

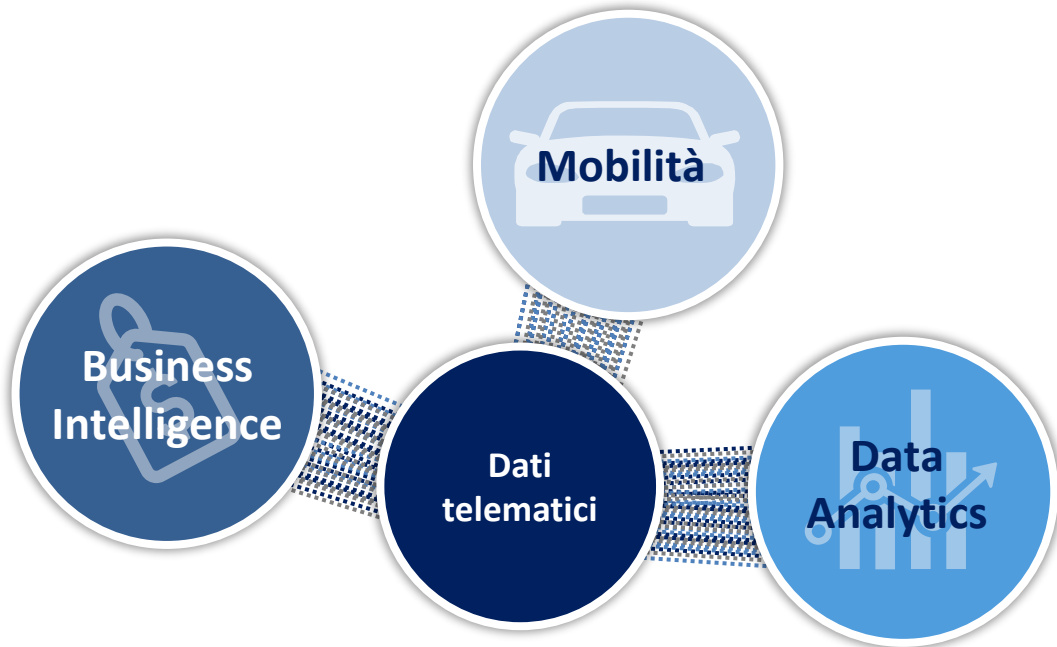
I Dati di mobilità per creare servizi di valore e fidelizzare il cliente



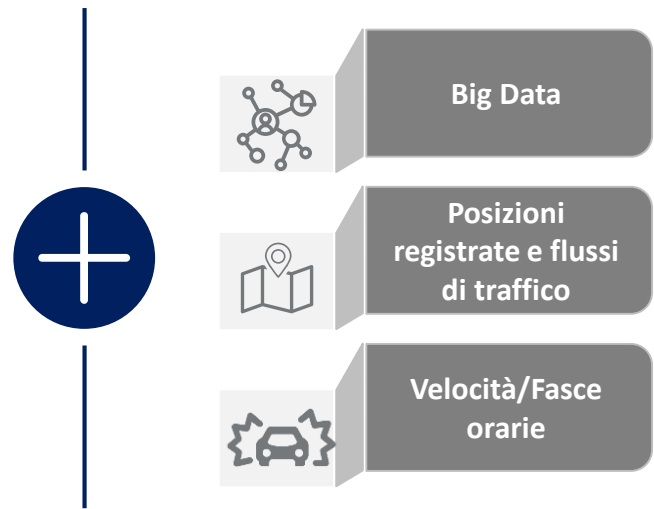
Parma, 24 ottobre 2019



Principali asset telematici...



... e aree chiave di utilizzo/registrate



→ **Obiettivo:** valorizzare la ricchezza dei dati telematici per generare valore aggiunto

*Nelle slide seguenti sono presentate alcune **applicazioni** di **utilizzo dei dati** raccolti con le **box telematiche***

1

*Analisi passaggi
davanti ad una
stazione di
servizio*

2

*Autonomia dei
veicoli elettrici*

*Nelle slide seguenti sono presentate alcune **applicazioni di utilizzo dei dati** raccolti con le **box telematiche***

