

Ecco tutti gli strumenti per la mobilità sostenibile

SEGUE DA PAG. 1

Ecco dunque la riscoperta dei **trasporti pubblici**, resi meno antipatici anche ai meno propensi grazie ad una serie di incentivi economici che li rendono molto più appetibili e grazie all'introduzione di alcune **linee dedicate**, trascurate dall'azienda tranviaria perché poco redditizie. Incontri, bollettini ed assemblee hanno consentito, nel tempo, anche di entrare in contatto con parole difficili, quali ad esempio **"car pooling"** o **"car sharing"**, oggi visti maggiormente come nuovi servizi di mobilità e non più come termini misteriosi. Le politiche di restrizione alla sosta per auto private con a bordo solo il conducente, hanno così consentito a qualcuno di entrare a far parte del-

l'esclusivo club dei "privilegiati" con posteggio riservato, solo per il fatto di guidare un'auto in compagnia di colleghi o per la **stravaganza** di viaggiare su un'auto non alimentata a benzina o gasolio. La possibilità di utilizzare **orari "elastici"** o lavorare da casa in **telelavoro** non è stata più vista dai più come una novità di cui solo i nipoti avrebbero potuto godere. Per giungere a questo punto - coloro che si occupano di mobilità alternativa lo possono testimoniare - sono stati profusi sforzi rilevanti dinnanzi alla indifferenza di molti ("non sono problemi miei") attanagliati da emergenze continue. Eppure qualcosa si è mosso tra chi maggiormente ha lavorato sulla sensibilizzazione del problema, sulla creazione di condizioni favorevoli alla stipula di convenzioni. Anche tra le imprese, i referenti, sempre più attivi e coin-

volti nelle operazioni, hanno dato luogo alla raccolta di dati utili per redigere il **piano spostamenti casa-lavoro aziendale**. Così piano piano il circuito ha cominciato a essere ben oliato: i questionari sugli spostamenti dei lavoratori hanno dato l'input a imprese e amministratori che attraverso la realizzazione di sinergie ed economie di scala hanno tracciato un profilo di ciò che a molti piacerebbe usare per andare al lavoro senza rinunciare allo shopping o ad andare a prendere i figli a scuola evitando, tuttavia, di lasciare il mezzo in doppia fila. Dalle indicazioni provenienti dagli utenti finali (imprenditori o dipendenti che siano) vecchi e nuovi esperti di traffico e mobilità dovranno attingere voracemente perché la rivoluzione "soft", impressa dal basso, possa compiersi.

Gli strumenti del mobility manager sono scaricabili all'indirizzo www.provincia.milano.it/trasport/sicurmobil/osservatorio.htm

La Provincia e il nuovo dialogo sulla mobilità

L'ottica intermodale con cui ogni giorno portiamo avanti il nostro intervento ci ha consentito di sortire effetti anche nella programmazione e gestione del trasporto pubblico locale: alcune linee sperimentali saranno integrate infatti nella programmazione di T.P.L. Tutte le iniziative intraprese nel 2002 hanno così portato a giungere ad un maggiore controllo dell'emergenza quotidiana, ma i buoni risultati conseguiti non consentono troppi adagi. Per l'anno venturo la nuova sfida sarà quel-



la di limitare maggiormente i disagi durante i periodi di attenzione. Strumenti in parte già utilizzati quali l'introduzione di veicoli a basso impatto, ma soprattutto il rinnovo e la condivisione delle flotte aziendali, oltre che la formazione della mobilità sostenibile attraverso forme di fidelizzazione utilizzate da anni in altri campi, potranno costituire già dai prossimi mesi nuove ed importanti forme di intervento.

Buon 2003 a tutti

SEGUE DA PAG. 1



Provincia di Milano

mobility management news

tel 02 7740 3559

e-mail:

mobility@provincia.milano.it

Bollettino informativo ad uso interno realizzato dal Settore Mobilità e Sicurezza della Circolazione Stradale della Provincia di Milano.



Provincia di Milano

Numero 6, novembre - dicembre 2002

La Provincia e il nuovo dialogo sulla mobilità

Il tentativo del mobility management della Provincia di Milano di avviare un nuovo tipo di dialogo sul tema della mobilità è stato colto. La richiesta di entrare nelle varie realtà (comunali o aziendali) al fine di mettere insieme come primo indicatore generale i dati sulle modalità di spostamento dei lavoratori, raccoglie oggi i suoi auspicati frutti. Il progetto che il Settore Mobilità e Sicurezza della Circolazione Stradale decise di lanciare ha dimostrato a due anni di distanza dal suo avvio che anche i più refrattari appaiono molto più interessati alle strategie messe in atto per raggiungere l'obiettivo dell'efficienza.

