



Comune di Brescia  
Ufficio del Mobility Manager  
Tel. 030.297.87.37  
Fax 030.297.87.40  
e-mail: [mobility.manager@comune.brescia.it](mailto:mobility.manager@comune.brescia.it)  
[www.comune.brescia.it/mobility.manager](http://www.comune.brescia.it/mobility.manager)

Comune di Brescia  
SETTORE MOBILITA' E TRAFFICO  
Ufficio del Mobility Manager

Linee Guida per il  
Piano degli Spostamenti Casa Lavoro

gennaio 2003

---

*Responsabile di procedimento:*  
arch. Antonio PIOVANI

*Collaboratore uff. Mobility Manager*  
arch. Riccardo PRETTO

*Mobility Manager Comunale:*  
ing. Luca DELLA LUCIA

*con*  
ing. Grazioso PIAZZA  
ing. Giovanni ROSSI

ù

## INDICE

<b>1</b>	<b>ASPETTI GENERALI .....</b>	<b>4</b>
1.1	Obiettivi del Mobility Management.....	5
1.2	Gli strumenti .....	5
1.2.1	<i>Il MM Aziendale e il MM d'area.....</i>	<i>5</i>
1.2.2	<i>Il Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro</i>	<i>5</i>
1.3	I risultati attesi .....	6
<b>2</b>	<b>MOBILITY MANAGEMENT NEL COMUNE DI BRESCIA</b>	<b>7</b>
2.1	L'informazione ai dipendenti .....	7
2.2	La costituzione della base informativa .....	8
<b>3</b>	<b>MOBILITA' SOSTENIBILE: VALORIZZAZIONE DI</b>	<b>8</b>
	<b>VECCHI E NUOVI MODI DI TRASPORTO .....</b>	<b>8</b>
3.1	Promozione dell'uso della bicicletta .....	8
3.2	Trasporto collettivo .....	9
3.3	Il Car Sharing (auto in multiproprietà) ....	10
3.4	Il Taxi collettivo.....	11
3.5	Il Car Pooling (auto ad alta occupazione)	11
3.6	Gestione ed utilizzo del parco mezzi aziendale .....	12
3.7	Tiket Trasporto.....	12
3.8	Il Telelavoro.....	13
<b>4</b>	<b>FASI DI ATTUAZIONE DEL PIANO DEGLI</b>	<b>14</b>
	<b>SPOSTAMENTI CASA LAVORO PSCL.....</b>	<b>14</b>
4.1	Fase di Analisi e informazione.....	14
4.1.1	<i>Caratteristiche dell'azienda (unità locale).</i>	<i>14</i>
4.1.2	Questionario aziendale .....	14
4.1.3	Questionario ai dipendenti .....	14
4.1.4	Elaborazione dei dati.....	15
4.1.5	Analisi dell'offerta di trasporto.....	16
4.1.6	<i>Informazione ai potenziali utenti interessati dalle diverse iniziative.....</i>	<i>16</i>
4.2	Fase di progetto .....	16
4.3	Fase di confronto.....	17
4.4	Fase attuativa .....	17
<b>APPENDICE A.</b>	<b>ESEMPI DI INIZIATIVE AZIENDALI ....</b>	<b>18</b>
<b>A.1.</b>	<b>Partecipazione di aziende in progetti di pianificazione – Locarno (CH) .....</b>	<b>18</b>
<b>A.2.</b>	<b>Promozione della bicicletta presso la Novartis di Basilea (CH) .....</b>	<b>19</b>
<b>A.3.</b>	<b>Nokia – Bochum (D).....</b>	<b>22</b>
<b>A.4.</b>	<b>Stockport – Hospital Trust (UK).....</b>	<b>22</b>
<b>A.5.</b>	<b>Ecover, Malle (B) .....</b>	<b>24</b>

## 1 ASPETTI GENERALI

Il sempre crescente uso dell'auto, a Brescia come nel resto d'Italia ha, come effetto indesiderato, la congestione delle vie di comunicazione, l'incremento dei ritardi e degli incidenti, l'aumento dell'inquinamento acustico ed atmosferico.

Inoltre, lo sviluppo urbanistico dei nuovi insediamenti residenziali e produttivi è stato caratterizzato, negli ultimi anni, da un'attenzione particolare al trasporto individuale, nella falsa convinzione di facilitarne l'accessibilità.

In questo contesto gli enti pubblici locali (le città, le province, le regioni) debbono adottare nuovi approcci al problema della mobilità ricercando soluzioni alternative (o complementari) al semplice potenziamento infrastrutturale viario, attraverso:

Finanziamento e realizzazione di infrastrutture e servizi per favorire i modi di trasporto alternativi all'autovettura privata, per favorire l'uso non individuale dell'auto, l'uso di veicoli a bassa emissione;

promuovere l'utilizzo di sistemi telematici, per migliorare la capacità di utilizzo delle infrastrutture esistenti e regolarne l'uso nelle diverse fasi della giornata;

adottare e finanziare politiche di gestione della domanda di mobilità e di modifica dei comportamenti individuali.

Il tutto sulla base dell'obiettivo di realizzare un sistema di trasporto urbano e metropolitano integrato ed intermodale, tale da ridurre la dipendenza dall'uso dell'auto per la mobilità dei cittadini.

Il Mobility Management costituisce un approccio innovativo alla soluzione dei problemi della mobilità nelle aree urbane e metropolitane, in quanto si concentra sulla gestione della domanda e agisce alla "micro-scala" (alla scala delle singole unità organizzative aziendali). L'approccio micro è il metodo più efficace per esplorare le effettive possibilità di modificare/migliorare i comportamenti nella scelta del modo di spostarsi.

Il MM si propone la salvaguardia:

### *Mobility Management*

*Il DM 27.03.98 – "Mobilità sostenibile nelle aree urbane" introduce la figura del Mobility Manager e prevede che le strutture produttive, commerciali ed amministrative con più di 300 addetti e le imprese con più unità locali nella stessa città che complessivamente superano i 800 addetti, debbano individuare i responsabili della mobilità aziendale (mobility managers in analogia agli energy managers già presenti, in base alla legge 10/91, nelle aziende civili con consumi superiori a 1000 tep/a) che si occupino dell'ottimizzazione degli spostamenti casa/lavoro del personale*



dipendente mediante una riduzione dell'impiego del mezzo di trasporto privato.

