



ENTE PER LE NUOVE TECNOLOGIE,
L'ENERGIA E L'AMBIENTE



mobility *management*

Stato dell'arte e prospettive





mobility management

Nell'ambito del governo della mobilità, un settore che presenta un particolare interesse è quello degli spostamenti casa-lavoro. Si tratta di una quota minoritaria degli spostamenti complessivi nelle nostre città (dal 20 al 40%), quota che peraltro è destinata ulteriormente a restringersi per l'aumento della mobilità "erratica" (svago, acquisti ...). Tuttavia questa quota presenta una caratteristica fondamentale in termini di "qualità", perché concorre in modo decisivo alla determinazione del traffico delle ore di punta.

Nel settore dell'energia elettrica, ad esempio, gli interventi per ridurre i valori delle "punte" di domanda presentano un particolare pregio perché consentono di limitare la costruzione di nuove centrali. Nel caso della mobilità, è soprattutto l'offerta di trasporto pubblico ad essere vincolata dalla domanda di punta che rischia di mandare in tilt il sistema. Più in generale i fenomeni legati alla congestione vengono accentuati dal concentrarsi del traffico nei picchi del mattino e del pomeriggio. Si comprende quindi l'importanza di intervenire su questa fascia temporale e sui flussi di spostamento casa-lavoro che rappresentano un segmento per il quale è più facile trovare delle soluzioni per le sue specificità (destinazione vincolata, utenti che si conoscono o che comunque fanno parte della stessa azienda).

Sono queste le considerazioni che stanno alla base della riscoperta negli ultimi anni dell'importanza del governo della mobilità, in particolare nel settore degli spostamenti casa-lavoro. Con questa accezione si intendono tutte le misure "soft" volte a rendere praticabili ed allettanti le soluzioni alternative alla pratica, in molti casi dominante, dell'automobile utilizzata dal solo guidatore.

Poiché si punta a cambiamenti volontari dei comportamenti occorre promuovere azioni di "marketing" per valorizzare le modalità alternative. Questo approccio ha avuto un largo successo in Olanda dove il Ministero dei Trasporti ha avviato una attiva politica volta ad offrire soluzioni alternative all'uso dell'auto individuale, investendo risorse significative ed ottenendo risultati interessanti. Nelle regioni del sud è stato coinvolto circa un quinto dei dipendenti delle aziende con più di 50 addetti ottenendo negli ultimi anni una riduzione del 10-15% delle percorrenze chilometriche in automobile.

Anche sulla base delle esperienze straniere, in Italia è stata introdotta, con il decreto "mobilità sostenibile nelle aree urbane" del 27 marzo 1998, la figura dei Mobility Manager aziendali. Compito di queste nuove professionali è quello di valutare la disponibilità dei



mobility management

dependenti a forme alternative all'uso individuale dell'auto privata e di proporre alternative credibili. Al fine di trovare soluzioni concrete, questi referenti si interfacciano con i Mobility Manager di area previsti dalle amministrazioni pubbliche.

La prima fase per l'introduzione di queste nuove figure ha visto un'attività di formazione, prevalentemente da parte dell'ENEA e della Federazione delle aziende di trasporto pubblico, e di creazione dei riferimenti territoriali.

A tal fine un primo finanziamento del Ministero dell'Ambiente, di oltre 10 miliardi di lire, ha consentito nel 2000 alle principali città (e in particolare a Roma) di dotarsi di strutture di coordinamento e di sostegno dei Mobility Manager.

I risultati sono stati differenziati sul territorio, con risposte significative dove l'entusiasmo e la sensibilità locale hanno consentito di superare le difficoltà iniziali. Rimangono, tuttavia, vaste aree di assenza di partecipazione. Attualmente sono stati nominati 367 Mobility Manager, circa un terzo del totale individuato dai Comuni.

Per poter garantire a queste nuove figure una reale capacità di incidere, occorre passare dall'elaborazione di specifiche proposte alla pos-

sibilità di avviare soluzioni alternative, anche col supporto di finanziamenti pubblici.

A questa esigenza fa fronte un secondo intervento del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, che ha previsto l'impiego di 30 miliardi di lire per cofinanziare programmi volti alla mobilità aziendale presentati al Ministero dai Comuni (l'avviso per l'avvio della presentazione delle richieste è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale il 27 luglio 2001).

Sulla base delle esperienze maturate è stato esteso l'arco dei proponenti (includendo anche le Province, che in alcuni casi hanno svolto un ruolo molto attivo) e l'ambito dei programmi e delle attività. Potranno quindi essere presentati anche piani per la gestione della domanda di mobilità riferiti ad aree industriali, artigianali, commerciali, di servizi, poli scolastici e sanitari o aree che ospitano, in modo temporaneo o permanente, manifestazioni ad alta affluenza di pubblico.

Queste nuove risorse risulteranno ancora più efficaci nelle situazioni in cui verranno attivate dalle amministrazioni locali le forme innovative di mobilità flessibile (dai taxi collettivi ai motorini elettrici, dal car pooling al car sharing) finanziate dal Ministero con altre risorse. L'avvio dei programmi elaborati dai Mobility Manager e presentati dai Comuni rappresen-



mobility management

ta un salto di qualità nella definizione delle risposte e valorizza il ruolo di queste nuove figure.

Aiuta molto in questa fase di avvio lo scambio di informazioni. Nel febbraio del 2001 si è svolta a Roma la prima Conferenza nazionale dei Mobility Manager, mentre a livello internazionale è attiva la European Platform on Mobility Management (EPOMM), finanziata dalla Commissione europea, che rappresenta un importante strumento per favorire il confronto delle esperienze.

In conclusione, in una situazione di continua crescita del trasporto urbano, della sua irrazionalità e dei suoi effetti ambientali, vanno rafforzate le azioni volte a governare la domanda di mobilità. Il successo di queste politiche aiuterà anche a raggiungere gli obiettivi previsti dalla direttiva europea sulla qualità dell'aria, in particolare per le polveri fini (PM10) che superano i limiti in molte aree urbane, e a contenere la crescita delle emissioni di anidride carbonica facilitando quindi il raggiungimento degli obiettivi del Protocollo di Kyoto.

Quello che è iniziato, insomma, è un complesso percorso culturale ed organizzativo volto a valorizzare una politica di governo della mobilità, che molto spesso è occultata dalla domi-

nante politica dell'offerta (più strade, semafori, cavalcavia...) e a sollecitare una ampia partecipazione nella definizione delle scelte.

Lo spostamento dell'attenzione sul versante della domanda di trasporto potrà aiutare a raggiungere il riequilibrio modale e la riduzione delle emissioni inquinanti, contenendo il rischio, registratosi negli ultimi anni, di rincorrere con nuove opere l'aumento della richiesta di mobilità, in una spirale senza vie d'uscita.

Gianni Silvestrini
Direttore Generale SIAR
Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio



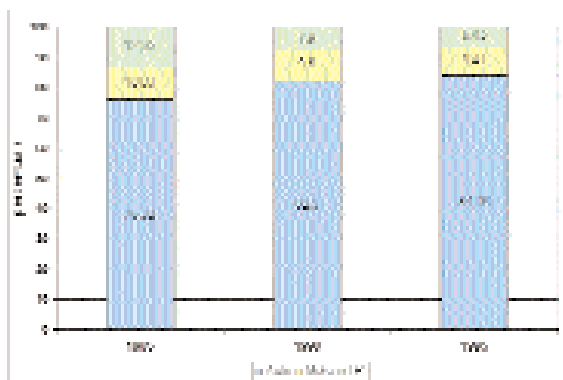
Introduzione	5	L'importanza della comunicazione	20
Il quadro normativo in Italia	6	Lo stato dell'arte del Mobility Management in Italia	21
Cos'è il Mobility Management	7	<i>Lo sviluppo del Mobility Management</i>	23
<i>Il Mobility Manager di Area</i>	8	<i>Lo stato dell'arte</i>	25
Il Piano degli spostamenti casa-lavoro	11	<i>Le schede dell'indagine</i>	26
<i>La struttura del Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro</i>	12		
<i>Fase informativa e di analisi</i>	12		
<i>Fase progettuale</i>	15		
<i>Fase di confronto</i>	19		
<i>Fase attuativa</i>	19		
<i>Fase di aggiornamento e di monitoraggio</i>	20		



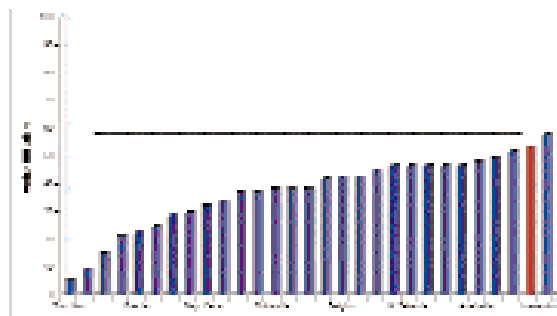
INTRODUZIONE

Il traffico veicolare è ormai ampiamente riconosciuto come la causa principale dei fenomeni di inquinamento urbano e come il settore al quale attribuire l'aliquota più elevata dei consumi energetici complessivi.

Soffermando l'attenzione sul trasporto passeggeri, sembra ormai certo che i relativi problemi non risiedano soltanto nella carenza di infrastrutture o di servizi ma anche in un atteggiamento culturale diffuso che fa preferire al cittadino sempre più l'uso dell'automobile rispetto ad ogni altra modalità di trasporto. Infatti, nel solo decennio 1985/1995 (fonte ENEA) il traffico urbano ha registrato un incremento di oltre 60 punti percentuali delle percorrenze complessive (i passeggero-chilometri – pass*km – sono cioè cresciuti di quasi



Ripartizione modale in Italia (fonte: ENEA)



Possesso veicoli passeggeri nel mondo (fonte: OCSE)

100.000 milioni) e, come se non bastasse, la percentuale di domanda soddisfatta dal trasporto pubblico è passata da 12,8 a 6,4, mentre l'automobile ha visto aumentare la propria percentuale di ripartizione modale di quasi 8 punti.

D'altronde i dati di un'indagine condotta sui 29 paesi OCSE nel 1998 collocavano l'Italia al primo posto per quanto riguarda l'uso del veicolo privato (viene cioè percorso il maggior numero di km rispetto alla disponibilità di infrastrutture) risultando seconda solamente al Lussemburgo per possesso di autoveicoli (oltre 55 ogni 100 abitanti).

Tale scenario invita ad adottare, pertanto, efficaci politiche e strumenti di pianificazione della mobilità urbana di persone e merci finalizzati non soltanto al miglioramento dei sistemi di offerta (anche attraverso l'introduzione estesa di tecnologie informatiche e telematiche), ma anche e soprattutto al controllo della domanda di mobi-



lità: rimodulazione degli orari delle attività, creazione di opportunità di mobilità virtuale, privilegio dei percorsi ciclo-pedonali, incentivazione all'uso di modalità alternative a quello del veicolo individuale. Dovrebbero, inoltre, essere individuati alcuni interventi significativi per aumentare l'efficacia e l'efficienza del trasporto collettivo, nel contesto innovativo di gestione introdotto dal recepimento delle normative europee sulla privatizzazione dei servizi; e anche interventi sul fronte della distribuzione delle merci in città, che contribuisce ad aggravare la congestione.

