

# DATI&INDAGINI



# Tipologia e livelli di analisi/1

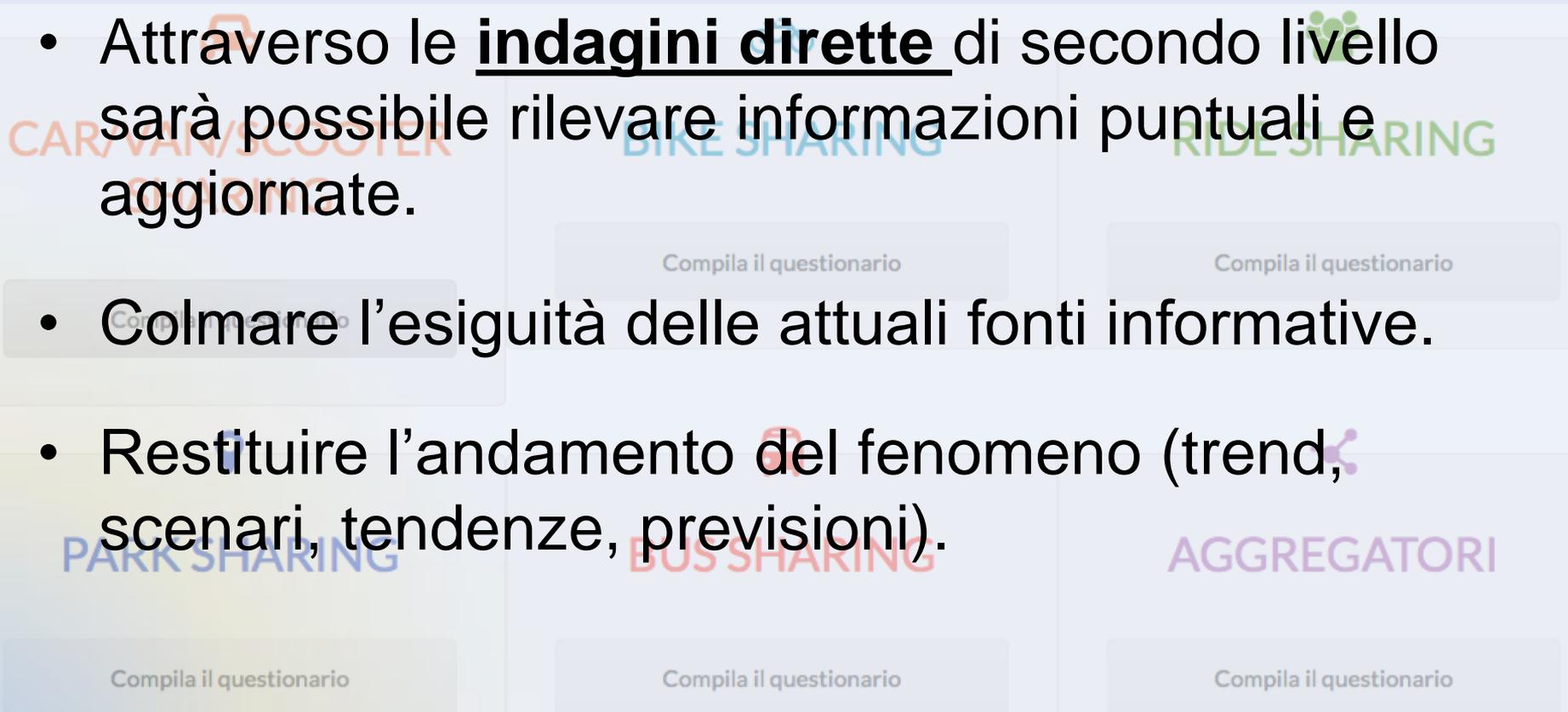
- L'Osservatorio desidera fornire, attraverso le diverse attività di ricerca e analisi, un contributo in termini di conoscenza della sharing mobility (definizione concettuale, descrizione, scenari).
- Le rilevazioni in corso di realizzazione (domanda, offerta, atteggiamenti e propensioni, ...) sono finalizzate a acquisire informazioni per descrivere il fenomeno nei suoi caratteri multidimensionali.

# Tipologia e livelli di analisi/2

- **Tipologia di analisi**: analisi secondaria e indagini dirette.
- **Fonti di dati**: ricognizione delle fonti disponibili e rilevazioni dirette (focus su: disomogeneità basi dati, eterogeneità degli indicatori, variabili, ...).
- **Comparazione**: trasversale e longitudinale.
- **Lettura dei dati**: integrata.

# Analizzare la domanda/Il livello

- **Collaborazione dei partecipanti** all'Osservatorio.
- Attraverso le **indagini dirette** di secondo livello sarà possibile rilevare informazioni puntuali e aggiornate.
- Colmare l'esiguità delle attuali fonti informative.
- Restituire l'andamento del fenomeno (trend, scenari, tendenze, previsioni).



# Analizzare la domanda/ livello

## Gli utilizzatori potenziali

- Le indagini in corso di definizione sugli **utilizzatori potenziali** sono strutturate con l'obiettivo di cogliere alcune tendenze in atto della sharing mobility, seppure nei limiti dell'ambito di osservazione individuato (una realtà territoriale circoscritta).

# Un laboratorio sperimentale

- Universo di riferimento dell'attività di ricerca rivolta agli utilizzatori potenziali è l'**area milanese**.
- Questo ambito territoriale rappresenta un caso studio, qualitativo e quantitativo, emblematico e idealtipico per il fenomeno oggetto di analisi.
- Elementi caratterizzanti: volumi di servizio offerti, sperimentazioni, varietà dell'offerta – *free floating*, *scooter sharing*, ..., presenza di schemi eterogenei di servizio, politiche.

