

IL MOBILITY MANAGEMENT

L. BERTUCCIO, E. CAFARELLI, F. PARMAGNANI

INTRODUZIONE

Le tecniche di Mobility Management iniziano ad affermarsi agli inizi degli anni '90 negli Stati Uniti e in alcuni Paesi europei, quali il Belgio, l'Inghilterra, l'Olanda e la Svizzera. Due progetti di ricerca finanziati dalla Comunità 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 a causa di informazioni mancanti o inadeguate. L'introduzione dell'abbonamento speciale 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.

Nell'accezione comunemente affermata in ambito europeo, il mobility management è un approccio fondamentalmente orientato alla gestione della domanda di trasporto, 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, passa 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, promuove i servizi prevedendo, infine, adeguate attività di analisi per la valutazione dell'efficacia dei servizi proposti.

Il mobility management si basa principalmente su misure 'software-oriented': informazione, comunicazione, coordinamento e organizzazione, ad integrazione delle misure di regolazione, fiscali e/o infrastrutturali, che sono di tipo 'hardware-oriented'. Dalla terminologia usata si evince che i due approcci devono inevitabilmente coesistere ed integrarsi.

Esso si afferma in Italia a partire dal Decreto del Ministero dell'Ambiente del 27 marzo 1998 sulla "Mobilità sostenibile nelle aree urbane", che costituisce una delle prime iniziative intraprese dallo Stato italiano in ottemperanza all'impegno assunto in sede internazionale alla firma del protocollo di Kyoto sui cambiamenti climatici. Il Decreto, accanto all'obbligo di risanamento e tutela della qualità dell'aria e all'incentivo allo sviluppo dell'auto in multiproprietà (car sharing), del taxi collettivo e dei veicoli elettrici e a gas, introduce la figura del responsabile della mobilità aziendale (Mobility Manager), con l'obiettivo di coinvolgere anche le aziende ed i lavoratori, che giocano un ruolo importante nei fenomeni di congestione, nella progettazione e gestione delle soluzioni alternative.

Il decreto propone che tutte le aziende e gli enti pubblici con più di 300 dipendenti per unità locale e le imprese con complessivamente oltre 800 dipendenti, distribuiti su più sedi, debbano identificare un “mobility manager”, che ottimizzi gli spostamenti sistematici dei dipendenti riducendo l'uso dell'auto privata, e adottino il “Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro”.

Lo stesso Decreto, per consentire l'applicazione della procedura descritta, propone l'istituzione presso l'Ufficio Tecnico del Traffico, o presso il servizio cui è stato affidato l'incarico di attuare il piano del traffico, di una struttura di supporto e coordinamento dei responsabili della mobilità aziendale, che mantenga i collegamenti con le strutture comunali e le aziende di trasporto. Tale struttura è coordinata da una figura definita Mobility Manager di Area, intendendo con “area” il territorio urbano o il bacino sovra-comunale se le relazioni di traffico tra un comune principale e i comuni contermini sono tali da necessitare di un coordinamento di area più ampia.

Partendo dagli spostamenti sistematici, più facili da governare, il Decreto spingeva, quindi, ad adottare lo schema tipico del mobility management per dare maggiore centralità alle politiche di governo della domanda.

Con un ulteriore Decreto in materia, datato 20 dicembre 2000, il Ministero dell'Ambiente ha incentivato l'implementazione del mobility management attraverso il finanziamento a Comuni e/o forme associative di Comuni, non solo di interventi relativi agli spostamenti casa-lavoro di singole unità produttive, 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 ha esteso l'applicazione del mobility management a tutti i Comuni italiani, senza limitarsi a quelli a rischio atmosferico come nel primo Decreto.

Strumenti quali Accordi di Programma del Ministero dell'Ambiente con ENEA e Federtrasporti hanno avviato, a partire dal 1998, il confronto tecnico sul tema e i progetti di formazione e di intervento che rientrano fra le attività previste dalla European Platform on Mobility Management, approvata dal Consiglio dei Ministri dei Trasporti e dell'Ambiente, e finanziate della Commissione Europea.

1 IL MODELLO CONDIVISO DALLE CITTÀ ITALIANE

1.1 La struttura delle reti

Le strutture a rete facilitano lo scambio delle informazioni a differenti livelli; ciò per consentire la diffusione delle tecniche adottate in vari contesti e delle esperienze di maggior successo. Lo schema delle reti oggi condiviso in Italia, rappresentato in Figura 1, all'avvio è stato promosso e sostenuto da ENEA e dal Ministero dell'Ambiente. Negli ultimi anni, invece, il ruolo di riferimento nazionale è stato assunto in collaborazione da due Associazioni: Euromobility e Associazione delle Città Italiane per la Mobilità Sostenibile e i Trasporti.

