

Propensione a viaggiare e rischi sanitari: segmenti e filiere più impattati, ruolo di smartworking & e-commerce, e scenari per la ripresa

Paolo Guglielminetti

Seminario SIPOTRA, 21.05.2020

SIPOTRA 

«we have to learn ...»



- È importante **monitorare l'evoluzione dei modelli di mobilità** nei primi giorni e settimane dopo il rilassamento delle misure di blocco, ma ciò non è sufficiente prevedere l'evoluzione a medio / lungo termine.
- I **comportamenti di viaggio** immediatamente dopo l'emergenza potrebbero non essere pienamente esplicativi di come la domanda di trasporto evolverà dopo 3-6 mesi o più.
- È quindi essenziale lanciare e ripetere sondaggi su larga scala sulle attitudini dei consumatori, con tecniche appropriate, per stimare gli effetti potenzialmente duraturi del Covid-19.



Effetti sulla generazione / attrazione della domanda

- Riduzione delle frequenze di spostamento (remote working, e-commerce, digitalizzazione delle attività sociali)
- Riduzione della propensione al «viaggio» soprattutto nel segmento lunga percorrenza
- Variazione delle preferenze di destinazione



Effetti sulla scelta del modo e/o dell'itinerario di trasporto

- Minor propensione all'uso dei mezzi collettivi
- Scelta di soluzioni di itinerario che evitano grandi hub e/o linee più affollate

- Questa conoscenza è essenziale per **pianificare e progettare** efficacemente azioni efficaci per le autorità pubbliche e gli operatori dei trasporti.
- Il recupero del traffico avverrà con tempi lunghi, ma la sua velocità dipenderà anche dalla capacità degli operatori di **stimolare la ripresa della disponibilità delle persone a viaggiare**.