Particolare attenzione andrebbe, infine, rivolta alle tecniche di concertazione e partecipazione. Infatti, i provvedimenti sul traffico e la mobilità coinvolgono gli interessi di tutta la collettività influenzando spesso le abitudini e il rapporto con la città. Costituiscono, cioè, sia il principale argomento di confronto con la collettività sia il rischio di mancata accettazione delle politiche proposte e quindi è importante che siano fatti oggetto di fasi interlocutorie preliminari, quali occasioni di riflessione comune sulla qualità urbana capaci di determinare sia consapevolezza dei problemi, sia conseguimento del consenso. La consapevolezza diffusa, quindi, che un uso più razionale della propria autovettura possa contribuire a ridurre i livelli di congestione del traffico urbano e che il miglioramento della qualità della vita nelle nostre città debba diventare patrimonio comune e obiettivo condiviso, potrebbe determinare uno sforzo collettivo per la ricerca delle soluzioni.

IL QUADRO NORMATIVO IN ITALIA

È in quest'ottica che il decreto del Ministero dell'Ambiente del 27 marzo 1998 sulla "Mobilità sostenibile nelle aree urbane" (una delle prime iniziative intraprese dallo Stato in ottemperanza all'impegno assunto in sede internazionale con la firma del Protocollo di Kyoto sui cambiamenti climatici, che vincola l'Italia ad una riduzione del 6,5% delle emissioni dei gas serra al 2010 rispetto ai livelli del 1990) introduceva la figura del responsabile della mobilità aziendale, con l'obiettivo di coinvolgere le aziende ed i lavoratori nell'individuazione di soluzioni alternative all'uso del veicolo privato (le aziende e gli enti con oltre 300 dipendenti per unità locale o complessivamente oltre 800 dipendenti distribuiti su più unità locali, identificano un Mobility Manager, avente il compito di ottimizzare gli spostamenti sistematici del personale attraverso l'adozione del "Piano degli spostamenti casa-lavoro").

Partendo dagli spostamenti sistematici, più facili da governare, il decreto spingeva, quindi, ad adottare, per una gestione della mobilità che guardi ad obiettivi di sostenibilità, lo schema tipico del Mobility Management per dare maggiore centralità alle politiche di governo della domanda.

L'ultimo decreto del Ministero dell'Ambiente in materia, datato 20 dicembre 2000, incentiva l'implementazione del Mobility Management attraverso il finanziamento, a Comuni e/o a forme



mobility management

associative di Comuni, non solo di interventi relativi agli spostamenti casa-lavoro, ma anche di "piani per la gestione della domanda di mobilità riferiti ad aree industriali, artigianali, commerciali, di servizi, poli scolastici e sanitari o aree che ospitano, in modo temporaneo o permanente, manifestazioni ad alta affluenza di pubblico". Nel contempo estende l'applicazione del decreto a tutti i Comuni italiani, senza limitarsi a quelli a rischio atmosferico come nel primo decreto.

COS'È IL MOBILITY MANAGEMENT

Nell'accezione comunemente affermata in ambito europeo, il Mobility Management è un approccio fondamentalmente orientato alla gestione della domanda di mobilità, che sviluppa e implementa strategie volte ad assicurare la mobilità delle persone e il trasporto delle merci in modo efficiente, con riguardo a scopi sociali, ambientali e di risparmio energetico. Ha, quindi, lo scopo di adeguare le procedure di individuazione delle misure e degli interventi programmati alle mutate esigenze di mobilità e di mercato, introducendo sistematicamente nel settore della mobilità, quali elementi di valenza strategica, le tecniche comunemente utilizzate per l'introduzione nel mercato di altri beni o servizi. Qualunque nuovo servizio di trasporto, tradizionale o alternativo, deve passare attraverso le fasi di segmentazione del mercato e individuazione dei differenti gruppi *target*, in funzione non solo delle esigenze espresse, ma anche delle

altre caratteristiche specifiche. Quindi, attraverso fasi di comunicazione, informazione e marketing, specificatamente concepite in relazione ai differenti gruppi *target*, promuovere i servizi prevedendo infine adeguate attività di analisi per la valutazione dell'efficacia dei servizi proposti.

Le tecniche di Mobility Management iniziano ad affermarsi agli inizi degli anni 90 negli Stati Uniti e in alcuni Paesi europei, quali il Belgio, la Gran Bretagna, l'Olanda e la Svizzera. Due progetti di ricerca finanziati dall'Unione Europea, Momentum e Mosaic, hanno costituito la base teorica (ed un utile riferimento a casi concreti) sulla quale si sono sviluppate le esperienze più significative in ambito europeo. Esempi di *partnership* nell'area di Nottingham indicano un aumento del 9% nell'uso del trasporto collettivo e un alto livello di soddisfazione dell'utenza, ottenuto attraverso: promozione di biglietti stagionali, promozioni per spostamenti in ore o direzioni dove i servizi sono sotto capacità, sviluppo di informazione e comunicazione. Ricerche condotte in Austria dimostrano che circa il 21% di tutti gli spostamenti non sono realizzati con il trasporto pubblico solo per mancanza di informazione o per informazioni inadeguate. Dati olandesi parlano di 225 aziende che hanno volontariamente implementato il Mobility Management: queste costituiscono il 6% di tutte le aziende olandesi con oltre 50 dipendenti e nel 37% dei casi i risultati sono stati positivi. L'introduzione dell'abbonamento spe-



mobility management

ziale per dipendenti nell'area di Zurigo in Svizzera, dove è anche applicata la comunità tariffaria, ha portato aumenti compresi tra il 4% e il 12% nell'uso del trasporto pubblico su aziende con un numero di dipendenti compreso tra 3.000 e 10.000. Sempre in Svizzera la promozione della bicicletta presso la Novartis di Basilea (12.400 dipendenti nel 1970, 17.000 nel 1997) ha portato da 500 a 4.630 il numero di pendolari ciclisti nello stesso periodo.

Il Mobility Manager di Area

Nello schema introdotto in Italia l'interlocutore di riferimento del Mobility Manager aziendale è il Mobility Manager di Area. Questi raccoglie le esigenze dei singoli Mobility Manager ed elabora le strategie orientate alla gestione della mobilità casa-lavoro nel suo complesso: introduce, quindi, il Mobility Management, sviluppa lo schema generale, promuove le misure implementate ed utilizza schemi di coinvolgimento e partecipazione dei cittadini, dei lavoratori e dei datori di lavoro utili per individuare e gestire le opzioni alternative. In definitiva il Mobility Manager di Area ha un'importante funzione di coordinamento, e funge da intermediario tra tutte le differenti parti coinvolte. Anziché proporre il potenziamento dell'offerta, che normalmente richiede investimenti notevoli e tempi di realizzazione lunghi, il Mobility Manager di Area si concentra sullo studio dei comportamenti degli utenti e sulla domanda di trasporto a

livello aggregato, in modo da individuare e dimensionare le possibili azioni applicabili in ciascuna impresa, migliorando la mobilità dei lavoratori stessi.

Il Mobility Manager d'Area, pertanto, promuove il Mobility Management per ridurre l'uso delle auto private, aumentare l'uso del trasporto collettivo e dei "modi sostenibili", ridurre i livelli d'inquinamento, introdurre servizi innovativi per la mobilità, individuare nuove nicchie di mercato per esercenti pubblici e privati, conferire maggiore centralità alle politiche di governo della domanda di mobilità. Il suo principale obiettivo è creare le condizioni quadro affinché si riduca la propensione all'uso dell'automobile. Studi a livello europeo hanno dimostrato che l'uso del veicolo individuale è principalmente dovuto a: risparmio di tempo, risparmio di denaro, mobilità concatenata, mancanza o inadeguatezza del trasporto pubblico, necessità di utilizzare l'auto per spostamenti d'affari, sicurezza personale, disponibilità di parcheggio. Quest'ultima incoraggia l'uso dell'automobile, ma emerge minore propensione all'uso del veicolo privato in aree con sosta a pagamento. È compito del Mobility Manager d'Area far sì che la tariffazione della sosta, insieme a misure di incentivazione all'uso del trasporto pubblico, della modalità ciclabile e di quella pedonale e delle altre eventuali opzioni disponibili, consenta il raggiungimento degli obiettivi prefissati. La riduzione e l'integrazione tariffaria, i biglietti stagionali, la promozione di



mobility management

partnership tra i differenti principali esercenti i servizi di trasporto sono, invece, interventi utili per promuovere il trasporto pubblico: le singole aziende dovrebbero lavorare insieme ai fornitori del servizio per adeguare gli orari e i percorsi a soddisfacimento dei bisogni dei dipendenti. Ancora una volta il Mobility Manager d'Area gioca un ruolo chiave per l'apertura dei tavoli di concertazione tra i vari soggetti.

In definitiva il Mobility Manager di Area mira a ridurre il numero di auto circolanti a favore di mezzi di trasporto alternativi attraverso l'informazione, la comunicazione, il coordinamento e l'organizzazione. I suoi principali obiettivi possono essere così sintetizzati:

- *assicurare il soddisfacimento dei bisogni di mobilità delle persone e di trasporto delle merci con il rispetto degli obiettivi di riduzione dei consumi energetici e dei costi ambientali, sociali ed economici;*
- *migliorare l'accessibilità dei centri urbani con particolare riguardo ai modi di spostamento "sostenibili", quali il trasporto collettivo, il trasporto ciclo-pedonale e quello intermodale;*
- *ridurre il numero, la lunghezza e i bisogni degli spostamenti individuali con il veicolo privato;*
- *influenzare i comportamenti di individui, imprese e istituzioni nel soddisfare i loro bisogni di spostamento, attraverso l'uso efficiente*

