



Osservatorio Green MaaS GETUP

Il MaaS sul territorio genovese

Il MaaS sul territorio genovese

Analisi

Dall'analisi condotta sull'ambito sociale e territoriale genovese è emersa l'opportunità di adottare inizialmente un approccio di tipo pubblico-privato equilibrato, in cui l'azienda di TPL opera come MaaS Integrator, affidando a privati tramite gara pubblica il ruolo di MaaS Operator. Questo assetto consente di avere il coinvolgimento del soggetto pubblico a tutela dell'interesse collettivo e, al contempo, di garantire condizioni favorevoli al progressivo ingresso di nuovi operatori privati nel sistema della Mobilità As A Service.

Nelle esperienze europee più efficaci, il sistema MaaS prevede un costo mensile pari al valore dell'abbonamento al TPL, al cui interno vengono offerti pacchetti di servizi differenziati territorialmente, per providers o per target (come minuti ai servizi di sharing, corse gratuite o tariffe flat per gruppi target di utenti), per identificare le politiche di mobilità più efficaci e il corretto bouquet di offerta per il territorio genovese è stato necessario conoscere il rapporto trasporti/territorio, interpretando il contesto territoriale in cui si opera: sono stati valutati sia le caratteristiche fisiche, storiche, demografiche e di traffico della città, le attitudini di mobilità, la propensione dei genovesi alla tutela dell'ambiente e all'impatto del trasporto su di esso, lo shift modale attualmente presente sul territorio e quello cui tendere con le politiche della mobilità, infine anche l'habitat sociale ed economico nel quale si va ad operare (costo della vita, salari medi, costo del trasporto privato e pubblico). A partire dunque dalle caratteristiche strutturali della città, dalla sua configurazione demografica e dalle attitudini di mobilità dei cittadini, il modello definito nel progetto individua come soluzione ideale per il contesto genovese un ipotetico pacchetto di mobilità MaaS che prevede almeno 10 giorni al mese di TPL e tariffa pay-as-you-go per bike e car sharing.

Attualmente la sola integrazione tariffaria esistente in ambito urbano è quella tra i due soggetti di trasporto pubblico AMT e Trenitalia. Gli operatori privati di sharing, invece, non applicano alcun tipo di integrazione tariffaria, è opportuno dunque identificare possibili integrazioni, soprattutto con il mondo dei providers privati operanti sul territorio.

Per migliorare l'efficacia dei pacchetti tariffari proposti si sono sviluppati quattro target di utenza finalizzati a ottimizzare la customizzazione e la convenienza dell'offerta:

- per i giovani genovesi, già fortemente propensi all'utilizzo del TPL (il 75% utilizza autobus, treno e spostamenti a piedi) viene previsto non solo un consolidamento della componente TPL, ma anche incentivi all'utilizzo di servizi in sharing (cui i giovani sono maggiormente reattivi e attratti);

- per gli anziani è possibile cercare di incrementare la quota di trasporto pubblico (solo il 15% ha un abbonamento al TPL) e il suo utilizzo nelle ore di morbida, viene anche proposto l'utilizzo del car-sharing;
- per i turisti, le cui scelte di mobilità sono estremamente variabili e dipendono da tantissimi fattori quali, ad esempio, la provenienza, il mezzo utilizzato per il viaggio, l'età, la destinazione, gli interessi, la propensione a una fruizione "lenta" della città e delle sue attrazioni, è possibile studiare pacchetti ad hoc "discovering what to do" (con le cose da vedere da fare in città), "how to get there" (fornendo le informazioni di trasporto) e offrendo la pianificazione degli itinerari di viaggio direttamente sulla app MaaS, attraverso la quale è anche possibile pagare i servizi scelti (proponendo anche pacchetti flat con possibilità di utilizzare più operatori). Attualmente a Genova, l'unica app che fornisce questo tipo di servizio è quella di AMT ma limitata al solo servizio pubblico, occorre dunque pensare a un'integrazione con i providers privati di mobilità;
- per le aree a domanda debole, si propone il tema della difficoltà nell'accedere ai servizi essenziali a fronte di una popolazione con bassa densità ed elevata dispersione sul territorio. L'analisi della struttura di questo segmento di popolazione fa emergere come essa sia spostata in avanti nell'età media che la rappresenta, poiché spesso i giovani e gli adulti in età attiva preferiscono avvicinarsi ai servizi, alle scuole e al posto di lavoro. Occorre prevedere un servizio flessibile in risposta a esigenze non sistematiche e al tempo stesso sostenibile sul piano economico.