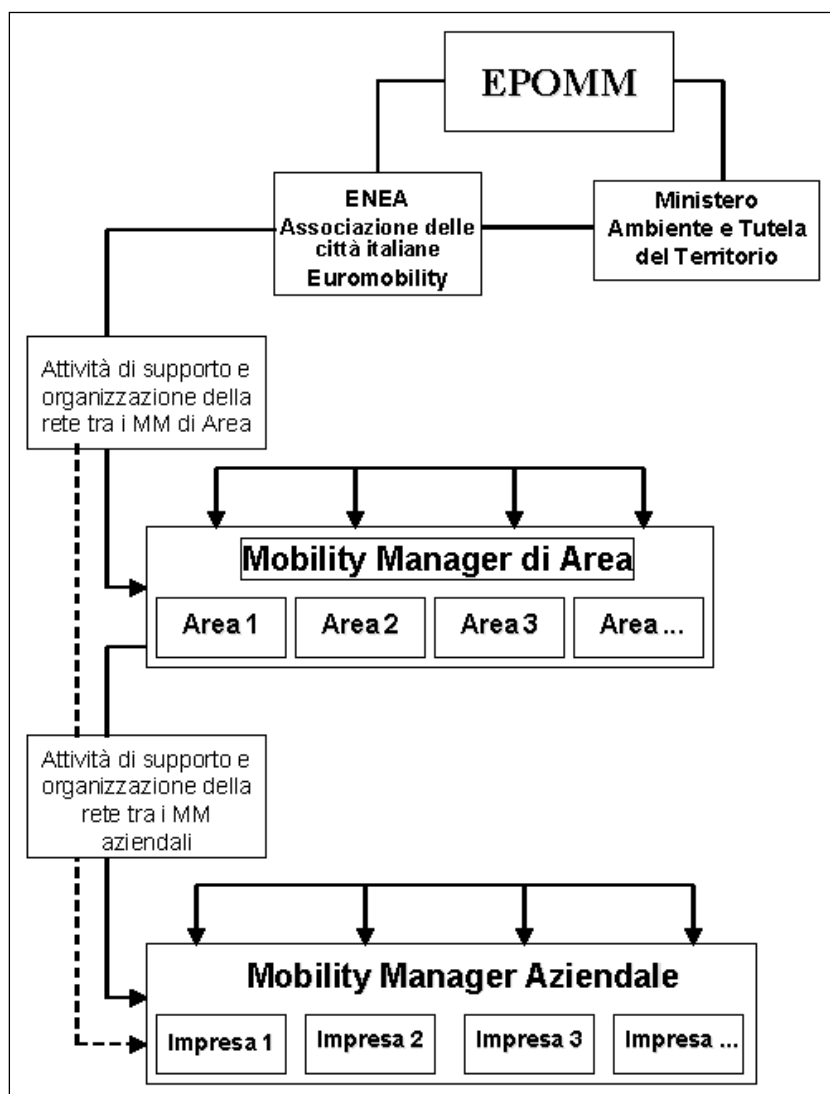


Figura 1 - Struttura delle reti

Dalla figura si evince che ogni Mobility Manager di Area coordina le attività delle imprese e degli enti sul proprio territorio, mentre la rete dei Mobility Manager di Area fa capo al coordinamento nazionale. Il principale momento nazionale di confronto della rete dei mobility manager coincide con la conferenza nazionale¹.

La rete nazionale dei mobility manager fa a sua volta parte di una rete europea (EPOMM, European Platform On Mobility Management) finanziata dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio.

¹ La conferenza è giunta alla quarta edizione ospitata nel 2004 dalla Città di Parma. Le prime tre edizioni sono state ospitate dalle città di Parma, Milano e Genova.

1.2 La struttura del Piano di Spostamento

In Italia le aziende e le città hanno adottato lo schema mutuato dai citati progetti europei Momentum e Mosaic, e introdotto in Italia dall'ENEA nel 1999. Secondo tale schema il Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro, Figura 2, è organizzato e suddiviso in cinque fondamentali fasi operative:

- Fase informativa e di analisi: vengono raccolte le informazioni necessarie per inquadrare le esigenze di spostamento, lo scenario attuale di offerta di trasporto, nonché le risorse disponibili per le attività del Mobility Manager Aziendale. Comprende l'analisi del contesto interno (servizi di trasporto collettivo aziendale dedicato al persona-