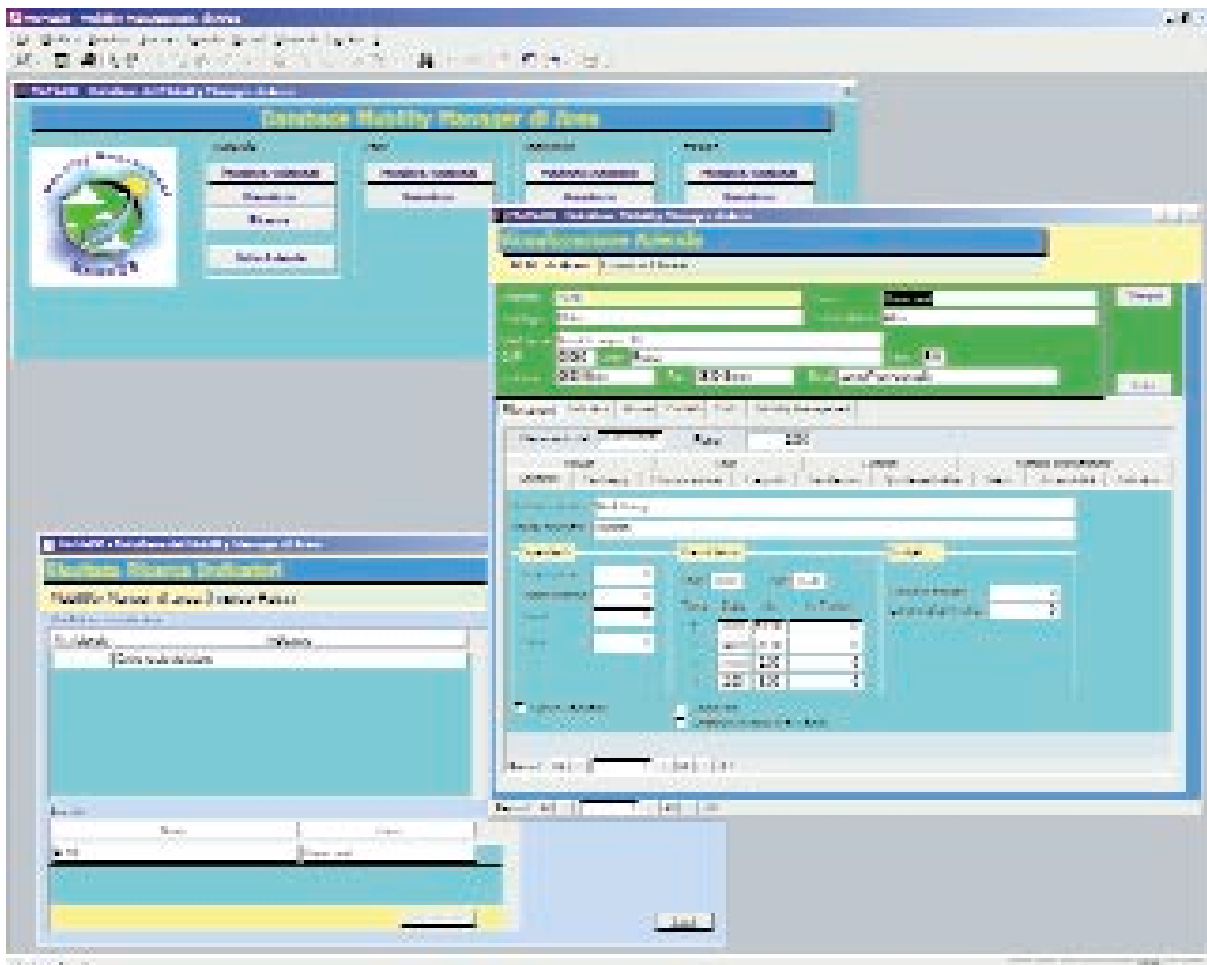
ed integrato dei mezzi e dei sistemi di trasporto ambientalmente sostenibili;

- *migliorare l'integrazione tra i modi di trasporto e facilitare l'interconnessione delle reti di trasporto esistenti, anche attraverso lo sviluppo di specifici sistemi informativi e di comunicazione;*

Per facilitare il lavoro del Mobility Manager di Area l'ENEA, nell'ambito dell'Accordo di Programma con il Ministero dell'Ambiente, ha realizzato un software di gestione del Mobility Management a livello di Area, denominato MoMaDB, che permette di monitorare lo stato di implementazione del Mobility Management sul territorio di competenza. Il software consente di gestire differenti banche dati: banca dati delle aziende, banca dati delle misure, banca dati degli indicatori. Il Mobility Manager di Area può fare affidamento su un elenco di misure e di indicatori di *default* contenute in MoMaDB, oppure aggiungere nuove tipologie di misure e nuovi indicatori di prestazione dei piani, arricchendo di volta in volta la banca dati. Semplici operazioni di ricerca consentono di seguire costantemente lo stato di implementazione del Mobility Management delle aziende interessate, i contatti avviati tra il Mobility Manager di Area e quelli aziendali, nonché di valutare i tipi di misure di maggior successo e i contributi ottenibili da ognuna di esse. Ad oggi oltre 20 città hanno già ricevuto la copia personalizzata del software.



mobility management



Database del Mobility Manager di Area (software ENEA)



IL PIANO DEGLI SPOSTAMENTI CASA-LAVORO

Il Piano degli spostamenti casa-lavoro è lo strumento di sviluppo, implementazione e controllo di un insieme ottimale di misure utili per la razionalizzazione degli spostamenti casa-lavoro del personale dipendente, che include servizi e attività di Mobility Management. È lo strumento di base a livello aziendale avente l'obiettivo di ridurre la dipendenza dall'auto privata, ma può anche essere concepito come un piano per un determinato quartiere o per un certo gruppo *target* dell'intera città, oppure per una zona industriale o commerciale, assumendo valenza di piano per la gestione della domanda di mobilità.

Perché possa avere successo un Piano degli spostamenti casa-lavoro richiede sforzi di coordinamento e consultazione con tutti i soggetti coinvolti (imprenditori, dipendenti, aziende di trasporto, autorità locali, sindacati, cittadini) così che le misure adottate abbiano il più ampio consenso possibile.

Compito del Mobility Manager aziendale è quello di evidenziare il bilancio positivo tra le risorse impegnate per l'adozione delle misure previste dal Piano degli spostamenti casa-lavoro ed i benefici conseguibili a tutti i livelli: singolo dipendente, in termini di tempo, costi e comfort; azienda, in termini economici e/o di produttività; collettività, in termini di minori costi sociali.

Evidenziare i vantaggi anche a livello del singolo dipendente costituisce un elemento chiave da spendere nel corso della campagna informativa, per esplicitare il beneficio dell'iniziativa e stimolare la collaborazione e l'adesione dei dipendenti.

I vantaggi per il dipendente

Minori costi del trasporto

Riduzione dei tempi di spostamento

Possibilità di premi economici

Riduzione del rischio di incidenti

Maggiore regolarità nei tempi di spostamento

Minore stress psicofisico da traffico

Aumento delle facilitazioni e dei servizi per coloro che già utilizzano modi alternativi

Socializzazione tra colleghi

È necessario anche un impegno per evidenziare i vantaggi per l'azienda, in prima istanza per sollecitare i vertici aziendali affinché condividano gli obiettivi e, quindi, affinché sostengano finanziariamente la realizzazione delle proposte del Mobility Manager aziendale.



I vantaggi per l'azienda

Una migliore accessibilità all'azienda rappresenta un valore aggiunto

Riduzione dei costi e dei problemi legati ai servizi di parcheggio

Migliori rapporti con gli abitanti dell'area circostante l'azienda (più posti di sosta e meno rumore del traffico)

Riduzione dei costi per i rimborsi accordati sui trasporti

Riduzione dello stress per i dipendenti e conseguente aumento della produttività

Riduzione dei costi dei trasporti organizzati o pagati dall'azienda

Conferimento di un'immagine aziendale aperta ai problemi dell'ambiente

Promozione di una filosofia aziendale basata sulla cooperazione

I vantaggi per la collettività

Riduzione dell'inquinamento atmosferico

Benefici in termini di sicurezza

Riduzione della congestione stradale

Riduzione dei tempi di trasporto

La struttura del Piano degli spostamenti casa-lavoro

Il Piano degli spostamenti casa-lavoro può, per semplicità, essere organizzato e schematizzato in cinque fondamentali fasi operative:

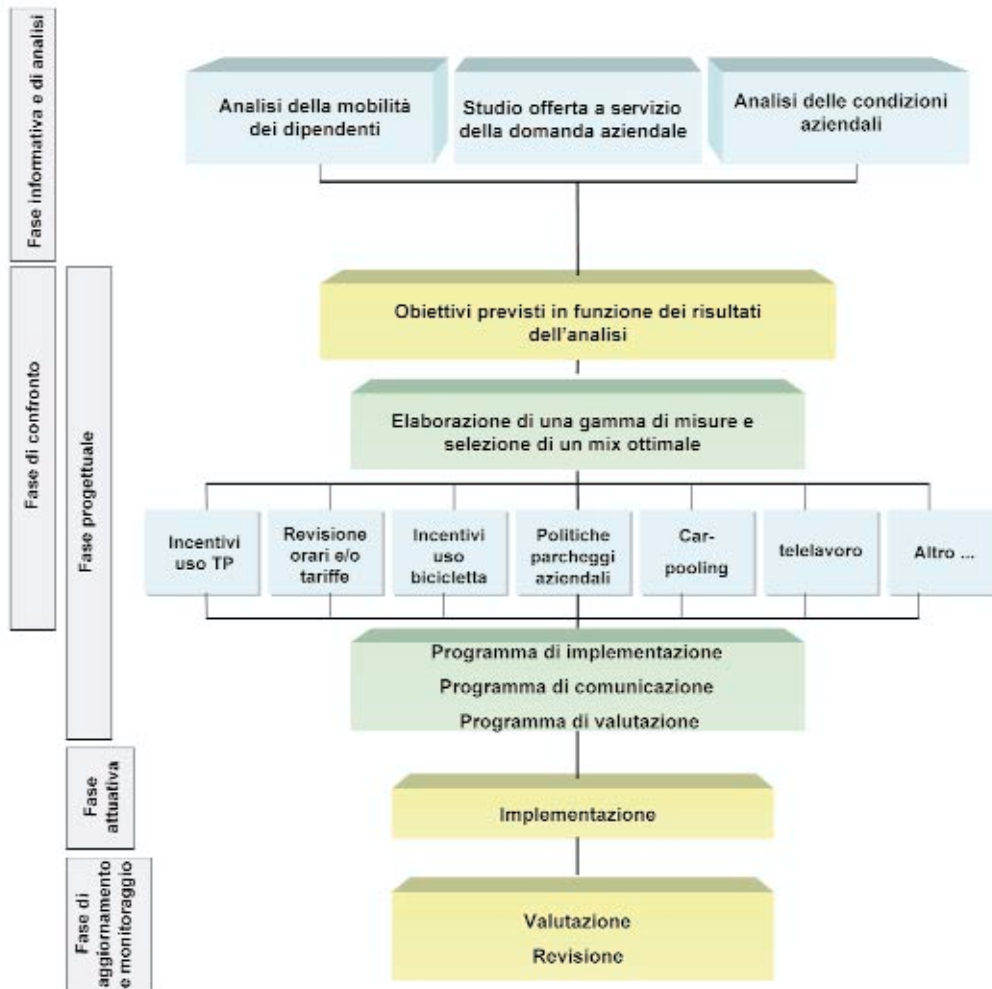
- *Fase informativa e di analisi*
- *Fase progettuale*
- *Fase di confronto*
- *Fase attuativa*
- *Fase di aggiornamento e di monitoraggio.*

Fase informativa e di analisi

È la fase iniziale, più delicata ed importante, dalla quale dipende la buona riuscita di tutto il Piano. In questa fase vengono raccolte tutte le informazioni necessarie per inquadrare le esigenze di spostamento del personale aziendale, lo scenario attuale di offerta di trasporto, nonché le risorse disponibili per le attività del Mobility Manager aziendale.

Analisi del contesto interno

Il Mobility Manager aziendale effettua delle valutazioni specifiche sull'assetto strutturale e sulla disponibilità aziendale a supportare le iniziative di sua competenza anche attraverso la conoscenza di: servizi di trasporto collettivo aziendale dedicato al personale, aree di parcheggio aziendali, flotta di automezzi per gli spostamenti di lavoro, piano di emergenza per il rien-



Elementi base di un Piano degli spostamenti casa-lavoro



mobility management

tro garantito, numero e tipologia dei dipendenti, orario di lavoro, strumenti di comunicazione disponibili.

