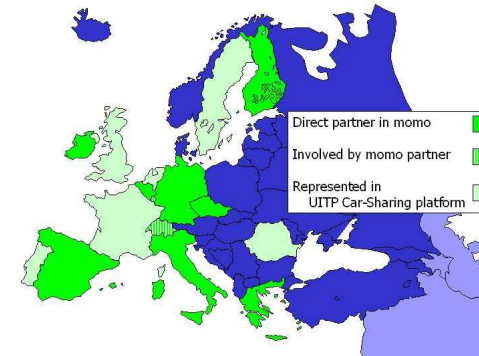


# Il punto di vista dei trasporti

Gaetano Valenti



Ente per le Nuove tecnologie, l'Energia e l'Ambiente



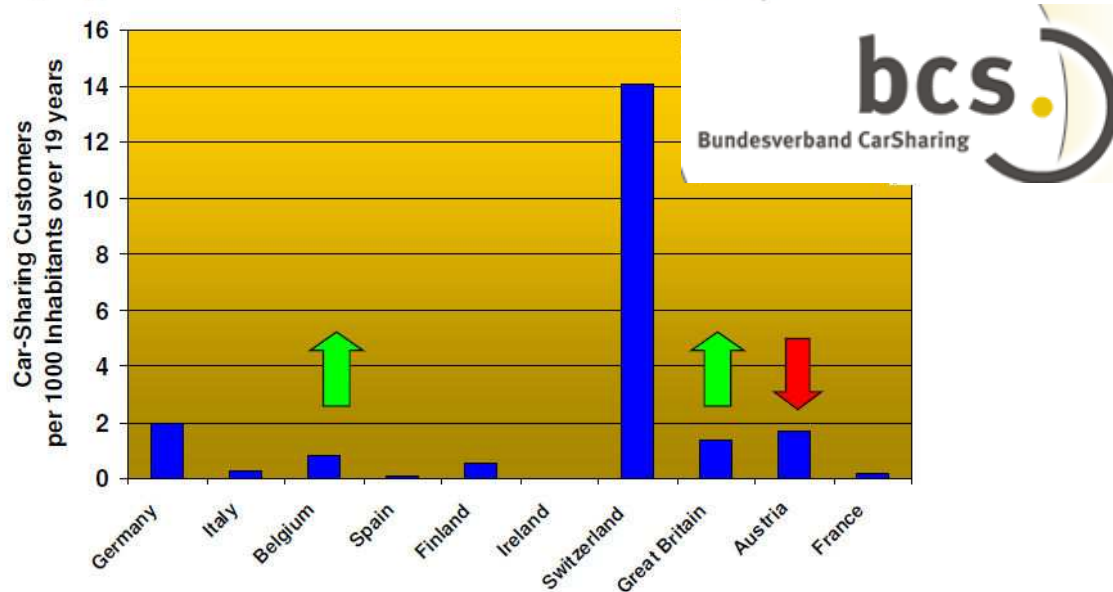
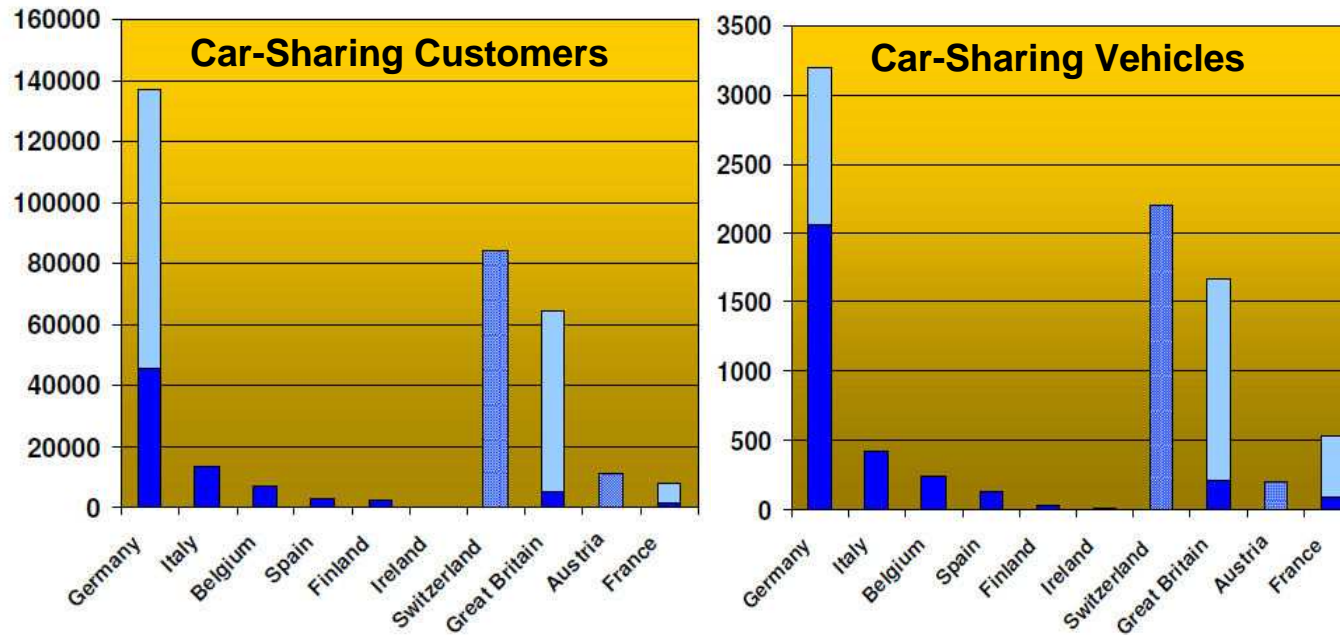
**momo** Car-Sharing is a European project supported by IEE - Intelligent Energy Europe (2008-11).

