Visa Global Study identifica i principali fattori di successo per migliorare gli spostamenti quotidiani e creare città più intelligenti ed efficienti

• Visa e Stanford University pubblicano uno dei più vasti studi sui trasporti a livello mondiale cui hanno partecipato oltre 19.000 pendolari in 19 Paesi

• Lo studio valuta le tendenze e le sfide nei settori dei trasporti pubblici e dei parcheggi, rispetto alla crescita della popolazione e ai modelli di migrazione urbana

*Mobile World Congress, 25 febbraio 2019 -* Visa (NYSE: V), in collaborazione con Stanford University, ha lanciato uno dei più vasti studi globali esaminando la crescente domanda dei trasporti pubblici e privati ​​e l'importante ruolo del commercio digitale nel guidare una crescita sostenibile.

Secondo le Nazioni Unite[[1]](#footnote-1), entro il 2050, il 68% della popolazione mondiale vivrà nei centri urbani - e il numero di "megalopoli" con popolazioni superiori a 10 milioni di persone, aumenterà da 43 a 51 entro lo stesso periodo.

Basandosi sull'esperienza di Visa con gli operatori dei trasporti, le aziende automobilistiche e le start-up tecnologiche, Visa ha commissionato uno studio globale, "Il futuro dei trasporti: mobilità nell'epoca delle megalopoli" per comprendere meglio le sfide che i pendolari devono affrontare oggi e in futuro. I risultati principali sono stati combinati con il panorama di innovazioni esistenti o prossime future, fornite dagli esperti della Stanford University, per comprendere meglio i gap tecnologici nell’indirizzare quelle sfide.

I pagamenti sono il fulcro di ogni forma di viaggio e continueranno a diventare sempre più completi man mano che le città si spostano verso il trasporto pubblico contactless, i pagamenti digitali per i parcheggi e i servizi di noleggio come biciclette o scooter.

Mike Lemberger, SVP, Product Solutions Europe, Visa spiega: "Il futuro successo delle nostre città si intreccia - e fa affidamento - sul futuro dei trasporti e della mobilità. Visa e i nostri partner hanno un ruolo importante da svolgere, sia nel semplificare l'esperienza di pagamento per milioni di pendolari in tutto il mondo, sia nel sostenere il trasporto pubblico nella ricerca di soluzioni di trasporto sostenibili e convenienti che migliorino la vita delle persone che le utilizzano.”

Herman Donner, PhD e Postdoctoral Researcher della Stanford University è stato co-autore del rapporto che ha riassunto: "Quando si guarda al panorama tecnologico, esistono già molti prodotti che potrebbero facilmente risolvere le frustrazioni quotidiane dei pendolari. Tuttavia, queste soluzioni non dovrebbero essere sviluppate separatamente. Un'importante sfida consiste quindi nell’individuare in primo luogo le tecnologie che forniscono prodotti idonei per il mercato, gestendone poi l'attuazione in collaborazione con un'ampia gamma di parti interessate, compresi fornitori di mobilità, società tecnologiche, proprietari di infrastrutture e agenzie di trasporto pubblico. Dalle nostre ricerche, riteniamo che molti di questi piccoli cambiamenti incrementali possono potenzialmente fare la differenza nei viaggi quotidiani della gente, sia che servano a trovare parcheggio, sia che servano a ottenere il prezzo migliore per rifornire la propria auto o pianificare il viaggio con i mezzi pubblici.”

Lo studio riflette il feedback di 19.000 consumatori in 19 Paesi e ha identificato le sfide significative che i centri urbani sempre più popolosi dovranno affrontare, tra cui:

**TENDENZE CHIAVE (GLOBALI)**

Tempo di viaggio:

• Il 46% dei consumatori a livello globale ha visto aumentare i tempi di pendolarismo

• La metà (52%) è frustrata dall'esperienza nell'uso dei trasporti pubblici

• Un terzo degli intervistati (il 37%) si aspetta che il tempo del pendolarismo aumenti nei prossimi cinque anni.

Uso dell'automobile:

• L'auto personale rimane la migliore modalità di trasporto sia per il pendolarismo (60%) sia per i viaggi personali (61%)

• L'aspetto più antipatico della guida è la ricerca del parcheggio, citato dal 64% degli intervistati,

* Seguito dal rischio di ottenere una multa se il parcheggio è più a lungo del previsto (44%) e
* Di pagare più del necessario per il tempo di parcheggio (42%)

Uso del trasporto pubblico:

• Meno della metà delle persone intervistate utilizza il trasporto pubblico come modo per andare al lavoro, a scuola o all'università (44%),

• Il numero sale al 54% nel caso di viaggi personali e attività di intrattenimento.

• I pendolari scelgono il tipo di trasporto in base a tre fattori: convenienza, affidabilità e sovraffollamento. L'importanza di ciascun fattore varia a seconda dell'età:

* Baby Boomers (età 56+) - Convenienza (82%), affidabilità (84%) e sovraffollamento (72%)
* GenX (46-55) - Convenienza (79%), affidabilità (82%) e sovraffollamento (71%)
* Millennials (26-45) - Convenienza (74%), affidabilità (76%) e sovraffollamento (67%)
* GenZ (18-25) - Convenienza (62%), affidabilità (67%) e sovraffollamento (55%)

Pagamenti:

• La complessità nei pagamenti è spesso alla base di molti reclami comuni.

• Se fosse più facile pagare per il trasporto pubblico, l'uso medio aumenterebbe del 27%.