Effetti sulla generazione ed attrazione della domanda

Alcuni esempi



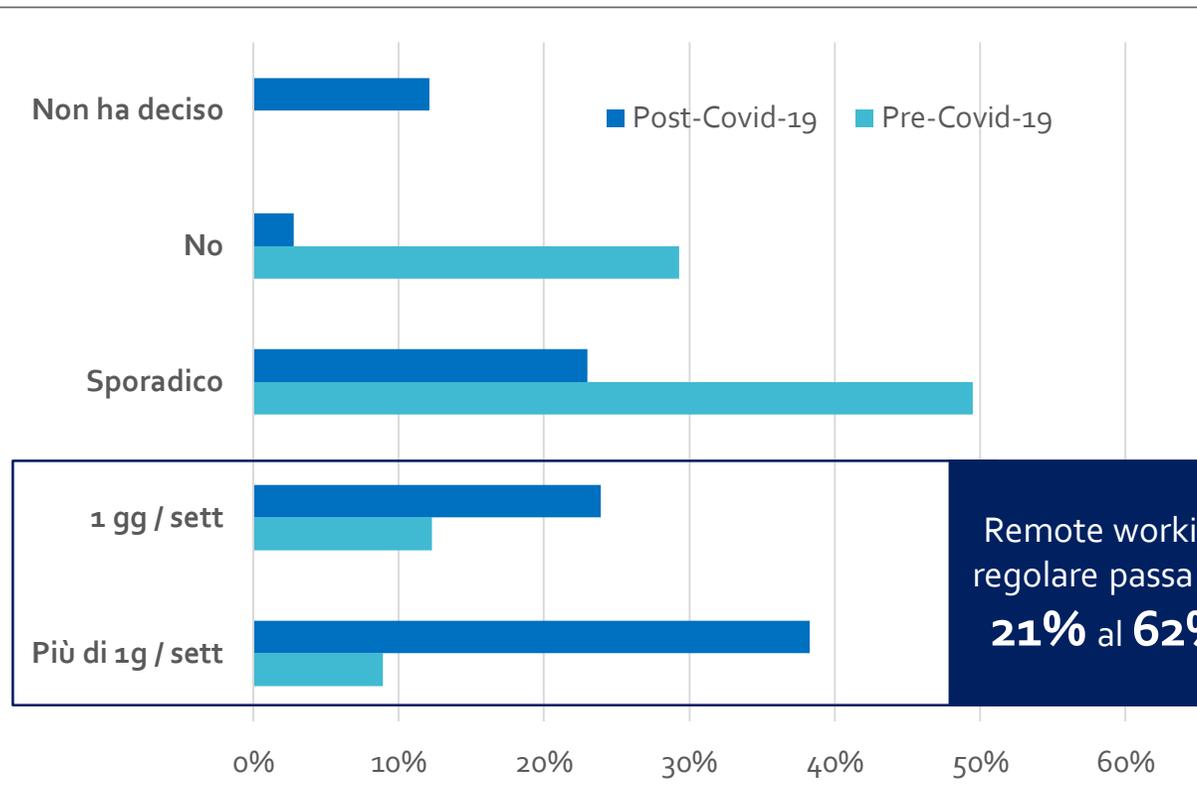
Spostamenti «abituali» di lavoro

Forte crescita della propensione al remote-working anche post-Covid-19 sugli addetti più «attrezzati» ...

ADDETTI AL SETTORE DEI SERVIZI PROFESSIONALI

61% 25-34 anni
Sede di lavoro di norma nelle grandi aree urbane
Meno del 30% non lo usava per nulla prima

Survey effettuata a metà aprile 2020, 2500 risposte



Remote working regolare passa dal **21%** al **62%**



Per quasi il

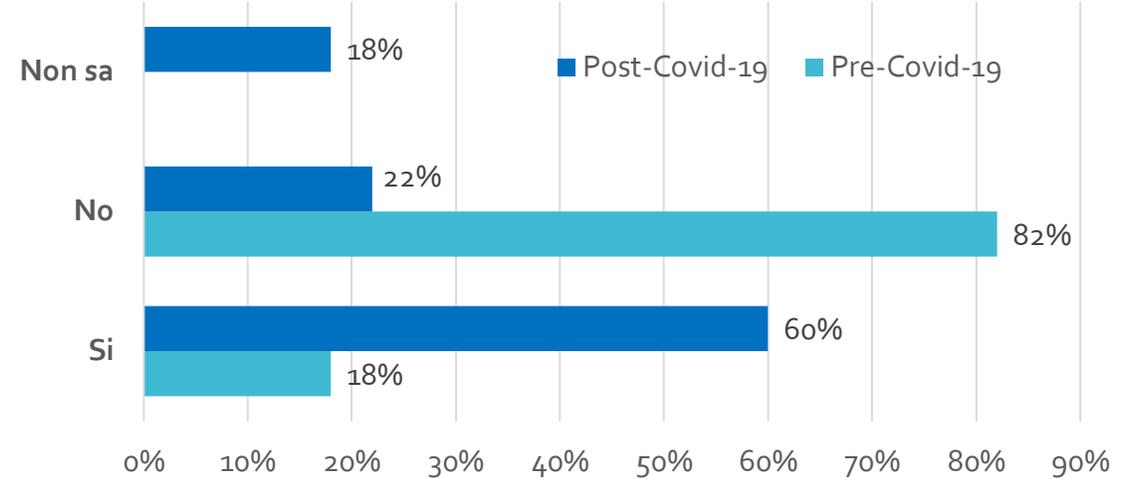
70%

la maggior propensione è dovuta al «Risparmio del tempo utilizzato per raggiungere sede o cliente»