#### *La politica del Mobility Manager*

*Il perseguimento degli obiettivi del Mobility Management si realizza attraverso l'attuazione di un insieme di strategie di persuasione/informazione, strategie di incentivazione e strategie disincentivanti, da utilizzare in modo dinamico ed integrato, finalizzato alla gestione sia degli spostamenti fisici, sia delle informazioni relative al sistema dei trasporti nel suo complesso. Questo insieme può coincidere con quello attuato a livello di area urbana, oppure essere identificato a livello della singola azienda.*

#### *I riferimenti del D.M.*

*... Le imprese e gli enti pubblici con singole unità locali con più di 300 dipendenti e ... adottano il piano degli spostamenti casa lavoro del proprio personale dipendente, individuando a tal fine il responsabile della mobilità aziendale ...*

*... Viene istituita da i comuni ..., presso l'ufficio tecnico del traffico una struttura di supporto e di coordinamento tra i responsabili della mobilità aziendale che mantiene i collegamenti con l'amministrazione comunale e le aziende di trasporto.*

del diritto all'accessibilità delle persone ai servizi offerti dalla città;

del diritto alla dinamicità ed allo sviluppo del sistema economico produttivo (trasporto delle merci dai luoghi di approvvigionamento a quelli di consumo), rispettando le necessità della società nel suo insieme e dell'ambiente.

## **1.1 Obiettivi del Mobility Management**

Gli interventi di Mobility Management hanno i seguenti obiettivi:

modificare l'attuale struttura della domanda di mobilità, influenzando la scelta del modo di trasporto prima dell'effettuazione dello spostamento;

- *proporre ed attivare politiche di informazione, coordinamento, comunicazione ed organizzazione e promuovere, principalmente anche se non esclusivamente, misure orientate alla modificazione dei comportamenti individuali che non richiedano la costruzione di nuove infrastrutture;*

richiedere la cooperazione di tutti gli attori del sistema dei trasporti e del sistema produttivo e sociale e definire le azioni attraverso processi di concertazione e codecisione.

## **1.2 Gli strumenti**

### **1.2.1 Il MM Aziendale e il MM d'area**

Il D.M. 27.03.98 prevede la costituzione della figura del Mobility Manager su due distinti livelli, a livello aziendale e a livello centrale (comune o aggregazione di comuni).

Il ruolo del MM Aziendale è strettamente finalizzato alla realizzazione del Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro dei dipendenti dell'Ente o Azienda e al diretto coinvolgimento degli stessi nelle iniziative attuate.

Il MM d'Area rappresenta il soggetto di coordinamento dei diversi MM Aziendali e offre ad essi gli strumenti di analisi e confronto per la corretta identificazione delle migliori strategie da attuare a livello aziendale, oltre a fungere da tramite con il livello Amministrativo e Politico dell'ente locale.

Il comune di Brescia ha attivato presso il settore Mobilità e Traffico l'ufficio del Mobility Manager che svolge sia il ruolo di coordinamento d'area, sia quello di livello aziendale, per la costituzione del Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro (PSCL) dei dipendenti comunali.

### **1.2.2 Il Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro**

Costituisce lo strumento organizzativo previsto dal decreto istitutivo del MM per la raccolta delle istanze, il progetto degli interventi e la negoziazione delle soluzioni con i diversi attori coinvolti (es. comune, azienda mobilità, aziende dei trasporti);



### **1.3 I risultati attesi**

I benefici attesi, previsti dall'applicazione del Piano di Mobilty Management, e dimostrati ormai da numerose esperienze, riguardano:

**la comunità nel suo insieme:** miglioramento della qualità dell'aria, riduzione dei consumi energetici e dell'inquinamento, riduzione della congestione e dei tempi di viaggio, miglioramento dei servizi di trasporto collettivo,

**i dipendenti:** riduzione dello stress e del tempo di viaggio quotidiani, possibile riduzione dei costi (soprattutto di quelli non percepiti), miglioramento della qualità della vita, maggiore eguaglianza nei rapporti interni all'azienda;

**l'ente/azienda:** migliore accessibilità per tutti, miglioramento dell'immagine dell'ente per l'ottimizzazione delle risorse miglioramento della produttività dei dipendenti, miglioramento delle condizioni di salute e della soddisfazione del lavoro, possibile riduzione dei costi attuali, riduzione della congestione, riduzione dell'incidentalità.

## 2 MOBILITY MANAGEMENT NEL COMUNE DI BRESCIA

Le attività proposte dall'ufficio del Mobility Manager del Comune di Brescia e finalizzate all'avvio delle attività, riguardano tre fasi di azione:

- comunicazione degli obiettivi e delle finalità; identificazione degli ambiti operativi (settori ed unità operative, es. Piazze, Marconi, Area Musei, Donegani, ecc...);
- acquisizione/diffusione delle informazioni (questionario mobilità casa-lavoro);
- ricerca delle possibili soluzioni e delle proposte di progetti attuativi.

### *L'importanza della partecipazione*

*L'attività del Mobility Manager è volta a migliorare le condizioni di accessibilità al luogo di lavoro.*

*La fase informativa e di comunicazione è finalizzata a stimolare l'interesse e fiducia nel personale aziendale verso l'iniziativa, risulta essenziale ai fini della riuscita della campagna di indagini e quindi dell'intero Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro.*

Il primo passo è quello di comunicare ai dipendenti l'esistenza di un problema concreto. Anche se possiamo pensare che tutti i dipendenti comunali siano coscienti dell'emergenza traffico, visto che quotidianamente si muovono in città e quindi lo vivono in prima persona, è importante convincerli che l'unico modo per migliorare la situazione sia il loro coinvolgimento in alcune iniziative.

La conoscenza delle specifiche esigenze dei dipendenti, dei servizi per la mobilità ad essi offerti e le difficoltà ad eccedervi è l'ulteriore condizione per fornire risposte efficaci ed appetibili.

Le iniziative previste nell'ambito del Comune di Brescia, in quanto azienda, mirano ad attivare micro progetti, facilmente gestibili dall'attuale organizzazione dei diversi settori, relativi a politiche di incentivo di una maggiore intermodalità, oltre che all'ottimizzazione dell'utilizzo del parco veicolare aziendale per gli spostamenti durante le ore di lavoro.

Le esperienze effettuate saranno utilizzate come esperienze pilota da proporre alle altre aziende cittadine

### **2.1 L'informazione ai dipendenti**

### *Strumenti per l'informazione*

*Per raggiungere la maggior parte dei dipendenti la comunicazione è effettuata con l'affissione di volantini informativi, particolarmente adatta a veicolare un messaggio nuovo, e mailing, internet e applicazioni multimediali (cd rom), mezzi molto utili per la completezza di informazioni che sono in grado di trasmettere.*

L'informazione ai dipendenti è attuata secondo le tecniche del marketing moderno, attraverso l'utilizzo di strumenti classici, bollettini e pubblicazioni cartacee, sia attraverso l'attuazione di sportelli e riferimenti informatici. A tale proposito sono attivati un indirizzo di posta elettronica ed è in linea un sito internet specifico:

email: [mobility.manager@comune.brescia.it](mailto:mobility.manager@comune.brescia.it)

web: [www.comune.brescia.it/mobility.manager](http://www.comune.brescia.it/mobility.manager)

L'obiettivo consiste nel presentare le offerte di prodotti/servizi (nel nostro caso le opportunità di spostamento) che rispondono in modo preciso e puntuale alle motivazioni dei vari segmenti di utenza nell'ambito specifico delle singole unità organizzative (centro, marconi, ecc...).

