Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
Dipartimento di Comunicazione e Economia
Corso di Laurea in Management e Comunicazione d'Impresa
Corso di Studio di Organizzazione e Management della Cultura e Creatività

In collaborazione con:

NON PERDERE VELOCITA'!

Studio sulla gestione dell'*ultimo miglio*

Professore:
Fabrizio Montanari

Referente azienda:
Cecilia Rossi

Studenti:
Alexandrina Stamboliyska matr.78592
Hornelle Wadja Momo matr.75294
Silvia Catellani matr.77123
Silvia Tesauri matr.77233

INDICE

Indice..... 2
Introduzione 3

Analisi del Campione 4

- Analisi del bacino d'utenza geografico della stazione Mediopadana
- Analisi descrittiva del campione

Conoscenza della stazione e dei servizi legati 7

- Conoscenza della stazione Mediopadana
- Conoscenza dei servizi di collegamento della stazione Mediopadana
- Criticità della stazione Mediopadana

Le nostre proposte..... 12

- .....Comunicazione interna alla stazione
- Comunicazione esterna alla stazione

Introduzione

Nell'ambito del corso di studio di Organizzazione e Management della Comunicazione e della Creatività, abbiamo condotto insieme all'Agenzia della mobilità di Reggio Emilia uno studio per analizzare punti di forza, ma soprattutto i punti di debolezza della nuova stazione AV Mediopadana. In particolar modo il lavoro si è incentrato sulla definizione del bacino d'utenza attuale e sulla gestione delle criticità del cosiddetto "Ultimo miglio", cioè quella zona che collega la stazione Mediopadana alle varie zone di destinazione della città e delle vicine province.

L'idea generale è infatti relativa al fatto che molti conoscono la stazione come mezzo tramite il quale si ha la possibilità di ridurre le distanze per città come Milano, Firenze, Roma, Napoli, ma poco si sa sui servizi di collegamento accessori offerti dal comune di Reggio Emilia nei confronti degli utenti della Mediopadana. D'altra parte, a nostro avviso poco è stato anche fatto nei confronti della stazione in quanto struttura; essa è conosciuta solo come contenitore di qualcosa di più importante (il treno ad alta velocità), ma nulla è stato fatto per valorizzare la struttura e di conseguenza valorizzare anche la città di Reggio Emilia allo stesso tempo.

Il presente scritto sarà dunque articolato prima di tutto sulla descrizione del target della stazione Mediopadana, sulla base dei risultati di questionari somministrati in stazione nell'arco di tempo tra la fine di novembre e i primi giorni di dicembre 2013; questa fase ha lo scopo di capire qual è l'utente tipo della stazione, da dove viene e quali sono le sue esigenze per poter individuare una comunicazione adatta al tipo di persona e al suo stile di vita.

In secondo luogo è stata condotta un'analisi sulla conoscenza relativa alla stazione, principalmente sui mezzi di comunicazione che più hanno contribuito a far conoscere la stazione e i suoi servizi accessori e delle criticità sollevate dagli utenti attuali, concentrandoci soprattutto sulle mancanze a livello di comunicazione interna, esterna e sui servizi.

Concluderemo il nostro lavoro con alcune proposte riguardanti la comunicazione secondo noi più adatta sulla base di quanto scoperto sul target; faremo quindi proposte a livello geografico in base al bacino d'utenza attuale e proposte a livello grafico di valorizzazione della stazione Mediopadana come struttura che dia la possibilità di valorizzare anche il territorio in cui è inserita.

Analisi del campione

Analisi del bacino d'utenza geografico della stazione Mediopadana

Per capire qual è il bacino d'utenza della Mediopadana abbiamo condotto un'analisi diversificata su Partenze, cioè su quegli utenti che arrivano alla stazione dalla provincia di Reggio Emilia e dalle province limitrofe per partire e, in un secondo momento, su Arrivi, cioè su coloro che, arrivati alla stazione, si dirigono verso il cosiddetto "*Ultimo miglio".*

L'Analisi ha portato i seguenti risultati:
per quanto riguarda le Partenze, il 47%, cioè la maggior parte degli utenti della Mediopadana parte, per andare in stazione, dal comune di Reggio Emilia; mentre dalla provincia (18.7%) abbiamo rilevato piccole percentuali d'utenza che utilizza la stazione: 7% proveniente dal Nord Est, 5.1% proveniente dal Nord Ovest, 5.4% proveniente dal Sud Est di Reggio e infine un 1.2% proveniente dal Sud Ovest.
La maggior parte degli utenti delle province limitrofe proviene dalla vicine zone di Parma (14.9%) e Modena (8.9%), si riscontrano però anche utenti provenienti da Piacenza (2.7%), Mantova (4.3%) e dalle province sotto l'1%