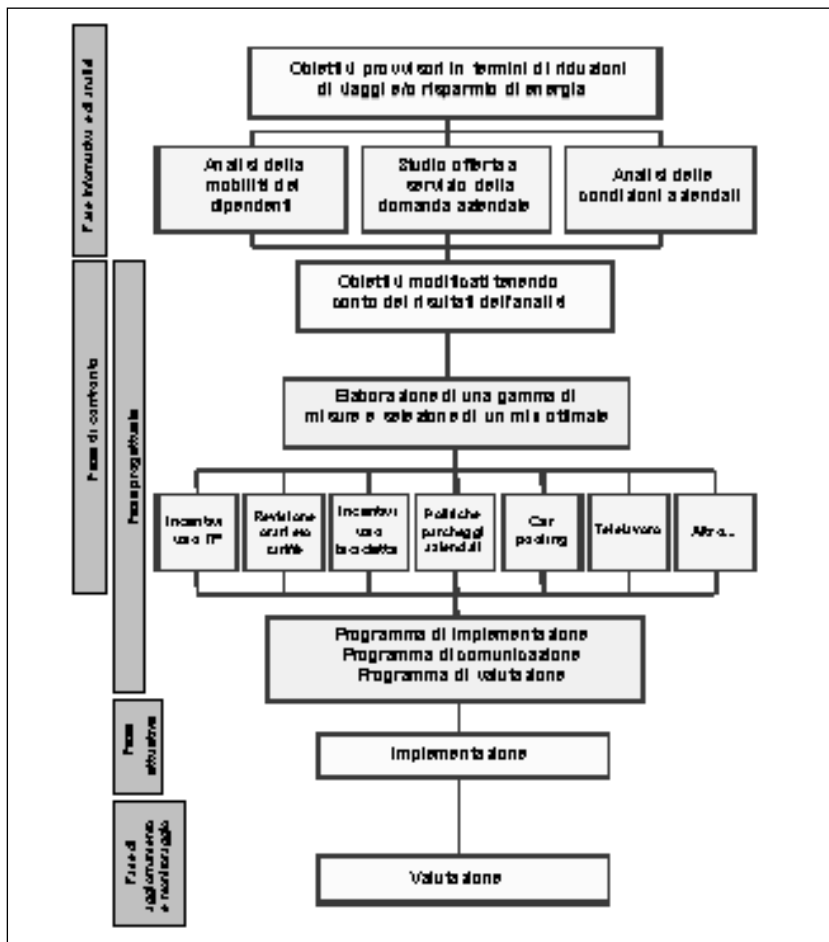


Figura 2 - Struttura del Piano di Spostamento Casa-Lavoro

le, aree di parcheggio aziendali, flotta di automezzi per gli spostamenti di lavoro, piano di emergenza per il rientro garantito, numero e tipologia dei dipendenti, orario di lavoro, strumenti di comunicazione disponibili, analisi spaziale, temporale, modale e motivazionale della domanda di trasporto) e l'analisi del contesto esterno (reti infrastrutturali e sistemi di offerta disponibili nelle fasce orarie di interesse).

- Fase progettuale: definizione delle misure possibili rientranti in tre principali tipi di strategie (persuasione, concessione e restrizione) riferite ai differenti sistemi di

offerta. Il confronto con tutti i soggetti coinvolti nella ricerca del consenso e della partecipazione porta alla definizione delle misure per i diversi sistemi di offerta: trasporto pubblico (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, incentivi economici quali il contributo alle spese di viaggio dei dipendenti attraverso il rimborso totale o parziale del biglietto o dell'abbonamento), trasporto aziendale (introduzione di servizi integrativi aziendali riservati ai dipendenti, anche a carattere interaziendale); car pooling (approccio "spontaneo" che può essere incentivato attraverso una centrale operativa che gestisca la banca dati e organizzi gli equipaggi o con la dotazione di aree di parcheggio riservate all'interno dell'azienda); bicicletta (miglioramento delle dotazioni e dei servizi, come ricoveri dedicati e sicuri per le biciclette, spogliatoi, docce o incentivi economici); interventi interni all'azienda (rimodulazione dell'orario di lavoro, telelavoro); disincentivazione dell'uso dell'automobile (riduzione dei posti di sosta, tariffazione della sosta all'interno dell'azienda).

- Fase di confronto: il Mobility Manager Aziendale filtra le istanze del personale e le porta a confronto prima con i vertici aziendali e poi con il Mobility Manager di Area. Il confronto favorisce una maggiore efficacia nella valutazione delle singole proposte aziendali consentendo una migliore aggregazione delle diverse istanze avanzate dalle aziende.
- Fase attuativa: è la fase di implementazione vera e propria delle misure, alle quali viene associata una valutazione dell'efficacia attraverso l'uso di appositi indicatori, a partire dai quali è poi possibile calcolare per le singole modalità di trasporto il consumo energetico, l'efficienza energetica (come MJ/pass*km), il contributo emissivo.
- Fase di aggiornamento e di monitoraggio: in prima approssimazione il monitoraggio del Piano è effettuato con cadenza annuale in coincidenza con l'aggiornamento del Piano stesso. La verifica consiste nel confrontare tra "il prima" e "il dopo" gli indicatori di efficacia.

