

Milano, 14 maggio 2019

COMUNICATO STAMPA

SMART CITY E SMART MOBILITY: DUE ELEMENTI CHIAVE PER UN FUTURO SOSTENIBILE

Per la quasi totalità degli italiani vivere in un mondo più sostenibile migliora la qualità della vita. Serve l'impegno di tutti noi. Ma istituzioni e media sono chiamati a fare la loro parte. Ponendo regole certe e facendo da traino per il cambiamento. È quanto emerge dalla ricerca del "Corporate Vehicle Observatory" di Arval Italia in collaborazione con Doxa

Sostenibilità, ovvero qualità della vita migliore. Per la maggior parte degli Italiani (96%) la principale conseguenza di un mondo più sostenibile è il **miglioramento della qualità della vita**. Per ottenerla, città "smart" e lo sviluppo di una **mobilità intelligente sono ingredienti significativi**. E se la **maggioranza dei cittadini (55%)** è concorde sul fatto che ciascun individuo può impegnarsi per un mondo migliore, senza Istituzioni e Informazione non si va lontano.

È questo uno dei trend che emerge dalla ricerca "**Sostenibilità, smart city e smart mobility**", condotta su un campione di 1.500 Italiani e realizzata, in collaborazione con Doxa, dal **Corporate Vehicle Observatory (CVO)** di **Arval Italia**, la **piattaforma di ricerca indipendente dell'azienda leader nel noleggio a lungo termine**, nata per indagare le novità e i trend della mobilità.

La qualità della vita e le aspettative sul futuro

Dati alla mano, **una migliore qualità della vita**, per il **62%** degli Italiani, si traduce nel vivere in **città meno inquinate**; seguono, per il 51% dei connazionali, il contribuire al **risparmio di risorse** come energia e acqua e, ancora, l'opportunità di avere **migliori servizi di trasporto pubblici** (42%).

La garanzia di una buona qualità della vita risulta dunque collegata in primo luogo alla possibilità di essere in salute, evocando la necessità di una gestione sana e consapevole delle principali risorse naturali.

Se il bisogno di vivere in un mondo sostenibile è condiviso all'unanimità (per l'81% è importante per ogni persona, per il 18% per i propri figli e nipoti), meno condivisa è la fiducia nella sua realizzazione: sul futuro, gli italiani sono spaccati a metà. Solo il **50%** pensa che tra 5 anni il mondo sarà davvero migliore. Tra gli elementi principali che fanno ben sperare chi vede rosa, l'**attenzione al bene dei propri figli (56%)** che potrà spingere a comportamenti più "virtuosi" e l'**informazione (54%)**, ritenuta utile per far comprendere i benefici che derivano da un mondo sostenibile.

Gli interessi economici (68%) e l'egoismo delle persone (55%) frenano invece la fiducia in un futuro più sostenibile.

Smart City e Smart Mobility

Nel contesto della sostenibilità, si collocano i concetti di **smart city** e **smart mobility**, che possono avere un ruolo importante nello sviluppo di una migliore qualità della vita generale. Secondo gli Italiani, ad accomunare questi due concetti di cui si parla spesso, ci sono due temi centrali: **tutela dell'ambiente**



e **usability**, ovvero la combinazione di efficacia ed efficienza nell'utilizzo dei servizi, con la tecnologia a svolgere un ruolo fondamentale, di facilitatore, che ponga sempre l'uomo al centro.

Diversi i comportamenti positivi che gli Italiani ritengono di praticare, nel loro quotidiano, in favore di una mobilità *smart-oriented*: l'81% si muove a piedi o in bicicletta per percorsi brevi, il 59% si informa su come guidare in modo sempre più sicuro e il 57% su come farlo in modo più pulito. Ancora, il 41% usa più mezzi quando si sposta, combinando ad esempio auto e bici o auto e mezzi pubblici.

Istituzioni e Informazione sono fondamentali

Insomma, gli Italiani sono disposti a impegnarsi individualmente, ma chiedono di essere guidati. Sebbene il **55%** degli intervistati attribuisca al singolo **cittadino** il ruolo di **principale promotore di un mondo sostenibile**, la quasi totalità degli Italiani chiede alle **istituzioni pubbliche** (allo Stato ma anche ai Comuni e alle Regioni) **formazione** nelle scuole su cosa sia necessario fare per abitare in un mondo che offra una qualità della vita migliore e maggiore **informazione** verso i cittadini sui potenziali benefici prodotti da smart city e smart mobility (94%).

Gli intervistati manifestano anche il desiderio e la necessità di maggiore chiarezza sui vantaggi e gli svantaggi (91%) e le situazioni in cui è meglio scegliere i diversi tipi di alimentazione dell'auto (93%).