Le leve su cui è fondata la campagna informativa riguardano sicuramente l'utilità personale del singolo, ma non deve tralasciare le motivazioni proprie del green marketing. Con ciò si intende una applicazione del marketing



improntata su aspetti ambientali ed ecologici, e la mobilità urbana è argomento molto vicino ad alcuni di questi temi, se si considera che nell'immaginario collettivo c'è un abbinamento immediato tra inquinamento (acustico ed ambientale) e traffico.

## **2.2 La costituzione della base informativa**

*somministrazione del questionario*

*In questa fase vengono acquisite le informazioni necessarie per definire il quadro delle relazioni di traffico Casa-Lavoro relative ai dipendenti di ogni sede aziendale. L'attività è espletata dal Mobility Manager Aziendale in sinergia con i vari settori e con il settore dell'azienda che si occupa della gestione del personale.*

Per meglio identificare le esigenze di mobilità dei dipendenti e orientare pertanto la definizione delle strategie aziendali di intervento è stato predisposto un questionario da somministrare a tutti i dipendenti comunali. Il questionario sarà distribuito facendo riferimento alle unità organizzative dei settori.

I risultati del rilievo saranno comunicati con le forme opportune allo scopo di raccogliere eventuali istanze personali o legate alle diverse unità locali ed organizzative del Comune di Brescia.

Le informazioni richieste dal questionario sono raggruppate cinque categorie:

- identificazione della sede, dell'orario di lavoro, del luogo di domicilio;
- caratteristiche dello spostamento casa-lavoro (mezzo utilizzato, motivazioni nella scelta,...)
- percezione della qualità delle alternative di trasporto (trasporto pubblico, bicicletta...); istanze personali (es. vincoli organizzativi familiari,...);
- approfondimento sulle modalità di utilizzo dell'autovettura (per gli utenti che la usano);
- caratteristiche degli spostamenti durante l'attività lavorativa;
- informazioni generali sul compilatore (età, sesso,...)

## **3 MOBILITA' SOSTENIBILE: VALORIZZAZIONE DI VECCHI E NUOVI MODI DI TRASPORTO**

*Strategie incentivanti*

*Consistono nell'incremento dell'offerta di modi di spostamento ambientalmente sostenibili, inclusa l'organizzazione dell'intermodalità e la concessione di agevolazioni specifiche per promuoverne l'utilizzo.*

*L'aspetto delle agevolazioni acquista un particolare significato per il reale successo dell'intera operazione. Infatti, solo se i soggetti coinvolti ne possono*

Le iniziative del Mobility Manager sono orientate ad incentivare l'uso dei modi di trasporto sostenibili già a disposizione degli utenti, quali il trasporto pubblico e la bicicletta, mirano anche all'individuazione e l'introduzione di modalità di spostamento innovative. Ad esempio il carpooling (organizzazione dei viaggi in auto con equipaggi numerosi) e il car-sharing (una specie di auto in multiproprietà). Tali soluzioni ove sperimentate hanno fornito risultati alquanto soddisfacenti.

### **3.1 Promozione dell'uso della bicicletta**

Introduzione dei sistemi di bike&ride essenzialmente per il collegamento tra la più vicina fermata del trasporto pubblico e la sede di lavoro. L'iniziativa può essere incoraggiata in svariati modi:

- Introduzione di nuovi parcheggi di biciclette alle fermate dei trasporti





*solo se i soggetti coinvolti ne possono trarre un vantaggio economico trovano l'investimento conveniente. È obiettivo dell'attività del Mobility Management trovare le forme per potersi inserire nel bilancio economico con voci di sgravio fiscale o di incentivo per coloro che aderiscono alle proposte del Piano.*

*Fra le diverse iniziative di incentivazione possiamo citare:*

*Agevolazioni tariffarie per l'uso integrato di mezzi alternativi all'auto;*

*Agevolazioni tariffarie ed organizzative (parcheggi) per l'utilizzo dell'auto in alta occupazione (carpooling);*

*Incentivi/convenzioni per l'acquisto di mezzi ecologici (moto e bici elettriche, impianti GPL-Metano);*

*convenzioni per la riduzione del costo dell'assicurazione auto per gli abbonati al trasporto pubblico;*

*Istituzione di servizi speciali quali il trasporto merci a domicilio*

pubblici o delle stazioni;

- riservare spazi o affittare contenitori chiusi per le biciclette dei dipendenti dell'ente/azienda alla stazione o fermata dei trasporti pubblici;
- fornire (affittate o acquistate) biciclette alla stazione o fermata dei trasporti pubblici.

È possibile anche supportare il sistema bike&ride all'altro capo del percorso (tra le abitazioni dei dipendenti e la più vicina stazione o fermata del trasporto pubblico). Qui, possono essere fatte le stesse attività, ma il numero dei luoghi dove questa azione deve essere attuata può essere molto elevato.

I ciclisti necessitano di servizi di parcheggi sicuri e al riparo dalla pioggia localizzati il più vicino possibile al posto di lavoro. La disponibilità presso l'azienda di docce e spogliatoi con armadietti chiusi può agevolare notevolmente l'uso della bici soprattutto durante le stagioni critiche (estate e periodi piovosi).

Un ulteriore incentivo riguarda l'offerta della manutenzione gratuita delle biciclette usate per gli spostamenti casa-lavoro presso il posto di lavoro. Le riparazioni e la manutenzione potrebbero essere portate a termine immediatamente. Queste attività potrebbero andare dall'adattamento della giusta sella e dell'altezza del manubrio, alla riparazione o sostituzione di gomme forate o dei freni.

I tipi possibili di organizzazione possono essere i seguenti:

- convenzione con un venditore/riparatore di biciclette nelle vicinanze;
- i dipendenti svolgono il lavoro per se stessi (l'azienda fornisce gli spazi per il deposito e per le riparazioni);
- l'azienda può acquistare uno stock di biciclette da mettere a disposizione dei dipendenti per gli spostamenti di servizio (come già avviene), con l'opzione d'uso personale. Secondo la disponibilità, i dipendenti possono trattenere la bicicletta nelle ore serali e per recarsi al lavoro il mattino successivo.

### **3.2 Trasporto collettivo**

Le possibilità di miglioramento della qualità del trasporto collettivo possono riguardare:

ridurre la distanza da percorrere per raggiungere il sistema di trasporto pubblico tramite l'installazione di una nuova fermata di fronte all'entrata principale dell'azienda;

accrescere la sicurezza della strada da percorrere a piedi fino alla fermata o stazione: servizi di pulizia della strada e di messa in sicurezza, illuminazione serale e controlli di sicurezza pubblica;

rendere più confortevole l'attesa alle fermate dell'autobus o alle stazioni ferroviarie: fornire servizi e svaghi (negozi di libri o rivendita giornali, bar o snack bar, ecc.) possibilità di attendere i mezzi seduti, al coperto e in uno spazio pulito, con un cestino per i rifiuti, un telefono pubblico, illuminazione serale, un servizio di sicurezza adeguato;



possibilità di ottenere informazioni più precise sul servizio di trasporto alla fermata, stazione o presso il posto di lavoro;

migliorare la qualità del tempo speso sul veicolo: pulizia, un posto a sedere, garanzie di sicurezza, riduzione del rumore e degli scossoni e vibrazioni, offerta di giornali gratuiti, distributori automatici di bibite calde e fredde, sul veicolo, ecc.