Analizzando invece gli Arrivi ci risulta che gli utenti che arrivano alla stazione Mediopadana sono diretti principalmente:

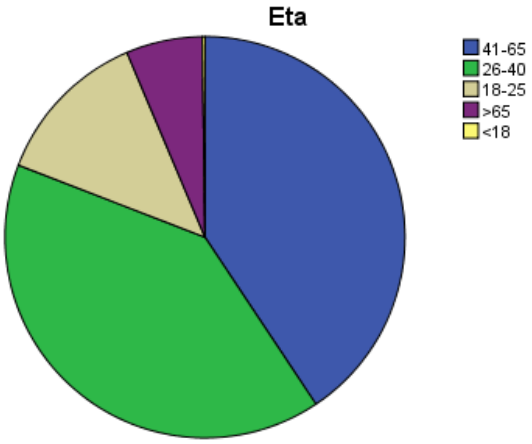
- a Reggio Emilia (60.8%) e comuni (NO 4.2%, NE 5.6%, SO 2.8%, SE 2.8%)
- Province limitrofe: si registrano arrivi diretti a Parma e provincia (11.2%), Modena e provincia (8.4%) e altre sotto l'1%.

Da questi risultati possiamo concludere che il bacino d'utenza della Mediopadana si sviluppa principalmente nella zona della città di Reggio Emilia e provincia (Arrivi 74.4%, Partenze 55.7% totali), in percentuali nettamente più basse anche verso le province limitrofe, in particolar modo verso Parma e Piacenza (Arrivi 11.9%, Partenze 17.7%) e le prime province della Lombardia come Mantova, Brescia e Cremona (Partenze 5.2%). Questo risultato si può spiegare in quanto il sud est dell'Emilia Romagna è già servito dalla stazione di Bologna (da e per Modena si registrano Arrivi 8.4%, Partenze 6.1%), mentre la Lombardia è servita dalla stazione di Milano.

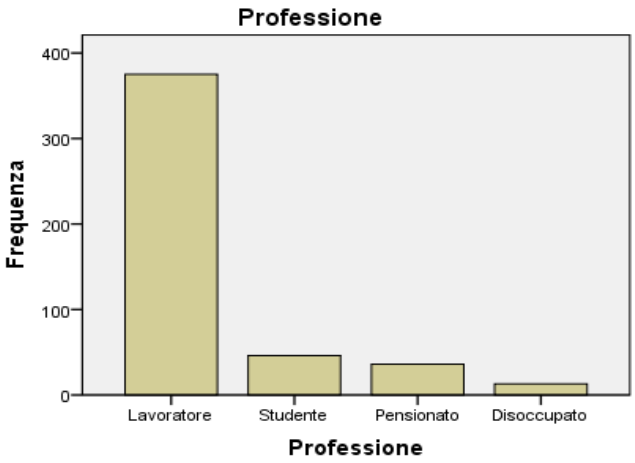
Analisi descrittiva del campione

Per dare una descrizione che fosse il più possibile completa ci siamo focalizzati su genere, età e professione degli intervistati, i risultati sono riportati di seguito.

Per quanto riguarda il genere possiamo dire che non ci sono differenze notevoli in quanto i due generi si equivalgono sostanzialmente. Dall'analisi fatta risulta infatti che il campione è costituito da maschi per il 53.6%, mentre per il 46.4% da femmine.



Gli utenti che utilizzano maggiormente la stazione Mediopadana si collocano in una macrofascia di età compresa tra i 26 e i 65 anni (80.8%); infatti, come evidenzia il grafico, le classi d'età maggiormente popolate sono : quella da 41-65 anni con una percentuale del 40.6% mentre quelli tra 26 – 40 anni rappresentano il 40.2%.



Analizzando la professione si può notare che gran parte dei fruitori della stazione Mediopadana sono lavoratori, infatti rappresentano il 79.8%, seguiti dagli Studenti che invece ne rappresentano il 9.8%, poi i pensionati per il 7.7% e infine un 2.8% di disoccupati.

Tra i motivi principali del viaggio il 48.5% degli intervistati afferma di viaggiare per lavoro, il 31.1% per altri motivi, il 13.2% per turismo e infine solo un 7.2% viaggia per studio.

Possiamo concludere quindi che l'utente-tipo della stazione Mediopadana è un uomo lavoratore tra i 26 e i 65 anni che utilizza la stazione Mediopadana per lavoro ed è interessato (arriva e si dirige) principalmente al comune di Reggio Emilia.