• Il 47% afferma che la necessità di biglietti diversi per le diverse modalità di viaggio è un problema,

• il 44% ha dichiarato che non sapere quanto pagare è un problema, e

• Il 41% ha dichiarato che i servizi "cash only" sono una noia. Secondo gli intervistati, queste frustrazioni li rendono meno propensi a utilizzare i trasporti pubblici e più probabilmente a guidare le proprie auto

• Per gli utenti delle auto, il 47% vorrebbe vedere innovazioni che consigliano il combustibile più economico disponibile

• Il 35% vorrebbe un'app che riconosca la posizione in cui sta tentando di effettuare il rifornimento e pagare tramite app

**LE TOP CINQUE RACCOMANDAZIONI DI VISA**

• Investire in connettività. I governi delle città dovrebbero investire in un'infrastruttura di dati "always on", fondamentale per le soluzioni tecnologiche richieste dai consumatori. Essa supporta lo scambio di dati in tempo reale in modo da tenere sempre informate le persone sul loro viaggio e allo stesso tempo, può fornire informazioni alla città per garantire che i servizi soddisfino la domanda in continuo cambiamento.

• Creare un'esperienza di pagamento senza interruzioni per supportare i viaggi dei pendolari con più mezzi. I governi delle città e gli urbanisti dovrebbero collaborare con gruppi di riflessione, aziende automobilistiche e tecnologiche e fornitori di pagamenti come Visa. Poiché un singolo viaggio coinvolgerà sempre più, più di un mezzo di trasporto (a esempio, auto + metropolitana + bici), diventa quindi indispensabile creare un'esperienza di pagamento semplice per i pendolari, a partire da soluzioni transito contactless ai pagamenti in-app o alle soluzioni basate su piattaforma.

• Integrare l'autenticazione personale nell'esperienza di pagamento. Poiché le aziende e i comuni incorporano sempre più pagamenti digitali, devono anche integrare l'autenticazione istantanea. Il ruolo dell'ID digitale nell'ecosistema è fondamentale per affrontare i cambiamenti nel modo in cui le persone utilizzano i trasporti, assicurando che sia l'autenticazione di pagamento sia quella personale siano facili e senza interruzioni.

• Progettare ecosistemi di commercio che tengano conto di tutti i membri della società. Quando si progetta l'ecosistema del commercio, tutti i membri dell'ecosistema dei trasporti devono sfidare il proprio pensiero per includere anziani e meno abbienti, garantendo che nessuno venga dimenticato.

• Sviluppare partnership strategiche per guidare la visione. Le città dovrebbero collaborare con le aziende che possono avere una visione più ampia, aiutando nella pianificazione. L'Intelligenza Artificiale in combinazione con i Big Data può essere utilizzata per analizzare i dati sui consumi, i movimenti e le tendenze in evoluzione per anticipare i bisogni in tempo reale e fornire alle città informazioni dettagliate che possano aiutare nella pianificazione futura.

Per ulteriori informazioni, download il rapporto completo qui: <https://vision.visaeurope.com/blogs/future-of-transportation>

**Metodologia**

Questo studio è stato condotto con 19.384 consumatori che vivono in una delle due città più grandi in 19 paesi. Tutte le interviste sono state condotte online nel mese di luglio 2018.

Le città e i paesi coperti erano: Argentina (Buenos Aires, Cordoba), Australia (Sydney, Melbourne), Brasile (Rio de Janeiro, San Paolo), Canada (Toronto, Montreal), Cina (Shanghai, Pechino), Egitto (Il Cairo, Alessandria), Francia (Parigi, Marsiglia), Germania (Berlino, Amburgo), India (Mumbai, Delhi), Giappone (Tokyo, Osaka), Messico (Città del Messico, Guadalajara), Polonia (Varsavia, Cracovia), Russia (Mosca, San Pietroburgo), Sudafrica (Città del Capo, Johannesburg), Svezia (Stoccolma, Göteborg), Corea del Sud (Seoul, Busan), Emirati Arabi Uniti (Dubai, Abu Dhabi), Regno Unito (Londra, Birmingham), Stati Uniti (New York, Los Angeles ).

Gli intervistati sono composti per il 65% da residenti nel centro città e dal 35% nella periferia e nella periferia. Più della metà (55%) è occupata a tempo pieno.

Abbiamo chiesto alle persone le modalità di trasporto che utilizzano, la loro esperienza di pendolarismo (comprese le loro maggiori preoccupazioni), le ragioni per non scegliere determinati metodi di trasporto e le loro opinioni sul pagamento per il trasporto e le diverse innovazioni che potrebbero influire sulla loro esperienza di viaggio. I risultati su frustrazioni e note dolenti sono stati condivisi con i ricercatori della Stanford University che hanno poi esplorato tecnologie e prodotti attualmente disponibili che potrebbero risolvere alcuni di questi problemi.

**Visa**

Visa Inc. (NYSE: V) è leader mondiale nei pagamenti digitali. La nostra missione è quella di connettere il mondo attraverso una rete di pagamento innovativa, affidabile e sicura, che consenta a privati, aziende ed economie di prosperare. Il nostro avanzato sistema di elaborazione globale, VisaNet, fornisce pagamenti sicuri e affidabili in tutto il mondo ed è in grado di gestire oltre 65.000 messaggi di transazione al secondo. L'attenzione incessante dell'azienda verso l'innovazione è un catalizzatore per la rapida crescita del commercio connesso su qualsiasi tipo di device e una forza trainante dietro il sogno di un futuro senza contanti per tutti, ovunque. Mentre il mondo si muove dall'analogico al digitale, Visa sta dedicando il brand, i prodotti, le persone, la rete e le dimensioni per rimodellare il futuro del commercio.

Per maggiori informazioni, visita <https://vision.visaeurope.com/>, e seguici su [@VisaNewsEurope](https://twitter.com/VisaNewsEurope).

1. United Nations, 2018 Revision of World Urbanization Prospects [↑](#footnote-ref-1)