L'ente può organizzare la vendita di biglietti nelle sedi frequentate dai dipendenti, acquistando biglietti/abbonamenti del trasporto pubblico e vendendoli presso i settori.

### 3.3 Il Car Sharing (auto in multiproprietà)

*In Italia, alcune città hanno già attivato un servizio efficiente di car sharing (Milano, Bologna, Torino, Venezia e altre) dove il servizio è in funzione e conta alcune centinaia di iscritti. Sono persone che hanno deciso di abbandonare il "possesso" della seconda e terza macchina ed i relativi costi di gestione che un'autovettura comporta. In questo caso hanno a disposizione, ogni volta che lo desiderano, un'auto che soddisfa quelle necessità non modali, improvvisate o di carattere puntuale che obbligavano fino ad ora all'acquisto di più veicoli.*



Logo dell'iniziativa car-sharing a Milano

*I costi del car sharing variano secondo il tipo di vettura e i percorsi.*

*A titolo esemplificativo si può dire che per utilizzare una Fiat Punto in città nella fascia oraria dalle 8 alle 21 si spende una tariffa fissa di 2 € più 0,20 centesimi*

Si tratta di un nuovo servizio per il quale si sta elaborando un progetto di attuazione anche per la città di Brescia. Si tratta di una vera e propria alternativa al possesso individuale di un veicolo (autovettura privata o auto aziendale), venendo incontro a tutte le necessità di spostamento, normalmente soddisfatte con l'auto di proprietà, in qualsiasi momento del giorno e della notte.

Gli aderenti all'organizzazione di Car Sharing, infatti, possono accedere all'uso di una flotta di veicoli attraverso una semplice prenotazione (anche all'ultimo minuto) e sostenendo i costi in base ad una tariffa oraria e chilometrica.

Il servizio è accessibile 24 ore su 24 ed il tipo di veicolo prescelto può avere diverse caratteristiche (dall'utilitaria, alla smart, una setteposti, fino alla vettura di rappresentanza), un veicolo, specificando l'orario di presa e di riconsegna. Essi si recheranno quindi al posteggio indicato, ove, grazie ad una scheda o ad una semplice chiave, potranno accedere direttamente all'auto richiesta.

Dopo l'uso e dopo aver parcheggiato l'auto nuovamente nel suo posteggio, i dati di utilizzo (chilometri percorsi e tempo impiegato) saranno registrati da sistemi automatici o manualmente.

I costi, proporzionali al chilometraggio effettuato, al tempo d'impiego e al tipo di veicoli utilizzati, sono addebitati a periodi fissi. Questi costi, insieme all'eventuale quota d'iscrizione e alla quota di adesione annuale, coprono, oltre all'uso e al carburante consumato, tutti i servizi forniti dalla società: pulizia, riparazione e manutenzione dei veicoli, assicurazione, parcheggio, servizi accessori, ecc.

Il servizio fornito è effettivamente molto flessibile: il 90% delle prenotazioni "last minute" sono soddisfatte secondo la richiesta o con un veicolo in un altro parcheggio nelle vicinanze.

Numerosi sono i vantaggi, sia individuali sia sociali, derivanti dalla maggiore razionalità nell'uso collettivo di un'auto di proprietà, che rimane mediamente inutilizzata per più di 20 ore al giorno. In questo tempo, oltre ad occupare

della lunghezza del percorso. Il pagamento avverrà comodamente alla fine del mese tramite conto corrente bancario.

spazio, il possesso dell'auto determina costi fissi (acquisto e ammortamento, manutenzione, parcheggio, ecc.) che pesano per circa due terzi sul costo di gestione totale.

Il Car Sharing permette di utilizzare più razionalmente e per un lasso di tempo giornaliero più alto i veicoli. Con ciò diminuisce il numero di auto necessarie pro capite e lo spazio per la loro sosta. Inoltre, i costi fissi vengono suddivisi tra più utenti, con una possibile riduzione notevole delle spese individuali.

### **3.4 Il Taxi collettivo**

Il taxi collettivo è un sistema di trasporto urbano personalizzato per passeggeri e merci, organizzato su chiamata estemporanea o su prenotazioni puntuali o fisse (cioè con percorsi ed orari invariati).

Il termine taxi collettivo può essere usato per designare una famiglia di sistemi di trasporto pubblico personalizzato consistenti in servizi di qualità e complessità crescenti. Qui di seguito si indicano le principali soluzioni ipotizzabili.

taxibus: veicolo da 9-12 posti che effettua lo stesso percorso di un autobus di linea, possibilmente lungo itinerari protetti raccogliendo e depositando i passeggeri a richiesta, anche non in corrispondenza delle fermate: è più comodo (posto a sedere garantito), più veloce (può saltare parecchie fermate, ma in genere parte quando ha raggiunto un certo numero di passeggeri (3-5) e costa più caro del normale autobus di linea;

servizi a chiamata: servizio pubblico complementare per zone a domanda debole o ore di morbida. Servizio personalizzato con pulmino (9-12 posti) o vettura monovolume (5-6 posti) che integra il trasporto di massa su zone e in orari che non conviene servire con mezzi di grandi dimensioni. Funziona su prenotazione o con deviazione di percorso a chiamata.

### **3.5 Il Car Pooling (auto ad alta occupazione)**

Per car pooling si intende l'utilizzazione contemporanea della stessa auto da parte di più persone, su un percorso comune. È una soluzione particolarmente adatta per gli spostamenti sistematici.

Si tratta di una soluzione potenzialmente molto efficace, infatti, l'attuale tasso di occupazione delle autovetture è nell'ordine di 1,25 persone per auto. Cioè il trasporto di 100 persone richiede 80 autovetture. La media di due persone per veicolo comporterebbe la circolazione di 50 autovetture ogni 100 persone con una riduzione di traffico pari al 38% (30 auto in meno su 80).

L'efficacia di un sistema di questo tipo, è strettamente connessa con il coinvolgimento dei dipendenti e con le abitudini consolidate negli spostamenti giornalieri per e dal posto di lavoro.

Il ruolo dell'Amministrazione Comunale potrebbe essere determinante nel favorire il carpooling nella misura in cui il car pooling diventa una delle misure di limitazione alla circolazione nelle zone in cui si superano i livelli di inquinanti.

### SERVIZIO DI CARPOOLING

Citta' di Roma



Comune di Brescia  
Ufficio del Mobility Manager  
Tel. 030.297.87.37  
Fax 030.297.87.40  
e-mail: [mobility.manager@comune.brescia.it](mailto:mobility.manager@comune.brescia.it)  
[www.comune.brescia.it/mobility.manager/](http://www.comune.brescia.it/mobility.manager/)

**Cos'è** Il Comune di Roma, in merito alla progettazione e sperimentazione di iniziative volte a dare servizi ai cittadini e alle imprese, ha deciso di avviare la sperimentazione operativa di uno studio, finanziato dalla Comunità Europea per Roma, sul **Carpooling**, cioè su un sistema di trasporto con mezzo privato organizzato da lavoratori, tutti guidatori, di Aziende situate in zone di traffico intenso.