Chi ha manifestato questo interesse comune a sostegno di una soluzione diversa da quella proposta sul traffico e la qualità della vita sono state quelle Aziende, oggi quasi una trentina, che hanno aderito al Coordinamento Intercomunale d'Area sulla mobilità sostenibile, una realtà difficilmente replicabile in Italia, laddove i mobility manager si occupano prevalentemente dell'attività di realtà pubbliche, e che nel corso dell'anno hanno favorito attivamente la diffusione dell'indagine diretta sulla mobilità dei dipendenti. Un impegno organizzativo ed economico considerevole che la Provincia di Milano e le Aziende hanno assunto con il fine di ricavarne elementi di analisi e di intervento efficaci.

SEGUE A PAG. 4

mobility management news



A quattro anni dal decreto Ronchi sui mobility manager

Ecco tutti gli strumenti per la mobilità sostenibile

Quattro anni fa quando l'allora Ministro dell'Ambiente Edo Ronchi lanciò il decreto passato alla storia recente mutuando il suo cognome; tale decreto introduceva la nuova figura del mobility manager accanto a misure a sostegno di una mobilità più sostenibile. Egli decise di affiancare alle strategie "hard", tuttora in auge (incremento della dotazione infrastrutturale) anche un tipo di approccio diverso, basato sulla persuasione ed il convincimento che la lotta allo smog doveva passare attraverso la strettoia di una modifica delle abitudini di vita delle persone: una svolta, insomma, di tipo culturale. Questa sorta di rivoluzione "silenziosa" nella lotta a sostegno di una migliore qualità dell'aria dal 1998 ad oggi, seppure priva di continuità territoriale e temporale, si sta in effetti realizzan-

do poiché le iniziative non sono più allo stato embrionale ma coinvolgono le realtà produttive, i lavoratori e gli stessi utenti e non piovono più solo dall'alto ma attraverso la partecipazione di tutti in un'ottica, realmente inedita rispetto al passato, di gestione della domanda che capovolve a 180 gradi la visione politica fino a oggi attuata. Province e Comuni dal lato pubblico, Aziende, Coordinamenti e Consorzi d'area dall'altro, hanno già portato avanti numerosi progetti. Il **Mobility Manager d'Area** attraverso il coordinamento di comuni ed aziende ha dato luogo così ad una fitta rete informativa attraverso cui rendere consapevoli dipendenti ed utenti, in generale, dell'importanza di utilizzare modalità di trasporto alternative all'uso individuale della propria auto, per recarsi al lavoro.

SEGUE A PAG. 4

PIANO SPOSTAMENTI CASA - LAVORO

Il presente indice costituisce uno schema indicativo che andrà personalizzato in base alle iniziative ed ai servizi attuati dalle singole aziende

FASE CONOSCITIVA

- Analisi generale sull'accessibilità dell'azienda
- Valutazione preliminare dei dati sulle provenienze dei dipendenti

FASE DI ANALISI

- Definizione degli obiettivi
- Architettura dell'indagine
- Elaborazione dei dati
- Studio dell'offerta di servizi in risposta alla domanda aziendale
- Analisi delle condizioni strutturali dell'azienda

FASE PROGETTUALE-ATTUATIVA

- Interventi proposti
- Definizione degli indicatori di efficacia alle iniziative proposte
- Strategie di implementazione
- Programma di comunicazione

FASE ATTUATIVA E DI MONITORAGGIO

- Iniziative attuate: le modalità ed i tempi di attuazione.
- Verifica e controllo dei risultati
- Cosa emerge dal monitoraggio

INDAGINE

Il questionario utilizzato per l'indagine deve comprendere domande su:

- orario di lavoro
- informazioni varie sullo spostamento
- informazioni generali sull'intervistato
- modalità di spostamento
- modalità alternative di trasporto

CONVENZIONI

Campagna per l'uso dei mezzi pubblici RAPPORTO COL GESTORE

L'azienda formalizza attraverso una convenzione, l'erogazione degli abbonamenti: blocco prezzi, sconto sulle normali tariffe, definizione di tipologia e durata abbonamenti, modalità di pagamento, durata della convenzione.

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

L'azienda definisce: la quota erogata al dipendente per la sottoscrizione degli abbonamenti, l'anticipazione della quota spettante, la definizione di recupero con trattenuta in busta paga, i soggetti che possono partecipare all'iniziativa, i tempi per la consegna dei moduli e la successiva distribuzione degli abbonamenti.

