

Smart Mobility: qual è il ruolo del digitale per una mobilità più sostenibile?

Giovane, con istruzione superiore e utilizzatore di tecnologie digitali. Ma non sceglie le soluzioni di mobilità smart per la loro sostenibilità. Presentati i dati riferiti alla smart mobility della ricerca “Gli Italiani e la Sostenibilità Digitale: cosa ne sanno, cosa ne pensano”, della Fondazione per la Sostenibilità Digitale.

25.11.2021 - Continua il percorso di presentazione dei dati della ricerca realizzata dalla Fondazione per la Sostenibilità Digitale finalizzata a definire quali siano, nella percezione degli italiani, i rapporti tra tecnologia digitale e sostenibilità. Dopo i dati riguardanti la percezione delle relazioni tra sostenibilità e digitale e quelli dedicati al punto di vista dei cittadini sui temi dello Smart Living e dello Smart Environment, è la volta della **mobilità urbana**.

Quello della trasformazione digitale è un ruolo centrale nel ripensare i sistemi di mobilità in una direzione che guardi alle esigenze dei cittadini nella nuova normalità e che vada nella direzione necessaria per vincere le sempre più urgenti sfide della sostenibilità ambientale. Ma i cittadini italiani sono consapevoli di questo? Cosa pensano, in sostanza, del ruolo e del potenziale delle nuove tecnologie in quest’ambito?

Inquinamento e clima? Per un italiano su quattro c’è ancora tempo per affrontare il problema

Circa un quarto del totale delle emissioni di gas a effetto serra dell’UE deriva dal settore dei trasporti: un dato che basta – da solo – ad evidenziare in maniera inequivocabile la necessità di ripensare in una dimensione di sostenibile il trasporto urbano.

Tuttavia, per comprendere come ripensare il settore, non si può non partire da un dato: ben un italiano su quattro (il 26% per quanto riguarda il cambiamento climatico, ed il 24% se ci si riferisce all’inquinamento) pensa che il problema dell’inquinamento sia sì importante, ma che siano altre le priorità da affrontare. *“Se a questo si aggiunge – sottolinea Stefano Epifani, Presidente della Fondazione per la Sostenibilità Digitale – che solo il 37% degli intervistati è in grado di correlare con cognizione di causa la sua visione ideologica della sostenibilità con le proprie opinioni su temi ambientali, sociali ed economici e – di conseguenza – con le conseguenze pratiche delle proprie azioni, è evidente come ci sia un problema di consapevolezza correlato a questi temi assolutamente prioritario da affrontare”.*

Il profilo dell’utente di Smart Mobility

Qual è il profilo dell’utente tipo dei servizi di smart mobility? Donna o uomo che sia (non si rilevano differenze di genere significative) vive prevalentemente in un grande centro, è giovane ma non giovanissimo (ha tra i 25 ed i 34 anni: il coefficiente d’uso nella fascia 18-24 cala leggermente) e ritiene di avere un buon livello di competenza digitale (in particolare: il 35% di quanti si dichiarano con buone competenze digitali usa servizi di smart mobility. Percentuale che scende al 18% se si

guarda a quanti ritengono che le loro competenze siano scarse). Molto significativo anche il livello di scolarizzazione: isolando il campione di quanti conoscono questi strumenti, ben quattro italiani su cinque dotati di sola licenza media non ne fa uso pur conoscendone l'esistenza. Rapporto che scende a 7 su 10 nel caso di chi ha un diploma di scuola media superiore e scende ancora ad uno su due per i laureati.

Smart mobility: quali sono i servizi più diffusi?