2 LE MISURE ADOTTATE E I RISULTATI OTTENUTI

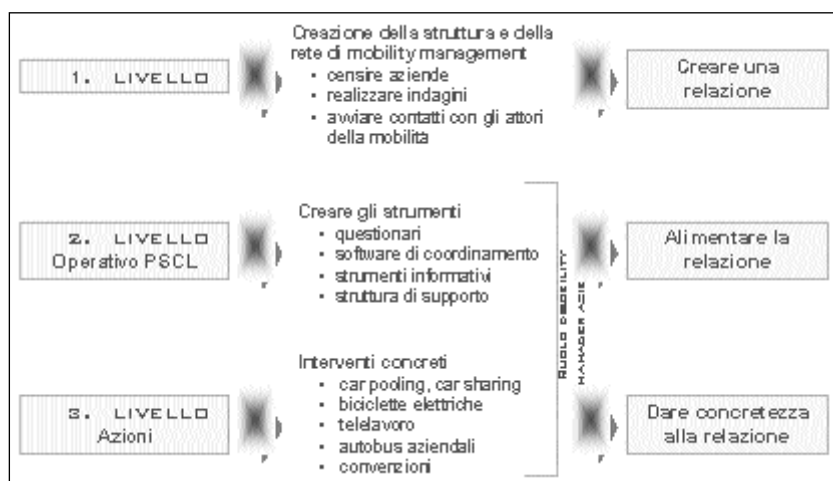
2.1 I Mobility Manager di Area

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 ad 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 obietti-

vo è creare le condizioni quadro affinché si riduca la propensione all'uso dell'automobile.

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



Il Mobility Manager di area inizia ad essere una figura propria dell'organico nelle amministrazioni locali. Con differenti modalità organizzative, oggi 48 Amministrazioni hanno provveduto ad introdurre tale figura e a creare strutture dedicate al mobility management (vedi **Tabella 1**).

Tabella 1: Mobility Manager d'Area

	Area	Prov.
1	Comune di Asti	AT
2	Comune di Bologna	BO
3	Comune di Bolzano	BZ
4	Comune di Brescia	BS
5	Comune di Cagliari	CA
6	Comune di Chieti	CH
7	Comune di Cremona	CR
8	Comune di Cuneo	CN
9	Comune di Cusano Milanino (MI nord)	MI
10	Comune di Ferrara	FE
11	Comune di Firenze	FI
12	Comune di Foggia	FG
13	Comune di Genova	GE
14	Comune di Grosseto	GR
15	Comune di Grugliasco	TO
16	Comune di Imola	BO
17	Comune di Livorno	LI
18	Comune di Mantova	MN
19	Comune di Messina	ME
20	Comune di Milano	M
21	Comune di Modena	MO
22	Comune di Monza	MI

segue

segue

23	Comune di Napoli	NA
24	Comune di Padova	PD
25	Comune di Palermo	PA
26	Comune di Parma	PR
27	Comune di Pesaro	PS
28	Comune di Pisa	PI
29	Comune di Pistoia	PT
30	Comune di Prato	PO
31	Comune di Reggio Calabria	RC
32	Comune di Reggio Emilia	RE
33	Comune di Roma	RM
34	Comune di Salerno	SA
35	Comune di San Donato Milanese	MI
36	Comune di Siracusa	SR
37	Comune di Taranto	TA
38	Comune di Torino	TO
39	Comune di Trento	TN
40	Comune di Trieste	TS
41	Comune di Udine	UD
42	Comune di Vercelli	VC
43	Comune di Verona	VR
44	Comune di Vimercate	MI
45	Provincia di Milano	M
46	Provincia di Rimini	RN
47	Provincia di Venezia	VE
48	Piana Fiorentina	FI

Non in tutte le aree individuate, tuttavia, tale figura è stata nominata ufficialmente; in alcuni casi (in tabella evidenziati in colore) è stato semplicemente indicato un referente. Modalità emergente è quella di una visione sovracomunale della struttura del Mobility Management d'Area, quali l'istituzione di uffici provinciali avviati a seguito della delega dei comuni appartenenti al territorio provinciale: è il caso delle Province di Milano, Rimini e Venezia.

Modalità del tutto particolare di organizzazione dell'area è quella osservabile nella zona del territorio di Milano, che ha visto l'introduzione di un Mobility Manager d'Area provinciale che svolge la funzione di referente per altri Mobility Manager d'Area che operano a livello comunale.

Come si può osservare dalla **Tabella 2**, nelle 8 città metropolitane la figura del Mobility Manager d'Area è stata introdotta per la maggior parte dei casi a ridosso del primo Decreto Ministeriale. Tuttavia significativo è anche il numero delle aree che hanno istituito l'ufficio tra il 2001 e il 2003, tra cui è identificabile la stessa città di Napoli.

