

MOBILITY AS A SERVICE: UN NUOVO MODELLO PER LA MOBILITA' TURISTICA SOSTENIBILE

By

Vincenzo Larosa, Pierdomenico Signorile and Ada Spiru
University of Bari "A. Moro"

ABSTRACT

La continua crescita delle città e degli agglomerati urbani, condiziona l'espansione in senso spaziale e in modo disperso, e rende il "viaggio" una necessità. Lo studio di Corinne Mulley in "*Mobility as a Service (MaaS) – does it have critical mass?*"¹ rileva come evidenti sono i limiti di un sistema di trasporti e più in generale di mobilità legati a un modello tradizionale pur animato nell'ultimo decennio da continue innovazioni basate sui sistemi di trasporto condivisi (*carsharing, drivesharing*). Il trasporto in generale, inoltre, è causa di importanti esternalità negative e contribuisce pesantemente al cambiamento climatico.

Si vuole esaminare la possibilità di accompagnare lo sviluppo delle città riducendo le congestioni legate al sistema di trasporti, senza ridurre i benefici derivanti dalle agglomerazioni. È necessario riconsiderare l'accesso alle città. Nella tecnologia "ormai matura" la promessa di realizzare questo cambiamento introduce il modello di mobilità "*as a Service*"-MaaS (Mulley, 2017).

Il punto di forza di questo modello infatti è l'utilizzo di una piattaforma informatica² che si concentra sulle questioni legate all'origine e alla destinazione del viaggio fornendo una serie di opzioni differenti per modi, tempi e costi e realizzando soluzioni di mobilità *tailor-made* basate sulle necessità individuali. Il modello si pone così come alternativa all'uso dell'auto di proprietà, vero elemento rivoluzionario nell'attuale sistema di mobilità. Risulta evidente un cambiamento nel comportamento e nelle abitudini delle persone, non solo rispetto al trasporto, ma anche rispetto agli stili di vita. A partire dall'elevato *appeal* con la tecnologia e dalla maggiore flessibilità e adattamento dei propri comportamenti, Mulley individua nella generazione dei "*millennials*" il segmento di popolazione più predisposto verso questo nuovo paradigma della mobilità.

Nello studio condotto negli Stati Uniti nel 2015, in 14 paesi si rileva un declino nel rilascio di patenti di guida in 9 dei 14 paesi pari allo 0,6% all'anno, per il segmento dei *millennials*, mentre in Australia il calo raggiunge l'1%, avvalorando l'ipotesi di una differente cultura in questo segmento di popolazione verso l'auto di proprietà.

1 Transport reviews, 2017 vol. 37 n.3, 247-251, Routledge

2Whim: <https://maas.global/>

L'importanza del cambiamento culturale e dei comportamenti nel consumo e nell'utilizzo del trasporto, a sostegno di una mobilità sostenibile, è evidenziato anche da Helena Stromberg, Oskar Refelt, I.C. MariAnneKarlsson e Jana Sochor in “*Trying on change – Triability as a change moderator for sustainable travel behaviour*”³ che richiamano l'efficacia del modello MaaS nel raggiungimento di tale obiettivo rispetto alle iniziative di riduzione tariffaria del trasporto pubblico. Risulta decisivo sostenere e incoraggiare questo cambiamento attraverso la diffusione dei *trials*, i quali possono rappresentare dei “tools strategici” purché siano ben progettati e orientati a guidare i partecipanti nelle varie fasi del cambiamento. Nello studio si analizzano i fattori di successo di due *trial* condotti a Gothenburg: il primo – *Testcyklisterna* – volto a incoraggiare i partecipanti a sostituire l'uso dell'auto con quello della bici nei loro spostamenti quotidiani; il secondo – *UbiGo travel broker service* – volto a ridurre la “dipendenza” dall'auto propria, offrendo nuove soluzioni di mobilità (Mobility as a Service appunto). In entrambi i casi i partecipanti hanno ridotto le incertezze legate ai nuovi comportamenti, ma il processo di adozione delle decisioni non è stato diretto. I *trial* infatti erano articolati in 3 fasi: una di “acclimazione” incentrata sull'apprendimento dei nuovi comportamenti, una di “normalizzazione” in cui i partecipanti attuavano i nuovi comportamenti adattandoli alle necessità quotidiane e infine la fase di “stabilizzazione”, in cui il nuovo modello comportamentale è diventato abitudine.

L'elemento più importante è la “osservabilità” del successo del *trial* che lo rende desiderabile anche verso l'esterno. Un altro elemento rilevante nella costruzione dei due *trial* è la “targetizzazione” dei partecipanti. Questo aspetto, se da un lato è alla base del successo, dall'altro potrebbe rappresentare una forzatura del risultato. Risulta interessante comprendere come cambiano i risultati se non è effettuata la selezione dei partecipanti. Una variante di questo *trial* potrebbe essere proprio quella di verificare in quale percentuale si verificherebbe il “*modal shift*” in un bacino di utenza più esteso e generico.