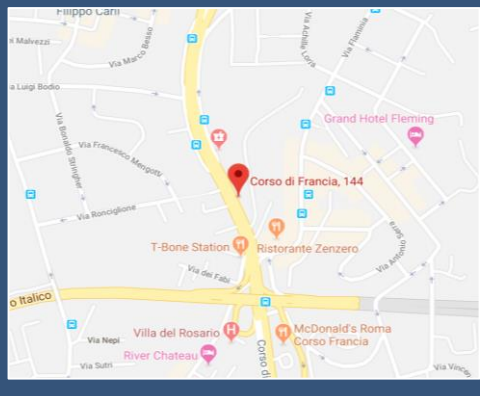
1

Analisi passaggi davanti ad una stazione di servizio

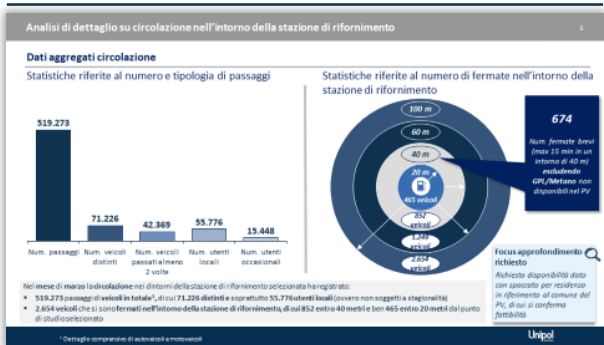
2

Autonomia dei veicoli elettrici

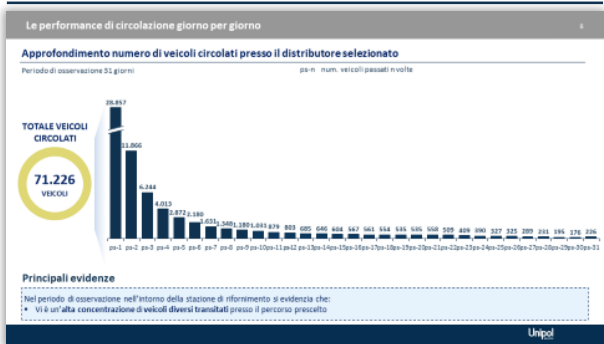
Analisi dati telematici in un punto di interesse strategico indicato da una diffusa rete di fornitura carburanti. L'obiettivo è mostrare i flussi di traffico, le velocità medie e i flussi di dettaglio utili a sviluppare analisi strategiche