Appare dunque evidente come la scelta di adottare una soluzione MaaS per il contesto genovese, debba necessariamente essere supportata dall'implementazione di misure specifiche atte ad accrescere l'attrattività di tale proposta.

Data la natura peculiare del contesto locale, caratterizzato da un sistema di mobilità fortemente polarizzato dalla componente di trasporto pubblico locale e da una certa inerzia nei confronti di modalità di trasporto più innovative (quali, fra tutti, i servizi di *sharing mobility*), la sfida principale è infatti rappresentata dalla definizione del valore aggiunto apportato dalla proposta MaaS per un'utenza che potrebbe dimostrarsi non particolarmente reattiva, anche con riferimento alla composizione demografica e l'età media dell'utenza.

Strategie di intervento

In questo senso, con riferimento al caso di Genova, è possibile ipotizzare due strategie di intervento. La prima è senza dubbio quella di ampliare, diversificando l'offerta di mobilità cittadina da comprendere all'interno della proposta di MaaS. La seconda è quella di includere all'interno di tale offerta e dei relativi pacchetti proposti all'utenza, anche servizi che non ricadono all'interno della sfera del trasporto e della mobilità.

Nei paragrafi seguenti, dunque, si procederà con qualche cenno a ciò che viene fatto in altri contesti urbani e metropolitani per quanto concerne questi due aspetti.

A) Implementare la multi-modalità dell'offerta MaaS

L'attuale offerta di trasporto multi-modale genovese, come richiamato anche nei *deliverable* di progetto precedenti, è strutturata secondo le seguenti componenti:

- TPL su gomma;
- Linea Metropolitana;
- Servizio ferroviario;
- Impianti verticali;
- Sistema della Sosta;
- Servizi di sharing.

Se con riferimento all'offerta di TPL, l'attrattività risulta già piuttosto significativa, tanto da andare a costituire in un certo senso il *core* della proposta MaaS, va tuttavia rilevato come l'offerta di *sharing*, soprattutto se rapportata a quella di altre realtà urbane risulti piuttosto carente.

Oltre all'assenza dei servizi di *sharing* nella componente monopattini, anche gli esistenti sistemi di *bike, car e scooter-sharing* risultano piuttosto limitati da punto di vista quantitativo.

L'attuale offerta, come precedentemente richiamato, consta di:

- *Elettra Car-Sharing*
46 auto in modalità *station-based* e 77 in modalità *free-floating*.
- *Zena-By-Bike*
74 bici muscolari e 26 a pedalata assistita
- *Zig-Zag Scooter-Sharing*
100 motorini

Al fine di "normalizzare" tale dotazione è possibile rapportare questi valori alla popolazione genovese, così da disporre di un indice da poter confrontare con altri contesti urbani in ambito italiano. In particolare, si decide di confrontare la dotazione locale con quella delle realtà di Firenze e Bologna, per la proporzionalità dal punto di vista della demografia dei tre contesti, e con Milano, che, a fronte di una scala molto maggiore, può in un certo senso rappresentare un significativo *benchmark* di riferimento.

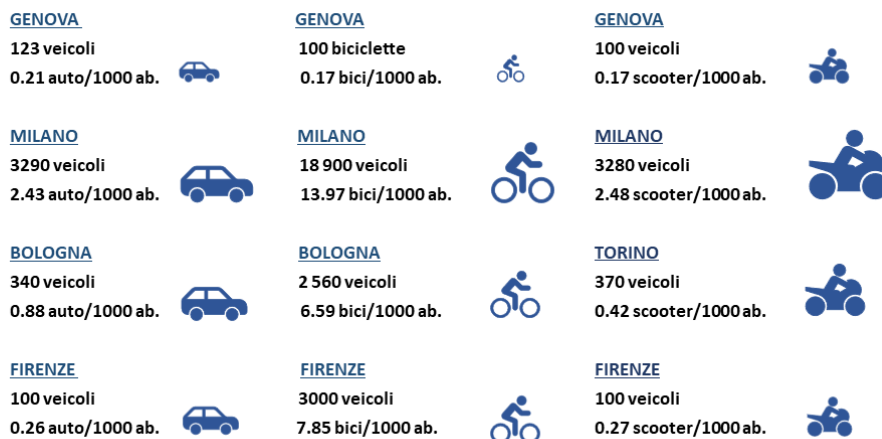


FIGURA 1 DEMOGRAFIA DEI SERVIZI DI SHARING IN ITALIA

Da tale raffronto è dunque rilevabile una certa sotto-dotazione con riferimento a tutte e tre le componenti considerate.