Campagna per il gpl RAPPORTO COL GESTORE

L'azienda deve formalizzare, attraverso un'apposita convenzione, accordi su: tipologia di impianti, costi di installazione, modalità di pagamento, durata della convenzione, individuazione officine di montaggio, individuazioni condizioni dell'auto che permettono l'installazione.

RAPPORTO COL DIPENDENTE

L'azienda definisce le caratteristiche generali dell'iniziativa, la quota che intende fornire per promuovere l'installazione, i soggetti che possono aderire, la tempistica.

LINEE DEDICATE

Per alcune realtà aziendali, soprattutto se localizzate in ambiti poco serviti dal sistema del trasporto pubblico, diviene quasi necessario predisporre servizi navetta dedicati che connettano l'azienda alla rete TPL.

Al fine di aumentare l'efficienza e ridurre i costi di servizio è possibile coordinare l'attività con altre aziende che presentino flussi di mobilità casa - lavoro simili.

SISTEMI INNOVATIVI DI TRASPORTO - BICICLETTE ELETTRICHE

Mezzi dotati di appositi dispositivi che permettono la pedalata assistita

VANTAGGI

- libertà di movimento e di parcheggio;
- stop ai problemi legati al blocco del traffico;
- possibilità di percorrere "lunghi" tratti senza fatica;
- abbattimento delle emissioni inquinanti;
- veicolo di moda (importante caratteristica nella fase promozionale);
- ritorno di immagine per l'Azienda.