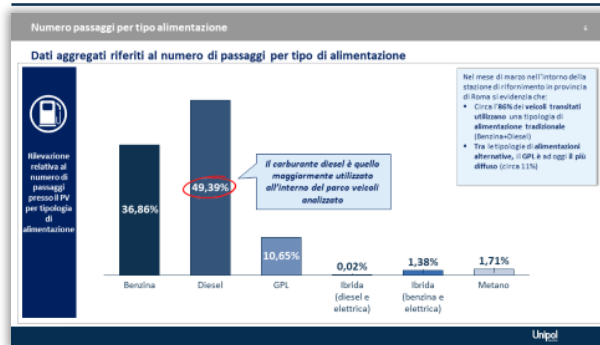
Numero passaggi e fermate



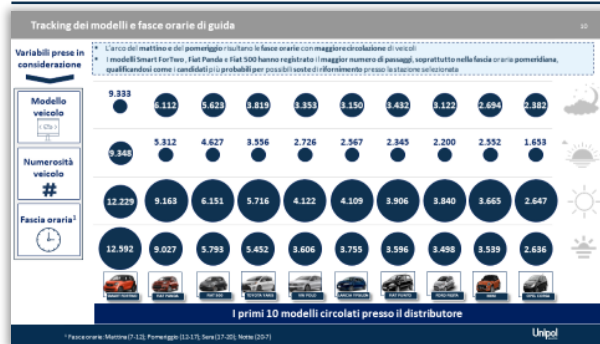
Frequenza passaggio singoli veicoli



Tipo alimentazione veicoli

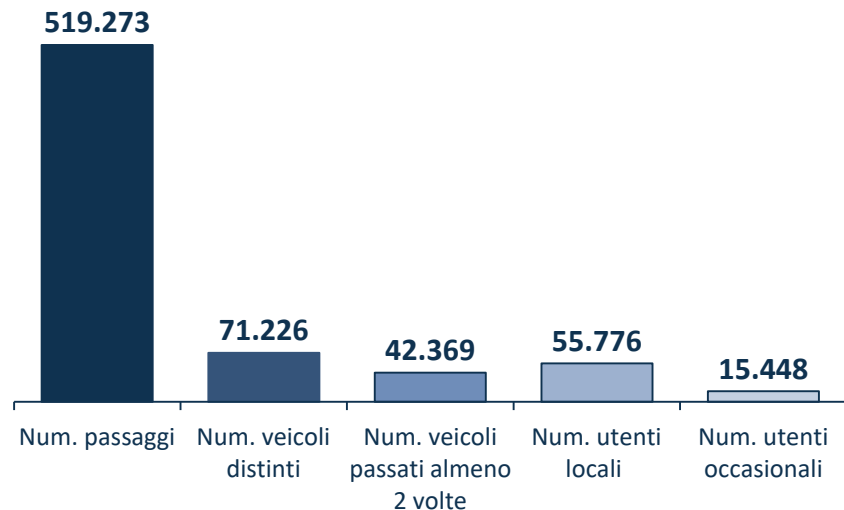


Modelli auto nelle diverse fasce orarie

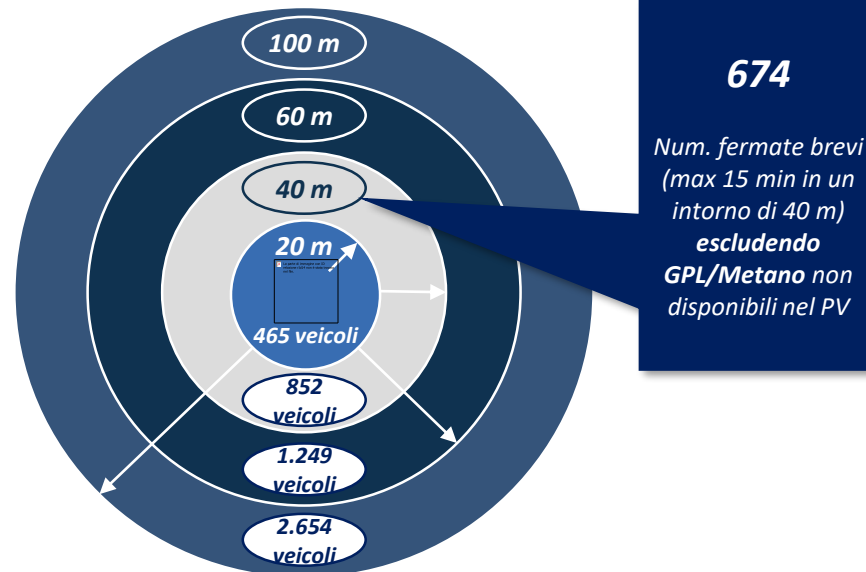


Dati aggregati circolazione

Statistiche riferite al numero e tipologia di passaggi



Statistiche riferite al numero di fermate nell'intorno della stazione di rifornimento