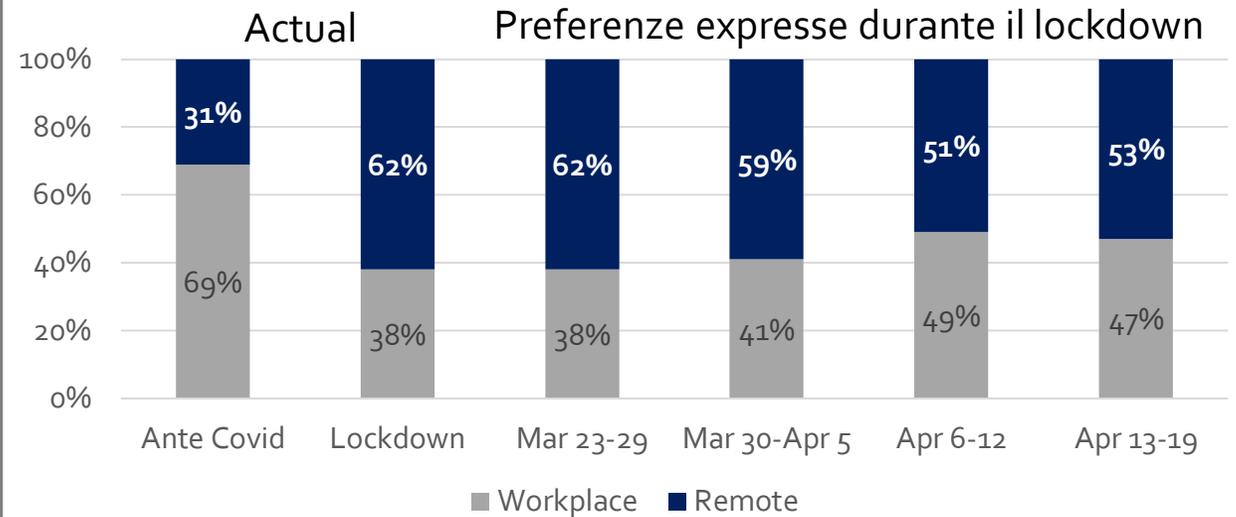
... ma anche sul complesso dei lavoratori ...

... considerando però un potenziale effetto «stanchezza» dopo l'iniziale «entusiasmo»

Indagine Cgil/Fondazione Di Vittorio
18.05.2020
6170 risposte, lavoratori,
82% mai usato smart working



GALLUP
Lavoratori USA
1.05.2020



Spostamenti «abituati» per la formazione

Elevata propensione
a seguire le lezioni
online anche nello
scenario «con
vaccino»



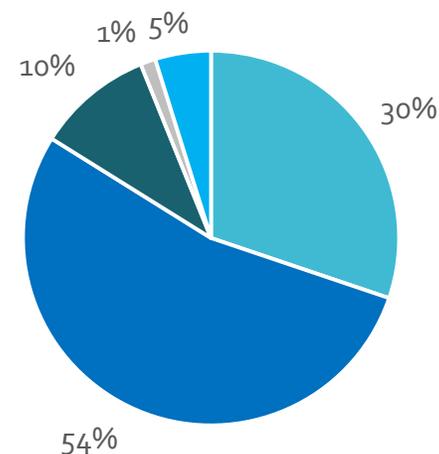
STUDENTI UNIVERSITARI AREA LOMBARDA

69% 18-22 anni

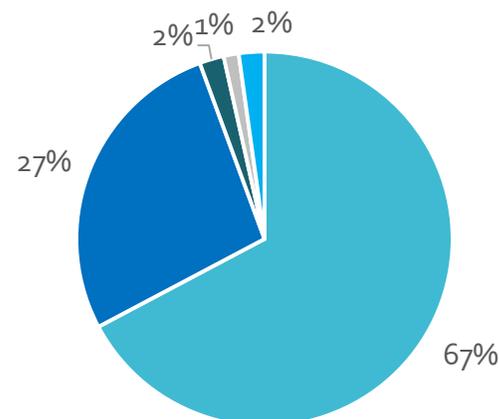
Ben 56% ha a
disposizione un
auto

*Survey effettuata a metà
aprile 2020, 3.000+ risposte*

Qualora la frequenza non fosse obbligatoria, prevedi che ti
recherai comunque all'università?