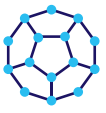
Com'era prevedibile, il servizio più utilizzato dagli utenti è quello di navigazione satellitare, ormai conosciuto da ben il 98% degli utenti, anche se resiste uno zoccolo duro del 14% di essi che preferisce affidarsi alla vecchia mappa cartacea. Significativo, guardando alla consapevolezza rispetto alla sostenibilità, come ben il 45% di quanti sanno che i principali navigatori satellitari mettono a disposizione funzioni per scegliere il percorso più sostenibile non ne faccia uso. *“Altra dimostrazione del fatto, emerso in molti aspetti delle nostre ricerche, che cambiare i comportamenti consolidati è difficile, e che per farlo non basta una generica condivisione ideologica di un valore se non si comprende come tale valore debba generare un cambiamento nelle abitudini di tutti noi. Condizione necessaria perché gli obiettivi di sostenibilità che ci stiamo prefiggendo possano essere davvero raggiunti”* evidenzia Stefano Epifani. Stessa situazione, con tassi di penetrazione ben diversi, per gli altri strumenti di mobilità smart: i servizi di carpooling sono conosciuti dall'82% degli italiani, ma solo il 5% ne fa un uso regolare, ed il 14% vi ricorre solo raramente. E più o meno gli stessi numeri si riscontrano per i servizi di carsharing e bikesharing. Certo è che la pandemia non ha aiutato la diffusione dei servizi di condivisione dei mezzi di trasporto. Un italiano su cinque, infine, non conosce l'esistenza di soluzioni per la mobilità dolce ed integrata, ma degli altri quattro solo l'11% ne fa un uso regolare.

Smart Mobility: un uso consapevolmente sostenibile?

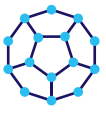
Per comprendere il livello di consapevolezza degli utenti di servizi di smart mobility è significativo analizzare quanti di essi lo facciano perché li trovano semplicemente più comodi e quanti – invece – perché effettivamente sostenibili.

Dalla ricerca emerge un aumento di diffidenza verso la tecnologia da parte di quanti dichiarano posizioni ideologicamente vicine a criteri di sostenibilità eco-centrica forte. In altri termini, afferma Stefano Epifani, *“chi, pur talvolta pur non comprendendone esattamente le conseguenze concrete, condivide convinzioni profondamente e radicalmente ambientaliste, è – in generale – più diffidente nei confronti della tecnologia rispetto a chi ha opinioni più moderate. Il risultato di questa tendenza è un dato che fa capire quanto gli atteggiamenti tecnofobici possano essere controproducenti. Infatti, di quanti conoscono i servizi di smart mobility, sono il 42% di coloro i quali considerano cambiamento climatico ed inquinamento problemi secondari a farne uso. Percentuale che scende al 30% se si guarda a quanti li ritengono, invece, problemi prioritari. In altri termini la diffidenza nei confronti della tecnologia è più forte del fatto che la tecnologia potrebbe essere un'alleata nell'assumere comportamenti più sostenibili”*.

A consolidare il dato inerente alla scarsa attenzione da parte degli utenti di servizi di mobilità smart verso la sostenibilità altri due fattori rilevanti. In primo luogo, l'assenza di differenze significative nel tasso d'adozione di tali strumenti da parte di chi assume comportamenti coerenti con la propria visione ideologica e chi invece non ha consapevolezza delle conseguenze dei propri punti di vista



sulla sostenibilità. Dato che suggerisce una scarsa correlazione effettiva tra convinzioni e comportamenti agiti. In secondo luogo, il fatto che ben l'82% degli intervistati non abbia dubbi sul fatto che nella scelta dei servizi e dei prodotti di mobilità smart – come, ad esempio, gli strumenti di carsharing – si preferisca optare per veicoli ecologici solo a parità di prezzo rispetto a quelli più inquinanti. In altri termini, se la sostenibilità ha un prezzo, gli utenti tendono a scegliere soluzioni meno sostenibili, piuttosto che affrontarne il costo.



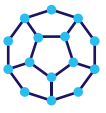
Citazioni dei partner della Fondazione per la Sostenibilità Digitale coinvolti nella ricerca