I racconti dei rispondenti, a cui è stato chiesto di scrivere liberamente come la smart city e la smart mobility si potranno realizzare contribuendo a una qualità della vita migliore, hanno evidenziato, seguendo la propria immaginazione, molti spazi di azione connessi tra loro. Questi riguardano la diffusione di una mobilità pubblica e privata efficiente ed ecologica, la realizzazione di aree verdi, isole pedonali e piste ciclabili riservate a bici, ma anche a tutti i mezzi elettrici, come i monopattini, insieme ad una attività di sensibilizzazione da parte delle istituzioni mirata allo sviluppo del senso civico in tutti i cittadini.

La sicurezza rappresenta uno dei temi su cui si concentra l'attenzione degli italiani e, per il raggiungimento di un bene più grande, di cui ciascuno possa beneficiare, si dichiarano addirittura disponibili a rinunciare in parte alla loro privacy, ad esempio accettando di trasmettere i dati raccolti dalla propria auto a polizia (33%), al proprio comune di residenza (32%) o alle società produttrici di dispositivi di tracciamento dati (28%). In cambio, appunto, di ottenere, in primis, una maggior sicurezza quando si è alla guida (38%).

Contatti stampa Arval Italia

Sara Marenzi - sara.marenzi@arval.it - +39 331 6761835
Martina Tamanti - martina.tamanti@arval.it - +39 340 9343046

Corporate Vehicle Observatory di Arval - CVO

Il Corporate Vehicle Observatory è il centro studi sulla mobilità e sulle tendenze del mercato creato da Arval nel 2002 in Francia e operativo in Italia dal 2005. L'Osservatorio, che coinvolge 15 Paesi, è una piattaforma di ricerca neutrale sul tema della mobilità aziendale: uno spazio di analisi e condivisione informativa di best practices, novità e trend del settore dei veicoli ad uso professionale.

www.arval.it/cvo



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

**We care about cars.
We care about you.**

Arval Italia

Presente in Italia dal 1995, Arval gestisce oggi oltre 200.000 veicoli a livello nazionale e più di 40.000 clienti e, da ormai 20 anni, è il leader nel mercato italiano nel settore del noleggio a lungo termine e nei servizi di mobilità. Grazie a un'eccellente qualità del servizio e a una struttura commerciale che pone il Cliente al centro, Arval punta da sempre ad offrire soluzioni di mobilità innovative ai propri Clienti: utenti privati, professionisti, PMI e grandi aziende internazionali che cercano la soluzione perfetta per ottimizzare la propria mobilità o quella dei loro collaboratori.

www.arval.it



Arval

Fondata nel 1989 e interamente di proprietà di BNP Paribas, Arval è specializzata nel noleggio di flotte aziendali. Arval offre ai suoi clienti – Professionisti, PMI e grandi imprese internazionali - soluzioni per ottimizzare la mobilità dei loro collaboratori, esternalizzando i rischi associati alla gestione della flotta. Di recente, Arval ha ampliato i propri segmenti di clientela con il mercato dei privati. L'expert advice e l'eccellente qualità del servizio, i cardini su cui Arval fonda la propria customer promise, sono offerti in 29 Paesi da 7.000 collaboratori. .

La flotta totale noleggiata da Arval raggiunge 1.193.910 veicoli in tutto il mondo (dicembre 2018).

Arval fa parte di Element-Arval Global Alliance, la più longeva e strategica alleanza nel settore del noleggio e gestione di flotte aziendali e leader mondiale con 3 milioni di veicoli gestiti in 50 paesi. All'interno del Gruppo BNP Paribas, Arval è inserita nella linea di business Retail Banking.

www.arval.com

Doxa

Da oltre 70 anni Doxa è sinonimo di ricerche di mercato in Italia. Prima società di ricerche di mercato in Italia, fondata nel 1946. Si è sempre posizionata fra le prime aziende nel settore sia in termini di dimensioni che di qualità e affidabilità.

L'esperienza consolidata spazia dai grandi studi di scenario alle analisi della misurazione e analisi delle relazioni delle aziende con i propri clienti, agli approfondimenti quali-quantitativi sui brand, sui prodotti, sulla distribuzione e sulla comunicazione.

Nel 2018 Doxa lancia la divisione Mobility con l'obiettivo di passare al vaglio usi e costumi degli italiani in fatto di mobilità e capire come scelgono, "vivono" e cambiano i propri mezzi di trasporto.

www.doxa.it

La ricerca

1500 interviste CAWI, target nazionale rappresentativo, condotte in dicembre 2018.

Principali tratti socio-demografici del campione dei rispondenti

- 50% uomini; 50% donne
- Nord Ovest: 29%; Nord Est: 20%; Centro: 19%; Sud e Isole: 33%
- 18-24 anni: 12%; 25-34 anni: 19%; 35-44 anni: 24%; 45-54 anni: 24%; 55-64 anni: 15%; 65 anni e più: 8%

Nota: le percentuali, se superiori a 100, dipendono da arrotondamenti.