Appare dunque evidente che, anche dal punto di vista meramente quantitativo, il confronto restituisce la necessità di implementare l'offerta locale al fine di rendere maggiormente *appealing* l'offerta MaaS.

Va inoltre ricordato che, anche da un punto di vista territoriale, i servizi di *sharing* risultano distribuiti in modo estremamente disomogeneo all'interno dell'ambito metropolitano. Fatta eccezione per alcune sperimentazioni stagionali e per un paio di servizi di bike-sharing nei principali comuni costieri, solo Genova è dotata di simili soluzioni.

Infine va ricordato come una pluralità di soggetti operanti all'interno dell'ecosistema MaaS favorirebbe una maggiore concorrenza con conseguenti vantaggi per l'utenza.

B) Includere servizi non-mobility-centred nell'offerta MaaS

A livello globale sta prendendo sempre più campo l'ipotesi di unire ai servizi caratteristici della Mobility as a Service (trasporto urbano) anche alcuni tipi di servizi extra-transportistici: la stessa piattaforma è in grado così di offrire agli utenti, tramite unica App, servizi di carattere turistico/*leisure* (accesso a musei, attrazioni, stadio, nightlife, ecc.) e gli itinerari e le modalità di trasporto necessari a raggiungerli.

Viene data così la definizione di T-MaaS e (Aapaoja, Eckhardt, Nykänen, & Sochor, 2017) ne illustrano le potenzialità.

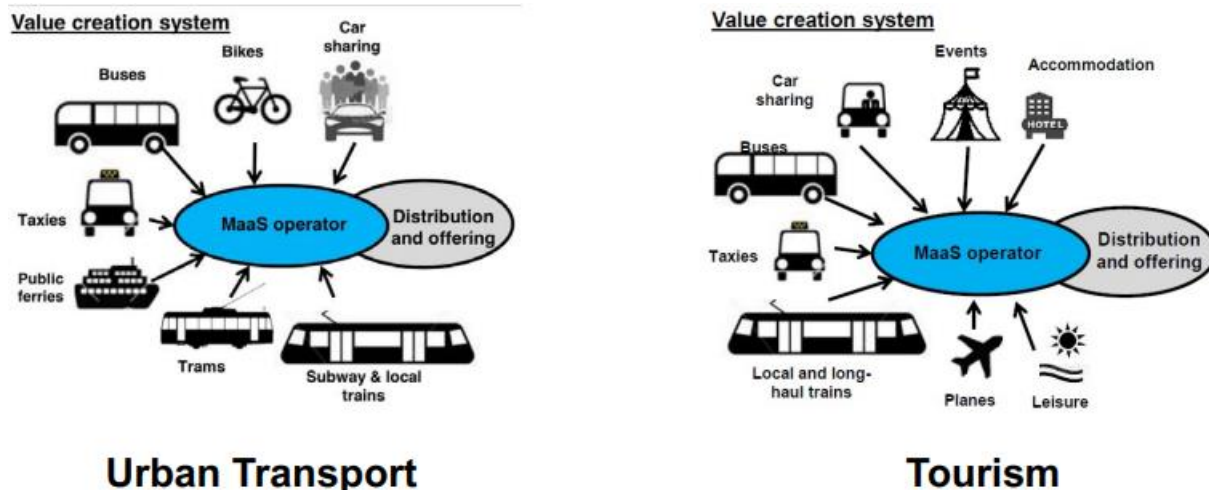


FIGURA 2 SCHEMA DI FUNZIONAMENTO DEL T-MAAS

Fonte: (Aapaoja, Eckhardt, Nykänen, & Sochor, 2017)

Sono diversi gli esempi già attivi a livello globale in questo senso. (Leung, et al., 2022) ne hanno individuato alcuni: Finlandia, Italia, Giappone, Sud Est Asiatico, Sud Corea e Taiwan.