La conoscenza dettagliata della domanda espressa è importante sia per orientarla, sia per organizzare al meglio i servizi di mobilità. E per far questo è importante condurre un'accurata analisi spaziale, temporale, modale e motivazionale della domanda stessa.

dove

analisi spaziale: partendo dalla banca dati della popolazione dipendente è possibile associare una zona di provenienza o ancora meglio georeferenziare le informazioni sul territorio mediante strumenti GIS.

quando

analisi temporale: o mediante l'analisi dell'eventuale banca dati informatizzata o mediante dati raccolti in specifiche campagne a mezzo questionario è possibile in prima istanza analizzare la distribuzione temporale degli ingressi e delle uscite dal luogo di lavoro. Quindi procedere a successive analisi specifiche.

come e perché

analisi modale e motivazionale: mediante la somministrazione di appositi questionari si indagano gli aspetti legati allo spostamento

e quindi al trasporto del personale: lunghezza e durata dello spostamento, modalità, motivi della scelta, percezione dei servizi, propensione al cambiamento.

Analisi del contesto esterno

Per quanto riguarda i sistemi di offerta è opportuno effettuare alcune analisi preliminari relativamente alle fasce orarie di interesse per stabilire il grado di accessibilità dell'azienda, valutando la capacità ed il livello di servizio offerto dalla rete di trasporto pubblico (vicinanza delle fermate, affidabilità, comfort, economicità), l'analisi della rete viaria e ciclo-pedonale (presenza di piste ciclabili nei pressi dell'azienda, problemi di sicurezza ecc.); l'analisi dell'offerta di parcheggio (libero, a pagamento, a orario, numero di stalli disponibili ecc.).

Più semplicemente, per una descrizione esaustiva del profilo di accessibilità è utile fare riferimento ai seguenti strumenti:

- *indagine sulla sosta aziendale e bilancio domanda/offerta (veicoli contemporaneamente presentilposti auto);*
- *indagine sulla frequentazione degli eventuali mezzi collettivi aziendali;*
- *analisi di accessibilità dei principali sistemi di trasporto a servizio della domanda verso la sede dell'impresa.*



mobility management

Fase progettuale

Per poter perseguire gli obiettivi definiti occorre implementare una serie di misure possibili con l'obiettivo prioritario di ridurre l'uso individuale dei veicoli a motore.

Le misure implementate hanno maggiore probabilità di successo se accompagnate da una serie di azioni fiancheggiatrici di comunicazione e di marketing: in ogni caso è bene distinguere le differenti misure come appartenenti a 3 principali tipi di strategie:

strategie di persuasione

si esplicano come misure di informazione e comunicazione volte a creare la consapevolezza del problema e a modificare positivamente le attitudini di vita quotidiane. Rientrano in questa categoria gli *interventi di comunicazione interna*.

strategie di concessione

possono essere attuate mediante proposte di incremento dell'offerta di servizi di trasporto collettivo e degli altri modi di trasporto sostenibili, o semplicemente attraverso agevolazioni e promozioni dei sistemi attualmente disponibili.

strategie di restrizione

possono essere previsti disincentivi all'utilizzo dell'auto privata, quali ad esempio politiche di tariffazione, riduzione della disponibilità di spazi per la sosta ecc.

Il quadro completo delle misure e l'applicazione delle stesse a *step* successivi sarà il risultato dell'analisi comparata delle differenti informazioni raccolte e del confronto con tutti i soggetti coinvolti alla ricerca del consenso e della partecipazione. Talvolta alcune soluzioni intermedie, anche temporanee, possono risultare utili per far meglio comprendere le potenzialità di differenti assetti rispetto a quello di partenza.

Gli interventi possono essere tipicamente:

Interventi sul trasporto pubblico



Il mezzo di trasporto collettivo è la prima delle alternative proponibili e l'analisi delle criticità attuali della rete di trasporto pubblico non può prescindere da un confronto con il mezzo privato e dall'individuazione delle cause che spesso portano alla scelta del secondo da parte di una notevole quota dell'utenza potenziale.

Il Mobility Manager può proporre diverse soluzioni per migliorare l'accessibilità al sistema del trasporto pubblico collettivo, da valutare di concerto con i diversi enti gestori: migliore definizione degli orari e delle frequenze delle corse;

informazione chiara ai dipendenti; riduzione della lunghezza dei percorsi pedonali mediante l'avvicinamento delle fermate e l'eventuale modifica dei percorsi delle linee di trasporto



mobility management

pubblico di superficie. Gli aspetti soggettivi, legati spesso a retaggi culturali che vedono il trasporto pubblico urbano come una forma "povera" e poco prestigiosa di mobilità, possono essere affrontati attraverso l'uso di idonee campagne di comunicazione: una politica di marketing, convincente ed adeguata, potrebbe risultare uno strumento di successo.

Di particolare rilievo possono essere gli incentivi economici per i dipendenti, quali, ad esempio, il contributo alle spese di viaggio dei dipendenti attraverso il rimborso totale o parziale del biglietto o dell'abbonamento. Così come l'azienda/ente può proporre di acquistare un elevato numero di abbonamenti, anche in consorzio con altre aziende, e quindi cederli ai dipendenti sotto forma di *benefit* o rateizzazioni agevolate.

Interventi sul trasporto aziendale



Non sempre la rete di trasporto pubblico può garantire in forma adeguata le esigenze di spostamento; quindi l'introduzione, da parte

delle aziende, di servizi integrativi riservati ai propri dipendenti può risultare una soluzione interessante. In genere tali servizi integrativi (già offerti da alcune aziende di grosse dimensioni) possono essere svolti mediante minibus o auto-

bus gran turismo presi a noleggio, o più raramente mediante veicoli gestiti in proprio consentendo alcuni vantaggi: il servizio può essere meglio conformato alle specifiche esigenze del personale; i minibus e gli autobus gran turismo hanno un livello di comfort maggiore rispetto a quelli di un autobus urbano standard e rappresentano quindi un mezzo di trasporto in grado di sottrarre al mezzo privato un'utenza più sensibile a questi aspetti.

Per quanto riguarda la scelta dei mezzi esiste il problema del coefficiente di riempimento che, se non garantito, potrebbe far cadere sensibilmente i presupposti di economicità: in talune realtà, potrebbe essere utile una fase di concertazione tra i Mobility Manager di diverse aziende localizzate in una stessa area, che porti ad una proposta di servizi interaziendali capace di abbattere i costi.

Promozione del car pooling



Per *car pooling* si intende l'uso collettivo di un veicolo da parte di più utenti in un medesimo tratto di strada o nell'intero percorso. L'uso collettivo dell'automobile è una realtà già praticata da molte aziende,

ma in forma spontanea e disarticolata da parte dei dipendenti e quindi con risultati mode-



mobility management

sti ai fini della riduzione delle percorrenze complessive. Anche se questo sistema può essere considerato appartenente alla gamma degli approcci "spontanei" tra coloro che lavorano in uno stesso luogo ed abitano in zone vicine o molto prossime, l'azienda può incentivare tale modalità. Il *car pooling* può infatti essere organizzato attraverso una centrale operativa dotata di software specifico che gestisca la banca dati e organizzi gli equipaggi o anche semplicemente attraverso l'uso di bacheche virtuali (i cosiddetti *newsgroup*). Il Mobility Manager inoltre può attivare forme di incentivo agli utenti attraverso premi in denaro o la dotazione di aree di parcheggio privilegiate e gratuite all'interno dell'azienda.

Promozione dell'uso della bicicletta



La bicicletta si propone quale mezzo di trasporto integrativo, non inquinante e particolarmente indicato nei brevi tragitti urbani, per il quale occorre creare maggiori garanzie in termini di sicurezza.

Uno dei più consistenti ostacoli alla diffusione dell'uso della bicicletta in città, infatti, è determinato dalla pericolosità del conflitto con il traffico veicolare. L'uso della bicicletta può svolgere un ruolo fondamentale nel miglioramento della mobilità: per percorsi urbani entro cinque chilo-

metri la bicicletta rimane infatti il mezzo più rapido, ma anche il più flessibile poiché consente di variare a proprio piacimento il percorso e di fermarsi ovunque.

I problemi maggiori legati all'uso della bicicletta sono imputabili alla sicurezza stradale e alla mancanza di aree riservate allo spostamento ciclo-pedonale.

Compito del Mobility Manager di Area è pertanto quello di creare le condizioni esterne tali da consentire al Mobility Manager aziendale di avanzare proposte per l'incentivazione dell'uso della bicicletta. Il Mobility Manager aziendale può migliorare le dotazioni e i servizi aumentando o realizzando ricoveri dedicati e sicuri per le biciclette, come anche strutture idonee, quali spogliatoi e docce. Può inoltre fornire gratuitamente le biciclette sotto forma di *benefit* o garantire la manutenzione delle stesse.

Interventi interni all'azienda



La concentrazione del traffico verso gli stessi luoghi e negli stessi orari, in entrata e/o in uscita, è senza alcun dubbio la causa principale della congestione oraria e dei "picchi" nelle cosiddette

ore di punta. Il Mobility Manager può avanzare proposte relative alla *rimodulazione dell'orario di lavoro* all'interno della propria azienda (orari



mobility management

flessibili, orari alternati) in modo da ridurre la concentrazione dei flussi, oppure dislocare diversamente nello spazio il personale, qualora ciò fosse possibile nell'ambito dell'organizzazione della produzione.

Naturalmente la compatibilità di tali proposte va verificata nei riguardi delle esigenze dei lavoratori e del ciclo produttivo dell'azienda, acquisendo l'assenso sia della dirigenza societaria, sia delle organizzazioni sindacali.

Una significativa possibilità di riduzione degli spostamenti è realizzabile attraverso i moderni sistemi informatici, che consentono l'esecuzione di determinati lavori senza recarsi in azienda. Il telelavoro ha, infatti, un impatto diretto sugli spostamenti: il telelavoratore può svolgere a casa la sua attività, eliminando o riducendo gli spostamenti casa-lavoro. Una soluzione intermedia, mirata ad ottimizzare l'uso delle risorse telematiche, ma anche ad attenuare uno degli aspetti negativi del telelavoro (l'isolamento dai colleghi e l'attenuazione dei rapporti sociali), è quello dell'uso delle cosiddette "piazze telematiche".

Si tratta di strutture di dimensioni anche limitate, facilmente realizzabili, all'interno del quale possono essere concentrati i servizi necessari per lo svolgimento del telelavoro. Le "piazze telematiche" potrebbero essere distribuite nelle aree di maggior concentrazione di residenze di dipendenti, ed eventualmente condivise con altre aziende con necessità simili.

Tra le motivazioni che spingono spesso il dipendente a recarsi al lavoro con il mezzo individuale emerge spesso la garanzia di poter rientrare a casa in caso di emergenza.

Un semplice *programma di garanzia di rientro* offerto ai dipendenti con veicoli aziendali o a noleggio può contribuire a convincere quella quota parte di dipendenti sensibili a tale necessità.

Disincentivo all'uso dell'automobile



Parallelamente all'incentivazione all'uso dei modi alternativi più sostenibili, il Mobility Manager studia forme di disincentivazione all'uso

dell'automobile. Si consideri che una ricca dotazione di posti per la sosta di automobili offerti gratuitamente ai dipendenti, e spesso anche ai visitatori, è di fatto un invito all'uso dell'automobile. Vale la pena di ricordare che anche in ambito urbano la disponibilità di sosta è un bene generalmente limitato, e sulla base di tale considerazione molte amministrazioni hanno già intensificato una politica di tariffazione che promette indubbiamente buoni risultati oltre che per l'introito, anche per la limitazione del traffico.