**momo** Car-Sharing wants:

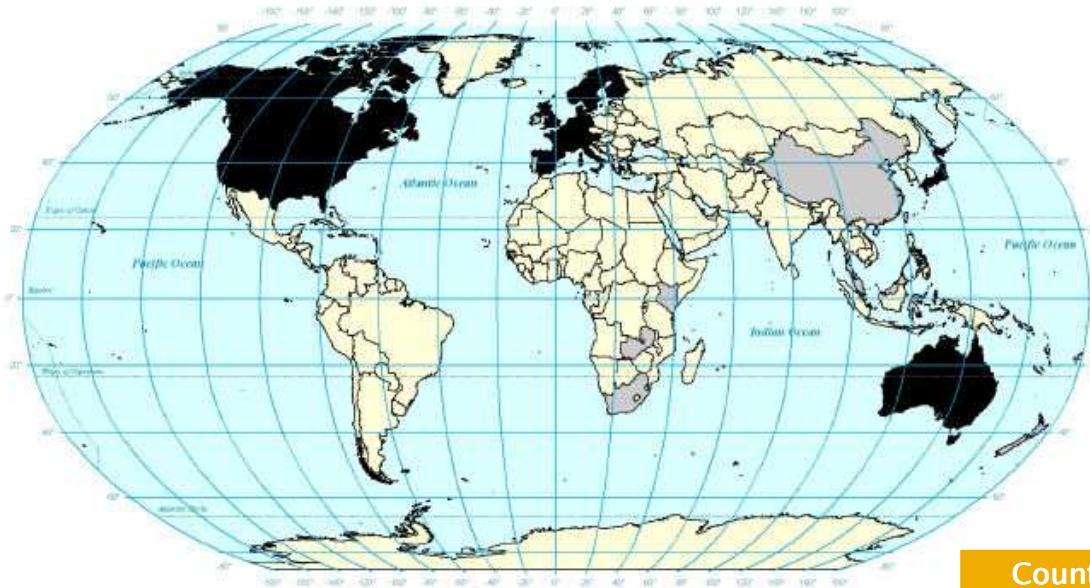
- to increase the awareness of Car-Sharing in Europe;
- to increase the number of Car-Sharers considerably;
- to establish new services in locations without Car-Sharing;
- to increase the energy-efficiency within existing Car-Sharing operations;
- to make recommendations on how to develop and establish eco-efficient Car-Sharing.