Conoscenza della stazione e dei servizi legati

In questo secondo capitolo verrà analizzato il **livello di conoscenza** attuale della stazione Mediopadana e il grado di **conoscenza dei servizi** legati ad essa degli intervistati. Infine verrà fatta un'analisi sulle principali **criticità** legate alla stazione.

Conoscenza della stazione Mediopadana

Un'importante domanda del questionario somministrato verteva sulla conoscenza acquisita dagli utilizzatori riguardo la stazione; in particolare è stato chiesto ad ogni intervistato come fosse venuto a conoscenza dell'esistenza della Mediopadana. A questa domanda seguivano 8 possibili risposte in cui veniva data la possibilità di sceglierne una o più.

Dai questionari somministrati risulta che la maggior parte delle persone è venuta a conoscenza dell'esistenza della stazione Mediopadana tramite il Passaparola (42.7%), seguito subito dopo dal Sito Internet (25.2%).
Di seguito vengono riportate le 8 possibilità di risposta inserite nel questionario e i relativi risultati in percentuale:

Mezzo	***Percentuale (%)***
Passaparola	42,7
Sito Internet	25,2
Stampa	12,8
Vista per caso	7,6
Cartelloni pubblicitari	6,4
TV	3,8
Social network	0,9
Radio	0,5
Totale	100,0

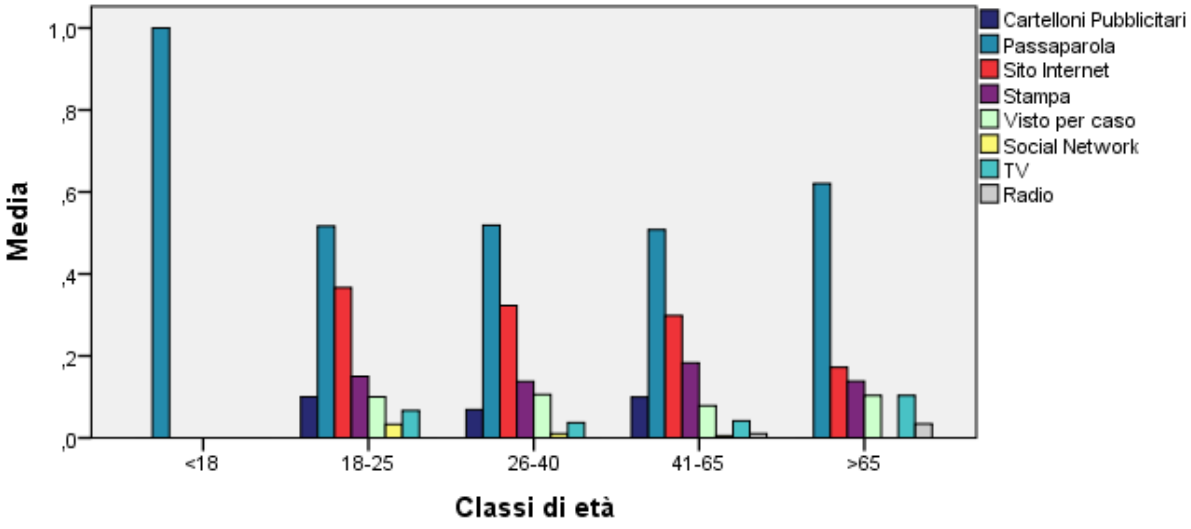
Tabella che rappresenta in percentuale come le persone sono venute a conoscenza dell'esistenza della stazione.

Confrontando i dati raccolti relativi al modo in cui gli utilizzatori sono venuti a conoscenza dell'esistenza della stazione Mediopadana e le classi di età dei rispettivi utenti, siamo arrivati a definire che non c'è un mezzo specifico di comunicazione particolarmente influente per una precisa fascia di età, è evidente infatti come l'utilizzo del Passaparola e del Sito Internet siano distribuiti in modo quasi omogeneo per tutte le fasce, soprattutto per le tre centrali dai 18 ai 65 anni.

La fascia d'età che comprende gli utenti con più di 65 anni ha conosciuto la stazione principalmente tramite il Passaparola; questa fascia inoltre nota una totale assenza dei Cartelloni pubblicitari.

I risultati relativi agli intervistati sotto i 18 anni non sono di particolare rilevanza in quanto è stato intervistato un solo utente che ha affermato di essere venuto a conoscenza della stazione tramite Passaparola, ma non avendo un campione esteso non si possono trarre conclusioni statisticamente rilevanti.

