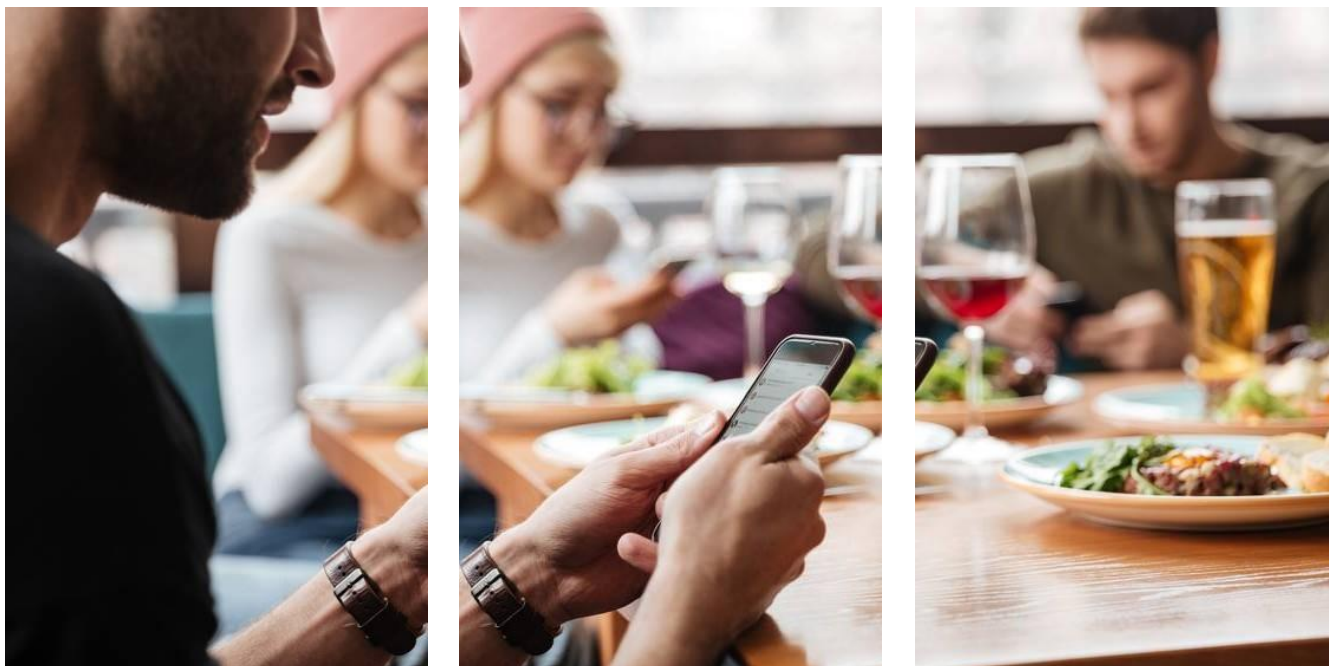


GIÙ LO SMARTPHONE, SU LO SGUARDO



PROBLEMA

Secondo i dati diffusi da Apple, gli utenti iPhone sbloccano in media il cellulare **80 volte al giorno**, ma ci sono ragionevoli motivi per credere che questo dato possa essere generalizzato a tutti i possessori di smartphone¹.

Se invece consideriamo le statistiche relative a quante volte tocchiamo semplicemente il cellulare durante il giorno, vediamo come questo dato supera le duemila volte². E, percentuale ancora più impressionante, il 66% delle persone tende a **sottostimare la sua dipendenza dal cellulare**².

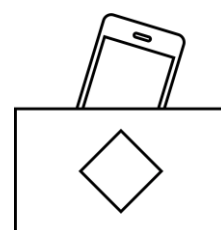
Questo ha sicuramente un grande impatto sociale: quante volte siamo tentati di interrompere le interazioni faccia a faccia per controllare il nostro smartphone? Secondo una ricerca condotta di Nudge Unit Italia³, il 21% del tempo trascorso in pub e ristoranti viene impiegato utilizzando il telefono, anziché parlando faccia a faccia. Troppo spesso, gli smartphone vengono utilizzati in modo eccessivo in momenti destinati all'aggregazione sociale, riducendo considerevolmente le interazioni tra le persone, con una conseguente perdita di opportunità di arricchimento relazionale e personale.

BEHAVIORAL INSIGHT

Lo smartphone è una costante tentazione. Spesso i cellulari sono impostati in modo da presentare delle notifiche molto **salienti** (**salience bias**), che catturano l'attenzione perché segnalate da suoni e luci. Le notifiche funzionano come gratificazioni immediate: secondo il bias dell'**hyperbolic discounting**, leggerle subito è appagante, mentre aspettare e rimandare la lettura a dopo può essere frustrante. Se le altre persone al tavolo a loro volta guardano spesso lo smartphone, creano una pressione sociale ed un effetto **role modeling** che ci induce a comportarci come loro, anche se non è un nostro reale desiderio.

AZIONE

Abbiamo ideato e sperimentato un intervento basato sull'uso di semplici scatole porta-smartphone, poste al centro del tavolo in locali pubblici. Un adesivo sulla scatola mostra uno smartphone accompagnato dalla frase "**Sei davvero social? #posalo**". La scatola è un nuovo **elemento saliente** che invita a riporre lo smartphone in un posto che "**nasconde**" le notifiche e ne riduce la salienza.



Il device, a quel punto, è sotto gli occhi di tutti: **la pressione sociale si inverte**, allungare la mano per prenderlo diventa un gesto fuori dalla norma di gruppo.

Lo slogan stampato sull'adesivo, infine, aiuta ad attivare un comportamento **in linea con i propri reali valori**.

La conseguenza positiva dell'intervento è che, in una sola serata, la percentuale di volte in cui tutti i soggetti seduti allo stesso tavolo hanno usato lo smartphone si è pressoché azzerata, mentre le interazioni faccia a faccia hanno subito un aumento significativo in quantità e qualità.

CB

*Il **Conformity Bias**, descritto anche come **pressione sociale**, è la nostra tendenza ad allinearci ai comportamenti delle altre persone con cui siamo - anche solo temporaneamente - in gruppo. I comportamenti degli altri diventano automaticamente un modello su cui plasmare il proprio comportamento, nel bene e nel male.*

SB

*Il **Saliency bias** descrive la tendenza degli esseri umani a focalizzarsi sugli stimoli che catturano l'attenzione e ad ignorare quelli che non sono degni di nota. Gli elementi del contesto maggiormente disponibili e visibili orientano le nostre scelte. Lavorando su aspetti percettivi o affettivi, è possibile migliorare i processi decisionali delle persone.*

Intervento realizzato in collaborazione con:

Nudge 

Ogilvy

Edenred

¹Longhitano, L. (2016). Sblocciamo lo Smartphone 80 volte al giorno. Wired. <https://www.wired.it/mobile/smartphone/2016/04/21/sblocco-smartphone-80-volte-al-giorno/>

²Winnik, M. (2016). Putting a finger on your phone obsession. Mobile touches: a study on how human use technology. Dscout. <https://blog.dscout.com/mobile-touches>

³Dati rilevati in una ricerca del 2017 condotta dal gruppo di ricerca Nudge Italia, svolta in diversi locali pubblici milanesi

**aBETTER
PLACE**
BEHAVIORAL TRANSFORMATION

www.abetterplace.it

info@abetterplace.it