- Sì, certo
- Sì, ma solo se non sarà possibile seguire le lezioni anche online
- No, il rischio di condividere gli spazi con gli altri studenti è troppo elevato
- No, non frequentavo neanche prima



- Sì, certo
- Sì, ma solo se non sarà possibile seguire le lezioni anche online
- No, il rischio di condividere gli spazi con gli altri studenti è troppo elevato
- No, non frequentavo neanche prima

Spostamenti legati allo «shopping»

Crescita di domanda ed offerta di e-commerce, su una grande varietà di prodotti e servizi, con potenziale calo degli spostamenti collegati anche nel «new normal»

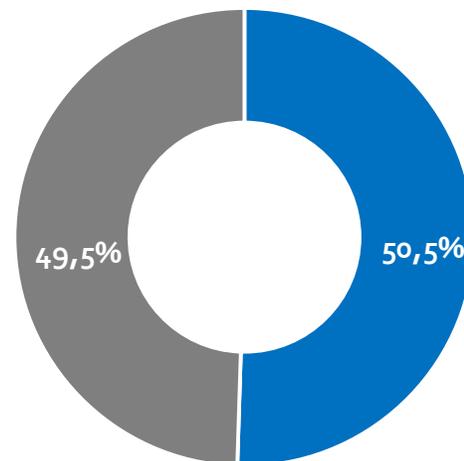


ADDETTI AL SETTORE DEI SERVIZI PROFESSIONALI

61% 25-34 anni
Sede di lavoro di norma nelle grandi aree urbane

55% ha usato e-commerce in misura maggiore rispetto alla fase pre-lockdown

Survey effettuata a metà aprile 2020, 2500 risposte

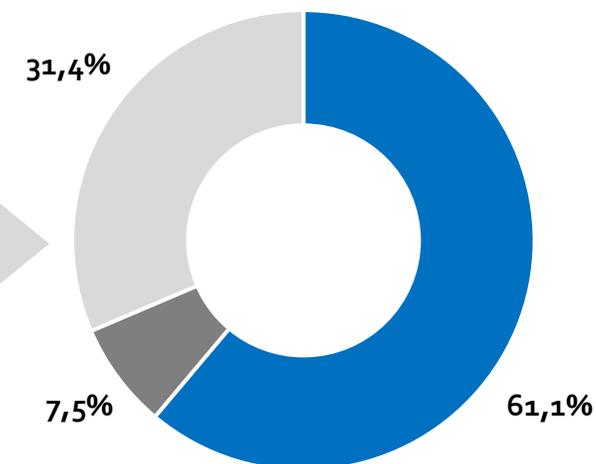


■ SI ■ NO

Aveva già comprato online prodotti/servizi anche prima dell'emergenza



Penso di riacquistare online questi prodotti/servizi



■ SI ■ NO ■ NON SO

Gli spostamenti di natura turistica

Ridottissima propensione a prenotare viaggi di vacanza e focalizzazione nazionale nelle scelte di destinazione

ADDETTI AL SETTORE DEI SERVIZI PROFESSIONALI

61% 25-34 anni
Sede di lavoro di norma nelle grandi aree urbane

Survey effettuata a metà aprile 2020, 2500 risposte



33%



Ha pianificato le proprie vacanze (aprile 2020)