Tabella 2: Mobility Manager d'Area delle città metropolitane

Area	Anno di nomina
Comune di Bologna	2000
Comune di Firenze	1999
Comune di Genova	1999
Comune di Milano	N.D.*
Comune di Napoli	2003
Comune di Palermo	2000
Comune di Roma	1999
Comune di Torino	1999
Provincia di Milano	1998

* Dato non disponibile

L'attività svolta dai Mobility Manager d'Area delle 8 città metropolitane ha prodotto la predisposizione e l'attuazione di diversi piani di spostamento, orientati a differenti fasce di utenza: Piani Spostamento Casa-Lavoro (PSCL), Piani Spostamento Casa-Scuola (PSCS) e piani spostamento per aree di particolare attrazione (fieristiche, ospedaliere o commerciali).

2.2 I Mobility Manager Aziendali

Il Mobility Manager Aziendale è il responsabile, per ogni polo di attrazione, della redazione ed attuazione del Piano degli Spostamenti. Tale piano è un documento direttivo che include servizi e attività di Mobility Management, nonché la loro implementazione. Esso 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.

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 ed i benefici conseguibili a tutti i livelli: singolo dipendente, azienda, e collettività.

I vantaggi per gli utenti:

- 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.

Evidenziare i vantaggi per l'azienda, è importante in prima istanza per sollecitare i vertici aziendali affinché condividano gli obiettivi e 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 per la sosta e minor inquinamento acustico);
- 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;

Attualmente sul territorio italiano sono stati individuati complessivamente 602 Mobility Manager Aziendali; anche in questo caso è stato possibile notare un incremento nel corso degli anni. A tale proposito è utile citare il dato dell'incremento di nomine all'interno delle aziende sul territorio nazionale, tra il 2003 e il 2004, del 9,2%.

Nelle 8 città metropolitane è osservabile l'alta percentuale di nomine ottenute, rispetto alle aziende individuate nel loro territorio aventi i requisiti stabiliti dal Decreto Ministeriale per effettuare la nomina del responsabile aziendale della mobilità.

Tabella 3: Mobility Manager d'Azienda

Comune	Nominati	Individuati
Bologna	34	42
Bolzano	21	Nd*
Brescia	13	Nd*
Cusano Milanino	1	Nd*
Cuneo	1	Nd*
Ferrara	2	2
Firenze	27	50
Foggia	6	10
Genova	24	33
Grugliasco	3	2
Imola	2	Nd*
Livorno	3	Nd*
Mantova	14	Nd*
Milano	55	450
Modena	9	14
Monza	4	7
Napoli	3	Nd*
Padova	11	30
Palermo	24	55
Parma	33	33
Pisa	6	Nd*
Reggio Emilia	9	10
Roma	155	180
San Donato Milanese	11	12
Senigallia	1	Nd*
Siracusa	1	Nd*
Torino	41	70
Vercelli	1	4
Verona	16	34
Provincia		
Rimini	2	Nd*
Venezia	32	51
Milano	43	168
	608	1257

* Dato Non Disponibile

Sul fronte delle imprese private, i mobility manager a 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 al Piano Spostamenti Casa-Lavoro. In molti casi hanno partecipato a corsi di formazione con l'obiettivo di acquisire le conoscenze e gli strumenti base. Talvolta ci si avvale di strutture consulenziali che possono fornire assistenza e formazione per rendere poi autonomo un responsabile interno.

2.3 Piani Spostamento Casa-Lavoro

Il Piano è, quindi, 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.

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.

Le misure adottate nei piani spostamento hanno come obiettivo quello di facilitare gli spostamenti dei dipendenti promuovendo il TPL, attraverso l'agevolazione tariffaria e la creazione di percorsi ad hoc per le esigenze delle diverse aziende coinvolte, lo sviluppo della mobilità ciclabile, incentivando l'utilizzo di tale mezzo sia attraverso benefit per l'acquisto del mezzo e dell'attrezzatura sia per la messa in sicurezza dei percorsi. Infine la promozione del car pooling, offrendo sia agevolazioni di sosta per gli equipaggi sia con appositi strumenti per la formazione degli stessi.

La promozione del TPL è la misura che ad oggi ha ricevuto la maggiore attenzione e impiego da parte dei mobility manager; infatti essa può essere implementata anche con semplici azioni quali la distribuzione di materiale informativo sull'offerta interessante l'azienda o la creazione di benefit di cui possono usufruire i dipendenti. Nel Piano Spostamento predisposto dall'azienda IKEA di Sesto Fiorentino sono stati predisposti, oltre l'adeguamento dell'offerta di trasporto pubblico alle esigenze di accessibilità dell'azienda attraverso un'azione di avvicinamento delle fermate, una serie di incentivi per i dipendenti e gli stessi utenti del negozio IKEA; in modo particolare la restituzione ai dipendenti, in parte o per intero, del costo del biglietto del trasporto pubblico o dell'abbonamento (per esempio nel pagamento dei salari, o come parte del salario); il rimborso del biglietto del TPL per i clienti che effettueranno acquisti, la vendita dei biglietti del TPL all'interno dell'azienda.