**Cosa prevede**

Detto sistema prevede la formazione di equipaggi di tre o più persone in autoveicoli privati organizzati e gestiti negli spostamenti da un centro operativo, al fine di diminuire la circolazione dei veicoli nelle zone a più alta densità di traffico con un impatto positivo sull'ambiente, riducendo altresì le spese dei viaggi sistematici di coloro che usufruiranno di tale servizio.

Per tale sperimentazione sono previsti vantaggi per i singoli utenti ed anche per le Aziende che, a volte, affrontano costi per la mobilità del personale.

**Come funziona ora**

La zona del Campidoglio è stata prescelta quale area di sperimentazione iniziale del progetto ed è sicuramente un punto ove esistono scarse possibilità di parcheggiare la propria autovettura.

La sperimentazione di questo provvedimento può essere messa in relazione ad incentivi legati per esempio al non pagamento delle aree di sosta interne all'azienda per chi aderisce al car pooling.

Fra le esperienze di promozione del carpooling in Italia citiamo l'esempio del comune di Roma che ha messo a disposizione dei propri dipendenti un servizio informativo (apposito software) per la costituzione degli equipaggi.

### 3.6 Gestione ed utilizzo del parco mezzi aziendale

Un'azienda può rimpiazzare i vecchi veicoli di sua proprietà con altri nuovi, a basso consumo energetico e meno inquinanti. Queste possono essere semplicemente auto nuove o anche veicoli GPL/ gas metano o auto elettriche.

Un'ulteriore possibilità è di incoraggiare i dipendenti stessi a scegliere auto non inquinanti e che contribuiscono al risparmio energetico assegnando loro dei bonus per l'acquisto dei mezzi privati (all'interno dei rimborsi delle spese di viaggio).

Apprendere a guidare più responsabilmente e con minore dispendio di consumi è raccomandabile non solo negli spostamenti casa-lavoro, ma anche per quelle aziende con un elevato parco auto o che lavorano nel settore dei trasporti. Il concetto base è che i consumi possono essere diminuiti con una guida più calma e che, se si mantiene una ragionevole distanza dai mezzi che precedono si possono ridurre il numero di "stop and go". Questa attività è spesso nota sotto il nome di "ECO-Driving courses" (corsi di guida ecologica). Questi corsi possono essere organizzati con l'aiuto di esperti esterni. L'informazione può essere diffusa durante le riunioni di lavoro o sotto forma scritta (depliant, manuali, ecc.).

Accanto ai corsi di guida ecologica, si può pensare di dotare le vetture di alcuni strumenti tecnici, ad esempio un display del consumo di carburante.

Per incentivare una mentalità di guida responsabile e rispettosa dei consumi, si può arrivare a premiare alcuni conducenti dell'azienda.

### 3.7 Ticket Trasporto

Si tratta di una proposta recentemente presentata da Euromobility. Il Ticket Trasporto è un voucher, concepito in analogia con il Ticket-Restaurant, attraverso il quale le aziende possono contribuire in toto, oppure in parte, alle spese per il trasferimento dall'abitazione al luogo di lavoro, usufruendo di un efficace servizio in outsourcing, privo di oneri fiscali e previdenziali sia per l'azienda, che per il dipendente.

Ticket Trasporto (nella figura un fac-simile della ditta Accor-services), rappresenta uno strumento di grande potenzialità in mano al Mobility



Comune di Brescia  
Ufficio del Mobility Manager  
Tel. 030.297.87.37  
Fax 030.297.87.40  
e-mail: [mobility.manager@comune.brescia.it](mailto:mobility.manager@comune.brescia.it)  
[www.comune.brescia.it/mobility.manager/](http://www.comune.brescia.it/mobility.manager/)

Manager che, nel piano di spostamenti casa-lavoro, dopo aver analizzato la domanda, deve solo stabilire con l'azienda il valore da attribuire al benefit.

Il meccanismo:

- Il soggetto che offre il servizio Ticket-Trasporti all'azienda, si occupa della sottoscrizione delle convenzioni con gli operatori di trasporto ed emette i Vouchers;
- L'azienda provvede alla distribuzione dei voucher al personale dipendente
- Il dipendente utilizza i voucher per l'acquisto di titoli di viaggio validi per i vettori convenzionati

Vantaggi per l'azienda:

Fiscali: spesa per prestazioni di lavoro interamente deducibili

Gestionali: servizio gestito e amministrato outsourcing

Flessibilità: strumento in grado di rispondere alle esigenze di aziende di ogni dimensione

Rafforzamento dell'immagine aziendale

Attenzione per le risorse umane

Vantaggi per il dipendente:

Convenienza fiscale: non costituisce reddito da lavoro

Facilità di utilizzo: può essere utilizzato per coprire i costi di trasporto casa-ufficio

Gratificazione: sensibilità dell'azienda nei confronti dei dipendenti

### **3.8 Il Telelavoro**

È la possibilità da parte di un dipendente, di svolgere lavoro da casa, mediante una postazione informatica (computer portatile) in alcuni giorni della settimana. L'idea è quella di sperimentare un migliore impiego ed una maggiore flessibilità organizzativa del personale, perseguendo una cultura gestionale orientata al lavoro per progetti, obiettivi e risultati.

Obiettivi del progetto:

- Ridurre gli spostamenti fisici di alcuni lavoratori e quindi del traffico e dell'inquinamento
- Facilitare l'integrazione lavorativa e l'accesso ai servizi, di soggetti disabili
- Migliorare gli standard qualitativi di vita dei dipendenti, consentendo pari opportunità di lavoro tra soggetti diversi e maggior possibilità di presidio familiare.

Es: Comune di Como, Pubblica amministrazione: 2 lavoratrici dell'Ufficio Personale addetti alla contabilità paghe; inizio gennaio 2001, fase di sperimentazione prolungata fino a dicembre 2003 con interesse da parte di altre lavoratrici ad intraprendere il telelavoro.

## 4 FASI DI ATTUAZIONE DEL PIANO DEGLI SPOSTAMENTI CASA LAVORO PSCL

### 4.1 Fase di Analisi e informazione

#### 4.1.1 Caratteristiche dell'azienda (unità locale).

La fase iniziale del lavoro del MM Aziendale è quella di raccogliere dei dati sull'azienda cui appartiene. Si dovranno effettuare delle valutazioni specifiche, in sinergia con i relativi responsabili di settore, sull'assetto strutturale e sulla disponibilità aziendale a supportare le iniziative di competenza del MM Aziendale. Il questionario fornito dal MM d'Area (vedere Figura 2) serve per uno screening iniziale dell'azienda ed è volto a raccogliere le seguenti informazioni:

- esistenza e caratteristiche di servizi di trasporto dedicati al personale aziendale e loro adeguatezza;
- esistenza di eventuali servizi di trasporto collettivo privato dedicati al personale, anche di aziende limitrofe per ubicazione di stabilimenti;
- offerta di parcheggio nei piazzali aziendali e grado di occupazione;
- risorse aziendali da utilizzare per rendere massimamente efficaci le attività del MM Aziendale.