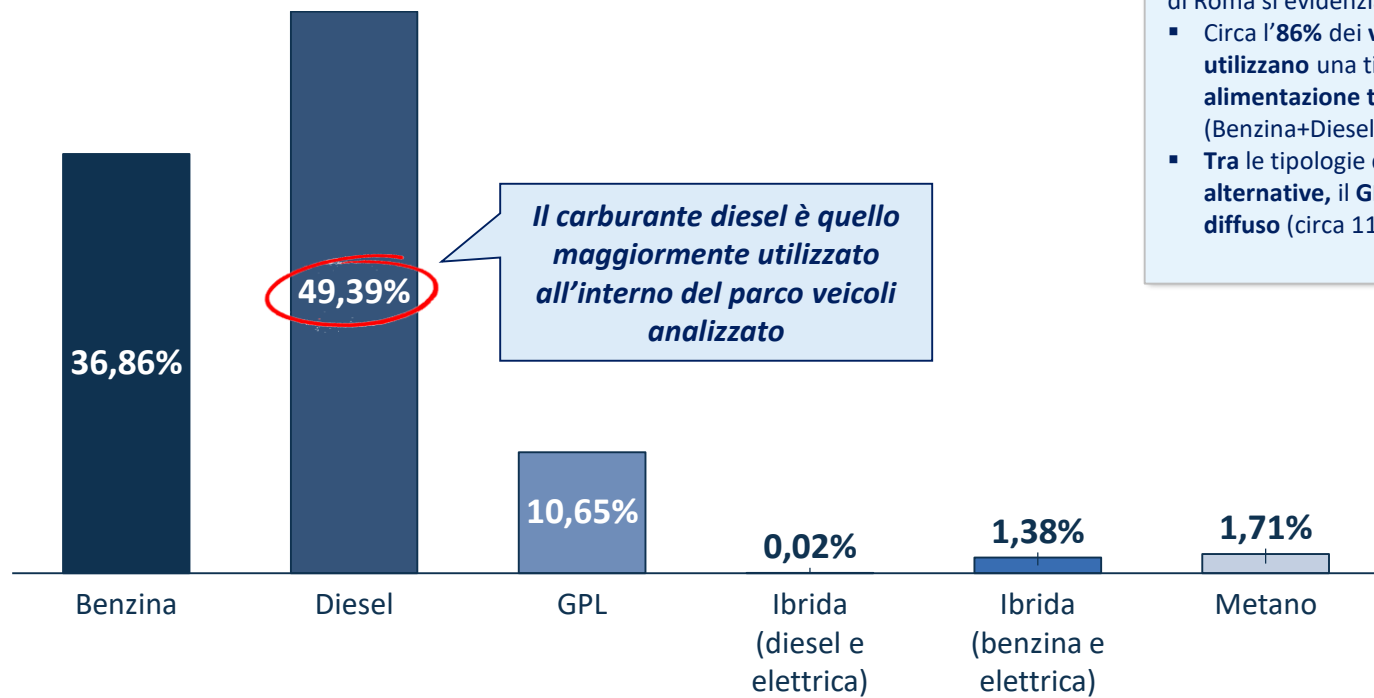
Nel mese di **marzo** la **circolazione** nei dintorni della stazione di rifornimento selezionata ha registrato:

- **519.273** passaggi di **veicoli in totale**¹, di cui **71.226** distinti e soprattutto **55.776** **utenti locali** (ovvero non soggetti a stagionalità)
- **2.654** **veicoli** che si sono **fermati nell'intorno della stazione di rifornimento**, di cui **852** entro **40 metri** e ben **465** entro **20 metri** dal punto di studio selezionato

¹ Dettaglio comprensivo di autoveicoli e motoveicoli

Dati aggregati riferiti al numero di passaggi per tipo di alimentazione

Rilevazione relativa al numero di passaggi presso il PV per tipologia di alimentazione



Il carburante diesel è quello maggiormente utilizzato all'interno del parco veicoli analizzato

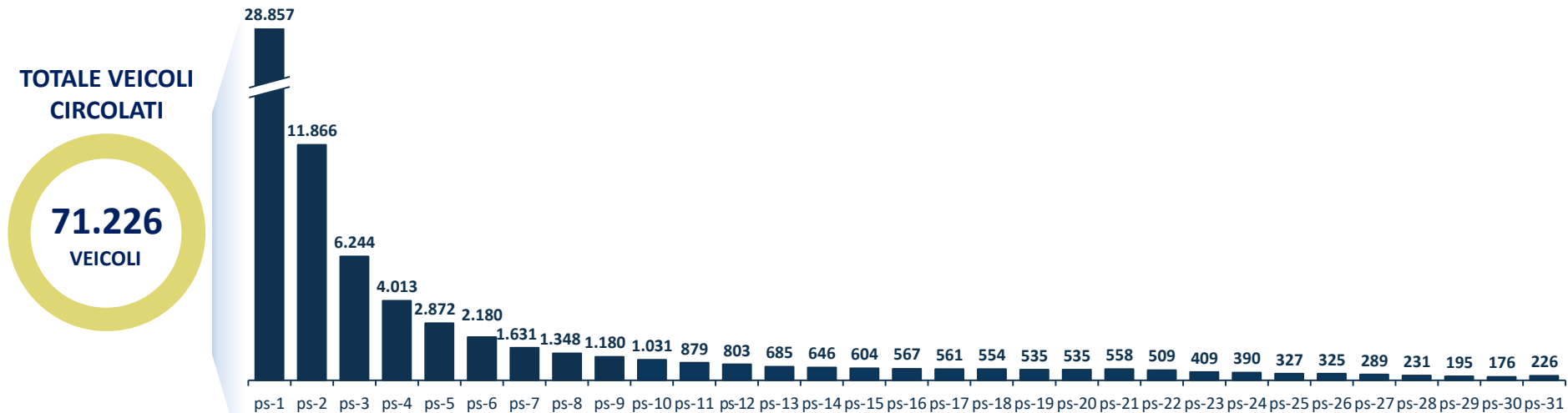
Nel mese di marzo nell'intorno della stazione di rifornimento in provincia di Roma si evidenzia che:

- Circa l'**86%** dei **veicoli transitati utilizzano** una tipologia di **alimentazione tradizionale** (Benzina+Diesel)
- Tra le tipologie di **alimentazioni alternative**, il **GPL** è ad oggi il **più diffuso** (circa 11%)

Approfondimento numero di veicoli circolati presso il distributore selezionato

Periodo di osservazione 31 giorni

ps-n num. veicoli passati n volte



Principali evidenze

Nel periodo di osservazione nell'intorno della stazione di rifornimento si evidenzia che:

- Vi è un'alta concentrazione di veicoli diversi transitati presso il percorso prescelto

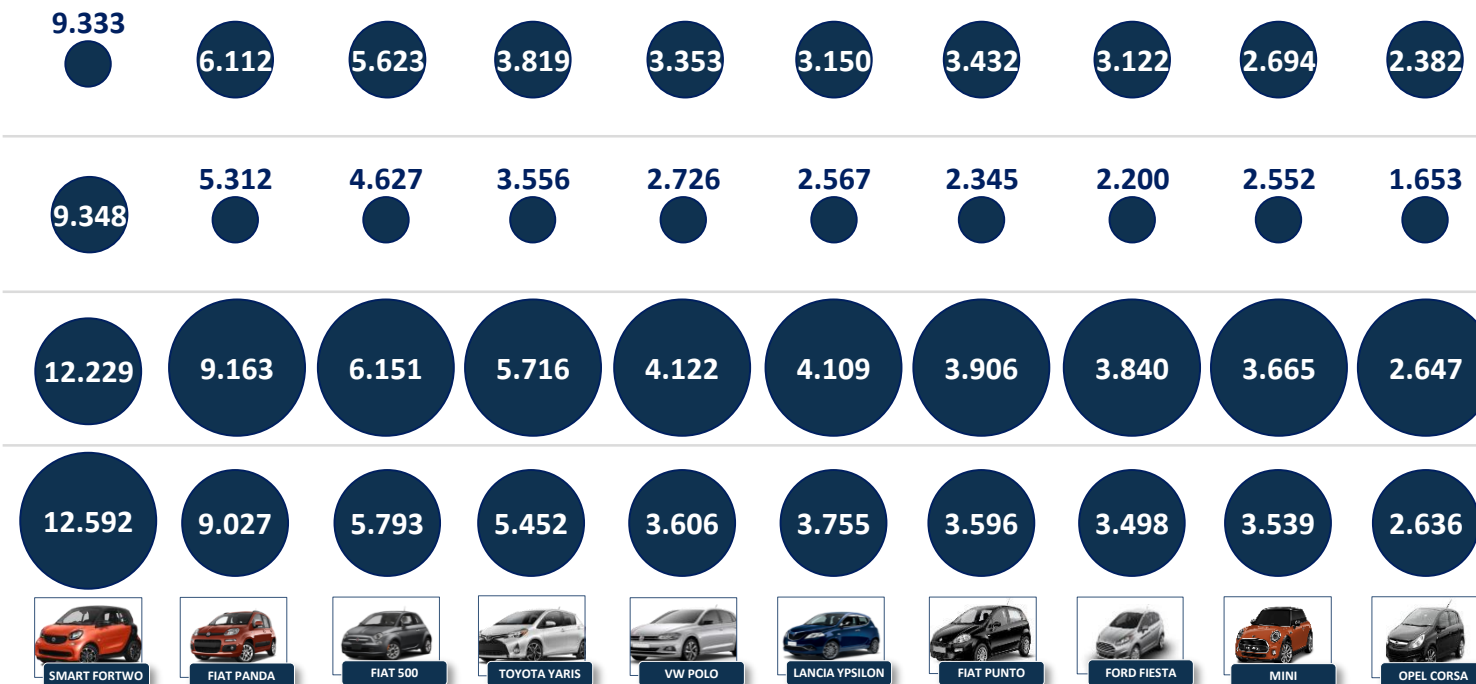
Variabili prese in considerazione

- L'arco del **mattino** e del **pomeriggio** risultano le **fasce orarie** con **maggiore circolazione** di veicoli
- I **modelli Smart ForTwo**, **Fiat Panda** e **Fiat 500** hanno registrato il **maggior numero di passaggi**, soprattutto nella **fascia oraria pomeridiana**, qualificandosi come i **candidati più probabili per possibili soste di rifornimento** presso la stazione selezionata