Il grafico riportato rappresenta come sono venute a conoscenza dell'esistenza della stazione i rispondenti divisi in classi d'età:



Analizzando la comunicazione riguardante la stazione Mediopadana di Reggio Emilia, riteniamo che sia importante soffermarci particolarmente sugli utenti della provincia di Reggio Emilia per conoscere come essi siano venuti a conoscenza dell'esistenza della Mediopadana e quindi scoprire quale sia stato il mezzo più efficiente ed efficace per i fruitori ivi residenti.

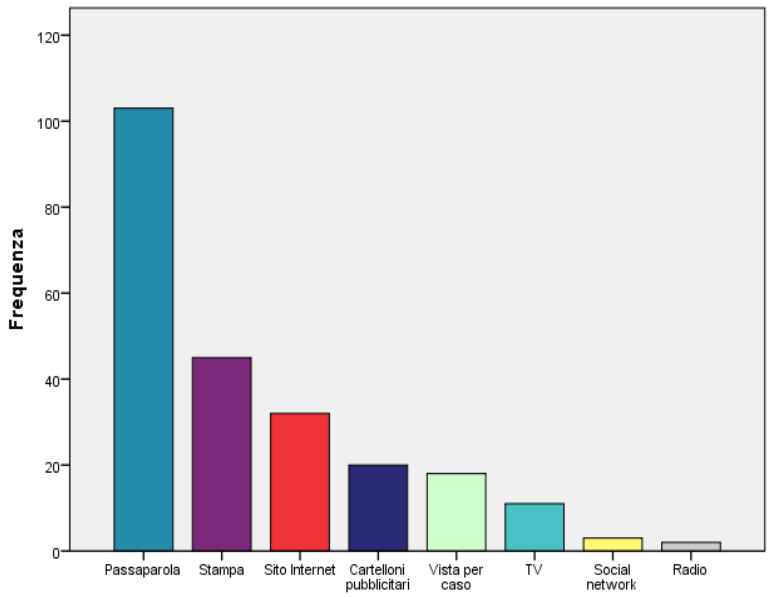


Grafico che rappresenta come sono venute a conoscenza dell'esistenza della stazione i rispondenti che abitano a Reggio Emilia e provincia

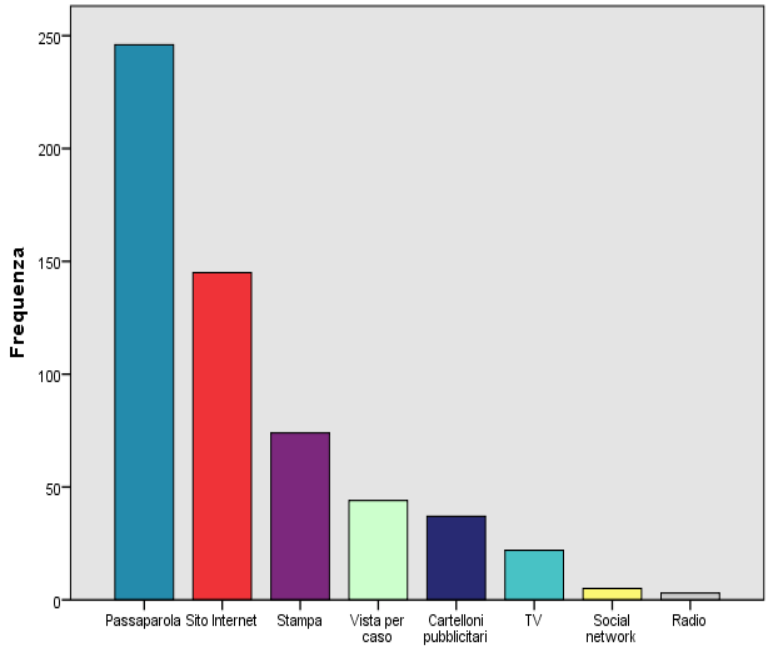


Grafico che rappresenta come sono venute a conoscenza dell'esistenza della stazione i rispondenti del campione totale

I risultati ci confermano che la maggior parte, il 44%, ne è venuta a conoscenza tramite Passaparola; tramite la Stampa il 19.2%, il Sito Internet il 13.7%, i Cartelloni pubblicitari l'8.5%, Vista per caso il 7.7%, la TV il 4.7%, i Social Network circa l'1.3% e infine la Radio 0.9%.

Notiamo quindi che gli utenti che abitano Reggio Emilia e provincia hanno conosciuto la stazione principalmente grazie al Passaparola, ma, a differenza della totalità dei rispondenti, subito dopo tramite la Stampa, seguita poi dal Sito Internet e dai Cartelloni Pubblicitari, poi solo successivamente Vista per caso, TV, Social Network e infine Radio.