#### 4.1.2 Questionario aziendale

E' finalizzato alla raccolta delle informazioni sulle caratteristiche dell'azienda o dell'unità operativa oggetto dell'elaborazione del piano degli spostamenti casa-lavoro.

Le informazioni utili riguardano aspetti relativi a:

- le dimensioni;
- la localizzazione;
- aspetti organizzativi;
- caratteristiche dei servizi di trasporto (parcheggi , fermate, linee bus, pista ciclabili, esistenza di servizi accessori).

#### 4.1.3 Questionario ai dipendenti

Tale attività rappresenta l'inizio del confronto con i dipendenti dell'Ente/Azienda. In questa fase vengono acquisite le informazioni necessarie per definire il quadro delle relazioni di traffico casa-lavoro relative ad ogni sede aziendale.

L'attività dovrà essere espletata dal MM Aziendale in sinergia con il settore dell'azienda che si occupa della gestione del personale. Quest'ultimo dovrà fornire gli elementi necessari per inquadrare il personale dipendente in

relazione a: residenza; tipologia di turnazione aziendale, orari, sede di lavoro;

Il questionario è finalizzato alla ricostruzione delle principali caratteristiche *spaziali* (luogo di lavoro, luogo di domicilio, luogo di interscambio), *temporali* (tempi di spostamento ed orari di lavoro), *modali* (mezzi di trasporto utilizzati), *comportamentali* (motivazioni delle scelte sui modi di spostamento casa-lavoro), altre *caratteristiche personali* (sesso, età, condizioni familiari, propensione a modificare i propri comportamenti),...

Il MM Aziendale è supportato nell'attività dall'Ufficio del Mobility Management del Comune di Brescia che mette a disposizione un software per la registrazione delle schede questionario.

Le risposte dei questionari dovranno essere digitate in un apposito archivio informatico utilizzando il software fornito. Per facilitare questa fase di imputazione nel questionario le domande saranno già codificate.

Il database fornito, disaggregato secondo i criteri enunciati (elaborato in forma anonima per quanto disposto dall'attuale normativa sulla tutela della privacy), consentirà di effettuare delle prime valutazioni generali sulla distribuzione sul territorio e nel tempo della forza lavoro e il rapporto possibile con i servizi di trasporto esistenti.

#### 4.1.4 Elaborazione dei dati

L'archivio dati sarà consegnato su supporto informatico al MM d'Area, che provvederà alla elaborazione dei dati e al calcolo degli indicatori. Successivamente i risultati, opportunamente elaborati, saranno consegnati al MM Aziendale, che li utilizzerà per avanzare le prime proposte di piano, da discutere nella successiva fase di confronto.

In particolare, sarà possibile effettuare alcune prime valutazioni statistiche, analizzando in termini quantitativi e percentuali le risposte. Le elaborazioni più rilevanti saranno:

- analisi di rappresentatività statistica delle risposte pervenute (quota di risposte su numero di addetti per luogo di lavoro, ecc.);
- rappresentazione della distribuzione territoriale delle residenze del personale;
- analisi delle modalità di trasporto utilizzate;
- individuazione delle principali problematiche dell'attuale servizio di trasporto collettivo distinte per relazione di traffico;
- esame ed aggregazione dei suggerimenti orientati al miglioramento del servizio di trasporto pubblico;
- analisi della predisposizione al car-pooling (come conducente, o come trasportato) per zona di provenienza, unità produttiva di destinazione e turno di lavoro;
- analisi della predisposizione all'uso dei mezzi alternativi proposti.

#### 4.1.5 Analisi dell'offerta di trasporto

Il MM Aziendale dovrà effettuare le analisi e le verifiche preliminari sull'offerta di trasporto, relativamente alle fasce orarie di interesse del personale aziendale, e avrà cura di apportare le eventuali integrazioni ed osservazioni agli elaborati forniti. In particolare, dovrà condurre le seguenti attività:

- descrizione dell'attuale assetto dell'accessibilità aziendale.
- analisi della situazione della rete viaria di collegamento con i nodi del trasporto pubblico e con la rete stradale principale;
- analisi dell'offerta di parcheggio su suolo pubblico e dei livelli di occupazione;
- presenza di piste ciclabili.

#### 4.1.6 Informazione ai potenziali utenti interessati dalle diverse iniziative

La fase informativa, finalizzata a stimolare l'interesse e la collaborazione del personale aziendale, risulta essenziale ai fini della riuscita della campagna di indagini e quindi del PSCL. E' una fase di grande importanza, che accompagna l'intero iter progettuale:

### 4.2 Fase di progetto

La fase progettuale riguarda la proposta di specifiche attività e di interventi per il miglioramento della mobilità dei dipendenti ed al miglioramento delle condizioni di accessibilità dell'unità operativa aziendale:

I tipi di attività proposti fanno riferimento a tutti i possibili livelli di intervento di tipo organizzativo e strutturale che possono favorire un migliore assetto della mobilità secondo gli obiettivi dello sviluppo sostenibile.

Diversi esempi sono rintracciabili nelle presenti linee guida ed in altri materiali che documentano i risultati di diverse esperienze già condotte in questo settore.

La formulazione delle proposte progettuali deve scaturire da:

- un'analisi delle caratteristiche dei lavoratori, in termini di luoghi di domicilio, abitudini, sensibilità agli aspetti ambientali, organizzazione familiare, ecc...;
- un'organizzazione delle iniziative identificando "ambiti specifici di intervento" e l'identificazione di "gruppi obiettivo", sui quali focalizzare ed incentivare la campagna promozionale;
- la produzione di materiale informativo da distribuire all'interno dell'azienda, attraverso comunicazioni ai dipendenti, bacheche informative sito interne (o intranet);
- la distribuzione di materiale informativo prodotto da enti di gestione e pianificazione;



- il contatto continuo con altri MM Aziendali e con il MM d'Area, allo scopo di coordinare idee e iniziative.

#### **4.3 Fase di confronto**

Si tratta di una fase finalizzata alla discussione delle proposte nell'ambito dell'azienda, in collaborazione con il MM d'area ed i soggetti interessati all'attuazione (es. azienda di trasporto) per verificarne la fattibilità e la congruenza relativa con le altre iniziative analoghe (i PSCL delle altre aziende).

#### **4.4 Fase attuativa**

Il PSCL, secondo quanto stabilito dal decreto costitutivo (D.M. 27/03/98), viene adottato dalle singole aziende o dagli enti pubblici, viene trasmesso al comune entro il 31 dicembre di ogni anno. Entro i 60 giorni successivi vanno sottoscritti eventuali accordi di programma necessari alla sua attuazione.