**momo** Car-Sharing is carried out with partners from Belgium, Czech Republic, Finland, Germany, Greece, Ireland, Italy and Spain. Further European countries are involved through the UITP (the International Association for Public Transport) Car Sharing platform.

# II Car Sharing in Europa



# CAR SHARING nel mondo



Countries with Existing Carsharing Operations  
 Possible Carsharing Countries

~600,000 carsharing members  
 21 countries  
 8 planned

Country	Estimated Membership	Estimated Vehicles	Members per vehicles
<b>US</b>	<b>279.154*</b>	<b>5.838*</b>	<b>48*</b>
<b>Canada</b>	<b>39.664*</b>	<b>1.667*</b>	<b>24*</b>
<b>Japan</b>	<b>6.396</b>	<b>563</b>	<b>11</b>
<b>Singapore</b>	<b>12.200</b>	<b>432</b>	<b>28</b>
<b>Australia</b>	<b>2.860</b>	<b>204</b>	<b>14</b>
<b>Swiss</b>	<b>84.500</b>	<b>2.200</b>	<b>38</b>
<b>UK</b>	<b>65.000</b>	<b>1.650</b>	<b>38</b>
<b>Germany</b>	<b>138.000</b>	<b>3200</b>	<b>43</b>
<b>Italy (ics)</b>	<b>12.428</b>	<b>451</b>	<b>28</b>

# Le scelte di mobilità degli utenti del Car Sharing in

Fonte: IPR Marketing per ICS

## Clienti privati

- Il 52% non possiede un'auto, il 37% una;
- La frequenza di utilizzo del Car Sharing è mensile (da 1 a 3 volte) per un complessivo 40%, meno frequente per il 35%;
- Il 41% ha un abbonamento ai mezzi pubblici;
- Il 39% utilizza l'autobus tutti i giorni; con una frequenza settimanale un complessivo 26%;

## Le aziende

- Il 40% delle aziende non ha un'auto di proprietà, il 27% ha un'unica auto e il 19% da 2 a 5 auto;
- La frequenza di utilizzo del Car Sharing è settimanale (da 3 a 1 volta alla settimana) per un complessivo 31%, mensile (da 3 a 1 volta al mese) per il 37%, più rara per il 28%;
- Il 44% utilizza i mezzi pubblico per gli spostamenti.