Modello veicolo

Numerosità veicolo

Fascia oraria¹



I primi 10 modelli circolati presso il distributore

¹ Fasce orarie: Mattina (7-12); Pomeriggio (12-17); Sera (17-20); Notte (20-7)

*Nelle slide seguenti sono presentate alcune **applicazioni di utilizzo dei dati** raccolti con le **box telematiche***

1

Analisi passaggi davanti ad una stazione di servizio

2

Autonomia dei veicoli elettrici

I veicoli a motore sono responsabili del **27% dei gas serra** in Europa e il settore dei trasporti è l'unico in cui le **emissioni sono aumentate negli ultimi anni**



*Unipol ha effettuato delle analisi con il Politecnico di Milano per analizzare l'ecosistema delle auto elettriche e identificare quali siano le **barriere** ad un **maggiore utilizzo** dei veicoli elettrici*



POLITECNICO
MILANO 1863

Sono emerse 2 principali **barriere** alla **diffusione** delle **auto elettriche**

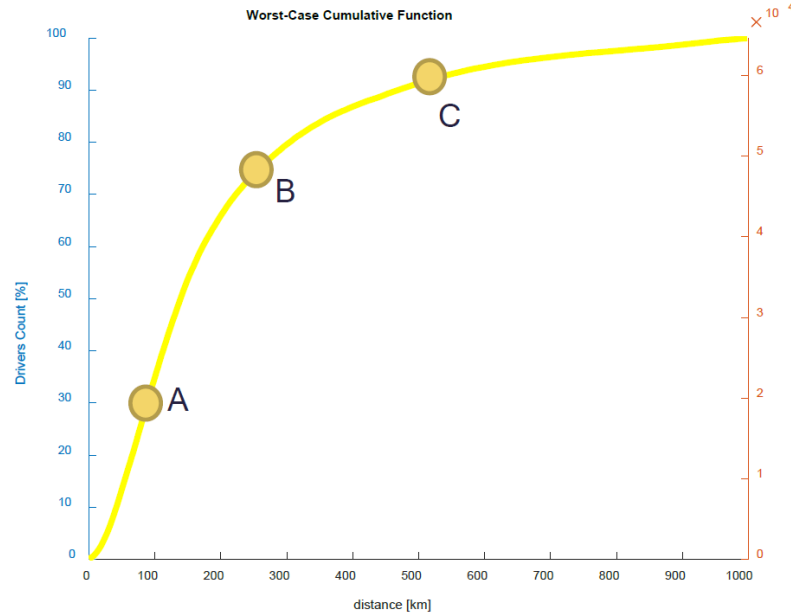
1 Autonomia veicolo tra due ricariche (Range Anxiety)