Altra modalità che nel corso degli anni ha registrato un sempre maggiore impiego è il car-pooling. La condivisione dell'automobile da parte di più utenti per compiere il medesimo tragitto per raggiungere la sede di lavoro è stato introdotto con diverse modalità sia offrendo agli equipaggi agevolazione per la sosta dei veicoli impiegati (creando delle zone di sosta gratuite e riservate), sia fornendo ai dipendenti degli strumenti di facile impiego e consultazione per la creazione degli equipaggi. L'IBM Italia ha messo a disposizione dei suoi dipendenti "Autostop!" un motore di ricerca sulla rete intranet dell'azienda per coloro che vogliono usufruire del car-pooling, che permette di individuare facilmente i compagni di viaggio.

Altra misura a cui il mobility management può fare ricorso è il telelavoro, tale misura è stata introdotta con successo presso l'Istituto Nazionale per la Ricerca sul Cancro di Genova (IST). Il Progetto finanziato dal Ministero dell'Ambiente "Il modo migliore per andare la lavoro", in collaborazione con il Comune di Genova, ha coinvolto il personale dell'Istituto con diverse mansioni e qualifiche (circa 50 dipendenti formati in due serie di corsi di formazione di cui la seconda finanziata dal Fondo Sociale Europeo) e ha richiesto l'attivazione di postazioni di accesso remoto per i telelavoratori in modo da consentire loro di utilizzare le risorse internet. La sperimentazione di tale alternativa ha permesso di osservare un risparmio di tempo e di costi di trasporto, una migliore gestione familiare per i dipendenti partecipanti e lo sviluppo dell'autonomia operativa del singolo telelavoratore.

2.4 Piani Spostamento per poli diffusi

Rientrano in tale categoria gli uffici del Mobility Manager d'Area per zone industriali e/o artigianali, di particolare rilievo.

Alcuni uffici di area delle 8 città metropolitane hanno sviluppato dei piani per poli di particolare attrazione, come ospedali, centri commerciali e fieristici.

Esempi rientranti in tale tipologia sono:

La Piana Fiorentina, comprendente i comuni di Campi Bisenzio, di Sesto Fiorentino e di

Calenzano, il cui obiettivo principale è la realizzazione di interventi di mobility management per l'area industriale/artigianale e commerciale della Piana Fiorentina e per le scuole dell'intero territorio dei tre Comuni, al fine di ottimizzare l'attuale servizio di trasporto collettivo ed espandere servizi di trasporto innovativi.

L'area di Prato che ha istituito la figura del Mobility Manager d'Area industriale per sviluppare interventi sulla mobilità dei dipendenti in una zona caratterizzata da imprese private non aventi i requisiti, indicati dal Decreto Ministeriale, per nominare il Mobility Manager Aziendale, avendo meno di 300 dipendenti.

2.5 Piani Spostamento Casa-Scuola

Per quanto riguarda i Piani Spostamento Casa-Scuola si è potuto riscontrare che misure alternative eco-compatibili rivolte agli studenti sono state introdotte non predisponendo dei veri e propri Piani Spostamento, ma promuovendo azioni di educazione ambientale e sicurezza stradale, che nel motivare e sensibilizzare i ragazzi verso le tematiche ambientali, stimolassero la riflessione sulla mobilità sostenibile. Tali progetti pertanto hanno coinvolto ampi gruppi di ragazzi, spesso appartenenti a diversi istituti; esempi sono le iniziative di "bus a piedi", la creazione di percorsi sicuri, il car-pooling per bambini, etc.

Inoltre molte sono le iniziative avviate dall'università, promuovendo sia agevolazioni tariffarie per il trasporto pubblico, sia navette di raccordo con punti di scambio o tra le varie sedi universitarie.

Esempio in tal senso può essere il servizio introdotto dall'Università degli Studi di Roma "La Sapienza" che a seguito di un'apposita convenzione con l'Azienda Trambus del Comune di Roma, ha attivato il progetto "Minerva si muove", il primo servizio di trasporto rivolto esclusivamente agli studenti e al personale dipendente dell'Ateneo. L'iniziativa ha la finalità di migliorare la mobilità della popolazione dell'Ateneo nonché di contribuire alla riduzione del tasso di inquinamento ambientale con l'introduzione di un servizio di navette distinto in tre percorsi.