# Piano di indagine

- **Ricerca quantitativa** rivolta ad un campione di mille cittadini, potenziali utilizzatori di servizi di sharing mobility.
- **Ricerca quantitativa** rivolta all'universo degli attuali utilizzatori di servizi di sharing mobility.
- Un **approfondimento qualitativo** realizzato attraverso *focus group* rivolti ad attuali utilizzatori di servizi di sharing mobility.

# L'indagine sui potenziali utilizzatori

## Metodi, tecniche, specificità/1

- **Universo di riferimento**: cittadini di età pari o superiore a 18 anni, residenti in Comuni individuati proporzionalmente alla distribuzione degli iscritti a servizi di Car Sharing (Fonte Amat, 2015).
- **Strumento di rilevazione dei dati**: questionario strutturato.
- **Tecnica di rilevazione**: Cati (Computer Assisted Telephone Interviewing).

# L'indagine sui potenziali utilizzatori

## Metodi, tecniche, specificità/2

### Criteria di eleggibilità/inclusione

- Conseguimento della maggiore età (18 anni).
- Possesso di patente abilitante alla guida sia di autoveicoli sia di motoveicoli.
- Utenti privati, no uso professionale dei veicoli.
- Avere effettuato almeno uno spostamento nella giornata precedente l'intervista (se giorno feriale) o in una giornata feriale 'tipo' (se venerdì o giorno festivo).

# L'indagine sui potenziali utilizzatori

## Metodi, tecniche, specificità/3

- **Campione**: 1000 casi.
- **Errore standard**: 3,1, livello di confidenza 95%.
- **Rappresentatività**: genere, fascia di età e distribuzione territoriale.
- **Parametro territoriale**: proporzionale in base alla distribuzione degli iscritti a servizi di Car Sharing (Fonte Amat, 2015).
- **Universo di riferimento**: cittadini residenti in Comune di Milano.
- **Oversampling**: sovracampionamento eventuale delle classi di età con maggiore probabilità di utilizzo di servizi di car sharing (Fonte Amat, 2015).

# L'indagine sugli attuali utilizzatori

## Metodi, tecniche, specificità/1

- **Universo di riferimento**: utenti iscritti a servizi di sharing mobility.
- **Campione**: autoselezione a seguito di richiesta.
- **Criteri di eleggibilità/inclusione**: iscrizione ad almeno uno dei servizi di sharing mobility.
- **Rappresentatività**: eventuale post-stratificazione in base a parametri noti (demografici e/o da fonte Amat o altre fonti).

# L'indagine sugli attuali utilizzatori

## Metodi, tecniche, specificità/2

- **Strumento di rilevazione dei dati**: questionario strutturato autosomministrato.
- **Tecnica di rilevazione**: Cawi (Computer Assisted Web Interviewing) in modalità on site o on demand.
- **Diffusione/disseminazione**: gestori/operatori attraverso i propri canali (portali web, App, social media, sms, ...), possibili incentivi alla compilazione.

# L'indagine sugli attuali utilizzatori

## Aree tematiche/1

### Aree tematiche trasversali

- Stili di mobilità
- Possesso/disponibilità di autoveicoli/motoveicoli (e indicatori correlati: ricovero del mezzo, km percorsi, ...)
- Mobilità motorizzata: utilizzo (frequenza, soddisfazione) di mezzi di trasporto pubblici e privati, presenza abbonamenti TPL
- Attitudini a car pooling e ride sharing (uso condiviso dell'automobile, ripartizione della spesa)

# L'indagine sugli attuali utilizzatori

## Aree tematiche/2

### Aree tematiche specifiche

- Conoscenza dei servizi di sharing mobility: canali prevalenti, stima della penetrazione nell'opinione pubblica
- Motivazioni iscrizione e utilizzo dei servizi di sharing mobility
- Clustering (per ogni servizio): solo iscritti, utilizzatori abituali, utilizzatori occasionali, anzianità di iscrizione/utilizzo, fedeltà, churn/abbandoni/defezioni, esclusività vs utilizzatori di più servizi

# L'indagine sugli attuali utilizzatori

## Aree tematiche/3

### Aree tematiche specifiche

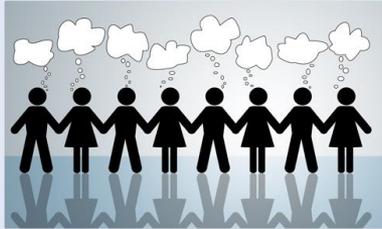
- Modalità di utilizzo: frequenza, spostamenti (numero, classi di distanza, ...)
- Motivazione dello spostamento
- Trasferimento modale e propensione al cambio modale
- Propensione al cambiamento (rinuncia al mezzo privato)
- Modifica degli stili e dei consumi di mobilità
- Complementarietà con TPL e con mezzi privati

# L'indagine sugli attuali utilizzatori

## Aree tematiche/4

### Aree tematiche specifiche

- Attitudini all'utilizzo collettivo (utilizzo esclusivo o in condivisione, ripartizione del costo)
- Customer satisfaction per singoli servizi e singoli indicatori
- Customer experience: opinioni e atteggiamenti verso la sharing mobility
- Concept test: come comunicare e diffondere la mobilità sostenibile?



# WORLD CAFÈ FORMAT

- **COLLABORAZIONI: COME RAGGIUNGERE GLI ISCRITTI/UTENTI**
- **AREE TEMATICHE**
- **CANALI DI DIFFUSIONE**
- **INCENTIVI ALLA PARTECIPAZIONE**