# Impatti del Car Sharing in Italia

Fonte: IPR Marketing per ICS

## **Clienti privati:**

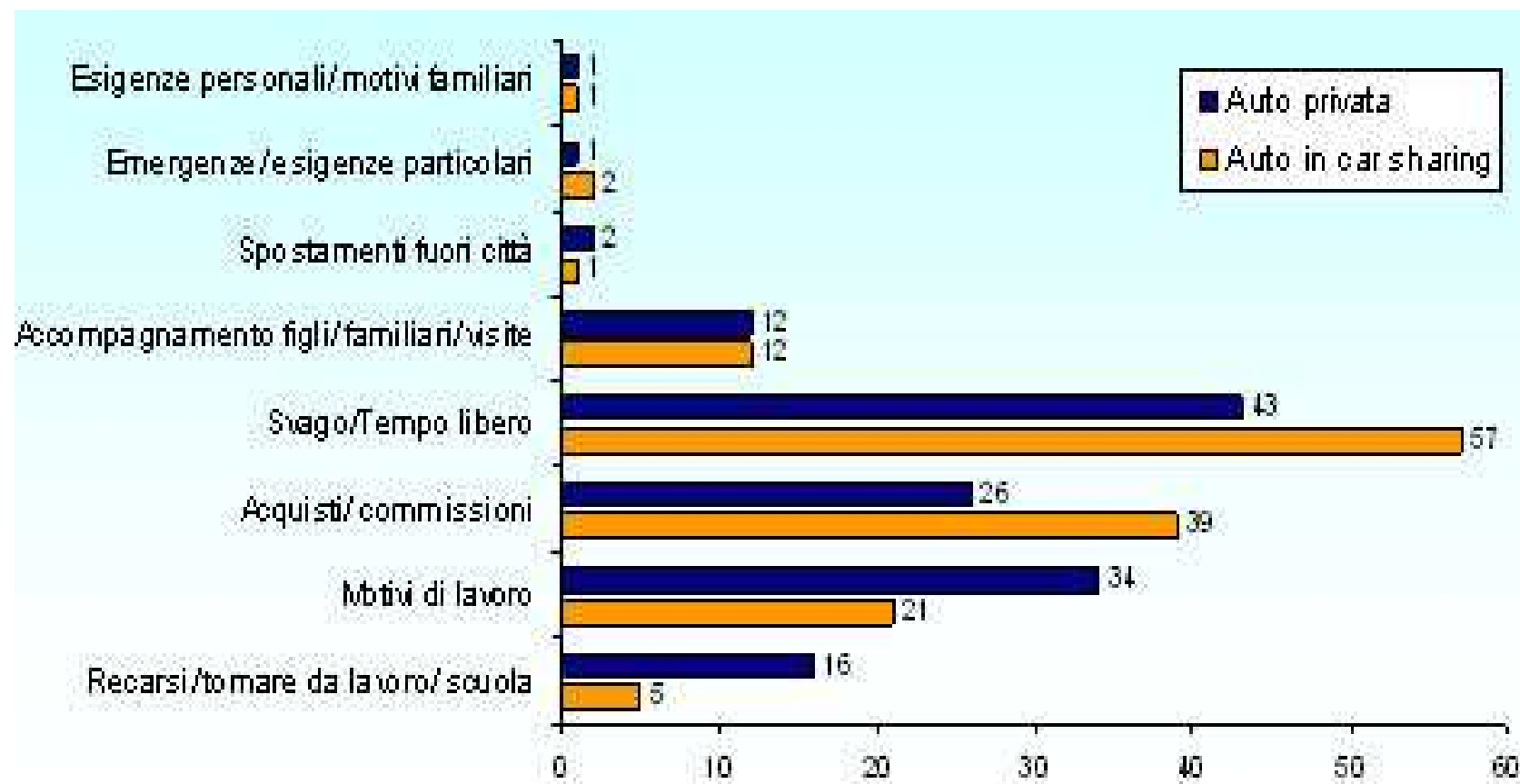
- E' di circa 1/3 la quota che verifica una diminuzione dell'utilizzo dell'auto;
- In chilometri la diminuzione viene stimata intorno al 26,7% all'anno;
- Il 63% degli utenti dichiara di aver rinunciato all'acquisto di un'altra auto di famiglia;
- IL 41% ha un abbonamento ai mezzi pubblici, tra questi circa il 19% ha stipulato l'abbonamento dopo aver aderito al Car Sharing;
- Dopo l'adesione al servizio circa il 14% degli utenti dichiara un aumento nell'utilizzo dei mezzi pubblici.

## **Le aziende**

- Un 20% nota una diminuzione dell'utilizzo dell'auto;
- Nel 10% dei casi viene osservata una diminuzione nel numero di auto a disposizione grazie al Car Sharing;

# Motivazioni per l'uso dell'auto

Fonte: IPR Marketing per ICS



# La mobilità degli utenti del Car Sharing in UK

First Carplus Car Club Annual (2007) Members Survey Report

Car club cars: 50.000 utenti, 1500 auto

## Fewer cars

- One car club car takes at least 5 -11 private cars off the road
- Car club cars emit only 63% CO<sub>2</sub> compared to those they replace.

