

# INVESTIRE NELLE SOLUZIONI ALTERNATIVE ALL'AUTO PER MIGLIORARE LA MOBILITÀ URBANA

- "AUDIMOB" OSSERVATORIO SUI COMPORTAMENTI DI MOBILITÀ DEGLI ITALIANI -

Novembre 2008

LE FERMATE AUDIMOB SULLA MOBILITÀ

n. 7

## Infrastrutture ed incentivi al consumo: non solo "quattro ruote"

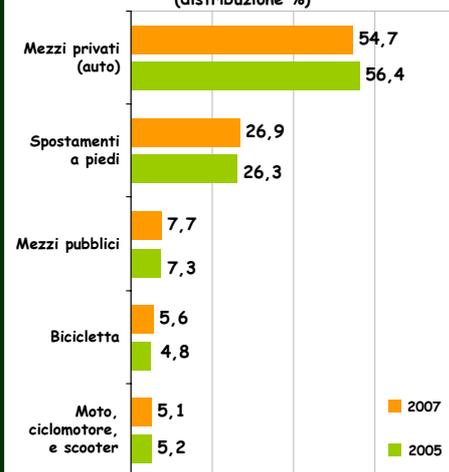
È noto che l'automobile è protagonista assoluta della mobilità urbana. Infatti, secondo quanto registrato dall'Osservatorio "Audimob" di Isfort, in città i viaggi sulle quattro ruote rappresentano ben il 54,7% del totale con una leggera diminuzione tra il 2005 e il 2007 (-1,7%). Per il resto, una fetta rilevante degli spostamenti, circa 1/4, si fa a piedi, quasi il 6% in bici, il 5% con moto e motorini, mentre l'insieme dei mezzi di trasporto collettivo (bus, tram, metropolitana...), incide appena per il 7,7% sulla mobilità urbana (7,3% nel 2005) (fig. 1).

L'auto dunque regina della mobilità urbana e per questo causa principale dei problemi di traffico, congestione ed inquinamento atmosferico. Problemi a cui occorre dare delle soluzioni, ma quali?

Rispetto alle misure infrastrutturali e agli incentivi al consumo il "partito dell'auto" resta senza dubbio molto forte. Il 48,1% degli intervistati indica nell'aumento dei parcheggi l'opzione preferenziale per gli investimenti nelle infrastrutture urbane di trasporto. E il 36,9% sceglie i buoni sconto carburante tra le misure di sostegno al consumo di mobilità. Tuttavia, cresce la presa di coscienza dei problemi legati ad un uso eccessivo dell'automobile in città e, quindi, la necessità di favorire soluzioni alternative di mobilità. Così nella scelta sulle priorità in tema di opere infrastrutturali oltre un quarto dei cittadini propone di investire sull'ampliamento della rete delle corsie preferenziali dedicate al trasporto pubblico, e un altro quarto sull'estensione delle piste ciclabili e dei parcheggi per le biciclette (fig. 2). Ed anche in tema di sostegno al consumo, una misura come la riduzione del costo dei biglietti e degli abbonamenti al trasporto pubblico raccoglie un'ampissima adesione - per il 47,5% degli intervistati rappresenta la priorità principale ed è l'opzione più "gettonata" in assoluto - mentre agli incentivi per l'acquisto o il noleggio di biciclette pensa in via preferenziale un non marginale 13% degli intervistati (fig. 3).

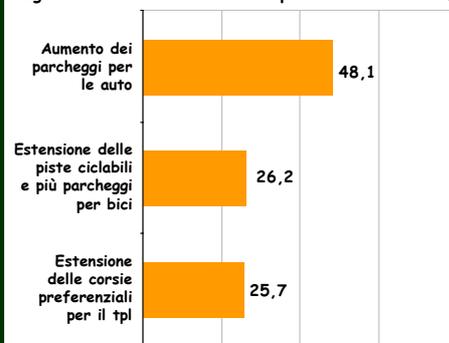
Si tratta di numeri che a ben guardare superano le quote di chi già oggi utilizza il trasporto pubblico o la bici, indicando come anche tra gli automobilisti inizi a maturare la consapevolezza che la chiave per migliorare la mobilità urbana è la promozione di soluzioni alternative

Fig. 1 - Gli spostamenti urbani<sup>(\*)</sup> per mezzi di trasporto (distribuzione %)



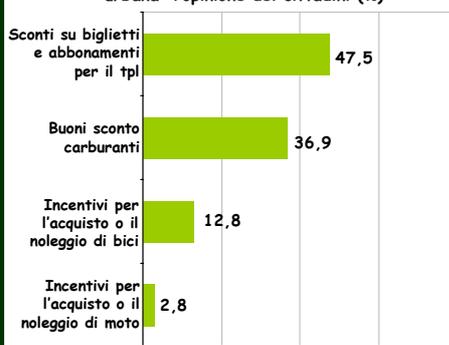
(\*) Per "mobilità urbana" si intende l'insieme degli spostamenti feriali effettuati dai residenti intervistati, per i quali si dichiara che la destinazione finale del viaggio è all'interno dei confini comunali e la cui lunghezza non è superiore ai 20 km  
Fonte: Isfort, Osservatorio "Audimob" sulla mobilità degli italiani