Potrebbe essere utile applicare una tariffazione delle aree di sosta interne di proprietà dell'azienda. Tariffazione che potrebbe essere impiegata per coprire in parte le spese necessarie per l'orga-



mobility management

nizzazione della mobilità aziendale. L'importo su base mensile di una tariffa di sosta in aree di proprietà dell'azienda non dovrebbe essere elevato, sempre minore del costo del parcheggio su strada e comunque potrebbe essere paragonata ad esempio al costo dell'abbonamento mensile per la rete di trasporto pubblico urbano.

Nessuno dei provvedimenti di disincentivazione deve assumere un carattere penalizzante, e perché ciò sia possibile è importante fornire sempre alternative appetibili al mezzo privato.

I provvedimenti di tariffazione della sosta aziendale possono risultare impopolari, almeno nella fase iniziale, in quanto è abbastanza probabile che vi siano delle reazioni negative nel momento in cui si chiede un contributo, anche minimo, per fornire ciò che nel tempo è ormai percepito come un diritto acquisito.

La tariffazione della sosta all'interno dell'azienda è ovviamente praticabile quando le aree disponibili o gli stalli su strada all'esterno dell'azienda siano anch'essi tariffati.

Fase di confronto

Il Mobility Manager aziendale rappresenta in questa fase il vero e proprio intermediario che filtra le istanze del personale e le porta a confronto prima con i vertici aziendali e poi con il Mobility Manager di Area. I gruppi *target* di utenti aziendali possono essere testati circa il reale interesse verso le possibili scelte durante la

fase informativa e nella fase di revisione annuale per mezzo dei questionari.

Le istanze avanzate devono trovare un sostegno operativo soprattutto attraverso il confronto con il Mobility Manager di Area, al quale spetta il compito di conciliare le esigenze e le istanze di tante singole aziende con quelle dell'ambito territoriale di interesse. Tra i benefici diretti per la collettività, che si presume scaturiscano dall'attività di Mobility Management, si può infatti identificare l'ottimizzazione del servizio di trasporto pubblico e l'incremento dell'uso di mezzi di spostamento ecosostenibili. Il confronto favorisce una maggiore efficacia nella valutazione delle singole proposte aziendali consentendo una migliore aggregazione delle diverse istanze avanzate dalle aziende. Il Mobility Manager di Area ha, in questa fase, la funzione di selezionare le proposte di modifica del servizio di trasporto pubblico attraverso il confronto con il Mobility Manager aziendale ed il referente tecnico dell'ente esercente il trasporto pubblico.

Fase attuativa

La realizzazione dell'intero piano di riorganizzazione della mobilità aziendale può avvenire in diverse fasi, in base alla complessità e all'estensione dei provvedimenti da attuare: quanto più è complessa la realtà aziendale, tanto più esteso ed articolato sarà il Piano. Nell'ambito del quale possono presentarsi diversi scenari evolutivi ai



quali è utile associare una valutazione dell'efficacia attraverso l'uso di appositi indicatori, a partire dai quali è poi possibile calcolare il consumo energetico complessivo (espresso in MJ), l'efficienza energetica (espressa in MJ/pass*km), il contributo all'emissione di CO₂. Nel calcolo si dovrebbe tenere conto del contributo delle singole modalità di trasporto.

Gli indicatori

<i>n° auto possedute ogni 100 dipendenti</i>
<i>n° auto utilizzate ogni 100 dipendenti</i>
<i>n° moto utilizzate ogni 100 dipendenti</i>
<i>n° auto utilizzate ogni 100 dipendenti nelle "ore di punta"</i>
<i>n° biciclette utilizzate ogni 100 dipendenti</i>
<i>n° utenti del trasporto pubblico ogni 100 dipendenti</i>
<i>n° utenti a piedi ogni 100 dipendenti</i>
<i>n° utenti in "car pooling" ogni 100 dipendenti</i>
<i>tempo medio "porta a porta"</i>
<i>km totali percorsi con ogni modo</i>

Il principale indicatore da tenere sotto controllo è il n° di auto utilizzate ogni 100 dipendenti.

Fase di aggiornamento e di monitoraggio

Il Piano degli spostamenti casa-lavoro deve, in base al citato decreto istitutivo, essere "revisionato" ed aggiornato con cadenza annuale. Sia l'evoluzione naturale degli eventi, sia gli inevitabili aggiustamenti necessari in corso d'opera richiedono un'attenzione ed un'accuratezza per nulla inferiore alla redazione, messa a punto ed attuazione del piano vero e proprio.

In prima approssimazione si può pensare di effettuare il monitoraggio del Piano con cadenza annuale in coincidenza con l'aggiornamento dello stesso. La verifica consiste nel confrontare tra "il prima" e "il dopo" gli indicatori di efficacia.

L'IMPORTANZA DELLA COMUNICAZIONE

La comunicazione è da intendersi come uno strumento di valenza strategica per la ricerca della partecipazione e del consenso. Le varie fasi del Piano è bene che siano sempre fiancheggiate da vere e proprie "azioni di supporto", da intendere come campagne di marketing e comunicazione orientate alla vendita del "prodotto" mobilità sostenibile.

Il Mobility Manager può prevedere di fare uso di più disparati strumenti di comunicazione interna, sia in fase preliminare, sia nelle successive fasi di implementazione delle misure. Tali attività rientrano nella logica di sensibilizzazione



dei dipendenti e di ricerca del consenso collettivo da parte del personale. Tra i possibili strumenti di comunicazione si segnalano:

Strumenti di comunicazione "freddi"

Tali strumenti sono tipicamente informativi e hanno l'obiettivo di divulgare messaggi:

- *invio ad personam;*
- *affissioni di volantini informativi in punti strategici;*
- *messaggi di posta elettronica ai dipendenti;*
- *rete informatica (pagine web);*
- *info-point;*
- *riviste aziendali.*

Strumenti di comunicazione "caldi"

Tali strumenti prevedono la relazione personale con i destinatari e hanno l'obiettivo di coinvolgere e generare consenso, permettendo il confronto immediato tra le parti.

Alcuni esempi di questi strumenti sono:

- *comunicazioni assembleari;*
- *focus group su temi specifici;*
- *interviste individuali;*
- *network di supporto interno;*
- *family day.*

LO STATO DELL'ARTE DEL MOBILITY MANAGEMENT IN ITALIA

A distanza di 3 anni dal decreto che ha introdotto in Italia il Mobility Manager, è possibile iniziare a trarre le prime conclusioni, evidenziando ostacoli e fattori chiave per lo sviluppo. A bilancio di questo primo periodo è possibile trarre alcune significative considerazioni:

- *il Mobility Management come disciplina si è sviluppato grazie alla volontà politica del Ministero dell'Ambiente che lo ha introdotto e che lo sostiene, anche economicamente;*
- *i risultati più significativi si riscontrano laddove la struttura di Mobility Management di Area è ben organizzata e si mostra "al servizio delle imprese";*
- *gli aspetti professionali rappresentano una delle principali ragioni del difficile decollo presso organismi privati.*

All'interno degli enti locali il Mobility Manager di Area inizia ad essere una figura propria dell'organico dell'ufficio traffico. Con differenti modalità organizzative, oggi circa 20 amministrazioni hanno provveduto a nomine formali e alla creazione di strutture dedicate al Mobility Management. Grazie al sostegno dei nuovi decreti del Ministero dell'Ambiente, è ipotizzabile prevedere un totale di 35 strutture di Mobility



mobility management

Management attive entro il prossimo anno. Diversa è la situazione sul fronte delle imprese private: i Mobility Manager ad oggi nominati fanno per lo più parte dell'organico aziendale già esistente. Segnale che nella realtà sono state individuate persone adatte al ruolo richiesto perché a conoscenza delle specificità aziendali o perché con esperienze in settori vicini alla mobilità (ad es. l'area logistica). Il Mobility Management aziendale oggi è un'attività part-time, i neo-nominati hanno altre mansioni da svolgere e dedicano solo una parte del loro tempo per il piano spostamenti casa-lavoro. In molti casi hanno partecipato a corsi di formazione con l'obiettivo di acquisire le conoscenze e gli strumenti base per redigere un piano spostamenti casa-lavoro. Le imprese non assumono dall'esterno un Mobility Manager. Talvolta si avvalgono di strutture consulenziali che possono fornire assistenza e formazione per rendere poi autonomo un responsabile interno.

Secondo un'indagine condotta dalla STA, Agenzia per la mobilità del Comune di Roma, i Mobility Manager aziendali della Capitale sono all'80% maschi, spesso dirigenti (41,5%), laureati (64,9%), con un'età compresa tra i 45-54 anni (52,1%). Le aree aziendali di provenienza sono soprattutto le risorse umane (38,7%) e gli affari generali (19,4%); in alternativa prevalgono le competenze individuali rispetto alle indicazioni normative.

Il processo di diffusione del Mobility Management, in particolare aziendale, può trovare sostegno solo se la domanda viene opportunamente stimolata attraverso agevolazioni di vario genere (economico ed organizzativo). In questo senso, esperienze come il bonus della mobilità sperimentato a Roma e le convenzioni stipulate dalla Provincia di Milano per i propri dipendenti, dimostrano come il tema sia particolarmente sentito. Premessa questa che permette di essere fiduciosi sul successo del Mobility Management nei prossimi anni.

Uno degli ostacoli da superare per incentivare le aziende riguarda gli sviluppi professionali. Quale motivazione personale ha il Mobility Manager? Che prospettive di carriera? Quali incentivi? Domande la cui risposta non è, oggi, definitiva e l'attuale confusione rimanda il coinvolgimento dell'azienda alla volontà del management aziendale. Laddove i vertici credono nell'efficacia di una politica di mobilità aziendale, anche il Mobility Manager assume un ruolo concreto, riconosciuto dai colleghi, con deleghe precise e un budget dedicato. Dove questo non avviene, il responsabile della mobilità non ricopre alcun ruolo definito all'interno dell'organigramma aziendale.

Se poi la realtà è pubblica (azienda speciale, enti non territoriali), agli ostacoli precedenti si aggiungono i vincoli burocratici, che rendono più difficoltoso l'operato del Mobility Manager. Quali le aree dove investire per sviluppare il set-



mobility management

tore? Per i Mobility Manager di Area le prospettive sono più rosee: i finanziamenti stanziati e la necessità di promuovere politiche di mobilità sostenibile sono leve che permetteranno di incrementare le strutture di supporto nelle principali città. Per le aziende la strada è diversa: da un lato è necessario investire nella formazione per rendere autonomo il Mobility Manager conferendo visibilità e credibilità interna, dall'altro occorre identificare un pacchetto di premi e incentivi innanzitutto per l'impresa (e su questa scia il decreto ministeriale del 20 dicembre 2000 sta fornendo un valido sostegno) e, a cascata, anche al singolo Mobility Manager in una logica di "success fee" sugli obiettivi raggiunti.

Lo sviluppo del Mobility Management

L'attività dei Mobility Manager di Area ha, fino ad oggi, seguito tre fasi di sviluppo:

Fase 1: Creazione della struttura e della rete di Mobility Management

Questa prima fase prevede la conoscenza del territorio dove si opera; in concreto significa effettuare il censimento delle aziende da coinvolgere, avviare i primi contatti con le imprese, effettuare le prime indagini sulle caratteristiche di mobilità dell'area. Parallelamente si avviano i primi contatti con i possibili partner, operatori della mobilità (aziende di trasporto pubblico, fornitori di servizi di mobilità ecc.).

L'obiettivo di questa prima fase consiste nel creare la rete di relazioni oggetto delle successive attività di coordinamento e organizzazione.

