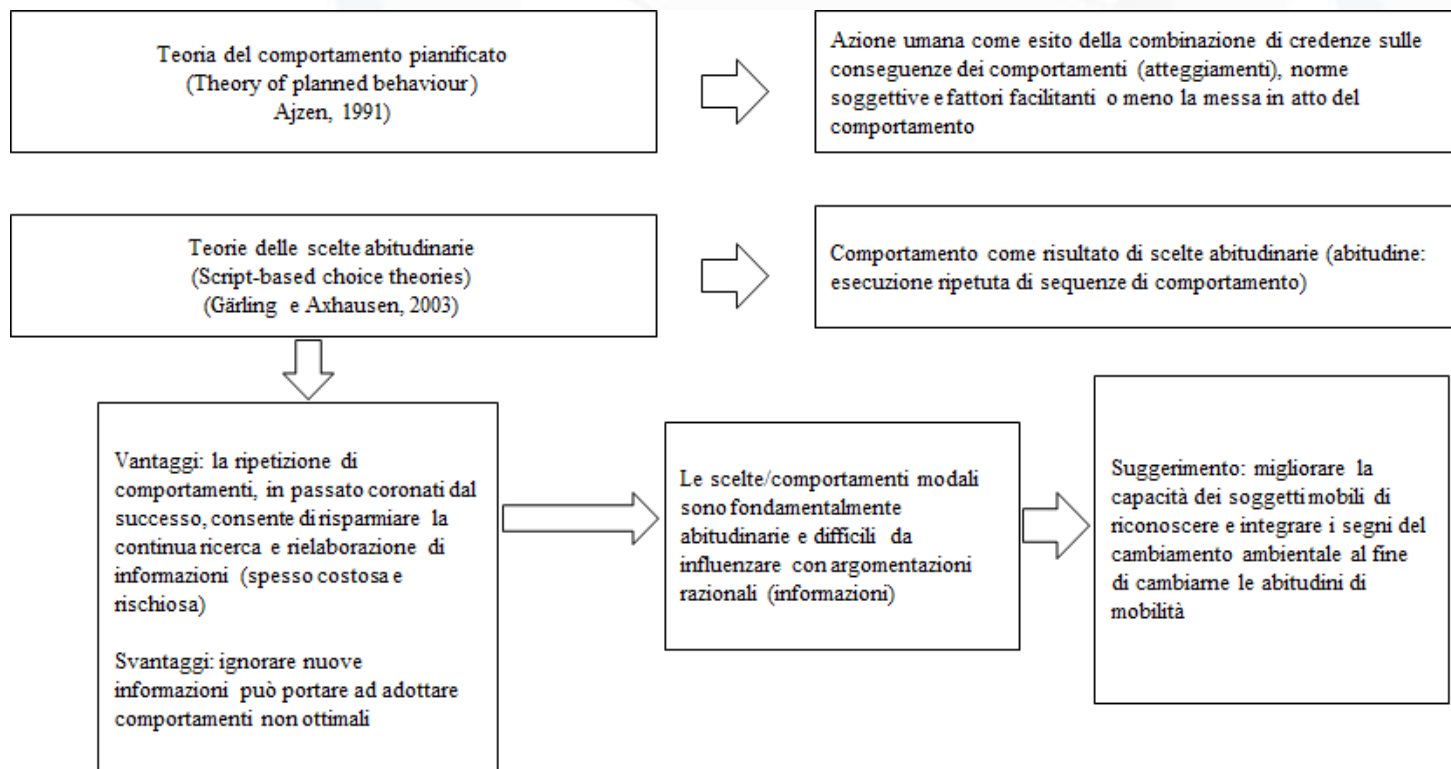
Orientare

Mobilità non solo una attività finalizzata a raggiungere luoghi ma una «**pratica sociale** che struttura abitudini di comportamento difficilmente modificabili in assenza di interventi capaci di coinvolgere le **dimensioni valoriali e attitudinali** degli attori sociali» (Shove et. al. 2012).

Politiche di trasporto soft (“*soft transport policy*”), diverse da quelle **hard** finalizzate a modificare le variabili strutturali soggiacenti il possesso e l’uso dell’automobile

Attenzione alla dimensione valoriale e attitudinale delle scelte modali esemplificativa di un nuovo paradigma definito “**ABC paradigm**” con riferimento alle politiche sul cambiamento climatico (Shove 2010).

Teorici del **cambiamento volontario del comportamento di viaggio** (VTBV – “*voluntary travel behaviour change*”, Brög e Ker 2009): il cambiamento modale è sempre esito della combinazione di misure hard e soft.



Orientare

Ampliamento delle
opzioni modali

- Creazione di nuovi servizi
- Miglioramento di quelli esistenti
- Incentivi per la **mobilità attiva**



Riduzione dell'uso
dell'auto privata e
dell'autodipendenza

Politiche di
pianificazione

Cambiamenti nella distribuzione degli
insediamenti a nella **maniera di costruire
lo spazio urbano**

Smart Growth
New Urbanism
Città Compatta
TOD (Transit
Oriented Design)

Applicazione di
disincentivi tariffari

Strumenti economici come i pedaggi stradali
Per ottenere **impatti rapidi e nel breve
periodo** sui comportamenti di mobilità

Iniziative per promuovere
il cambiamento dei
comportamenti

Soft solutions, come la formazione e la
sensibilizzazione
Hard solutions, come il design degli spazi

Orientare: agire sui comportamenti

- Leva della **consapevolezza** e approccio detto *Boosting* sviluppato da Hertwig.

Promuovere la competenza delle persone nel fare le proprie scelte, cioè esercitare la propria *agency*. Focus su “interventi che rendano più facile per le persone esercitare la propria *agency* promuovendo competenze esistenti o instillandone di nuove” (traduzione da Hertwig and Grune-Yanoff, 2016, p.2)

- Leva della **spinta gentile o nudge**

“any *aspect* of the **choice architecture** that alters people’s behavior in a **predictable way without forbidding** any options or **significantly changing** their economic incentives” and where this intervention is “**easy and cheap to avoid**”.

Esponente principale: Richard Thaler, professore di economia (in particolare finanza comportamentale) a Rochester, Cornell e Chicago University, è stato insignito del premio Nobel per l'economia nel 2017 per il suo contributo all'economia comportamentale.

Il riferimento: “*Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness.*” New York: Penguin, 2009.

Importanza del coinvolgimento e della partecipazione dei soggetti

- Gli aspetti soggettivi sono fondamentali nella valutazione della mobilità per misurarla anche qualitativamente e non solo quantitativamente.

EXTRA Esempio: progetto *Extra* e sviluppo dell'indice IAPI (Inclusive Accessibility by Proximity Index).

- Indagini campionarie e **People-centric approach**: portare le voci di coloro che sono interessati dai sondaggi nella loro progettazione e trovare un equilibrio tra scienza e sensibilità culturale.
- Design partecipativo della ricerca e delle politiche. Bicocca è da tempo attiva sul tema della terza missione e della Open Science:



Centro Nazionale MOST (Mobilità Sostenibile)

Articolato in diverse tematiche di ricerca (14 spoke diversi), relative a modalità di spostamento e tematiche tecnologiche trasversali.

- Attività su Spoke 8 (MaaS e servizi innovativi): indagine sulla mobilità degli studenti universitari e propensione alla MaaS
- Osservatorio Nazionale sulla Mobilità Scolastica



Officina della Scienza presso il Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale

GRAZIE DELL'ATTENZIONE!

Simone Caiello

simone.caiello@unimib.it