Da questa osservazione si può evidenziare come la comunicazione avvenuta tramite la Stampa, che si posiziona prima del Sito Internet nel campione di Reggio Emilia, sia stata più efficace rispetto a quanto trovato analizzando il campione completo; così come i Cartelloni Pubblicitari che si posizionano al quarto posto prima del Vista per caso come invece si era trovato analizzando il campione completo.

Conoscenza dei servizi di collegamento della stazione Mediopadana

In un secondo tempo abbiamo voluto analizzare la conoscenza dei servizi che legano la stazione Mediopadana alle zone limitrofe di Reggio Emilia, questo per capire al meglio quali possono essere i problemi legati al cosiddetto "ultimo miglio" e trovare soluzioni valide e mirate la cui base poggia sulla comunicazione di questi servizi.

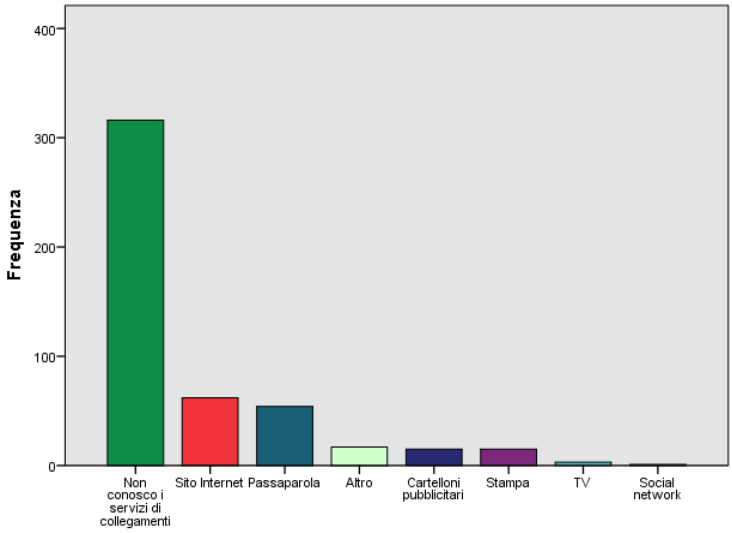


Grafico che rappresenta come sono venute a conoscenza dell'esistenza dei servizi di collegamento i rispondenti del campione totale

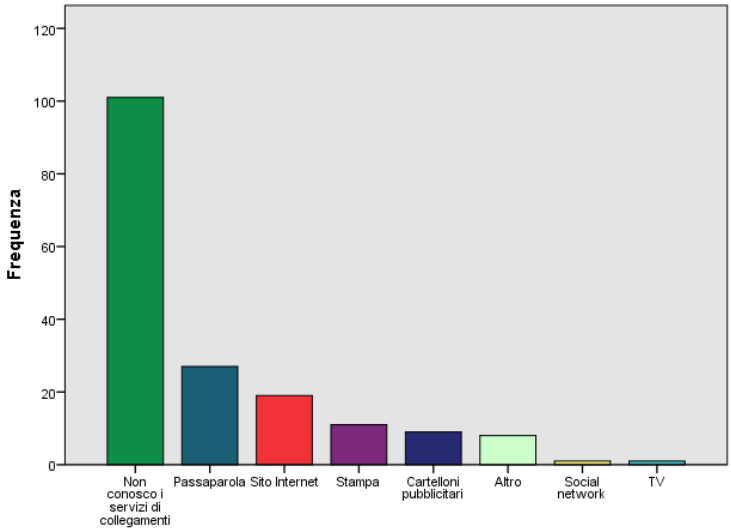


Grafico che rappresenta come sono venute a conoscenza dell'esistenza dei servizi di collegamento i rispondenti che abitano a Reggio Emilia e provincia

Come prima cosa ci siamo quindi chiesti qual è il livello di conoscenza dei servizi di collegamento da e per la stazione degli utenti della Mediopadana scoprendo così che più della metà degli utenti non conoscono affatto tali servizi.

Dai questionari somministrati sull'intero campione risulta che la maggior parte delle persone (il 65.4%) non è a conoscenza dei servizi di collegamento da e per la stazione Mediopadana, il 12.8% ne è venuta a conoscenza tramite il Sito Internet, l'11.2% tramite il Passaparola, 3.5% ha risposto Altro, poi ancora Cartelloni Pubblicitari e Stampa 3.1%, infine TV 0.6% e Social Network 0.2%. Nella risposta Altro che ha dato il 3.5% dei rispondenti che avevano precedentemente affermato di conoscere i servizi di collegamento, rientrano le seguenti fonti di informazione: la biglietteria della stazione, il tassista, l'azienda per la quale lavora, il fatto che li abbia visti per caso o ancora più frequente, sa che esistono ma non li ha mai utilizzati.

