

LA MOBILITÀ COME BENE COLLETTIVO

Il legame tra transizione verde e mobilità è un tema che coinvolge il legislatore e tutti i protagonisti di un ecosistema – tra cui la pubblica amministrazione, il mondo automotive, i fornitori di tecnologia e il settore assicurativo – in cui vengono sollecitati interventi sulla viabilità e sui mezzi di trasporto, analisi delle modalità di spostamento, risposte al cambiamento attraverso un’offerta basata sull’integrazione di una vasta gamma di servizi.

Il fattore comune a tutte le azioni che si sviluppano intorno a questo ecosistema è la tecnologia, con la valorizzazione dei dati, i processi che portano al cliente, l’offerta da formulare e distribuire anche in funzione dei modelli di business di partner diversificati, che puntano a confermare il ruolo che ricoprono nel mercato e il valore del servizio che viene loro riconosciuto.

Dalle tante survey che studiano l’evoluzione della mobilità nel nostro paese emerge che l’adozione di auto green, tanto sollecitata dal legislatore, non solo ha un costo che la maggior parte dei cittadini non può permettersi, ma deve anche risolvere l’inadeguatezza di infrastrutture indispensabili a sostenerne la diffusione su vasta scala e in tutto il territorio nazionale.

Sono queste le ragioni che, insieme ai cambiamenti delle abi-

tudini negli spostamenti da parte dei cittadini, spiegano la forte crescita dell’autonoleggio in Italia.

L’attenzione alla sostenibilità e all’ambiente, come evidenziato nel corso del recente convegno che Insurance Connect ha organizzato in collaborazione con Octo, riguarda la propensione o meno all’acquisto di auto green, le infrastrutture disponibili, le modalità di vivere l’ambiente e i centri urbani, con un impatto sulla fisionomia del territorio che richiede interventi da parte delle amministrazioni locali.

La mobilità deve dunque fare i conti con la condivisione di dati, con i modelli di business di altri partner, con il territorio. Ma deve soprattutto fare sempre più attenzione, come evidenziato dai relatori al convegno, a quel tratto distintivo che da sempre la caratterizza: il comportamento di chi è in movimento.

Proprio l’approccio al comportamento è il fulcro dei cambiamenti che stanno maturando intorno all’ecosistema.

La digitalizzazione, la telematica e l’intelligenza artificiale si caricano di valore per divenire una leva competitiva che consente sì di analizzare il comportamento del cliente in funzione del costo del servizio o della polizza, ma soprattutto di agire affinché la mobilità venga concepita come un bene collettivo. Un ambito in cui i dati vengano usati in modo etico, i prodotti e i servizi vengano formulati evidenziando il valore dei criteri Esg. E, soprattutto, dove i meccanismi premianti possano estendersi all’area della prevenzione e della sicurezza.

Questa enfasi sull’importanza della collettività e del bene comune ci restituisce uno scenario in cui tutti i protagonisti dell’ecosistema della mobilità sono chiamati a collaborare su più fronti: riuscire a definire meglio il perimetro in cui muoversi per l’utilizzo dei dati; affinare le strategie che portano alla conoscenza del cliente e a nuovi target a cui rivolgersi; abbinare componenti di servizio che facciano della mobilità un’esperienza di qualità per i cittadini, per l’ambiente e per il Paese.



Maria Rosa Alaggio