

TEMPO AL TEMPO.

Strategie di comunicazione
per suggerire **nuovi comportamenti.**



A CHI STIAMO PARLANDO

Prima di comunicare, profiliamo
le nostre “mobility personas”
in modo coinvolgente.



Auto-fanatico



Ciclista terrorizzato



Trenista convinto



Car pooling-asociale



Pigro patologico



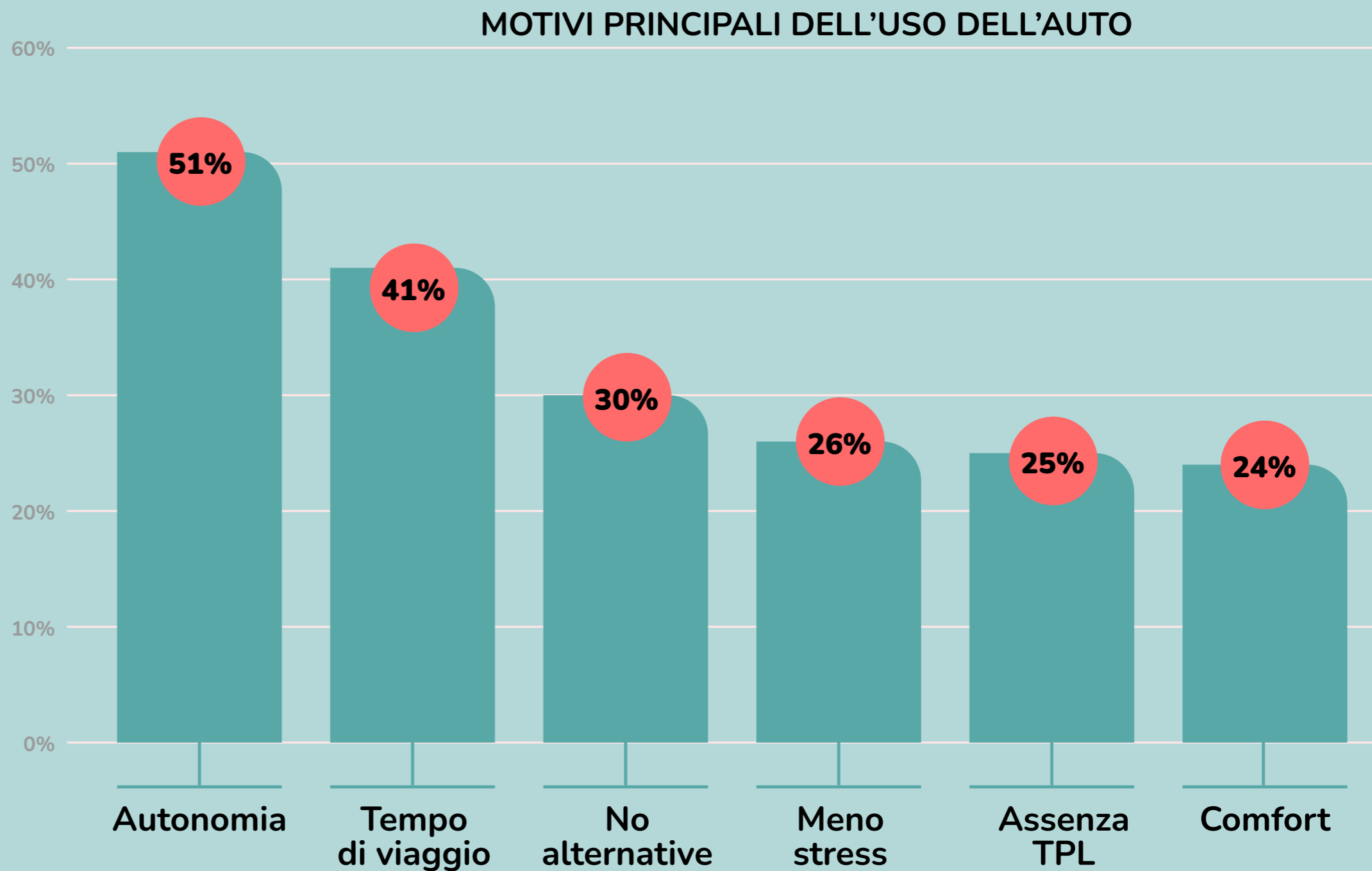
Autobus-spazientito

CONOSCERE I COMPORAMENTI

Per fare questo abbiamo bisogno di conoscere e analizzare i **COMPORAMENTI**, entrando nel merito qualitativo delle scelte.