Soffermandoci solo sul campione degli utenti provenienti da Reggio Emilia e provincia notiamo che la percentuale di coloro che non conoscono i servizi di collegamento sono circa il 57%, percentuale lievemente inferiore rispetto alla totalità del campione; coloro che hanno conosciuto i servizi tramite Passaparola il 15.3%, Sito Internet 10.7%, Stampa 6.2%, Cartelloni Pubblicitari circa 5.1%, Altro 4.5%.

Da questa osservazione possiamo sottolineare che la comunicazione dei servizi di collegamento è stata diffusa in modo più efficace tramite Passaparola piuttosto che il Sito Internet, rispetto alla totalità del campione in cui avviene il contrario. Anche il mezzo della Stampa è più utilizzato dagli utenti di Reggio Emilia e provincia rispetto ai Cartelloni Pubblicitari, TV, Social Network e Altri mezzi.

Criticità della stazione Mediopadana

	Percentuale (%)
Collegamenti	28,9
Parcheggio	22,5
Altro	22,2
Comunicazione	13,3
Ubicazione fermata mezzi di trasporto	7,5
Sicurezza in stazione	5,6

Tabella che rappresenta in percentuale le maggiori criticità legate alla stazione

Analizzando infine le principali criticità sollevate dagli utenti della Mediopadana abbiamo riscontrato che il principale problema riguarda i Collegamenti, spesso sono ritenuti troppo costosi, con scarsa disponibilità di orario e scomodi per le coincidenze con i treni ad Alta Velocità. Un secondo disagio è poi legato al servizio del Parcheggio che, a detta degli utenti, risulta essere scarso, questo è principalmente dato dal fatto che ancora oggi il parcheggio sia in parte occupato dal cantiere che, a lavori ultimati, adibirà lo spazio che sta occupando a nuovi posti auto.

La Comunicazione si posiziona, per le sue criticità, al quarto posto e viene criticata spesso per la poca chiarezza o l'assenza di informazioni riguardo soprattutto gli orari dei mezzi pubblici di collegamento. Con Altro si considerano principalmente le criticità legate alla chiarezza della segnaletica sia all'interno della stazione ma anche all'esterno in quanto risultano essere scarsi i cartelli che segnalano l'ingresso della stazione (criticità che potrebbero essere state risolte con l'installazione di segnaletiche avvenute nei due mesi subito successivi alla somministrazione dei questionari. Per essere certi della loro effettiva efficacia sarebbe però opportuno effettuare una nuova somministrazione di questionari ora che le segnaletiche sono presenti). Inoltre viene segnalato che il rumore forte durante il transito dei treni crea fastidio, un'ulteriore critica viene fatta alla mancanza di servizi come bar, tabaccherie ed edicole. Altre criticità sorgono in più piccola parte sull'ubicazione della fermata del mezzo di trasporto e sulla sicurezza in stazione.

Le nostre proposte

Sulla base dei risultati rinvenuti, l'utenza della stazione è principalmente formata da lavoratori che utilizzano la stazione per motivi di lavoro; essi sono interessati (arrivano e sono diretti) principalmente alla zona di Reggio Emilia e provincia e in maniera molto inferiore alle vicine province di Parma e Modena.

Per quanto riguarda invece la conoscenza della stazione, noi siamo convinte che la comunicazione fatta finora sulla stazione non abbia valorizzato la struttura e il suo territorio, ma piuttosto i treni come mezzo di collegamento veloce. La maggior parte degli intervistati è inoltre venuta a conoscenza della stazione soprattutto tramite la Stampa (fatti di cronaca e pubblicità) anziché tramite Cartelloni pubblicitari mirati sulla struttura.

Altrettanto problematica è la conoscenza dei servizi di collegamento, in quanto la maggior parte dell'utenza attuale della stazione Mediopadana non conosce i servizi di collegamento offerti (65%). Anche qui la comunicazione pubblicitaria presenta delle criticità in quanto quella parte di utenza che è al corrente dell'esistenza di questi servizi ne è venuta a conoscenza principalmente tramite Siti Internet e Passaparola.

Inoltre abbiamo rilevato anche delle criticità legate alla comunicazione sulla struttura, sia internamente che fuori dalla stazione. Un 13% degli intervistati ha sollevato criticità inerenti la comunicazione informativa all'interno e subito fuori dalla stazione; a nostro avviso infatti non sono state segnalate in maniera opportuna alcune delle informazioni più importanti come l'indicazione dei binari, indicazioni riguardo l'entrata della stazione, la sala d'attesa.