63%



38%

Pensa di restare in Italia

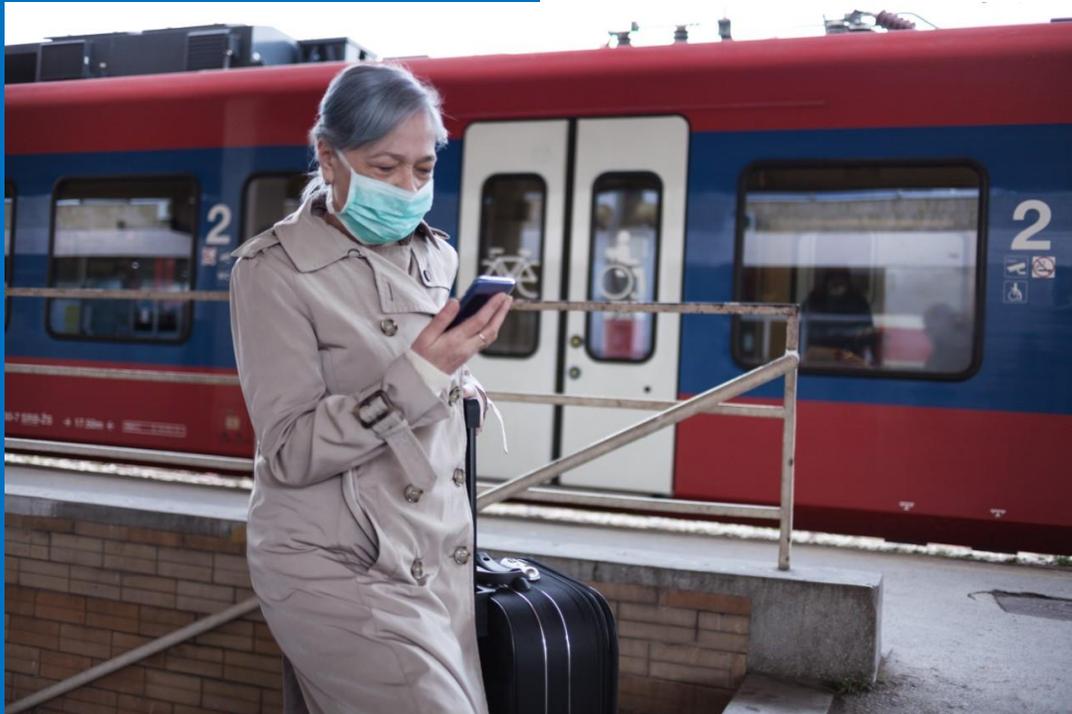
Penso che tra 3-4 mesi tutto sarà tornato alla normalità

Gli spostamenti di natura turistica

Anche i flussi incoming avranno una forte contrazione come volumi e distanze di viaggio, trattandosi di un fenomeno globale



May 2020



Effetti sulla scelta del modo di trasporto

Alcuni esempi

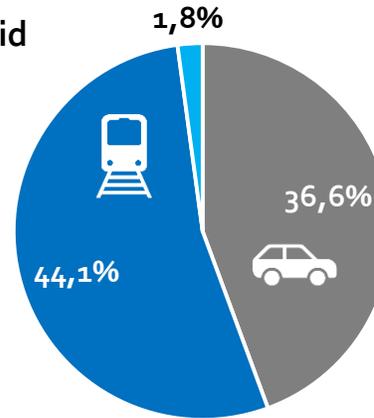
La scelta modale nel dopo lockdown

Conferma della forte contrazione nella propensione all'uso dei mezzi pubblici, principalmente per la volontà di evitare luoghi affollati

ADDETTI AL SETTORE DEI SERVIZI PROFESSIONALI

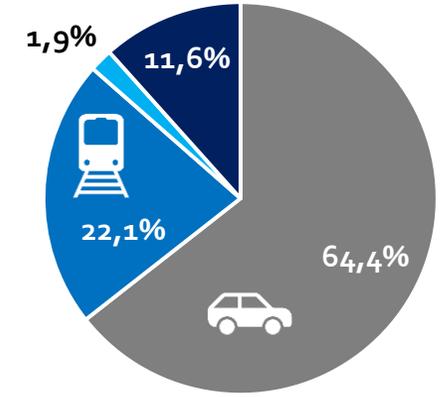
61% 25-34 anni
Sede di lavoro di norma nelle grandi aree urbane

Pre-Covid (actual)



■ Mezzo privato ■ Mezzi pubblici
■ Sharing ■ Non ha deciso

Post-lockdown (propensione)