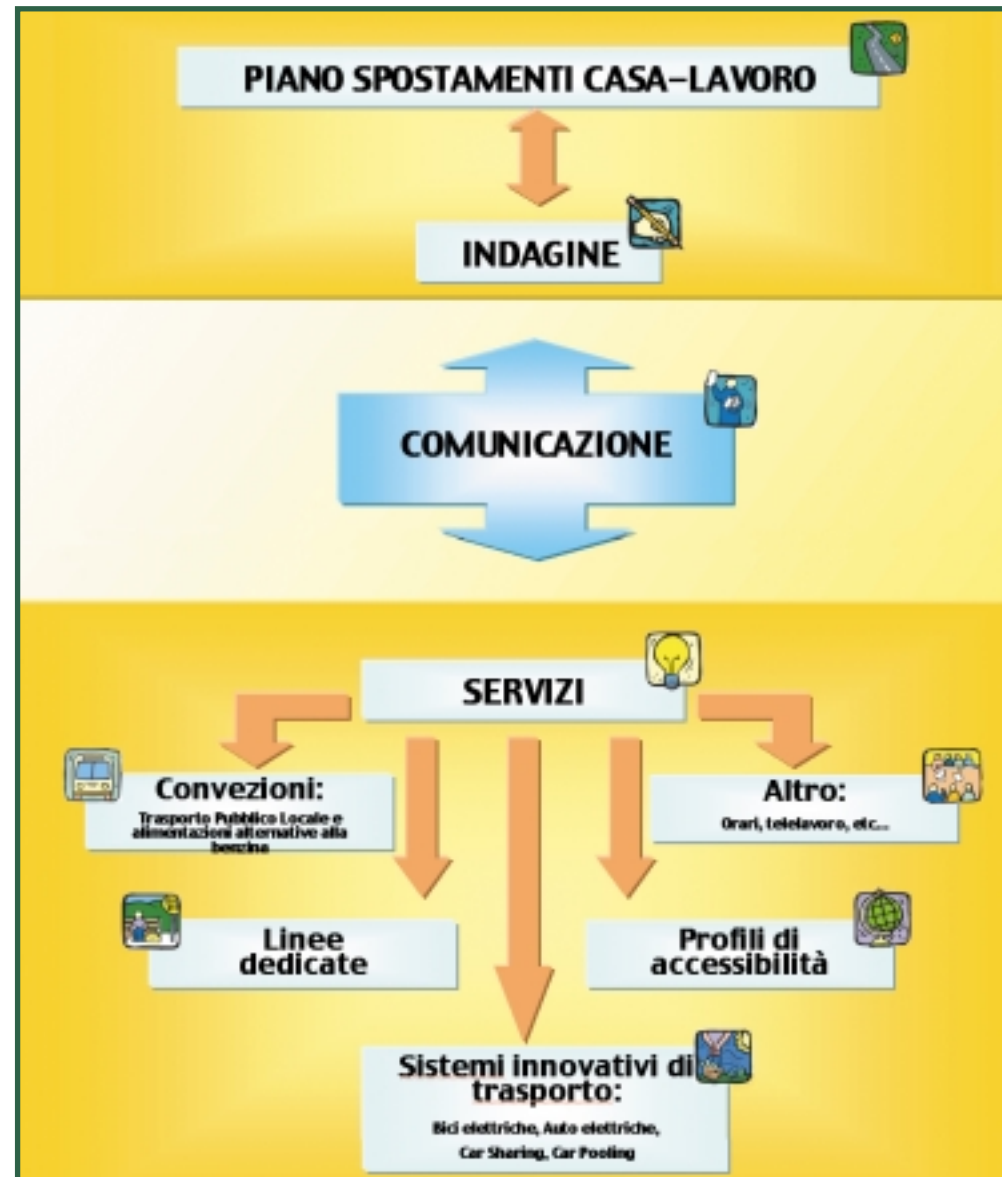
SVANTAGGI

- gestione e manutenzione da parte dell'Azienda del parco bici;

- necessità di promuovere il servizio attraverso incentivi economici;
- predisposizione di punti di ricarica;
- utilizzo del mezzo legato alle condizioni meteorologiche e morfologiche del territorio.
- ritorno di immagine per l'Azienda.

AZIONI INCENTIVANTI

- migliorare le dotazioni e i servizi aumentando o realizzando parcheggi dedicati e sicuri;
- realizzare strutture idonee quali: armadietti, spogliatoi, docce, ecc.;
- fornitura di biciclette sotto forma di benefit;
- garantire la manutenzione del veicolo.



SERVIZI

Questa fase consiste nell'attuazione degli obiettivi individuati nel Piano degli Spostamenti Casa - Lavoro, al fine di ridurre l'uso individuale di veicoli a motore **cercando di rispondere alle esigenze di mobilità** si individua un ventaglio di proposte di servizi.

Soluzioni flessibili e connotate da un alto grado di personalizzazione

I Servizi devono essere individuati secondo le caratteristiche dell'Azienda e dei suoi dipendenti

COMUNICAZIONE

È uno strumento strategico per sensibilizzare ed ottenere partecipazione e consenso. Il mobility manager può prevedere di fare uso dei più diversi strumenti di comunicazione interna, sia in fase preliminare, sia nelle successive fasi di implementazione delle misure adottate.

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE "FREDDI"

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

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE "CALDI"

- Sono strumenti che prevedono la relazione personale con i destinatari ed hanno l'obiettivo di coinvolgere e generare consenso, permettendo il confronto immediato tra le parti. Alcuni esempi sono:
- comunicazioni assembleari;
- focus group su temi specifici;
- interviste individuali;
- network di supporto interno;
- family day.

PROFILI DI ACCESSIBILITÀ

È uno strumento utile per evidenziare schematicamente le opportunità di trasporto da e verso il luogo di lavoro.

Serve a fornire indicazioni precise su come raggiungere il luogo di destinazione.

È rivolto a chi vuole spostarsi rinunciando ad usare il proprio mezzo privato di trasporto.

Per redigerlo occorre indicare la rete dei mezzi di trasporto pubblico con i relativi nodi di interscambio. In particolare nella carta andranno evidenziate sia le infrastrutture su ferro che i servizi di trasporto urbano ed extraurbano su gomma.

ALTRO

ORARI DI LAVORO

Una maggiore flessibilità degli orari lavorativi permetterebbe una riduzione del livello di congestione del traffico che quotidianamente si ripete nelle ore di punta. Il mobility manager può avanzare proposte relative alla rimodulazione dell'orario di lavoro all'interno della propria azienda.

TELELAVORO

Rappresenta una significativa possibilità di riduzione degli spostamenti ed è una alternativa sempre più attuabile grazie al continuo progresso delle tecnologie. Il limite principale è la difficoltà culturale nell'accettare un simile cambiamento. Una soluzione intermedia è quella dell'uso delle "piazze telematiche", strutture all'interno delle quali possono essere concentrati i servizi necessari per lo svolgimento del telelavoro. Possono essere condivise tra varie aziende e rappresentano una soluzione per superare aspetti negativi del telelavoro quali l'isolamento e l'attenuazione dei rapporti sociali.

INDIRIZZI UTILI

- www.provincia.milano.it
- www.euromobility.org
- www.ceiuni.it
- www.minambiente.it
- www.federtrasporti.it

- www.epommweb.org
- www.icscarsharing.it
- www.clickmobility.it
- www.cittamobile.it
- www.mobilitasostenibile.com

Gli strumenti del mobility manager sono scaricabili all'indirizzo
www.provincia.milano.it/trasport/sicurmobil/osservatorio.htm