Le nostre proposte saranno dunque indirizzate in questi termini:

- Migliorare la comunicazione informativa sulla struttura della stazione;
- Progettare una comunicazione legata ai servizi nelle zone di Reggio Emilia e provincia;
- Ideare una comunicazione sulla stazione nell'ottica della valorizzazione di essa e del territorio in cui è inserita.

Comunicazione interna alla stazione

Abbiamo trascorso molto tempo alla stazione e abbiamo visto quali sono le principali difficoltà dei viaggiatori, la maggior parte dei quali fatica ad orientarsi e nella ricerca dei mezzi di trasporto. Per evitare questo disagio vorremmo proporre alcune soluzioni che secondo noi potrebbero aiutare i viaggiatori che scendono dal treno AV a scegliere in maniera più veloce il mezzo di trasporto disponibile.

In particolar modo a nostro avviso i totem che identificano le fermate di taxi e navetta non sono ben visibili soprattutto la sera per due motivi: sono posti sotto la parte finale della struttura e sono costituiti da colori scuri (blu e rosso, solo parte finale è azzurra).

La nostra soluzione prevede due possibili linee di azione: spostare i due totem informativi su taxi e navetta in posti maggiormente visibili all'utenza (lo spostamento sarebbe chiaramente di poco spazio), in primo luogo perché identificano le fermate dei mezzi e secondariamente in quanto presentano informazioni molto utili per gli utenti, come l'orario delle corse della navetta e il numero di telefono del servizio taxi. Questa soluzione potrebbe però essere difficile da attuare in quanto i totem sono inchiodati a terra e quindi potrebbe comportare inutili costi.

La seconda soluzione probabilmente più facile da attuare sarebbe quella di porre delle luci nella zona in cui sono stati installati i totem, in modo che anche la sera i colori sgargianti di cui sono costituiti possano balzare agli occhi degli utenti.

Infine, un problema che gli utenti della stazione Mediopadana hanno riscontrato dovendo

utilizzare i servizi di collegamento offerti dal Comune di Reggio Emilia é l'assenza di comunicazione diretta sui principali servizi come l'autobus o la navetta che dalla stazione Mediopadana collegano il centro storico o altre zone limitrofe. Questa problematica potrebbe essere risolta mediante l'installazione di un tabellone (Foto 4) all'uscita della stazione che indichi i minuti che mancano all'arrivo del successivo mezzo

di trasporto. In questo modo gli utenti avranno l'immediata possibilità di valutare il mezzo più conveniente in termini di tempo d'attesa e costo del servizio erogato.

Comunicazione esterna alla stazione

Un altro dei nostri obiettivi è quello di far sapere ai fruitori della stazione l'esistenza di diversi servizi di collegamento da e per la stazione; in particolare ci riferiamo ai servizi di autobus, navetta e trenino.

Sulla base dei risultati della nostra ricerca possiamo dire che i mezzi pubblicitari convenzionali utilizzati (stampa, tv, radio) non hanno dato buoni risultati; la maggior parte dei rispondenti ha infatti saputo dell'esistenza della stazione Mediopadana tramite Passaparola.

Il lavoro pensato da noi è contestualizzato sul fatto che nell'era della globalizzazione il facile acceso all'informazione ha reso le persone più esigenti; è per questo che è necessario lavorare costantemente per capire qual è il modo migliore per attirare l'attenzione del pubblico.

Tenendo in considerazione tutti questi fattori abbiamo elaborato due proposte:

1. La prima proposta prevede l'installazione di billboard riguardanti i servizi di collegamento offerti da e per la stazione; in particolar modo la nostra proposta richiama la meridiana e sostituisce ai numeri delle ore del giorno i servizi di collegamento.

   Pensiamo infatti il cartellone con un'appendice nell'angolo superiore, che a seconda del sole proietterà la sua ombra sull'immagine del mezzo di trasporto. Il nostro slogan sarà: "Non perdere la velocità! Scegli il tuo mezzo". Questo slogan richiama da una parte i treni

ad Alta Velocità e dall'altra l'idea che utilizzando i mezzi pubblici si possa raggiungere sempre in modo veloce ogni zona limitrofa.

Reggio Emilia è la città del Tricolore e le quattro varianti raffigurate servono per raggiungere proprio il cuore della città. Quest'ultimo fatto spiega la presenza della bandiera italiana stilizzata sull'immagine.

