



Si può promuovere la mobilità attiva con una campagna a premi?

Problema

La dipendenza dal trasporto motorizzato individuale nelle aree urbane rappresenta una sfida crescente, con forti implicazioni per la salute pubblica e l'ambiente. Un maggiore ricorso ai mezzi di trasporto "attivi", come le biciclette, potrebbe diminuire il ricorso all'automobile (e contribuire a mantenere attiva la popolazione).

La dipendenza dal trasporto motorizzato individuale nelle aree urbane rappresenta una sfida crescente a livello globale, con gravi ripercussioni in termini di inquinamento atmosferico, congestione stradale e infortuni. Il trasporto su strada è responsabile della quota più elevata di emissioni di gas serra tra tutte le tipologie di trasporto (circa il 72% del totale dei trasporti nel 2019). Oltre all'impatto ambientale, la sedentarietà legata all'uso dell'auto contribuisce a peggiorare la situazione della salute pubblica in un contesto già di base non ideale: in Europa, tre bambini su quattro tra i 6 e i 17 anni non raggiungono i livelli minimi di attività fisica raccomandati dall'OMS.

In Italia la situazione è particolarmente critica: oltre il 32% della popolazione è classificata come completamente sedentaria e, secondo i dati recenti dell'Istituto Superiore di Sanità (sorveglianza PASSI 2023-2024) e dell'ISTAT, la mobilità attiva stenta a decollare come pratica di massa. In media solo il 10% degli adulti utilizza la bicicletta per gli spostamenti quotidiani (casa-lavoro o casa-studio), contro una media europea significativamente più alta, ed esiste una profonda spaccatura tra il Nord (dove la quota è in media del 15%) e il Centro-Sud (fermo al 6%). Casi virtuosi come Bolzano (dove un cittadino su tre

pedala quotidianamente) o città come Ferrara e Pesaro rimangono eccezioni in un panorama dominato dall'auto. Secondo il report ISTAT "Spostamenti casa-lavoro" 2024, anche tra i giovani l'automobile risulta ancora il mezzo di trasporto più utilizzato, seppur come passeggeri (38%), seguito dai mezzi pubblici (28%) e dalla mobilità pedonale (28%).

Soluzione

L'uso della bicicletta può essere promosso attraverso campagne ad hoc, eventualmente legate a meccanismi di gioco.

Un'alternativa al trasporto motorizzato sono i mezzi di trasporto attivi, come le biciclette. La questione è come promuoverne l'uso, modificando le abitudini della popolazione.

Nella città di Danzica, in Polonia, dal 2014 è attiva la campagna "Maggio in bicicletta" (Rowerowy Maj), che invita all'uso delle biciclette ricorrendo alla strategia della c.d. "gamification", attivando cioè meccanismi di competizione e premi per motivare un cambiamento nei comportamenti e nelle abitudini. Nel 2019 la campagna è arrivata a coinvolgere 35.000 persone solo a Danzica, ed è stata contemporaneamente adottata da decine di altre città polacche.

L'iniziativa si svolge tutti gli anni nel mese di maggio ed è rivolta alle scuole primarie e dell'infanzia, con l'organizzazione di sfide che vengono proposte agli studenti e alle loro famiglie. In sintesi è una gara tra classi e scuole ad accumulare il maggior numero di viaggi casa-scuola effettuati con la bicicletta. I partecipanti registrano i propri viaggi e competono



per premi individuali e collettivi (per la classe o la scuola), creando un sistema di incentivi basato sul gioco e sul riconoscimento sociale. Si tratta di una delle più grandi iniziative europee di promozione della mobilità attiva basata su tecniche di gamification.

Ogni bambino riceve un libretto o un profilo digitale e per ogni viaggio effettuato con mezzi attivi (bicicletta, monopattino, pattini o skateboard), lo studente ottiene due adesivi: uno da applicare sul proprio passaporto e uno da inserire nel tabellone della classe. Il punteggio non premia chi percorre più chilometri, ma la frequenza dei viaggi; questo permette anche a chi abita vicino a scuola di contribuire al successo della propria classe. Questa tipologia di iniziativa richiede la collaborazione attiva degli insegnanti (che registrano i dati) e dei genitori, che spesso iniziano a pedalare insieme ai figli, generando un potenziale effetto di trascinamento sulle abitudini degli adulti.

Risultati

Le campagne di “Maggio in bicicletta” aumentano la mobilità attiva, ma le cose tornano come prima appena l’iniziativa si conclude.

Uno studio ha analizzato l’impatto della campagna polacca verificando l’intensità di utilizzo della bicicletta nella rete di piste ciclabili di Danzica. L’analisi, che si concentra sul triennio 2017-2019, mostra come l’intervento sia in grado di influenzare l’utilizzo della bicicletta nell’immediato, durante lo svolgimento dell’intervento stesso: nel corso del mese di maggio si è registrato un incremento del traffico di biciclette del 18% sulla rete ciclabile monitorata. Ma, come già evidenziato da precedenti studi su interventi di soft policies riguardanti il settore dei trasporti, la spinta tende a esaurirsi con la conclusione dell’intervento. Infatti analizzando i dati relativi al periodo successivo alla campagna emerge come i livelli di traffico di biciclette tornino sui livelli vicini a quelli ordinari. Ciò suggerisce che molte delle persone che hanno utilizzato di più la bicicletta sono tornate velocemente alle loro abitudini.

Metodo

I risultati sono ottenuti da una valutazione con disegno *difference in differences*: nel triennio di interesse è stata misurata, mese per mese, l’intensità di utilizzo delle biciclette sulle piste ciclabili di Danzica e di un’altra città simile, Lodz, in cui non era attiva l’iniziativa “Maggio in bicicletta”. Le serie storiche delle due città sono state quindi poste a confronto, tenendo anche conto di fattori esterni come le condizioni meteo, per verificare se nei mesi di maggio (e nei mesi limitrofi) l’intensità di utilizzo delle biciclette a Danzica fosse marcatamente diverso dall’ordinario.

BIBLIOGRAFIA: BIONDI B., ROMANOWSKA A., BIRR K. (2022), *IMPACT EVALUATION OF A CYCLING PROMOTION CAMPAIGN USING DAILY BICYCLE COUNTERS DATA: THE CASE OF CYCLING MAY IN POLAND*, *TRANSPORTATION RESEARCH. PART A, POLICY AND PRACTICE* N. 164.

AUTORE DELLA SCHEDA: FABIO SANDROLINI (ASVAPP)