Tabella 4: I Piani Spostamento delle Città Metropolitane

Area	PSCL	PS per poli diffusi	PSCS
Comune di Bologna	Sono stati approvati complessivamente 13 PSCL	E' stato predisposto un piano non finanziato con risorse pubbliche	E' stato predisposto un piano finanziato con risorse statali
Comune di Firenze	Sono stati predisposti e successivamente attuati 8 PSCL tutti finanziati con risorse statali		E' stato predisposto e attuato un piano finanziato con risorse statali
Comune di Genova	Sono stati predisposti e successivamente attuati 6 PSCL tutti finanziati con risorse statali		
Comune di Milano	Sono stati predisposti 23 PSCL, di cui ne sono stati attuati 10 finanziati con risorse statali	Sono stati predisposti 2 Piani Spostamento per poli diffusi	
Comune di Napoli	E' stato predisposto un PSCL		
Comune di Palermo	E' stato predisposto un PSCL		
Comune di Roma	Sono stati predisposti 7 piani, di cui ne sono stati attuati 5.	Sono stati predisposti 3 piani.	
Comune di Torino	Sono stati predisposti 10 PSCL di cui 2 finanziati con risorse statali	Sono stati predisposti 3 Piani non finanziati con risorse pubbliche	Sono stati predisposti 5 piani finanziati con risorse statali
Provincia di Milano	Sono stati predisposti 4 PSCL, di cui ne sono stati attuati 3 finanziati con fondi comunali e statali		

3 L'IMPORTANZA DELLA COMUNICAZIONE

Poiché le scelte relative al soddisfacimento dei bisogni di mobilità comprendono sempre componenti soggettive e hanno un forte legame con il concetto di stile di vita, il mobility management mira a modificare i comportamenti e i valori, proponendo uno stile di vita positivo. La cooperazione, in particolare, è un elemento cruciale: creare alleanze tra differenti partner (autorità locali/regionali, aziende di trasporto, imprenditori, gruppi di interesse, etc.) è il presupposto per un mobility management di successo.

La comunicazione, oltre che utile a produrre l'auspicata inversione di tendenza nell'atteggiamento culturale diffuso che fa preferire l'automobile alle altre modalità di trasporto, 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.

L'esperienza sinora maturata in Italia evidenzia che il mobility manager può prevedere di fare uso dei 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 utilizzati si segnalano:

Strumenti di comunicazione "freddi"

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

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

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

Le Amministrazioni comunali, tendono sempre più ad includere nei propri siti web sezioni dedicate o a predisporre portali tematici sul mobility management in cui, anche se non sono state attuate concrete attività, viene presentata la figura del mobility manager e i progetti realizzati o previsti.

Navigando su internet è possibile trovare diverse aziende che, avendo predisposto Piani di Spostamento, hanno utilizzato questo strumento quale vetrina attraverso cui renderli noti agli utenti e ai cittadini. In particolare le città metropolitane si sono dotate di una sezione dedicata per fornire alle Aziende ed Enti del territorio informazioni sui temi della mobilità sostenibile e uno strumento di relazione diretta con i Mobility Manager di Azienda sul territorio. Attraverso le diverse sezioni è possibile acquisire le conoscenze per redigere il Piano Spostamenti Casa-Lavoro, per effettuare le indagini di mobilità interne all'impresa e conoscere le fonti di finanziamento disponibili. Tra gli strumenti di comunicazione di tipo freddo è molto utilizzata anche la newsletter che viene distribui-



Figura 3: Home page del sito internet dell'ufficio d'area del Mobility Manager del Comune di Palermo



Figura 4: News letter dell'ufficio d'area del Mobility Manager della Provincia di Milano

ta all'interno delle aziende, pubbliche e private, che sono coinvolte nella ricerca di soluzioni di mobilità alternativa.

4 VALUTAZIONE DELL'EFFICACIA DELLE MISURE DI MOBILITY MANAGEMENT

Le principali esperienze aziendali non hanno ancora effettuato l'ultima fase di monitoraggio degli interventi e in tali condizioni non è semplice fare un bilancio tra i costi e i benefici ottenibili dagli interventi di mobility management.

Tuttavia, si riportano di seguito due esempi per i quali è possibile effettuare una prima stima, entrambi orientati al trasporto collettivo: il primo caso è relativo ad interventi a favore del trasporto pubblico locale, il secondo è relativo all'introduzione di servizio di navetta aziendale.