## **A.1. Partecipazione di aziende in progetti di pianificazione – Locarno (CH)**

### **A.1.1 Contesto**

Nell'ambito dell'elaborazione del Piano Regionale dei Trasporti della zona estesa di Locarno fu costituito un gruppo di lavoro con rappresentanti delle imprese più importanti della regione, dei trasporti pubblici e delle autorità comunali.

### **A.1.2 Obiettivi e strategie**

L'obiettivo generale era quello di elaborare e di avviare delle proposte per incentivare l'uso del trasporto pubblico presso i dipendenti per gli spostamenti casa lavoro. In una prima seduta si discussero degli attuali ostacoli per un maggior uso dei mezzi pubblici. Le indicazioni emerse furono:

individualismo garantito dall'auto,  
dispersione delle località di partenza e delle località di arrivo dei pendolari,  
prezzi elevati dei trasporti pubblici,  
mancanza di una comunità tariffaria,  
importanti zone industriali non servite dal trasporto pubblico,  
pendolari che dispongono di parcheggi gratuiti presso le aziende.

Da questi ostacoli emersero le seguenti conseguenze che furono inserite nel Piano come strategie da seguire:

necessità di coordinare la domanda di trasporto delle maestranze delle diverse aziende riunendola nello spazio e nel tempo,  
istituzione della comunità tariffaria,  
riduzione delle tariffe dei trasporto pubblico tramite una maggior collaborazione tra grandi imprese industriali e aziende regionali dei trasporti,  
allacciamento con il trasporto pubblico delle zone industriali non servite,  
allacciamento con piste ciclabili delle zone industriali non servite,  
nuovi modelli di gestione dei posteggi aziendali congiuntamente alla gestione dei posteggi pubblici comunali.

### **A.1.3 Interventi**

una linea di autobus fu prolungata fino ad una zona industriale importante

*Ambito:*

*zona estesa di Locarno*

**Obiettivi e strategie:** *agevolazione dell'uso del trasporto pubblico*

*Interventi:*

*prolungamento di alcune linee di TP, integrazione con pista ciclabile, sconti e agevolazioni sull'acquisto di abbonamenti*

sull'agglomerato di Locarno,

questa stessa zona fu allacciata con una pista ciclabile,

due delle cinque aziende partecipanti al gruppo di lavoro si dichiararono disposte a sovvenzionare con SFR 50 l'abbonamento annuale del trasporto pubblico per dipendenti con residenza nell'agglomerato di Locarno. L'impresa di trasporto pubblico regionale dichiarò allo stesso tempo di concedere uno sconto di SFR 100 per l'abbonamento annuale. Il costo dell'abbonamento annuale urbano era di SFR 400, ridotti a SFR 250, con la partecipazione sia da parte delle aziende sia da parte dell'impresa di trasporto pubblico.

**Ambito:** Basilea (CH)

**Azienda:** Novartis (18.000 dipendenti nella sede centrale)

**Obiettivi e strategie:** incremento degli spostamenti con la bicicletta

**Interventi:** incrementi dei percorsi ciclabili e dei parcheggi per cicli, incremento del parco cicli aziendale. Azioni di marketing con premi.

## **A.2. Promozione della bicicletta presso la Novartis di Basilea (CH)**

### **A.2.1 Contesto**

La Novartis è una delle più grandi imprese nel settore farmaceutico a livello mondiale. È nata nel 1996 tramite la fusione delle imprese CibaGeigy e Sandoz. Oggigiorno l'impresa occupa più di 90.000 dipendenti in tutto il mondo. Circa 18.000 persone lavorano nella sede centrale di Basilea.

La sede è suddivisa in cinque stabilimenti ripartiti all'interno della città. Insieme occupano più di 100 ha di terreno. Gli spostamenti tra i diversi stabilimenti, insieme con il traffico di transito e con origine e destinazione nella città, causano una elevata densità di traffico attorno ai diversi stabilimenti.

### **A.2.2 Obiettivi e strategie**

Un pilastro importante della politica dei trasporti dell'amministrazione comunale di Basilea fu di diminuire il traffico di attraversamento nelle zone residenziali della città. Le misure principali furono riduzione della velocità, abolizione di parcheggi di lunga durata, introduzione di una rete di piste ciclabili. Proprio con riguardo alle piste ciclabili nacque la collaborazione con la CibaGeigy.

### **A.2.3 Interventi**

Collegamento dei diversi stabilimenti con piste ciclabili

Un gruppo di lavoro interno denominato "Pro Velo - CIBA" composto da dipendenti su ogni livello, dal semplice lavoratore fino al membro della direzione, pianificò assieme alle autorità comunali l'allacciamento dei diversi stabilimenti con piste ciclabili. Il risultato di questo processo continuo è che oggi tutti i cinque stabilimenti sono allacciati tramite piste ciclabili che formano parte integrata della complessiva rete comunale.

Adattamenti infrastrutturali all'interno dell'azienda



Le attività del gruppo, sempre sotto supporto della direzione della impresa, si diversificarono. Una seconda iniziativa fu l'ubicazione di parcheggi per le biciclette presso ogni entrata principale dei diversi stabilimenti. Oggi vi sono 4.800 parcheggi per biciclette, di cui 4.400 sono coperti.

Una terza iniziativa fu l'introduzione di una rete di corsie ciclabili nelle aree interne di ogni stabilimento e di soluzioni specifiche (per esempio presso attraversamenti di binari aziendali) per aumentare la sicurezza.

Una quarta iniziativa fu il successivo aumento del numero di biciclette aziendali messe a disposizione per gli spostamenti per motivi di lavoro (per esempio per spostamenti tra i diversi stabilimenti). Oggi il parco di biciclette aziendali è attorno ai 2.600.

Una quinta misura di tipo infrastrutturale fu l'installazione di entrate speciali per utenti di biciclette collocate direttamente presso le entrate degli stabilimenti e con diretto accesso alla rete di piste ciclabili.

Azioni di marketing per la promozione dell'uso della bicicletta

Il gruppo "Pro Velo Ciba" fu però anche il principale attore nello sviluppo e nell'attuazione di azioni di marketing per promuovere l'uso della bicicletta presso i dipendenti.

L'azione di marketing più importante fu quella svolta nel 1989. Chi dei dipendenti era disposto a rinunciare volontariamente ad un parcheggio macchina ricevette in cambio una bicicletta nuova del valore di SFR 700. L'azione ebbe un successo enorme. Ca. 400 dipendenti rinunciarono al parcheggio di cui secondo regolamento ne avevano diritto.

Ogni anno a partire dal 1979 la Novartis proclama il cosiddetto "gioco della Bicicletta" o "la settimana della bicicletta" dove vengono svolte delle attività specifiche attorno per la bicicletta. Nel 1996 per esempio, ogni dipendente che arrivò con la bicicletta al lavoro ricevette un piccolo astuccio con utensili per piccole riparazioni e la possibilità di partecipare ad una lotteria dove furono distribuiti buoni del valore di SFR 3.500.