Nel comune di Kolari, nella Lapponia finlandese, è stato lanciato nel 2016 un pilot MaaS volto a collegare gli utenti con le principali attrazioni turistiche della zona. Iniziative di questo tipo, affinché siano di successo, richiedono una stretta collaborazione tra azienda del trasporto pubblico erogatrice del servizio di mobilità e DMO (Destination Management Organization) locale: in questo contesto è stata lanciata inizialmente un'app, chiamata Ylläs Around, in grado di combinare informazioni su orari e rotte di bus e taxi. A causa di alcuni problemi tecnici questa App interamente focalizzata sul trasporto è stata poi sostituita da un'altra, YlläsTiketti, nella quale era possibile prenotare e acquistare anche biglietti per eventi, ristoranti, ecc.



FIGURA 3 LA APP YLLÄSTIKETTI (LAPPONIA)

Fonte: (Anttila, 2018)

In Italia è emblematico il caso della Trentino Guest Card (TGC), attraverso la quale i turisti possono disporre a portata di smartphone di una vasta offerta di servizi (musei, castelli, parchi naturali, mobilità). In fase di prenotazione dell'albergo, gli utenti ricevono sul proprio device la TGC in versione digitale: questo permette ai turisti di utilizzare gratuitamente il trasporto pubblico in Trentino e persino i treni (purché abbiano origine o destinazione in Trentino), accedere a più di 100 attrazioni tra cui musei, castelli, ecc. a tariffe scontate e fare degustazioni enogastronomiche a prezzo ridotto.



FIGURA 4 TRENTINO GUEST CARD (TGC) - ITALIA

Fonte: (visittrentino.info.it, 2023)

In Giappone la Toyota ha sviluppato nel 2018, di concerto con la finlandese MaaS Global, la T-MaaS App MyRoute: inizialmente testata solo nelle città di Fukuoka e Kitakyushu, sull'isola di Kyushu ed estesa in un secondo momento a Yokohama, Minamata e altri luoghi dalla primavera 2020. L'app, oltre al trasporto pubblico, include la possibilità di fare la spesa e accedere a ristoranti.

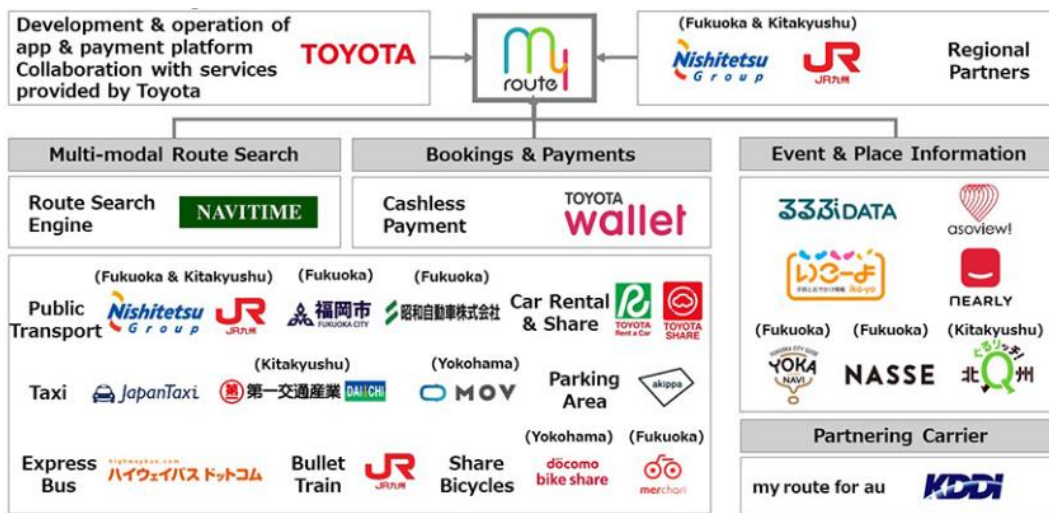


FIGURA 5 MY-ROUTE (GIAPPONE)

Fonte: (Toyota, 2020)