Sul dove posizionarli abbiamo scelto i due punti secondo noi più strategici per raggiungere il nostro obiettivo. Uno é il grande parcheggio situato di fronte alla stazione Mediopadana, l'altro è l'incrocio di fronte alla stazione centrale. Entrambe le zone permettono al sole di disegnare sul cartellone l'ombra della meridiana e inoltre, a nostro avviso, sono i luoghi dove passa il maggior numero di persone.

2. Una seconda proposta sono dei piccoli pieghevoli informativi sui servizi offerti da e per la stazione ricoperte con il pluriball. Secondo noi questa campagna è in grado di attirare l'attenzione degli utenti e può essere un modo divertente ed economico per informarli sui diversi servizi.

La nostra strategia si basa sul fatto che crediamo che non esista nessuno a cui non piaccia giocare con il pluriball poiché è un oggetto divertente e che aiuta a sfogare lo stress, è economico e in questo modo gli verrà data una seconda vita (è l'imballo ammortizzante più economico e diffuso nel mondo ed è molto usato per proteggere dagli urti oggetti fragili - Wikipedia). Noi pensiamo che sia un buona idea creare dei totem che fungano da distributori per le nostre cartoline; magari dal colore vivace, che catturi lo sguardo e l'attenzione.

La nostra idea è che su ogni totem ci sia un invito: "l'Antistress è gratis". Il fatto di puntare sull'antistress ha infatti un ruolo strategico sulla base del fatto che il 79,8% del nostro target é costituito da lavoratori. Il lavoro é sempre caratterizzato da scadenze, obiettivi e tanto da fare, ognuno ha bisogno di un attimo di riposo, dunque noi vorremmo proporre l'unione tra un passatempo, come scusa per attirare l'attenzione, e l'informazione sui servizi di collegamento.

Per far sì che il pieghevole con le informazioni non venga gettato subito nel cassonetto, pensiamo che sia giusto introdurre un messaggio informativo con una frase del tipo: "Lo sai che…", per catturare ancora una volta l'attenzione della persona e portarlo alla lettura completa del pieghevole (l'uomo infatti è curioso per natura).

I luoghi strategici che abbiamo scelto per la distribuzione del pluriball sono:

- la stazione centrale di Reggio Emilia. Essa è infatti uno dei luoghi di interesse proprio di uno dei mezzi di collegamento offerti quindi è necessario che lì la comunicazione sia presente; inoltre in questo modo possiamo informare non solo gli abitanti di Reggio Emilia, ma anche quelli che vivono nei comuni della provincia e nelle province vicine principalmente di Parma e Modena.

  I pluriball possono essere situati vicino alle casse automatiche dei biglietti e nella sala d'attesa all'interno della stazione.
- La stazione Mediopadana. Il totem delle cartoline può essere posizionato ai binari, vicino alle panchine, nell'ascensore e accanto l'entrata/ l'uscita. Questi sono I luoghi chiave per questa comunicazione poiché si parla proprio dei servizi della stazione Mediopadana e dunque ogni utente, nell'attesa, potrebbe passarsi il tempo informandosi sui servizi offerti.
- Luoghi più visitati della città in cui si prevede di passare del tempo in fila. In questi luoghi solitamente la comunicazione pubblicitaria in pieghevoli spopola; la nostra idea di corredare l'informazione sui servizi ad un passatempo divertente ha il pregio e la facilità di spiccare tra la massa di messaggi pubblicitari proposti e quindi anche una probabilità più alta di essere letta.

3. Infine, essendo convinte che la comunicazione fatta finora relativa alla stazione non sia stata convincente, o meglio che non abbia evidenziato al meglio la struttura in sé quanto piuttosto i treni ad alta velocità, vorremmo proporre una nuova idea di comunicazione.

   Il nostro progetto prevede infatti una comunicazione che valorizzi la struttura non in quanto tale come contenitore del treno ad alta velocità, ma in relazione al territorio in cui è stata costruita, cioè la città di Reggio Emilia e dintorni.

   In relazione al fatto che il flusso di utenti utilizzi la stazione principalmente per lavoro, noi proponiamo una comunicazione che punti sulla città a livello di attrazioni legate al business. Ci possiamo riferire infatti prima di tutto al nuovo tecnopolo sorto negli spazi delle ex Officine Reggiane, piuttosto che alle eccellenze reggiane, o meglio emiliane, dalla enogastronomia alla meccanica e meccatronica, fino all'educazione e alle scuole dell'infanzia. Insomma, una comunicazione che valorizzi la stazione Mediopadana come struttura inserita in un contesto territoriale ricco di tradizione.