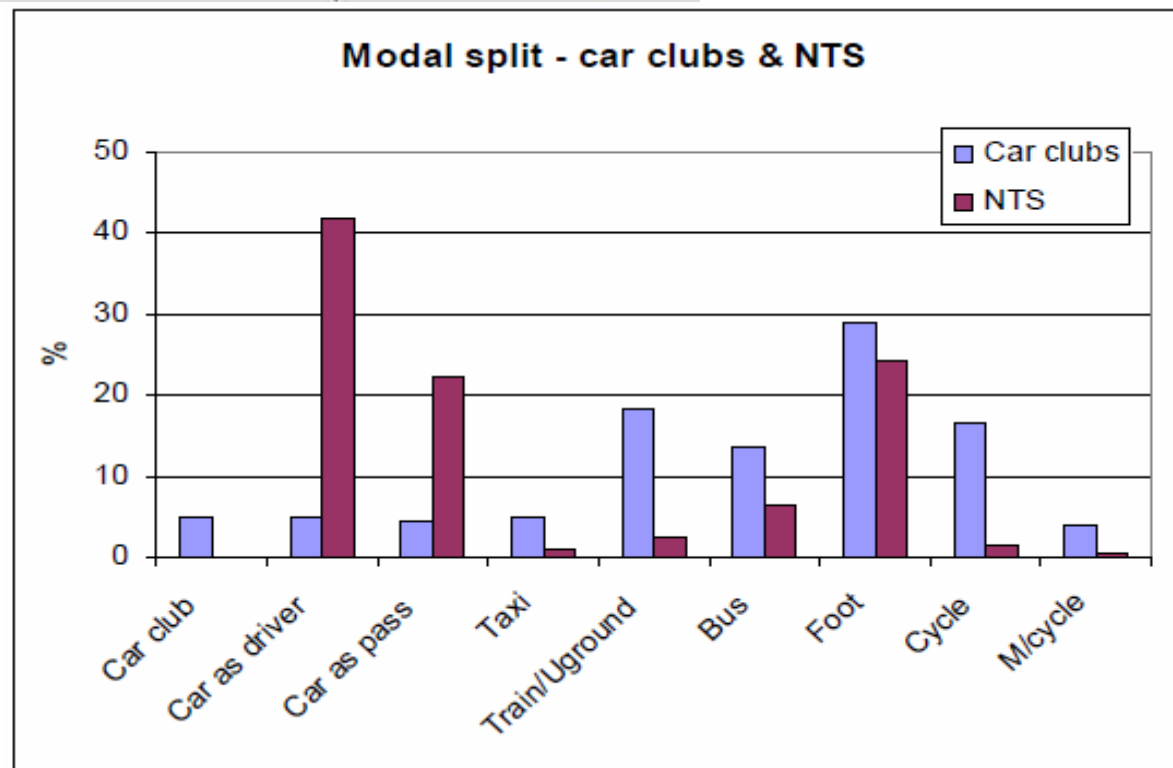
## Car club members vs non members (NTS survey)

Members:

- use cars for a third of the number of trips of non-members (22.8% journeys vs 65.4%)
- walk and cycle almost twice as much as non-members (45.4% journeys vs 25.8%)
- use public transport three times more than non-members (31.8% journeys vs 8.7%)