Fase 2: Creazione degli strumenti

Successivamente alla fase 1 è necessario creare strumenti propedeutici alle attività delle aziende. Maggiore è il supporto che il Mobility Management di Area riesce a fornire alle imprese, maggiori saranno i risultati ottenibili in termini di coinvolgimento e partecipazione. In alcune realtà di grandi dimensioni è stato messo a punto un software di gestione, nella maggior parte dei casi utilizzando il prodotto offerto da ENEA.

Obiettivo di questa seconda fase consiste nell'alimentare la relazione creata con i Mobility Manager.

Fase 3: L'operatività

Le città che hanno superato le prime due fasi (7 in totale) entrano oggi nella fase operativa: fornire servizi concreti alle aziende e ai cittadini. In questo caso le attività censite evidenziano che la maggior parte delle amministrazioni propongono progetti di *car sharing*, *car pooling* e servizi di trasporto collettivo aziendale o interaziendale. In alcuni casi si sono riscontrati servizi particolarmente innovativi, ma legati alle specifiche caratteristiche del territorio.



LIVELLI DI SVILUPPO DELLA STRUTTURA "MOBILITY MANAGER DI AREA"





mobility management

Lo stato dell'arte

Per censire lo stato dell'arte del Mobility Management in Italia è stato predisposto un questionario aperto, inviato ai Mobility Manager di area formalmente nominati, con alcune domande generali volte a comprendere le attività svolte e i progetti futuri.

La ricerca, rappresentativa delle principali esperienze italiane, è stata condotta a partire dalle informazioni disponibili presso la banca dati di Euromobility. Tale banca dati è destinata ad essere arricchita nel tempo.

Attualmente circa 500 persone sono coinvolte nelle attività di Mobility Management, impegnate chi presso le strutture di Area, chi presso le aziende.

I mobility manager nominati

Comune	Nominati.	Tot individuati
Bologna	18	27
Firenze	27	50
Foggia	~ 4	10
Genova	21	30
Mantova	14	14
Milano (Comune)	33*	450*
Milano (Provincia)	13	167
Modena	4	10
Padova	3	28
Palermo	11	25
Parma	33	33
Perugia/Terni	14	14
Reggio Emilia	-	10
Roma	131	154
Torino	41	70
Venezia	-	22
Verona	-	40
Totale	367	1154

(*) Le nomine indicate e il totale considerano l'area metropolitana (Comune di Milano + 31 Comuni limetropoli) e comprendono, oltre ai dipendenti, anche i lavoratori interinali e i contratti di collaborazione coordinata continuativa.

Si ringraziano le amministrazioni per la loro collaborazione e si allegano di seguito brevi schede riassuntive dei contributi ricevuti (estratti di ricerche condotte, strumenti informativi ecc.) che, seppure non costituiscono una panoramica esaustiva, rappresentano possibili benchmark di interesse.



Comune di Bologna

Il Comune di Bologna ha avviato dal 13 aprile 2000 un progetto di Mobility Management di Area, la cui struttura ha compiti di studio e coordinamento ed è composta dal responsabile e da un borsista. Posta in staff con la direzione la struttura si avvale del supporto sia dell'area amministrativa, sia di quella tecnica del Settore Traffico e Trasporti.

Dopo una prima fase critica, caratterizzata da un'inerzia delle aziende nel nominare un proprio responsabile e nel dare l'avvio alle attività di Mobility Management per una carente conoscenza delle tematiche e/o della normativa, si è ottenuto un soddisfacente coinvolgimento delle stesse imprese, grazie anche alla leva costituita dalle possibilità di finanziamento.

Lo stato di avanzamento del progetto vede coinvolte 27 imprese, di cui 18 hanno nominato il Mobility Manager. Con queste ultime è stata avviata una serie di incontri informali ed è stato programmato un seminario che sancirà formalmente l'avvio della stagione di Mobility Management. Sono già in corso di redazione 4 piani di spostamenti casa-lavoro e altre aziende stanno lentamente avviando le attività in un clima di fattiva collaborazione.

È allo studio l'organizzazione di un gruppo di lavoro operativo comprendente ATC SpA, ENEA e Trenitalia-Emilia Romagna per la realizzazione di progetti di Mobility Management, nonché l'inserimento di un apposito *link* nell'*home-page* del sito web del Comune di Bologna che possa coordinare con maggiore efficacia tutta l'iniziativa.

Il Comune di Bologna intende predisporre un progetto, da presentare al Ministero dell'Ambiente in riferimento al decreto del 20 dicembre 2000, realizzato coinvolgendo in una logica multi-progettuale più aziende private, pubbliche ed enti: la tipologia di interventi da proporre spazierà tra nuovi servizi di mobilità (*car sharing, car pooling*), agevolazioni sull'uso di trasporti pubblici e utilizzo della telematica.

Comune di Firenze

Il Comune di Firenze ha creato la struttura di Mobility Manager nel 1998. La struttura oggi è composta da uno staff interno dell'Ufficio Piani di traffico del Comune di Firenze che si occupa di mobilità sostenibile: un dirigente, un funzionario, due VI livello ed un componente la segreteria dell'Assessorato. Il censimento, effettuato già dal 1998, ha rilevato la presenza di 50 aziende che devono aderire al decreto 27 marzo 1998, 27 delle quali hanno già provveduto a individuare il Mobility Manager.

Dieci imprese (compresa l'amministrazione comunale) hanno predisposto il Piano degli spostamenti casa-lavoro, grazie anche al supporto della struttura di area che ha elaborato i questionari e guidato i Mobility Manager nella stesura.

Le principali criticità riscontrate in questi anni sono generate soprattutto dalla sovrapposizione di mansioni e dalla scarsa disponibilità di tempo. Per l'accesso ai finanziamenti previsti dal decreto del 20 dicembre 2000, il Comune di Firenze ha intenzione di presentare richiesta di cofinanzia-



mobility management

mento per un progetto pilota di governo della mobilità aziendale di appoggio al provvedimento di prossima attuazione (targhe alterne) anche attraverso la promozione di forme nuove di trasporto collettivo (prontobus e *car pooling*).

Comune di Foggia

Il Comune di Foggia ha nominato nel corso del 2001 il Mobility Manager di Area all'interno dell'Ufficio Tecnico del Traffico e la struttura di coordinamento è al momento composta da 3 persone. Il Mobility Manager di Area ha avviato un primo censimento sulle realtà territoriali che hanno oltre 300 addetti con le quali sono state tenute alcune riunioni programmatiche. Il numero di aziende è stimabile in 10 unità, delle quali 4 hanno provveduto ad individuare il referente interno. È allo studio la creazione di una gamma di strumenti per le imprese, nell'ambito di un progetto da presentare al Ministero dell'Ambiente.

Comune di Genova

Il Comune di Genova dal 30 aprile 1999 ha avviato un progetto di Mobility Management di Area attivando una struttura composta da 3 qualificati professionisti interni e un consulente esterno esperto in materia.

Sono state coinvolte nel progetto 30 aziende, di cui 21 hanno nominato il loro referente interno, ed è stata organizzata una serie di incontri tra lo staff del Mobility Manager di Area e tutti i Mobility Manager aziendali nominati. I primi

incontri con l'obiettivo di introdurre i temi del Mobility Management a figure professionali spesso senza conoscenze specifiche nel settore della mobilità, i successivi per presentare lo stato di avanzamento dei lavori e per affrontare in dettaglio i problemi legati alle peculiarità delle diverse aziende coinvolte. Alcuni incontri hanno visto la partecipazione dei gestori di trasporto pubblico al fine di verificare fattibilità di alcune ipotesi.

Sette aziende, tra cui il Comune di Genova, stanno attualmente elaborando il Piano degli spostamenti casa-lavoro. Lo staff del Mobility Manager di Area si è proposto di seguire e supportare l'elaborazione dei Piani delle aziende coinvolte attraverso la messa a punto di questionari elaborati poi dal Servizio Sistemi Informativi del Comune.

Sono stati distribuiti ai Mobility Manager aziendali diversi fascicoli informativi con la descrizione della situazione locale e l'aggiornamento sulle iniziative in Italia. È allo studio la stesura periodica di una *newsletter* da inviare ai dipendenti del Comune e alle aziende coinvolte nel progetto, nonché la creazione di un sito internet per la divulgazione delle iniziative di Mobility Management.

Il Comune di Genova si appresta a redigere un progetto che comprenda una serie diversificata e complessa di iniziative sul tema della mobilità:

- *sviluppare il telelavoro e incrementarlo ove esiste;*
- *estendere e organizzare iniziative di car pooling;*



mobility management

- favorire la vendita di titoli di viaggio per il trasporto pubblico presso le sedi di lavoro prevedendo anche benefit sugli abbonamenti;
- favorire il rinnovo dei parchi aziendali con mezzi elettrici, anche a due ruote;
- istituire navette di collegamento fra le stazioni ferroviarie e i luoghi di lavoro o incrementare la frequenza delle linee esistenti;
- riorganizzare i parcheggi aziendali favorendo il car pooling e i tragitti casa-lavoro più lunghi;
- automatizzare le sedi distaccate per diminuire la frequenza dei viaggi centro-periferie.

Comune di Milano

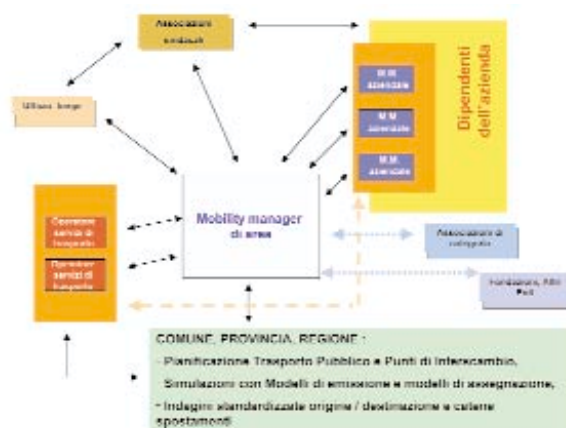
Il Comune di Milano ha istituito la figura del Mobility Manager di Area nel dicembre 2000, ma i tempi burocratici hanno reso possibile il comando effettivo dell'area solo a partire da aprile 2001. La struttura del Mobility Manager di Area di Milano è rappresentata dall'Agenzia Mobilità e Ambiente: attualmente tutte le risorse umane sono impegnate all'elaborazione del Piano degli spostamenti casa-lavoro per gli oltre 18.000 addetti del Comune.

L'insieme delle organizzazioni pubbliche e private da coinvolgere nel progetto di mobilità sostenibile corrisponde a più di 450 aziende (o enti) per un totale di circa 560.000 addetti (di cui più di 400.000 solo a Milano). Le attività di Mobility Management interessano un'area vasta, che include Milano ed i 31 Comuni di prima e seconda cin-

tura. L'intera superficie corrisponde a quella sulla quale si effettuano i servizi di trasporto pubblico definiti di Area Urbana (individuata dalla L.R. 22/98); 33 aziende all'interno del Comune hanno nominato un mobility manager: di queste, 7 hanno predisposto un piano di spostamento casa-lavoro (3 attuati, 4 in corso di attuazione).

Le difficoltà maggiori incontrate finora sono legate al carattere non sanzionatorio del decreto, ostacolo che risulta essere meno rilevante per gli organi universitari o per le strutture aziendali più innovative.