È importante approfondire i fattori che determinano le scelte delle persone.

Ad esempio **Scrat** ha condotto una breve ricerca per noi.



IL FATTORE TEMPO



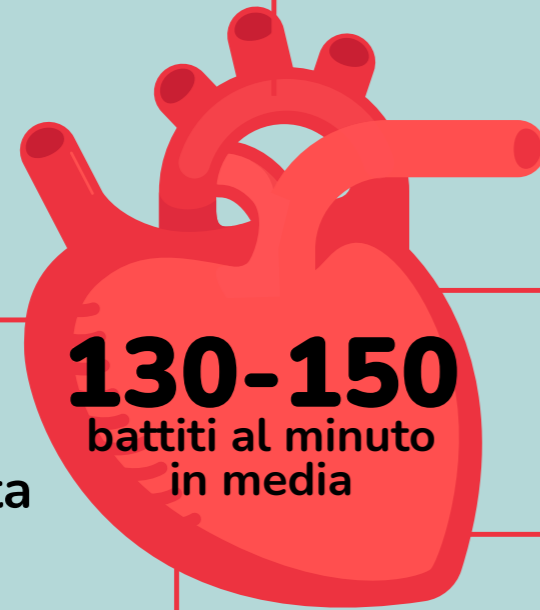
Il **TEMPO** di percorrenza merita un focus.

Questo studio ci aiuta a capire come la qualità del tempo nella tratta casa-lavoro impatti sulla salute fisica e mentale delle persone.

Quindi non sempre metterci meno significa stare meglio.

PERCORRERE 10 KM IN AUTO O IN BICICLETTA

PIERO



130-150
battiti al minuto
in media

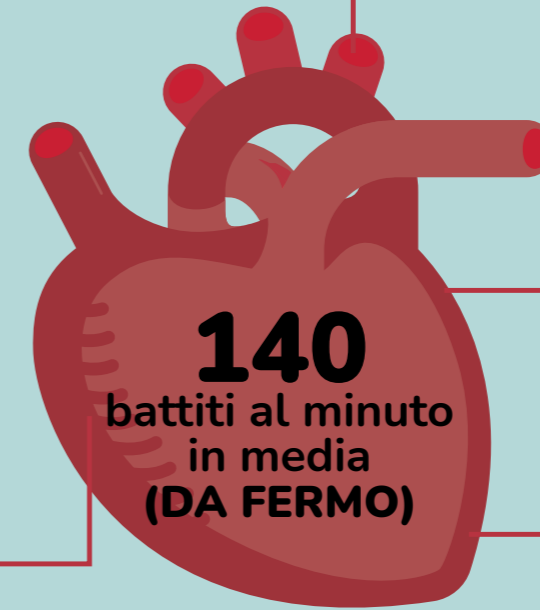
Ipertrofia
del cuore

Aumento
della gittata

Riduzione
della frequenza
a riposo.