Fig. 2 - Le priorità negli investimenti infrastrutturali per migliorare la mobilità urbana: l'opinione dei cittadini (%)



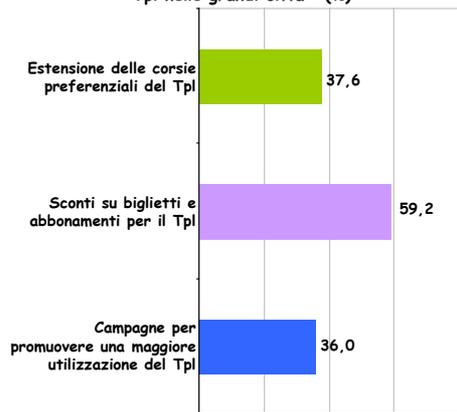
Fonte: Isfort, Osservatorio "Audimob" sulla mobilità degli italiani  
Indagine realizzata nei mesi di febbraio e luglio 2007

Fig. 3 - Le priorità nel sostegno al consumo di mobilità urbana: l'opinione dei cittadini (%)



Fonte: Isfort, Osservatorio "Audimob" sulla mobilità degli italiani  
Indagine realizzata nei mesi di febbraio e luglio 2007

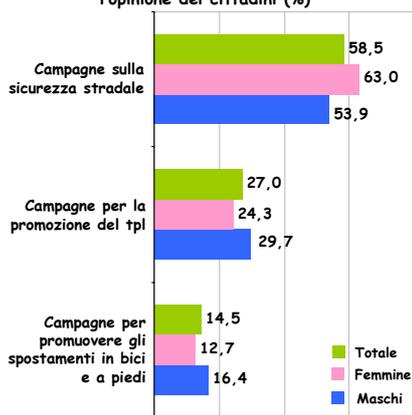
Fig. 4 - Il grado di adesione alle misure di sostegno al Tpl nelle grandi città(\*) (%)



(\*) I valori si riferiscono agli intervistati residenti nelle città con più di 250mila abitanti. I risultati esposti riguardano tre domande diverse, ciascuna indipendente dall'altra.

Fonte: Isfort, Osservatorio "Audimob" sulla mobilità degli italiani. Indagine realizzata nei mesi di febbraio e luglio 2007.

Fig. 5 - Le priorità nelle campagne promozionali ed informative per migliorare la mobilità urbana: l'opinione dei cittadini (%)



Fonte: Isfort, Osservatorio "Audimob" sulla mobilità degli italiani. Indagine realizzata nei mesi di febbraio e luglio 2007.

alle "quattro ruote".

### Ancora maggiore attenzione al trasporto pubblico nelle grandi città

Incentivare l'utilizzazione del mezzo pubblico dovrebbe dunque essere una misura privilegiata per la soluzione dei problemi della mobilità urbana, tanto più se si guarda allo scarto enorme tra l'attuale esigua quota modale del trasporto collettivo (inferiore al 10%) e quanti invece auspicano in via prioritaria l'estensione delle corsie preferenziali per gli autobus (oltre un intervistato su quattro) e gli sconti per gli abbonamenti al mezzo pubblico (quasi un intervistato su due).

Nelle grandi città questi dati assumono dimensioni ancora più ampie.

Tra chi vive nei centri urbani con oltre 250mila abitanti la scelta infrastrutturale sulle corsie preferenziali sale al 40% e la riduzione dei prezzi dei biglietti e degli abbonamenti al trasporto pubblico a quasi il 60%. Per converso i buoni carburante sono preferiti solo dal 25% degli intervistati. L'avvio di campagne di promozione ad un maggiore uso dei mezzi collettivi, infine, trova il sostegno del 36,8% degli intervistati, vale a dire quasi 10 punti percentuali in più rispetto al dato medio nazionale (figg. 4 e 5).

### Educazione stradale e campagne per la sicurezza prima di tutto

La mobilità urbana si migliora anche attraverso un'opera di educazione stradale e civica. Di questo ne è convinta la netta maggioranza degli intervistati (ben il 58,5%), che vede nelle campagne di informazione e formazione degli utenti delle strade uno strumento fondamentale per il miglioramento dei livelli di sicurezza e quindi della mobilità in generale (fig. 5).

Ciò è particolarmente vero nel caso delle donne e dei più giovani. Infatti, l'educazione stradale è considerata la priorità assoluta da 2 donne su 3 (la percentuale riferita agli uomini si ferma al 53,9%), e da 3 persone su 5 con un'età compresa tra 14 e 29 anni (tra le persone con più di 29 anni la percentuale rimane sempre sotto il 60%).