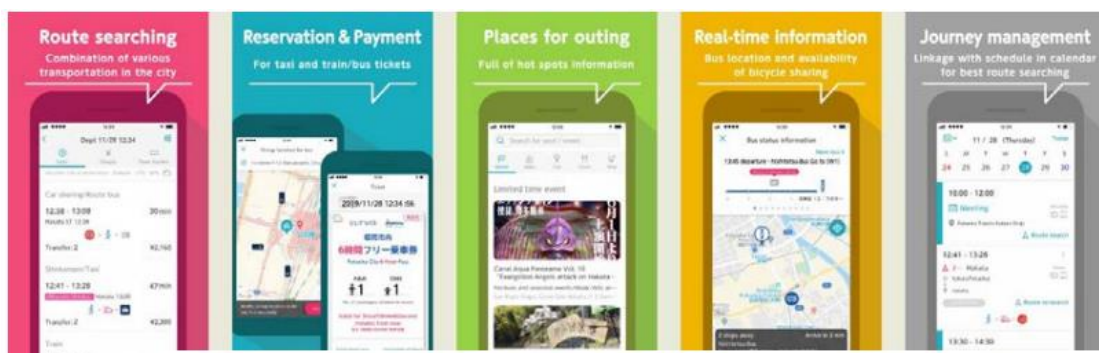


FIGURA 6 MY-ROUTE (GIAPPONE)

Fonte: (Leung, et al., 2022)

Inoltre, sempre in Giappone, la T-MaaS App Izuko (technology provider la tedesca Moovel) è stata sperimentata dal 2019 – 2021 in tutta la penisola Izu.



FIGURA 7 IZUKO (GIAPPONE)

Fonte: (Leung, et al., 2022)

Infine prendono sempre più campo le cosiddette “super-App”, ovvero App che includono un range di servizi molto ampio dal trasporto, allo shopping, agli eventi, al delivery di cibo. Esempi in questo senso sono:

- la super-app Grab, molto diffusa nel Sud Est Asiatico già dal 2013 (inizialmente era un’app di ridehailing);
- la super-app Kakao T, attiva in Corea del Sud dal 2015 (inizialmente era un’app di chatting);
- le super-app Umaji, Men Go e TT Go, diffuse in Taiwan.

Appare dunque evidente come, accanto ad adeguate strategie e campagne di comunicazione mirate a favorire la familiarizzazione dell’utenza con la proposta locale di MaaS, simili azioni potrebbero supportare il necessario cambio di mentalità dalla concezione della mobilità come di uno schema urbano rigido cui adeguarsi passivamente a quella di un servizio da personalizzare e ridefinire in base alle proprie esigenze.

Bibliografia

Aapaoja, A., Eckhardt, J., Nykänen, L., & Sochor, J. (2017). MaaS service combinations for different geographical areas.

Anttila, S. (2018). *Ylläs Around and YlläsTiketti – piloting Maas, mobility and tourism-related*. Tratto da https://www.mambaproject.eu/wp-content/uploads/2018/07/WP-2.2_Good-practice-cases_Yll%C3%A4s_FINAL.pdf: https://www.mambaproject.eu/wp-content/uploads/2018/07/WP-2.2_Good-practice-cases_Yll%C3%A4s_FINAL.pdf

Leung, A., Baumeister, S., Pavanini, T., Matsumoto, Y., Le, T., & Scott, P. (2022). “The best of both worlds?” Linking tourism and transport functions in MaaS – A review of selected European and Asian-Pacific exemplars. *ICoMaaS 2022 – Proceedings from the 3rd ICoMaaS Conference*. Tampere, Finlandia.

ODINPASS. (s.d.). *ODIN PASS, the one transport app to rule them all*. Tratto da <https://odinpass.com.au/>

Toyota. (2020). *Toyota to Gradually Expand Service Area of "my route", the Multi-Modal Mobility Service*. Tratto da <https://global.toyota/en/newsroom/corporate/31311813.html>

visittrentino.info.it. (2023). *Trentino Guest Card su Mio Trentino App*. Tratto da [Visittrentino.info.it: https://www.visittrentino.info/it/articoli/info-pratiche/app-trentino-guest-card](https://www.visittrentino.info/it/articoli/info-pratiche/app-trentino-guest-card)