Il Comune sta predisponendo una gamma di strumenti per sensibilizzare la nomina dei Mobility Manager sul territorio e promuovere azioni per la mobilità sostenibile: sito Internet,



Schema dell'approccio al Mobility Management del Comune di Milano



mobility management

newsletter cartacea per i dipendenti di alcune aziende, campagna di comunicazione (a cura della Direzione Commerciale ATM) per l'acquisto di abbonamenti scontati per dipendenti di aziende che abbiano nominato il Mobility Manager. Alcuni progetti sono in procinto di essere presentati al Ministero dell'Ambiente e coinvolgono sia grandi aziende, sia operatori economici di primo piano nel contesto milanese.

Il Comune intende lavorare su due livelli: quello delle politiche e quello delle azioni.

La politica che si intende perseguire è volta a coinvolgere in massimo grado gli organi territoriali (Provincia, Regione) e gli enti e le istituzioni presenti sul territorio (Assolombarda, Ailog - Associazione Italiana di Logistica, AssoEdilizia, Assoimpredil, oltre a referenti di primo piano per le tematiche ambientali: Legambiente e Touring Club).

Di seguito si riporta un primo elenco di azioni:

- realizzazione del "portale per la mobilità" (con accesso sia da personal computer, sia da InfoPoint sul territorio) attraverso cui il cittadino può prenotare servizi di trasporto (autobus a chiamata), aderire ai servizi di *car pooling* (portale della Provincia di Milano), noleggiare autovetture a basso impatto tramite servizi di *car sharing*, noleggiare veicoli commerciali (a metano) per il trasferimento degli oggetti più voluminosi;
- introduzione di punti per la consegna degli acquisti effettuati in Internet (*e-commerce*), sia diffusi nei quartieri cittadini, sia localizzati presso i punti di interscambio (*pick point*);
- invio delle informazioni sui servizi di trasporto pubblico ai singoli cittadini: il collegamento con l'Ufficio Anagrafe consentirà ad ATM di effettuare l'invio a tutti i nuovi residenti sia del profilo di accessibilità dell'abitazione, sia delle tariffe di abbonamento;
- vendita di abbonamenti triennali scontati agli acquirenti di appartamenti in Milano;
- avvio di un Progetto Pilota su alcuni plessi scolastici milanesi atto a verificare: la possibile istituzione di scuolabus; la fattibilità di specifici abbonamenti "studente più accompagnatore"; la creazione di servizi interni per incentivare il walk o car pooling; la diversificazione delle finestre temporali di ingresso e uscita e la contemporanea istituzione di corsi opzionali all'interno del plesso scolastico per aumentare il tempo di utilizzo della sede stessa; la riprogettazione dell'area del plesso scolastico attraverso lo studio di percorsi ciclo-pedonali protetti;
- agevolazioni per l'uso delle biciclette: posa in opera di numerose rastrelliere sul territorio comunale (nel solo centro di Milano si è già passati dai 3.100 stalli nel 2000 ai 4.269 nel 2001 (+36%), a cui se ne aggiungeranno altri 380 nel 2002); affidamento a 6 plessi universitari di numerose biciclette noleggiabili presso le singole sedi (gratuitamente per studenti, personale docente e non docente) o a modica cifra per i residenti nell'area, in particolare nei giorni festivi o prefestivi;
- agevolazioni tariffarie per il servizio di trasporto pubblico in particolare per quello di area vasta;



mobility management

- introduzione di borse di studio per la mobilità sostenibile per lo studio delle azioni sul territorio;
- partecipazione, con la Regione Lombardia, al progetto europeo INTERREG III B per l'individuazione delle piattaforme logistiche a servizio delle aree metropolitane;
- collaborazione con l'Ufficio Progetto Tempi del Comune di Milano per lo studio delle politiche temporali con particolare riguardo all'organizzazione della città e la calendarizzazione degli eventi che tanto incidono sulla mobilità milanese;
- ottimizzazione delle linee aziendali esistenti.

Provincia di Milano

A partire dalla fine del 1998, la Provincia di Milano, con deliberazione di Giunta, ha nominato un responsabile interno all'Ente nel ruolo di Mobility Manager per il coordinamento d'area. La struttura oggi conta 5 persone in sede, mentre sono in corso di predisposizione uffici decentrati da utilizzare come centri informativi sul territorio. Il censimento delle aziende è stato realizzato attraverso indagini specifiche, a partire dalla base dei dati forniti dalla Camera di Commercio. Dalla ricerca è stata realizzata una mappatura che ha permesso di predisporre un database informatico di facile interpretazione ed utilizzo. I risultati del censimento hanno evidenziato che l'universo complessivo delle organizzazioni pubbliche e private con oltre 300 addetti sono 362, di cui 290 sono le imprese (a capitale privato o

pubblico), 54 sono le aziende ospedaliere, 11 sono gli enti pubblici e 7 sono gli ipermercati.

Il progetto di sviluppo della mobilità studiato dalla Provincia si articola in molteplici fasi di cui le prime due sono oggi state realizzate:

- la conoscenza delle caratteristiche di mobilità del territorio;
- la creazione di strumenti a supporto delle imprese.

Per coinvolgere le imprese sul tema del Mobility Management sono stati predisposti un sito internet (www.provincia.milano.euromobility.org), che fornisce informazioni sul territorio e sulle caratteristiche di accessibilità dei diversi siti aziendali e un questionario per condurre le indagini di mobilità interne alle singole aziende. Sono, inoltre, state avviate significative iniziative di comunicazione istituzionale verso i media e i cittadini: una *newsletter* bimestrale cartacea e on-line e un *booklet* informativo, presto disponibile.

L'amministrazione ha predisposto il Piano degli spostamenti casa-lavoro interno per gli anni 1999 e 2000, offrendo una gamma di iniziative verso i propri dipendenti: abbonamenti al trasporto pubblico a tariffe agevolate, stipula di convenzioni per offrire la possibilità di effettuare la spesa on-line con consegna gratuita a casa e trasformazione a GPL delle proprie vetture.

Per dare supporti concreti al territorio, è stata stipulata una convenzione con 7 Comuni della Provincia (Agrate Brianza, Arcore, Monza, Concorezzo, Villasanta, Vimercate e Carugate) e con alcune importanti aziende (Star, ST Microelectronics, Peg



mobility management

Perego, Soges, Alcatel, IBM). Con questi partner si sono già svolti molteplici incontri di tipo formale ed informale per creare un gruppo di lavoro, che sta ora predisponendo un progetto da presentare al Ministero dell'Ambiente. Il progetto prevede la realizzazione di una vasta indagine di mobilità su tutto il personale aziendale, la creazione di una banca dati omogenea ed un'intensa campagna di comunicazione per la sensibilizzazione al tema della mobilità sostenibile.

Sono inoltre allo studio servizi di mobilità interaziendali, basati sui dati oggi in possesso di ciascuna azienda, la possibilità di utilizzare vetture in

car sharing da parte delle aziende che ne ravvisano la necessità, il noleggio dei veicoli elettrici e l'organizzazione tramite software di un servizio di car pooling. Tali servizi troveranno applicazione a partire dalla primavera 2002.

Comune di Roma

Il Comune di Roma ha affidato alla STA SpA – Agenzia per la Mobilità del Comune di Roma, l'incarico di realizzare una apposita struttura per svolgere la funzione di supporto tecnico dei Mobility Manager aziendali e attuare il programma di interventi concernenti la mobilità sostenibile. A partire dal 1° gennaio 2000 all'interno di STA SpA è stata istituita l'Area Sistemi per la Mobilità Sostenibile, che svolge la funzione di Mobility Manager di Area e consta di 7 unità: un responsabile; un incaricato della formazione, informazione ed assistenza alle aziende, dell'aggiornamento dei contenuti del sito web relativo alla mobilità sostenibile ed alle relazioni esterne; uno staff tecnico composto di 4 ingegneri dei trasporti che si occupano dell'assistenza tecnica alle aziende nella stesura dei Piani di spostamento casa-lavoro; una segreteria tecnica addetta anche all'aggiornamento e alla gestione dei database. Il programma di interventi è svolto di concerto e in stretto coordinamento con gli uffici tecnici comunali. In particolare con il Dipartimento VII – Politiche per la Mobilità, con il Dipartimento X – Politiche per l'Ambiente, con ATAC SpA per la progettazione e la promozione di servizi di trasporto dedicati e/o flessibili.

The image shows a newsletter page with the following content:

- Provincia di Milano** logo and title: **mobility management news**
- Una nuova newsletter in circolazione**: La nostra rivista del mobility management, da questo numero, include a...
- Via dalla pazzia folia**: L'uso massiccio dell'automobile comporta danni incalcolabili all'ambiente e alla salute umana. Se l'auto resta tutto in termini di incidenti, sono soprattutto la scelta di sistemi di mobilità alternativi, come la...
- La mobilità manager aziendale**: La Provincia, il business partner per una mobilità a prova d'impresa.
- Nuove iniziative della Provincia**: Volando.com. Il GPL. la parola a chi lo usa. volete partecipare?

Esempio di newsletter della Provincia di Milano



mobility management

Le aziende/enti individuati sono complessivamente 154 (per un totale di 273 sedi e 323.172 dipendenti). Di queste 131 aziende (85%) hanno formalmente nominato 142 Mobility Manager, per 242 sedi complessive e 271.188 dipendenti (84%).

A seguito dell'emanazione del decreto Ronchi, sono state avviate diverse azioni di comunicazione e informazione finalizzate al coinvolgimento delle aziende, alla nomina dei Mobility Manager e all'avvio della fase informativa. I Mobility Manager vengono periodicamente convocati per illustrare loro i principi ispiratori del decreto ed, in particolare, gli adempimenti da sviluppare all'interno delle aziende. Vengono consegnati i questionari informativi diretti alle aziende ed ai dipendenti e materiale illustrativo relativo a vari aspetti della mobilità sostenibile ed alle iniziative in corso. In molti casi si interviene anche organizzando incontri all'interno delle singole aziende per un'illustrazione diretta, al personale e/o ad un pool selezionato di dirigenti, degli obiettivi del decreto, dei programmi in corso e delle azioni necessarie. Le aziende vengono altresì fornite di locandine e di Totem promozionali porta depliant da situare all'interno dell'azienda.

La STA ha messo a punto, all'interno del sito web www.sta.roma.it, una specifica sezione sulla mobilità sostenibile ed ha predisposto il documento "Linee guida per la redazione, l'implementazione e la valutazione dei Piani di spostamento casa-lavoro".

Circa 30 aziende hanno redatto un Piano per l'attivazione di nuovi servizi di trasporto aziendali e interaziendali complementari ed integrativi del

trasporto pubblico. Il Mobility Management di Area ha collaborato alla redazione dei Piani predisponendo i questionari informativi e provvedendo alla immissione e alla elaborazione dei dati, distinti per sede di appartenenza, di circa 40.000 questionari. Sono stati codificati e georeferenziati gli indirizzi di circa 120.000 addetti e predisposti 150 report statistici per altrettante aziende. In una fase successiva, su istanza delle aziende che ne ravvisino l'opportunità, la struttura di area potrà fornire ulteriore assistenza tecnica.

In futuro vi è l'intenzione di presentare circa 10 progetti al Ministero dell'Ambiente in riferimento al decreto del 20 dicembre 2000; progetti che riguardano l'attivazione di sistemi per il trasporto collettivo aziendale o interaziendale, che prestino particolare attenzione ad una corretta intermodalità con la rete pubblica. L'iniziativa coinvolge 15 aziende.