David A. Hensher in “*Future bus transport contracts under a mobility as a service regime in the digital age: are they likely to change?*”⁴ rileva le modalità in cui le preferenze per il carsharing si rapportano rispetto ai servizi individualizzati e la disponibilità degli individui a rinunciare all'auto di proprietà, in un'ottica di riduzione del traffico. È necessario investigare attraverso modelli di preferenze rilevate, in che modo il potenziale di mercato del MaaS può cambiare le preferenze riguardo il modo di spostarsi.

La necessità di un cambiamento nei modelli di mobilità è richiesta anche in ambito turistico. Frans Melissen e KoKoens in “*Adding researchers' behaviour to the research agenda: bridging the science-policy gap in sustainable tourism mobility*”⁵ e A. Cohen, J. Higham, S. Gossling, P. Peeters, E. Eijgelaar in “*Finding effective pathways to sustainable mobility: bridging the science-policy gap*”⁶ pongono l'attenzione sul bisogno di approfondire il modo in cui incoraggiare i policy-makers e l'industria del turismo verso lo sviluppo di una mobilità sostenibile del turismo che non si limiti alla promozione di programmi di riduzione delle emissioni derivanti dal progresso tecnologico ma approfondiscano la comprensione dei comportamenti nella mobilità turistica e incoraggino l'uso di buone pratiche nelle località di destinazione. Il nuovo modello di mobilità – MaaS – ha alla base tale “*modal shift*”. I risultati del *trial* condotto a Gothenburg in effetti ne rivelano la potenzialità. Si

3 *Travel Behaviour and Society* 4 (2016), 60-68, Elsevier

4 *Transportation Research Part A* 98 (2017) 86-96, Elsevier

5 *Journal of Sustainable Tourism*, 2016 vol. 24 n. 3, 317-334, Routledge

6 *Journal of Sustainable Tourism*, 2016 vol. 24 n. 3, 335-349, Routledge

presenta, pertanto l'opportunità di approfondire come il *Mobility as a Service* può produrre gli stessi risultati nei comportamenti dei viaggiatori, nelle località di destinazione.

Dall'analisi di A. Scuttari, M. Della Lucia e U. Martini degli effetti sui flussi turistici, delle misure di mobilità sia di tipo "pull" che di tipo "push" adottate in due progetti pilota che hanno coinvolto 8 comunità alpine del Sud Tirolo – attraverso la rilevazione di aspetti quantitativi – si propone una metodologia di stima del traffico turistico generato da veicoli privati e l'impatto ambientale e la valutazione degli effetti sulla domanda turistica, delle politiche di mobilità a sostegno di uno sviluppo sostenibile della destinazione.

Il primo caso di studio è il progetto "Alpine Pearls": un network di 28 comunità alpine – di cui 7 in Sud Tirolo - in 6 Paesi europei. Qui le politiche di tipo pull si sono concretizzate nella realizzazione di "pacchetti" che incoraggiassero viaggi brevi (1 giorno) nelle località appartenenti al network. Il secondo caso è quello della "Alpe di Siusi" svoltosi in un singolo Comune, in cui l'azione intrapresa in ambito di mobilità locale ha portato alla chiusura al traffico nei periodi di picco (misura tipicamente di tipo *push*) affiancata dalla fornitura di servizi di trasporto alternativi.

L'individuazione delle componenti il traffico *inbound* e *outbound*, ha consentito la quantificazione e la stagionalità del fenomeno, la stima dell'impatto della componente turistica, sull'ambiente e l'evoluzione dei flussi turistici a seguito delle azioni intraprese. I risultati hanno dimostrato che in entrambi i casi non vi sono state riduzioni nei flussi turistici.

Lo sviluppo di una mobilità sostenibile che aggiunga valore al viaggio e all'esperienza turistica, può diventare una sfida per le destinazioni in riferimento a punti d'interesse, obiettivi, competenze e valori che raggruppino stakeholders pubblici e privati. In questo senso il modello MaaS sembra proporsi come utile elemento di congiunzione tra le politiche di mobilità e quelle di sostegno al turismo sostenibile.

Bibliografia

- A. Cohen, J. Higham, S. Gossling, P. Peeters, E. Eijgelaar , Journal of Sustainable Tourism, 2016 vol. 24 n. 3, 335-349, Routledge
- A. Scuttari, M. Della Lucia, U. Martini, Journal of Sustainable Tourism, 2013 vol. 21, n. 4, 614-637
- Corinne Mulley , Transport reviews, 2017 vol. 37 n.3, 247-251, Routledge
- David A. Hensher , Transportation Research Part A 98 (2017) 86-96, Elsevier
- FransMelissen e KoKoens , Journal of Sustainable Tourism, 2016 vol. 24 n. 3, 317-334, Routledge
- Helena Stromberg, Oskar Refelt, I.C. MariAnneKarlsson e Jana Sochor , Travel Behaviour and Society 4 (2016), 60-68, Elsevier