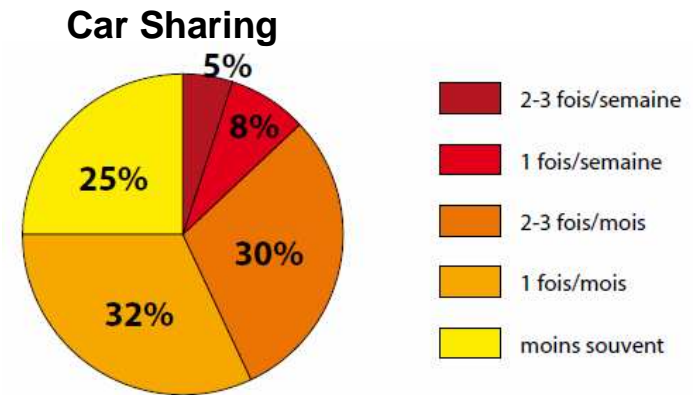
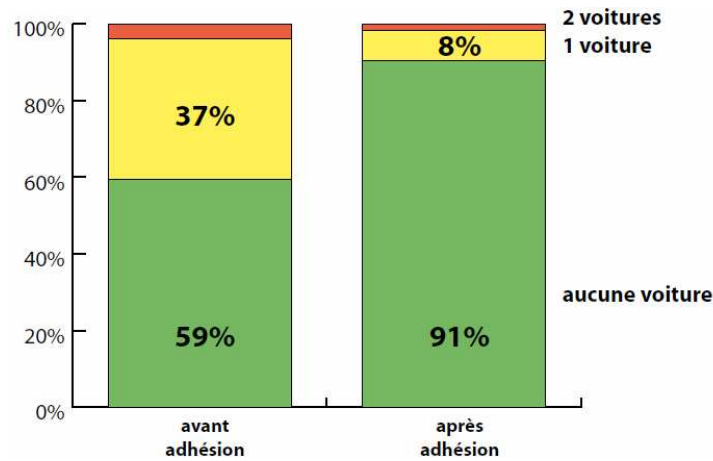
## After joining further changes in their behaviour occur:

- Car club members reduce their mileage by 53.6%
- Members make between 13.2% - 15.2% more trips on foot and bike

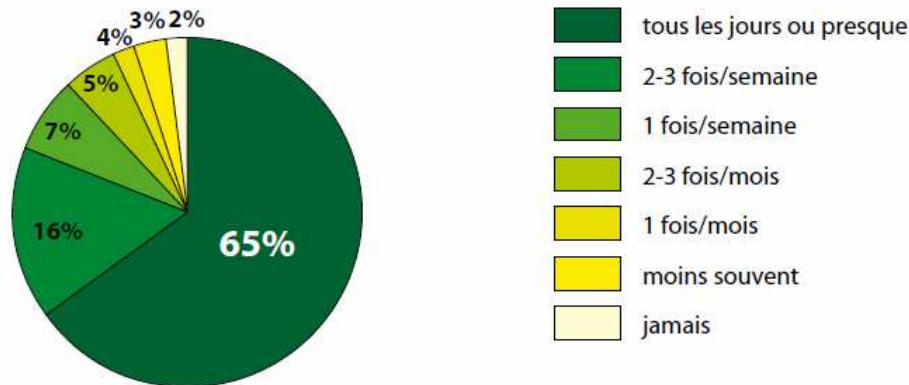


# Le scelte di viaggio degli utenti del Car Sharing in Francia

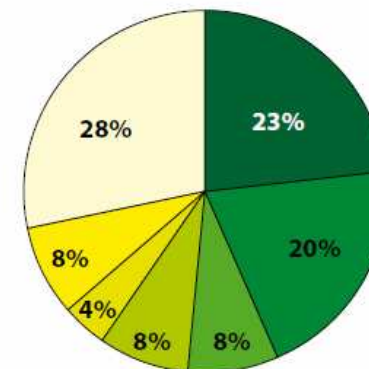
ADEME 2007



## les transports publics



## le vélo



# Il Car Sharing in Svizzera

## Uso del servizio

Il 70% degli utenti nel 2005 ha utilizzato almeno 1 volta il servizio;

Gli utenti attivi utilizzano il servizio per 16-17 viaggi/anno con una media di 42 km/viaggio;

Le aziende utilizzano il servizio per 33 viaggi/anno con una percorrenza media di 55 km/viaggio;

L'utente utilizza il servizio per percorrere mediamente meno di 500 km/anno;

L'azienda utilizza il servizio per percorrere mediamente 1000km/anno.