Il car pooling a Roma



Comune di Padova

Il Comune di Padova ha nominato nel giugno 2001 il Mobility Manager di Area tramite una procedura di gara. La struttura di area è composta complessivamente da 4 persone. Come prima attività sono stati censite le aziende e gli enti interessati, individuando 16 aziende private e 12 enti pubblici: 3 di tali realtà hanno provveduto a nominare un referente interno. È previsto per ottobre 2001 un primo incontro fra la struttura di area e le aziende ed enti individuati, volto all'illustrazione dei contenuti della normativa sulla mobilità sostenibile e delle iniziative e strategie che il Comune di Padova intende intraprendere in tema di Mobility Management. Sta per essere inoltre istituito, per iniziativa dell'Assessorato alla Mobilità, un tavolo permanente di consultazione con le diverse categorie economiche e sociali in materia di mobilità cittadina.

Nel frattempo sono stati promossi anche incontri formali bilaterali, fra i quali quelli con l'Università di Padova e con l'Azienda Ospedaliera, per avviare e seguire tempestivamente alcune iniziative già sufficientemente mature. Fino ad oggi nessuna azienda/ente ha predisposto il Piano di spostamento casa-lavoro, anche se va segnalato che taluni (Università di Padova, Azienda Ospedaliera e Azienda Padova Servizi) hanno svolto negli anni scorsi interessanti indagini e rilievi interni, che costituiscono una buona base di partenza.

Per quanto riguarda il Comune di Padova si segnala che l'implementazione del Piano di spostamento casa-lavoro è in corso di svolgimento. I

questionari di rilevamento, che successivamente saranno distribuiti anche ad aziende/enti interessati, sono predisposti in modo da uniformare il più possibile l'afflusso di dati, previa verifica interna con test diretto, dell'efficacia, completezza e facilità di utilizzo dei questionari medesimi. Oltre alla fornitura dei questionari si sta implementando un supporto software da distribuire alle aziende/enti per l'esecuzione facilitata delle operazioni di *data entry*, al fine di ridurre al minimo gli errori e di standardizzare le singole basi dati.

Il Comune intende presentare un progetto al Ministero dell'Ambiente ai sensi del recente decreto 20 dicembre 2000, coinvolgendo in particolare una azienda con l'obiettivo di implementare un servizio di trasporto collettivo complementare ed integrativo ai servizi di trasporto pubblico esistenti.

Comune di Parma

Il Comune di Parma ha organizzato e gestito un progetto di Mobility Management attraverso la nomina di un Mobility Manager di Area e il coinvolgimento di una società informatica di supporto.

Nell'area sono coinvolte 33 aziende le quali hanno tutte nominato un loro Mobility Manager interno. Per diffondere le tematiche del Mobility Management sono stati fatti incontri di presentazione in ognuna di queste aziende e con dieci di esse sono state avviate procedure di redazione del Piano di spostamento casa-lavoro. Sei aziende, hanno già attuato tale Piano.



mobility management

All'inizio delle attività sono state incontrate alcune difficoltà tipiche come un diffuso scetticismo iniziale, cui è seguita una progressiva comprensione delle problematiche ambientali e dei vantaggi loro derivabili anche in termini di incentivi alle nuove forme di multi-mobilità.

Per incrementare le azioni future nel campo del Mobility Management, il Comune sta predisponendo un progetto da presentare al Ministero e sei aziende sono già direttamente coinvolte. Il Comune di Parma per incrementare la diffusione del Mobility Management intende proporre una serie di servizi (catalogo di prodotti) di multi-mobilità, attualmente in attesa di approvazione: taxi-bus, taxi-merci, transit-point merci, info-mobilità. Per coinvolgere le imprese sul tema del Mobility Management è stato predisposto un apposito sito internet, utile anche come principale strumento di comunicazione ed informazione (<http://mobility.comune.parma.it>).

Comune di Reggio Emilia

Il Comune di Reggio Emilia sta elaborando un progetto di Mobility Management di Area, per il coordinamento e lo sviluppo del quale ha nominato, dal 19 aprile 2001, un proprio Mobility Manager.

Attualmente, è in corso il censimento delle varie strutture organizzative interessate e da coinvolgere. A titolo indicativo queste potranno variare da un numero minimo di 5 ad un numero massimo di 10. Per questo, non risulta ancora che nessuna struttura abbia nominato un proprio responsabile o referente. Il Comune di Reggio Emilia ha inten-

zione di preparare un progetto da presentare al Ministero dell'Ambiente non appena saranno stati nominati i Mobility Manager aziendali.

Comune di Torino

Il Comune di Torino ha nominato nel giugno 1999 un Mobility Manager di area, avviando un piano di area. La struttura di Area è composta dal Mobility Manager e da un Comitato Tecnico di coordinamento.

Nel piano di sviluppo sono state coinvolte 70 aziende, di cui 41 hanno nominato referenti interni in qualità di Mobility Manager.

Il Mobility Manager di Area e i vari responsabili aziendali dopo una serie di riunioni periodiche di coordinamento, hanno messo a punto un piano di avanzamento dei lavori per l'attuazione sperimentale di soluzioni per gli spostamenti casa-lavoro. Dieci aziende infatti hanno redatto il piano e anche l'amministrazione comunale lo ha fatto per le sue sedi più significative (7).

L'attività di predisposizione dei Piani si è svolta in un clima collaborativo ed è stata attuata dagli uffici del Mobility Manager di Area e da ATM-Pianificazione e Mobility Management. Le aziende hanno ricevuto il supporto tecnico, organizzativo e metodologico per la redazione dei propri Piani di spostamento casa-lavoro secondo lo standard di redazione messo a punto per le "aziende" Comune di Torino ed ATM. ATM ha inoltre fornito il supporto logistico ed infrastrutturale per la georeferenziazione degli indirizzi degli addetti che hanno compilato i que-



mobility management

stonari e per la produzione della documentazione e del materiale grafico (mappe territoriali tematiche). Alcune difficoltà si sono riscontrate nella messa in opera del Piano: in particolare problemi dovuti alla mancanza di fondi incentivanti per le aziende.

Al fine di coordinare il Piano e di diffonderne la cultura il Comune e le varie aziende hanno realizzato una serie di iniziative:

- *giornata di formazione dei Mobility Manager aziendali (3 dicembre 1999);*
- *informazione divulgativa sui quotidiani e conferenza stampa con la partecipazione dei mezzi di informazione locale;*
- *questionario distribuito agli addetti delle aziende pilota e relativo materiale illustrativo;*
- *locandine per bacheche aziendali riportanti periodicamente la fase di avanzamento lavori;*
- *creazione di standard e metodologie per la realizzazione dei Piani di spostamento casa-lavoro aziendali e relativo training ai Mobility Manager delle aziende pilota;*
- *mappe tematiche per bacheche aziendali riportanti la dislocazione in forma anonima degli addetti interessati alle soluzioni di mobilità;*
- *riunioni periodiche tecniche e di coordinamento tra i Mobility Manager delle aziende pilota e gli uffici del Mobility Manager di Area;*
- *partecipazione al tavolo di concertazione del progetto Tempi e Orari della città di Torino;*

- *divulgazione via e-mail ai Mobility Manager delle aziende pilota di materiale informativo su lavori pubblici e cantieri sul territorio, sulle variazioni temporanee dei percorsi dei vettori di trasporto pubblico, su argomenti generali riguardanti il Mobility Management e la mobilità cittadina.*

Il Comune di Torino si appresta a presentare al Ministero dell'Ambiente un progetto di mobilità in cui sono già state coinvolte 9-10 aziende, oltre alle aziende dell'area di conurbazione per le quali si intende avviare la prima fase di redazione del piano. Le formule di diffusione e sviluppo di mobilità che il Comune intende promuovere saranno: uso del trasporto pubblico, *car pooling*, *pop bus* (mezzi di trasporto collettivo di 15-20 persone ad alto livello di comfort), utilizzo delle biciclette.

Comune di Verona

Il Comune di Verona ha avviato un progetto di mobilità sostenibile, ancora in fase di elaborazione a causa della partenza tardiva rispetto alla normativa. Al fine di coordinare e sviluppare il progetto ha nominato, dal 29 giugno 2001, un proprio Mobility Manager.

È in corso il censimento delle aziende interessate e da coinvolgere (indicativamente circa 40, di cui il 30% enti pubblici). Non risulta ancora che nessuna struttura abbia nominato un proprio responsabile o referente. Il Comune di Verona ha intenzione di preparare un progetto da presentare al Ministero dell'Ambiente non appena saranno stati nominati i Mobility Manager.



mobility management

La pubblicazione è stata curata da:

Lorenzo Bertuccio - ENEA

Costantino Galli - ENEA

Carlo Iacovini - Euromobility

Federica Parmagnani - Euromobility

Si ringrazia per i preziosi suggerimenti:

Loredana Torcia - ATAC SpA



L'ENEA (Ente per le Nuove tecnologie, l'Energia e l'Ambiente) è un ente di diritto pubblico operante nei campi della ricerca e dell'innovazione per lo sviluppo sostenibile, finalizzati a promuovere gli obiettivi di sviluppo, competitività, occupazione e di salvaguardia ambientale. Svolge altresì funzioni di agenzia per le pubbliche amministrazioni mediante la prestazione di servizi avanzati nei settori dell'energia, dell'ambiente e dell'innovazione tecnologica. Nell'ambito dell'Accordo di Programma con il Ministero dell'Ambiente è impegnata nel progetto di "Introduzione del Mobility Manager" presso il Centro Ricerche Casaccia, via Anguillarese, 301-00060 S. Maria di Galeria (Roma)

www.enea.it

lorenzo.bertuccio@casaccia.enea.it



Euromobility è la prima Associazione di Mobility Manager, nata in Italia nel 2000 per sviluppare presso le imprese e le pubbliche amministrazioni la figura del Mobility Manager. La sua missione è quella di contribuire a creare e diffondere la cultura della mobilità nel Paese, stimolando negli individui e nelle organizzazioni comportamenti sempre più orientati

all'adozione di soluzioni eco-compatibili per una migliore qualità della vita. L'attività di Euromobility si concretizza in relazioni con le istituzioni, promozione del Mobility Management, momenti di socializzazione e formazione.

Viale San Michele del Carso, 4

20144 Milano

www.euromobility.org

info@euromobility.org

Link consigliati

<http://www.clickmobility.it>

<http://www.cittamobile.it/>

<http://www.federtrasporti.it/>

<http://www.mobilitasostenibile.com>

<http://www.provincia.milano.it/trasporti/sicurmobil/index.html>

<http://www.comune.modena.it/mobilitymanager/manager.html>

<http://www.sta.roma.it/mobilitymanager/mobilitymanager/index.html>

<http://www.epommweb.org/>

<http://www.mobilitymanagement.belindex.htm>

<http://www.eu-portal.net>

<http://www.commuterlink.com/>

<http://cutr.eng.usf.edu/>

<http://www.absvans.com/>

<http://www.nctcog.dst.tx.us/trans/tdm/index.htm>

Edito dall'ENEA

Unità Comunicazione e Informazione

Lungotevere Thaon di Revel, 76 - 00196 Roma

Stampa Grafiche Ponticelli SpA

Finito di stampare nel mese di ottobre 2001