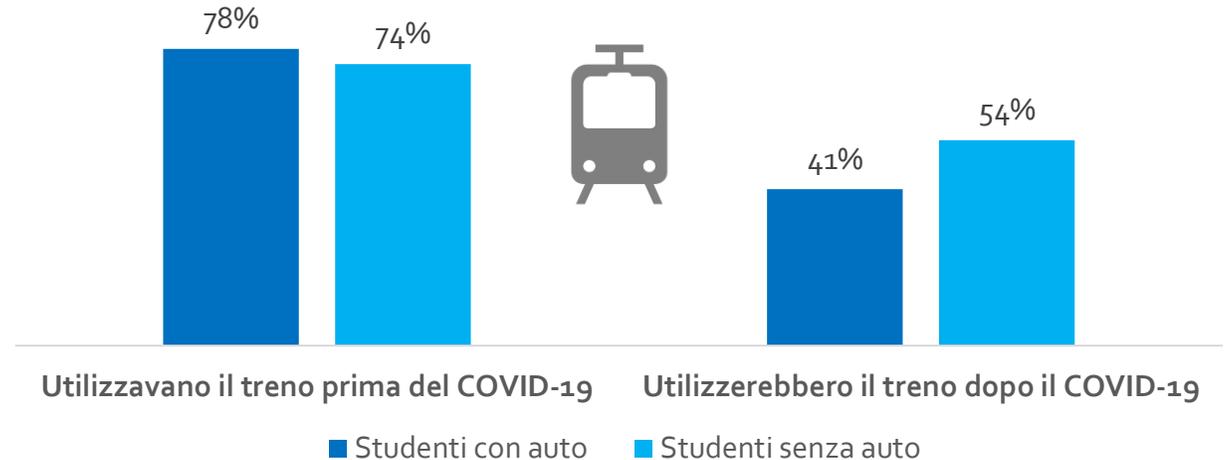
■ Mezzo privato ■ Mezzi pubblici
■ Sharing ■ Non ha deciso

STUDENTI UNIVERSITARI AREA LOMBARDA

69% 18-22 anni

Ben 56% ha a disposizione un'auto

Utilizzo del treno regionale prima e dopo il COVID-19





Conclusioni

Lessons learned



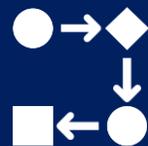
L'**impatto della pandemia sui comportamenti di mobilità**, fortissimo nel lock-down, appare destinato a continuare anche nelle fasi successive, sia con riferimento alla generazione / attrazione della domanda di trasporto, sia in termini di scelte modali



L'**osservazione dei flussi** – in una fase così dinamica – è **fondamentale** ma da sola **non è sufficiente** a comprendere le variazioni progressive dei comportamenti



Le survey di oggi danno solo una **istantanea di un fenomeno in movimento**: occorre ripensare **campionature, metodologie** ecc. identificando nuove segmentazioni della domanda (es. spostamenti «quasi – sistematici» di chi farà remote working parziale)



Le analisi dei comportamenti dovranno mantenere **diverse chiavi di lettura** (es. *mobility manager*, operatori del trasporto, agenzie della mobilità, livello governativo regionale o nazionale) con specifici livelli di approfondimento



I «**Benchmark**» di **sicurezza** influenzeranno i comportamenti sia in termini di **generazione dei flussi** sia delle **scelte di vettore / modo / itinerario**

Scenari per la ripresa

L'evoluzione sarà diversa in funzione della segmentazione della domanda, delle alternative disponibili e delle azioni intraprese per rendere sicuro il sistema dei trasporti (e percepito come tale)

KEY DRIVERS

- Evoluzione delle restrizioni governative
- Scenario macro-economico
- Segmentazione della domanda pre-Covid e post-Covid
- Comportamento di mobilità dei diversi segmenti di mercato (e sua **evoluzione**)
- **Azioni intraprese da operatori e regolatori e loro efficacia**