Inspessimento delle
pareti dei ventricoli

GIORGIO



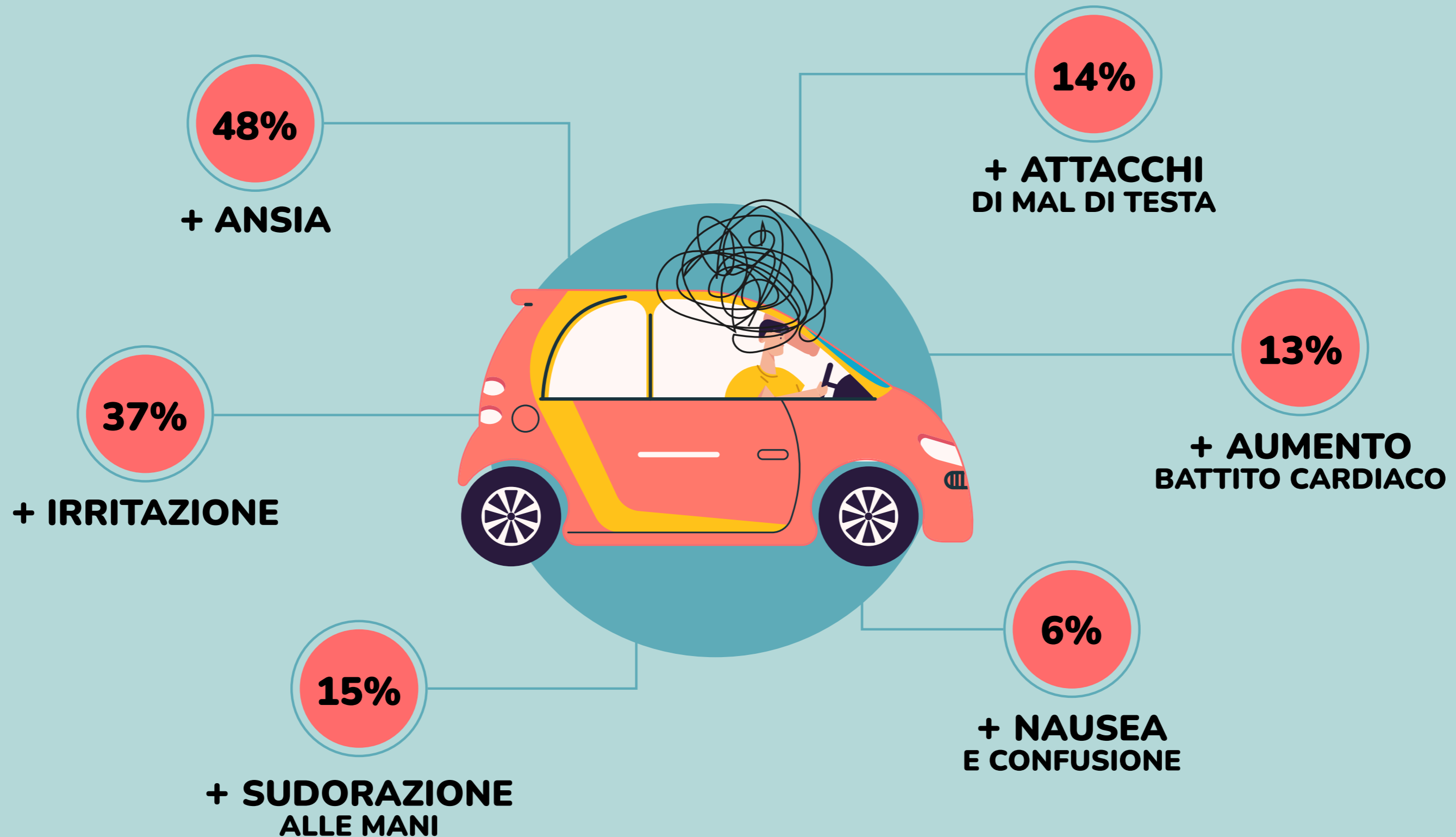
140
battiti al minuto
in media
(DA FERMO)