## Impatti del servizio

Dopo l'adesione la percentuale degli utenti con l'auto di famiglia si è ridotta dal 40 al 24%, mentre la percentuale delle aziende con auto di proprietà è passata dal 57 al 52%;

Il 22% degli utenti intervistati dichiara di rinunciare all'acquisto dell'auto grazie al servizio di Car sharing;

Circa il 73% degli utenti possiede un abbonamento al servizio di trasporto pubblico.

# La mobilità degli utenti in Svizzera

Dopo l'adesione gli utenti che rinunciano all'auto di proprietà modificano radicalmente le abitudini con scelte di mobilità simili a quelle assunte dalle persone che non possiedono l'auto (riduzione delle percorrenze in auto annue del 72% - circa 6700 km -);

Gli utenti che prima dell'adesione non possedevano l'auto non modificano significativamente le abitudini in relazione alle scelte di mobilità; gli spostamenti effettuati in auto (parenti, amici) in precedenza sono in parte realizzati con il Car-Sharing.

Gli utenti che non rinunciano al possesso dell'auto dopo l'adesione incrementano in misura limitata l'uso dell'auto, tuttavia rinunciano all'acquisto di un'altra auto di famiglia;

Il cambiamento di comportamento degli utenti del Car sharing dipende dall'attrattività del trasporto pubblico (accessibilità, frequenza e diffusione sul territorio) e dalla facilità di accesso al servizio di Car Sharing (modalità di prenotazione, disponibilità dell'auto, vicinanza delle stazioni di Car Sharing all'abitazione).

# Convenienza economica del Car Sharing

	100% Own car	100% CS	50% CS + 50% PT	25% CS + 75% PT	100% PT
5'000km	6'300.-	4'300.-	2'700.-	1'800.-	950.-
7'500km	6'800.-	6'400.-	3'800.-	2'600.-	1'400.-
10'000km	7'300.-	8'500.-	5'200.-	3'600.-	1'900.-
15'000km	8'100.-	12'800.-	7'800.-	5'300.-	2'850.-
20'000km	9'000.-	17'000.-	10'300.-	7'100.-	2'850.-

Source: Mobility CarSharing Schweiz, 2003

The table compares different alternatives for meeting mobility needs either through car ownership, car-sharing (CS) or public transport (PT) or a mix of CS and PT. The calculation assumes CHF 6'000.- (~€3'600)

# Impatti del Car Sharing

Impact	North America (2008)	Europe (2006)
Cars Replaced Per Carsharing Vehicle	4 – 20 cars	4 – 11 cars
Members Who Sold Their Cars due to Carsharing	15 – 32%	16 – 34%
Members Who Avoided a Car Purchase due to Carsharing	25 – 71%	23 – 26%
VMT/VKT Reduction due to Carsharing	44%	28 – 45%
Decrease in Transportation Costs due to Carsharing	\$154 – \$435/month US	–

**Shaheen 2008**

# Conclusioni

**Il Car Sharing consente ai propri utenti di rinunciare all'auto di proprietà e di aumentare l'uso dei modi di trasporto alternativi;**

**Il CarSharing è uno strumento atto a favorire lo sviluppo della competizione tra le diverse modalità in virtù di una struttura tariffaria che contempla costi fissi relativamente ridotti e costi variabili legati all'uso del veicolo più alti;**

**Il Car Sharing assume oggi un ruolo importante nelle politiche della mobilità: amplia il ventaglio delle scelte di mobilità dei cittadini senza auto di famiglia con la possibilità di utilizzare l'auto per spostamenti speciali ed occasionali;**

**Il trasporto pubblico assume un ruolo essenziale nelle scelte di mobilità degli utenti del Car Sharing di conseguenza deve essere affidabile ed attrattivo;**

**L'offerta di un servizio combinato con il Car Sharing consente alle aziende di trasporto pubblico di aumentare il proprio potenziale attrattivo nei riguardi degli attuali e dei nuovi utenti.**

**Grazie per l'attenzione!**