Gli italiani guardano con interesse anche alle campagne per la promozione di un maggiore uso del mezzo pubblico, indicate come una priorità da quasi il 28% del totale, e - ma più limitatamente - a quelle per l'aumento degli spostamenti in bicicletta o a piedi (14,3%).

### Appendice statistica

**Le priorità negli investimenti infrastrutturali e nel sostegno al consumo per migliorare la mobilità urbana: l'opinione dei cittadini (ampiezza demografica delle città di residenza, valori %)**

	Fino a 5.000 abitanti	Da 5.001 a 20.000 ab.	Da 20.001 a 50.000 ab.	Da 50.001 a 250.000 ab.	Oltre 250.000 ab.
<b>Investimenti infrastrutturali</b>					
Aumento dei parcheggi per le auto	51,6	49,0	49,2	49,4	40,5
Estensione delle piste ciclabili e parcheggi per bici	25,5	28,5	27,6	26,3	21,9
Estensione delle corsie preferenziali per il Tpl	22,9	22,5	23,2	24,3	37,6
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Sostegno al consumo</b>					
Sconti su biglietti o abbonamenti per il Tpl	42,3	44,4	45,2	48,1	59,2
Buoni sconto carburanti	44,6	40,4	39,1	34,3	25,0
Incentivi per l'acquisto o il noleggio di biciclette	10,8	12,7	13,4	14,9	11,6
Incentivi per l'acquisto o il noleggio di motorini/scooter	2,3	2,5	2,3	2,7	4,2
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Isfort, Osservatorio "Audimob" sulla mobilità degli italiani - Indagine realizzata nei mesi di febbraio e luglio 2007

**Le priorità nelle campagne promozionali e informative per migliorare la mobilità urbana: l'opinione dei cittadini (ampiezza demografica delle città di residenza ed età, valori %)**

	Campagne sulla sicurezza stradale	Campagne per promuovere l'uso del Tpl	Campagne per promuovere l'uso della bici e per favorire gli spostamenti a piedi
<b>Ampiezza demografica delle città di residenza</b>			
Fino a 5.000 abitanti	61,8	24,9	13,3
Da 5.001 a 20.000 ab.	61,9	24,7	13,4
Da 20.001 a 50.000 ab.	59,3	25,0	15,7
Da 50.001 a 250.000 ab.	57,5	25,5	17,0
Oltre 250.000 ab.	50,7	36,0	13,3
<b>Classi d'età</b>			
Da 14 a 29 anni	60,4	23,0	16,6
Da 30 a 45 anni	59,2	26,4	14,4
Da 46 a 64 anni	56,4	29,9	13,7
Oltre 64 anni	58,4	28,0	13,6

Fonte: Isfort, Osservatorio "Audimob" sulla mobilità degli italiani - Indagine realizzata nei mesi di febbraio e luglio 2007

#### Nota metodologica

L'Osservatorio "Audimob" si basa su un'estesa indagine telefonica, realizzata con sistema CATI e alimentata da oltre 15.000 interviste annue ripartite su 4 survey (una per stagione, tre/quattro settimane per ciascuna stagione). L'Osservatorio è attivo dall'inizio del 2000 e interessa un campione stratificato (per sesso, per età e per regione) statisticamente significativo della popolazione italiana compresa fra 14 e 80 anni. I campioni trimestrali sono indipendenti e "gemelli" (omogenei rispetto alle caratteristiche di base). L'indagine registra in modo dettagliato e sistematico tutti gli spostamenti effettuati dall'intervistato il giorno precedente l'intervista (solo giorni feriali), ad eccezione delle percorrenze a piedi inferiori a 5 minuti. L'indagine raccoglie anche informazioni, a livello prevalentemente percettivo/valutativo, sulle ragioni delle scelte modali, sulla soddisfazione per i diversi mezzi di trasporto, sugli atteggiamenti verso le politiche di mobilità sostenibile e così via.

I dati presentati in questo numero de "I focus Isfort sulla mobilità" possono essere riprodotti solo con citazione della fonte



### Istituto Superiore di Formazione e Ricerca per i Trasporti

L'Isfort è stato costituito nel 1994 dall'Ente **Fondazione Banca Nazionale delle Comunicazioni** e dalle Ferrovie dello Stato, con la finalità di contribuire al processo di rinnovamento del settore della mobilità di persone, merci e informazioni. L'Istituto si propone di supportare lo sviluppo del *know-how* socio-economico e gestionale del settore, attraverso attività sistematiche e mirate di formazione e ricerca.

ISFORT SpA - Via Savoia, 19 - 00198 Roma - Tel. +39 06 8526200 - Fax +39 06 85265298  
 e-mail: [ricerca@isfort.it](mailto:ricerca@isfort.it) - [www.isfort.it](http://www.isfort.it)