Eccitazione
smisurata
del sistema
nervoso

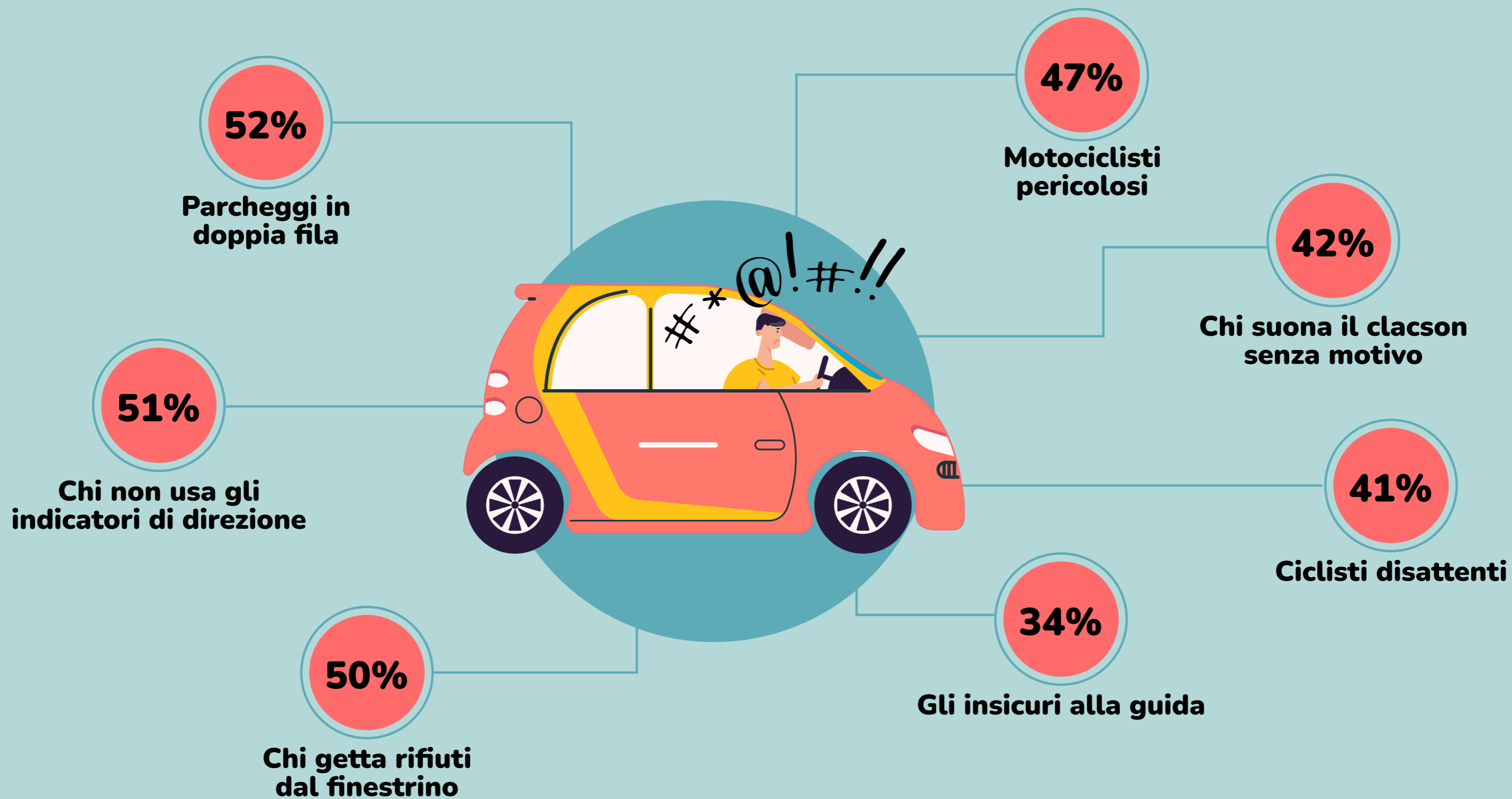
Aumento
catecolammine
(ormoni legati all'eccitazione)

Aumento cortisolo
(ormone dello stress)

COSA MANIFESTANO GLI ITALIANI IN AUTO NELL'ORA DI PUNTA



LE ABITUDINI DI GUIDA CHE CREANO PIÙ STRESS E ANSIA



VALORIZZARE LA QUALITÀ DEL TEMPO

- Conoscere **gli effetti della guida sulla salute** per disincentivare l'uso quotidiano dell'auto.
- **Valorizzare il tragitto casa-lavoro** invece di pensarlo come una perdita di tempo.
- **Stimolare** un migliore e più salubre utilizzo del tempo di percorrenza con azioni **MIRATE e COINVOLGENTI**.



GRAZIE!



ELENA MILAZZO

 elena@sottosopra.info

 elena-milazzo

sottosopracomunicazione.it