- Provincia di Bologna:

A distanza di un anno dalla redazione del primo Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro la

Provincia di Bologna ha svolto un'indagine sugli spostamenti dei propri dipendenti (sede di Bologna), che ha messo in luce una tendenza all'incremento dell'utilizzo dei mezzi pubblici con un aumento del 5,6% e un rispettivo abbandono dell'auto privata pari al 4,9%. La tendenza evidenziata viene confermata dalle risposte di coloro che hanno dichiarato di avere cambiato mezzo di trasporto rispetto all'anno precedente, 114 sul totale dei 741 rispondenti, incrociate con il dato relativo al mezzo utilizzato per recarsi al lavoro (vedi figura 5). Di questi ben il 41,2% ha optato per la scelta dell'autobus, quasi il 15% si è spostata verso l'intermodalità treno+autobus e l'11,4% ha scelto l'uso congiunto automobile+autobus. Tutto questo grazie alle nuove agevolazioni tariffarie concordate con l'azienda di trasporto pubblico locale.

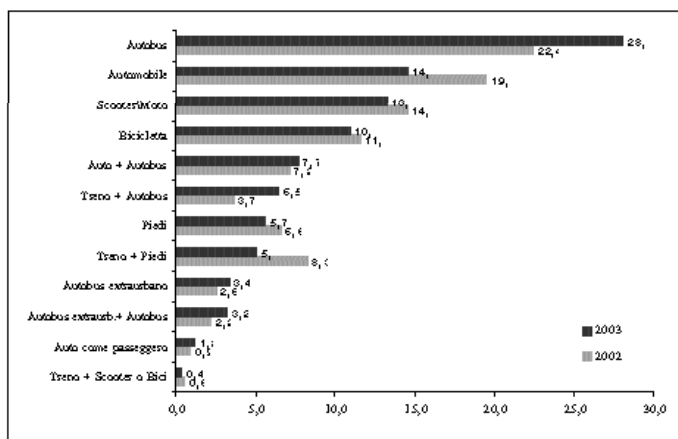


Figura 5 - Split modale dei dipendenti della Provincia di Bologna tra l'anno 2002 e 2003

L'esempio della Provincia di Bologna (1.000 dipendenti) mostra che, in termini percentuali, nel solo primo anno un intervento di sostegno economico per l'uso del TPL può produrre una riduzione di circa il 5% nell'uso dell'auto privata e un contestuale aumento di oltre il 5% nell'uso del trasporto pubblico. I costi del Piano possono essere distinti in costi di progettazione (le risorse utilizzate sono tutte interne) pari a circa 50.000 €, e quelli di gestione rappresentati dal sostegno economico (contributo all'acquisto di circa 950 abbonamenti a prezzo agevolato per i dipendenti) pari a 143.000 €.

• ENEA – Centro Ricerca Casaccia

Il Centro Ricerca Casaccia dell'Enea, situato a nord-ovest del Comune di Roma, al momento della predisposizione del PSCL contava 1575 dipendenti e presentava un profilo di accessibilità tipicamente suburbano, un'elevata capacità di sosta e un servizio di trasporto aziendale caratterizzato da 22 linee con orario rigido.

Il piano ha previsto l'introduzione di una navetta aziendale per la stazione ferroviaria posta a 6 km dal Centro, il cui servizio copre l'intero arco della giornata in modo da dare diretta risposta all'esigenza di flessibilità oraria di cui godono i dipendenti. La realizzazione del servizio ha necessitato un investimento annuale di circa 58.800 €.

A 6 mesi dall'introduzione del servizio (gennaio 2000) è stato valutato che 35 erano gli utenti che ne usufruivano nella sola fascia oraria del mattino, di questi il 37% precedentemente utilizzava abitualmente l'automobile per raggiungere la sede lavorativa.

Il monitoraggio realizzato ad ottobre 2001 ha permesso di evidenziare che, dopo il primo anno di esercizio, il numero di utenti, che nella fascia oraria del mattino utilizzavano il servizio, era salito a 55; mentre nella fascia serale mediamente il numero di dipendenti che lo utilizzava era 67, con punte massime di 73 utenti.

Tutto ciò permette di valutare che nel solo primo anno di esercizio la navetta ha ridotto di circa il 5% l'utilizzo dell'automobile.

CONCLUSIONI

A poco più di sei anni dal Decreto sulla Mobilità Sostenibile è possibile trarre alcune interessanti considerazioni:

- la disciplina del mobility management si è sviluppata in Italia grazie alla volontà del Ministero dell'Ambiente che l'ha introdotta e sostenuta anche economicamente; infatti i Piani Spostamento, ad oggi predisposti, sono stati prevalentemente finanziati con contributi statali, anche se non sono rari i casi di piani finanziati con le risorse private dell'azienda.
- dove la struttura di Mobility Management di Area è ben organizzata e si mostra "a servizio delle imprese" si riscontrano i risultati più significativi;
- 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. Con differenti modalità organizzative, oggi, circa 48 Amministrazioni hanno provveduto a nomine formali e alla creazione di strutture dedicate al mobility management

A livello aziendale, il processo di diffusione del mobility management, può trovare sostegno solo se la domanda viene opportunamente stimolata attraverso agevolazioni di vario genere (economico e 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, definita 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.