“In questo momento, il tema della sostenibilità legato alla mobilità è assolutamente centrale in quasi tutte le agende politiche. Tuttavia, quando si parla di mobilità sostenibile, occorre capire cosa sia realmente e cosa significhi. A guardare i dati sull’utilizzo dei servizi di Smart Mobility, viene da chiedersi: la mobilità sostenibile è una ‘moda passeggera’, un qualcosa su cui ci piace confrontarci ma poi alla fine non modifica i comportamenti, oppure un reale cambio di paradigma? Senz’altro è un tema giovane, e che anche le amministrazioni faticano a capire, confondendolo spesso con quello dei trasporti. Per questo è innanzitutto importante distinguere tra la mobilità, che è un bisogno derivato per rispondere ad un’esigenza di spostamento dell’utenza, e i sistemi di trasporto, che invece consentono a quello spostamento di concretizzarsi: si confonde spesso, cioè, l’obiettivo con lo strumento per raggiungerlo. Nel momento in cui mi occupo di mobilità, e devo far sì che i bisogni di mobilità dell’utenza possano essere soddisfatti, devo quindi trovare i sistemi di trasporto migliori e che siano funzionali a determinate esigenze. Spesso invece, accade il contrario: si realizzano, ad esempio, piste ciclabili indipendentemente dal fatto che siano utili o meno, che le persone possano utilizzarle in modo corretto oppure no. Si pensa, cioè, che la sola realizzazione di sistemi di trasporto possa automaticamente generare comportamenti diversi di mobilità, quando non è assolutamente così. Insomma, spesso si realizzano sistemi di trasporto sostenibili, come il carsharing o il bikesharing, lamentandosi poi che questi non vengono utilizzati: in realtà, però, ad essere sostenibile non era il concetto di mobilità, ma soltanto lo strumento, che però non rispondeva ad alcuna esigenza reale”

Gianfranco Fancello, Professore di Progettazione di sistemi di trasporto presso l’Università di Cagliari

Partner della Fondazione per la Sostenibilità Digitale

“Ritengo che, essendo questo un servizio partito circa dieci anni fa, una persona che ne fa utilizzo su quattro non sia poi così male, soprattutto considerando l’inerzia che abbiamo nel cambiare i nostri comportamenti come esseri umani. È chiaro che questi dati risentono sicuramente anche di un tema di localizzazione: infatti, non si può parlare di carsharing allo stesso modo per tutte le città italiane, perché in alcune ci sono senza dubbio delle propensioni migliori rispetto ad altre. Altro elemento da considerare, poi, è quello culturale, che porta alcuni individui a preferire il possesso di un bene come l’automobile, secondo una concezione tramandata di generazione in generazione. Per favorire l’uso di questo servizio, si dovrebbe vedere il carsharing in una concezione ‘di massa’, nel senso che chi lo utilizza dovrebbe poter arrivare in dei luoghi dove poter effettuare degli interscambi. In Eni stiamo ragionando proprio su questo nell’evoluzione delle nostre stazioni di servizio: delle aree, cioè, in cui poter lasciare la propria automobile e fare l’ultimo pezzo con un carsharing, oppure dove posso arrivare più vicino ad un treno o ad altri mezzi di trasporto. Inoltre,



anche parlando di una soluzione come il carsharing, bisogna ragionare in termini di una mobilità che sia sempre più sostenibile: per questo, affianco alle nostre Cinquecento rosse, inseriremo anche delle macchine elettriche. In questo modo si va ad incidere anche su quella popolazione che ha maggiore sensibilità sui temi della sostenibilità. Una sostenibilità vera e a 360 gradi"

**Dario Pagani, Enterprise Vice President Global Digital & IT di Eni
Partner della Fondazione per la Sostenibilità Digitale**

"In ACI Informatica stiamo cercando da un lato di migliorare la gestione del veicolo privato, dall'altro stiamo guardando a quello che può essere il futuro della mobilità, e quindi al Mobility as a Service e gli altri servizi. Peraltro, il Maas, che prima era incentrato molto sull'utilizzo delle risorse condivise, quindi dello sharing e dei servizi pubblici, oggi potrebbe diventare più un'integrazione tra i veicoli della sfera privata e la mobilità disponibile come servizio pubblico. Per integrare questi due mondi servono delle piattaforme, e qui il digitale ha un ruolo fondamentale abilitando la gestione intelligente delle risorse. La vera spinta a questo sistema si ha quando questo diventa anche uno strumento per indirizzare dei comportamenti. C'è un dato interessante nella ricerca, che evidenzia il fatto che i cittadini non sono disposti a spendere di più per servizi di sharing maggiormente sostenibili: ecco, un city manager che governa una piattaforma di MaaS può, assumendo il 'costo sociale' della sostenibilità, indirizzare i comportamenti degli individui in una direzione più sostenibile"

**Francesco Castanò, Direttore della Direzione Sistemi Informativi e Agenda Digitale di ACI
Informatica
Membro del Comitato di Indirizzo della Fondazione per la Sostenibilità Digitale**