2 Distribuzione stazioni di ricarica

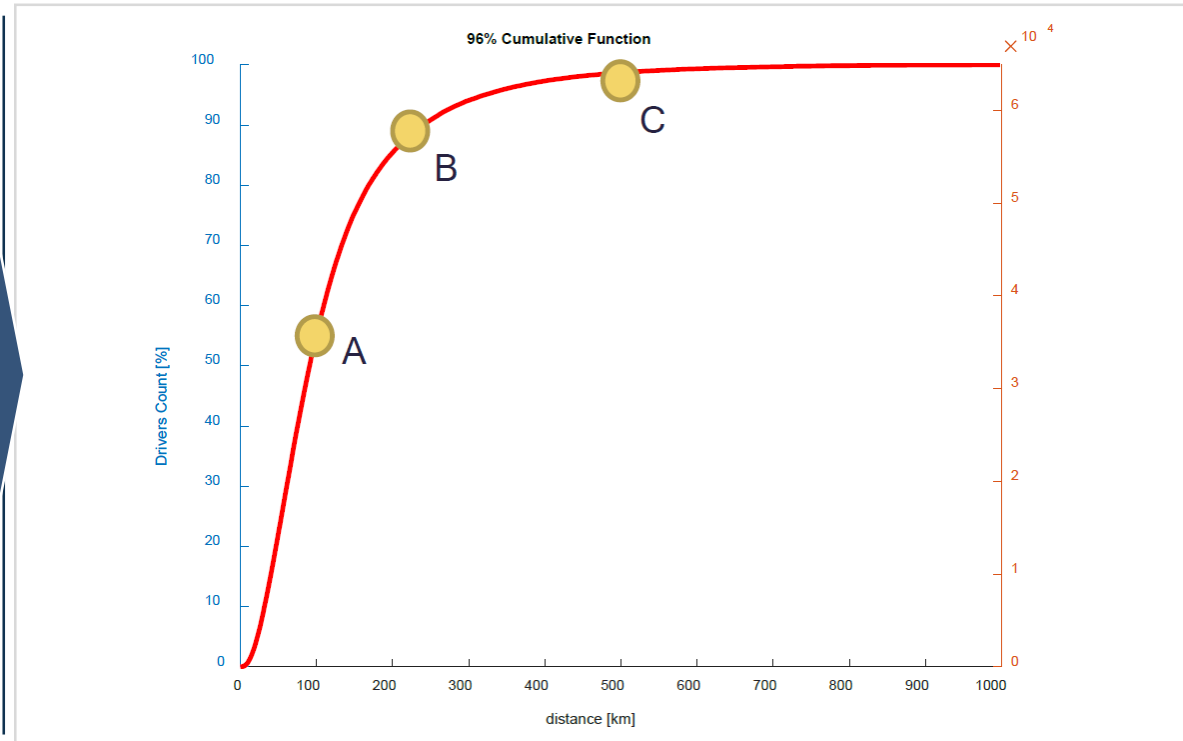


Abbiamo analizzato i **tragitti** dei veicoli con telematica in una **provincia italiana** nel corso di un **anno** per identificare la **distanza media percorsa**



il grafico include tutti i viaggi con i tre punti A,B,C che indicano autonomia di **100, 250 e 500km**. Si nota per esempio come più del **70% degli utenti sarebbe coperto da una autonomia di soli 250Km**.

Escludendo gli outlier (es. viaggio per andare in vacanza), **emerge che un'autonomia di 100 Km risulta adeguata per più del 50% dei viaggi (punto A) e, con un autonomia di 250 Km, si raggiunge il 90% (punto B)**



Definizione di **offerta di prodotto** (es. servizio di mobilità con noleggio veicolo nei casi di off-range) e di **assistenza** (scooter con booster di ricarica on site)

Pricing comportamentale evoluto

Stile di guida

Utilizzo dello Smartphone alla guida (driver distraction)

Situazione contestuale (meteo, traffico,...)

Stato di manutenzione strade

Pericolosità intrinseca posizioni

Education alla guida attraverso warning in real time

Razionalizzazione rete di distributori sulla base dei **flussi di traffico** e individuazione zone a maggiore potenziale per l'**installazione** o l'**acquisizione** di **stazioni di rifornimento**

Definizione dinamica dei pricing nelle diverse **fasce orarie** in base ai **flussi di traffico** e al tipo di **alimentazione** dei veicoli

Analisi **posizionamento stazioni e di ricarica elettrica** sulla base dei **flussi di traffico**

Identificazione **autonomia ottimale** dei veicoli elettrici sulla base dei **tragitti effettuati** e del **profilo degli utilizzatori**

Creazione **campagne di marketing / programmi di loyalty** su misura in base al **tipo di veicolo** e **profilo dei Clienti** che transitano in un punto di interesse

Creazione **campagne di marketing** differenziate per Cliente sulla base della tipologia di **tragitti effettuati** (es. abituali, lunghi tragitti,..)

Posizionamento Store per grande distribuzione

Posizionamento e pricing dinamico per **cartellonistica e altri strumenti di comunicazione**

Ottimizzazione strutture per flussi di traffico (es. parcheggi, stazioni trasporto pubblico locale)

Manutenzione Viabilità Pubblica (es. buche e incroci pericolosi)