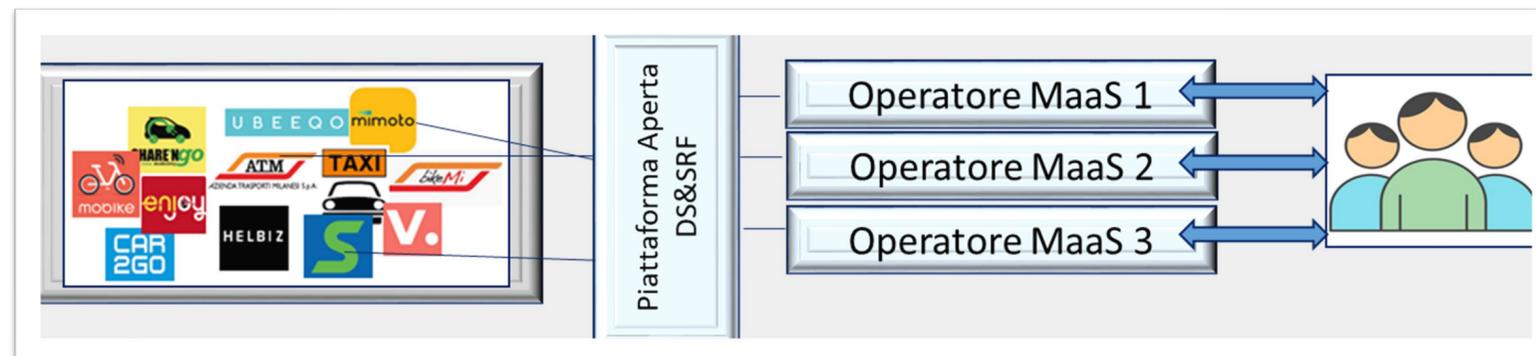


Maas – Obiettivi del Comune di Milano e modello di business

Il Comune di Milano ha affrontato il tema del Maas tempo fa, definendo innanzitutto quali fossero gli obiettivi primari e di conseguenza individuando un modello di business che potesse garantire al meglio i propri obiettivi.

- Gestire ed indirizzare la domanda di Mobilità
- Qualità del Servizio e riduzione del Mobility Divide
- Ridurre la congestione della città
- Qualità ambientale (aria e rumore)
- Innovazione e Digitalizzazione
- Sviluppo Sostenibile
- Ottimizzazione delle risorse pubbliche
- Garantire parità di trattamento e concorrenza
- Equilibrio economico e attrattività (investimenti pubblici e attrarre investimenti)



Il Comune di Milano si è orientato quindi verso un «mercato aperto» con più soggetti Maas.

Il progetto Maas4Italy Milano – Il progetto e la sperimentazione



- I tempi di progetto hanno probabilmente ridotto l'efficacia della sperimentazione (Luglio – Novembre) imponendo tempi troppo brevi e soprattutto in un periodo estivo di basso utilizzo e partecipazione.
- La partecipazione di 5 Maas Operator sostiene l'ipotesi di un modello di business «a mercato aperto» che vede la Pubblica Amministrazione con un ruolo di facilitatore e policy maker.

- Anche se la domanda di servizi Maas non è altissima si registra un tasso di digitalizzazione degli utenti superiore all'80% (indagine ex-ante su + di 2.000 soggetti che utilizza titoli di viaggio digitali) e chi ha utilizzato i servizi Maas li ritiene utili con un fattore 4,2 (su una scala da 1 a 5)
- La complessità nella realizzazione di servizi Maas integrati non è solo negli aspetti tecnologici ma è soprattutto legata alla numerosità dei soggetti coinvolti che non sempre hanno interessi convergenti.

Maas4Italy – Sperimentazione servizi Maas – Fase 2

La definizione ed implementazione di una fase 2 di sperimentazione deve provare quindi a superare «i limiti» evidenziati nella prima fase di progetto.

- ❑ *Migliorare l'esperienza derivante dall'utilizzo delle app dei Maas Operator che devono essere più «ricche» in termini di offerta di servizi e di funzionalità;*
- ❑ *Consolidare la centralità della piattaforma centrale (DSRM) con più operatori di trasporto aderenti al modello centralizzato e con dati più completi (dati dinamici) che permetta quindi anche di arricchire le offerte dei Maas Operator;*
- ❑ *Individuare un modello di coinvolgimento degli sperimentatori e degli incentivi più «aperto» e più «semplice»*

1. Sperimentazione legata ad eventi specifici che si svolgono sul territorio

- Utenti occasionali (che non vivono la città con quotidianità) che necessitano quindi di supporto e informazioni e quindi più propensi all'utilizzo di un travel planner.
- Incentivi su offerte «a pacchetto» (es: 3 gg TPL + navetta aeroporto/treno + xx min. sharing) che abilitano la multimodalità del viaggio
- Più momenti di sperimentazione con durate brevi che permettono rendicontazione più semplice e evoluzioni nelle proposte di mobilità

2. Individuazione dei bisogni di mobilità degli utenti «abituali»

- Ingaggio dei Mobility Manager aziendali (focus su contesti della sanità e universitari) che raccolga esigenze e indirizzi le possibili soluzioni.
- Individuazione dei fabbisogni in funzione della tipologia di domanda (turnisti, fasce orarie di punta, mobilità interurbana, etc.)
- Eventuale incontro tra domanda e offerta sviluppabile dai Maas Operator indipendentemente dai fattori incentivanti (validi a prescindere dal PNRR per lasciare una legacy di progetto).