Un'altra azione di marketing nell'ambito del giorno della bicicletta fu la distribuzione gratuita a ca. 3.900 dipendenti ciclisti della vignetta annuale obbligatoria nel valore di SFR 15 per vignetta.

In più la Novartis possiede un'officina interna, dove i dipendenti possono far riparare le loro biciclette private gratuitamente. Docce e spogliatoi per i dipendenti ciclisti esistono in ogni stabilimento.

Altre misure

Parallelamente alla promozione della bicicletta il numero di posteggi macchina all'interno dei singoli stabilimenti della Ciba Geigy fu continuamente ribassato (1970: 4.200; 1995: 3.250). Il regolamento di parcheggio introdotto prevede che i dipendenti che sono in grado di arrivare da casa propria allo stabilimento con il mezzo pubblico entro 45 minuti non

hanno diritto ad un posteggio permanente ma solo a 15 permessi giornalieri per anno. In realtà ca. il 45% dei dipendenti non ha diritto ad un posteggio aziendale. Il resto dei dipendenti può parcheggiare gratuitamente senza però avere un posteggio assicurato. Solo per le comunità di trasporto, ossia i Car Poolers, vi sono un numero di posteggi riservati in zone privilegiate. Gli stabilimenti sono allacciati in modo ottimale al servizio di trasporto pubblico esistente, basato principalmente su una rete tranviaria con servizio cadenzato. Le fermate sono ubicate direttamente presso le entrate degli singoli stabilimenti.

Il punto forte delle attività da parte dell'azienda per ridurre gli spostamenti casa – lavoro con la propria macchina restano però tutte le attività svolte attorno alla bicicletta.

#### A.2.4 Risultati ottenuti

Dati sulla promozione della bicicletta	1970	1997
numero dipendenti	12.400	17.000
numero di pendolari ciclisti	500	4.630
numero di pendolari ciclisti durante l'anno intero	80	3.100
numero di dipendenti che usano la bicicletta per motivi di lavoro	?	1.000
numero di biciclette aziendali	360	2.600
numero di posteggi biciclette	400	4.800
di cui numero di posteggi protetti	350	4.400
km di corsie ciclabili nelle aree interne	0	2,5 km

**Ambito:** Bochum (D)

**Azienda:** Nokia (2.600 dipendenti)

**Obiettivi e strategie:** incremento dell'offerta di trasporto pubblico

**Interventi:** estensione della rete ferroviaria, estensione dei servizi, e ammodernamento del parco mezzi.

### **A.3. Nokia – Bochum (D)**

#### **A.3.1 Contesto**

Azienda con circa 2.600 dipendenti.

Mancanza di connessione diretta del trasporto pubblico con le conurbazioni di Bochum e Gelsenkirchen.

#### **A.3.2 Interventi**

Associazione Pubblico – Privato

Il perfezionamento dell'accessibilità all'insediamento Nokia attraverso una migliore connessione ferroviaria, cofinanziata dalla Verkehrsverbund (Associazione del Trasporto), la Deutsche Bahn (Ferrovie Tedesche) e la Nokia, in consorzio, ha portato ai seguenti miglioramenti:

- modernizzazione del parco mezzi ferroviari
- estensione della rete ferroviaria, fornendo così le connessioni dirette all'insediamento
- più veloci tempi di spostamento
- introduzione dei servizi per il weekend
- servizi più frequenti nelle ore di punta
- migliorie alle fermate/stazioni ferroviarie

Valore aggiunto

Nokia ha avuto l'opportunità di pubblicizzare veicoli

Nokia è stata presente sulle copertine dei maggiori mezzi d'informazione, comprese pubblicazioni regionali e professionali

Una stazione ferroviaria porta ora il nome "Nokia".

#### **A.3.3 Risultati**

Il numero di passeggeri è più che quadruplicato.

**Ambito:** Stockport (UK)

**Azienda:** Ospedale di Stepping Hill (3.000 dipendenti)

**Obiettivi e strategie:** incremento del servizio di TP. Promozione dell'uso della bicicletta e del car-pooling.

**Interventi:** noleggio cicli e offerta spogliatoi e docce, sconti su biglietti e abbonamenti del TP, revisione tariffe dei parcheggi.

### **A.4. Stockport – Hospital Trust (UK)**

#### **A.4.1 Contesto**

Ospedale di Stepping Hill (UK), con circa 3.000 dipendenti, introduce un proficuo piano di trasporto sostenibile multimodale.

Si tratta di un Distretto Generale Ospedaliero Medio/Grande, con servizi in aumento che includono: accettazione di servizi chirurgici di tipo ambulatoriale, aumento delle attività oltre a sviluppo degli edifici all'interno della localizzazione, aumento delle pressioni per la riduzione della capacità del parcheggio auto. Il posto risente pesantemente della congestione di auto nonostante le infrastrutture del trasporto locale.



#### A.4.2 Obiettivi e strategie

Istituzione di un gruppo di lavoro interno all'ospedale, preposto al trasporto e ai contatti con l'amministrazione locale e coi gestori privati del trasporto.

Il gruppo di lavoro ha ottenuto:

collaborazione con l'amministrazione locale per la fornitura di corridoi di autobus di qualità e di corsie per autobus

proposta di una stazione ferroviaria da costruirsi in luogo adiacente e attraverso un collegamento ferroviario

proposta di istituzione di una via all'Ospedale per i servizi Est/Ovest a completamento dei servizi soddisfacenti della Nord/Sud già esistenti

mappatura dei pazienti in uscita per poter discutere con gli operatori locali del trasporto pubblico e privato in merito all'istituzione di servizi di autobus supplementari

#### A.4.3 Interventi

Promozione del trasporto collettivo dell'auto - car pooling

Schema di noleggio/leasing di biciclette

Miglioramento dei servizi di docce e ripari per biciclette

Sconti sui biglietti dell'autobus (oltre al sussidio per il personale)

Connessione per l'autobus costruito sul sito

Revisione delle tariffe di parcheggio (per il personale e per i visitatori)

Mappatura del codice postale dei dipendenti affidato al "Greater Manchester Passenger Transport Executive" per lo studio dei modi di viaggio pendolare dei dipendenti

Istituzione di un fondo unificato della sede del "Green Travel Co-ordinator" con "Stockport Metropolitan Borough Council"

#### A.4.4 Risultati

circa 150 membri (5%) del personale iscritti allo schema del car-sharing

130 biciclette noleggiate al personale

miglioramento della fornitura di chiavi per biciclette e gabbie/cabine per biciclette

accordo con la Direzione dei servizi del sito per l'acquisto di nuove biciclette, da inserirsi nello schema di ogni reparto, utilizzando le entrate dei parcheggi a pagamento, e ciò per snellire la lista d'attesa.

le entrate provenienti dal parcheggio a pagamento contribuiscono anche alla fornitura di pieghevoli promozionali e ai sussidi per i biglietti degli

autobus.

**Ambito:** Malle (B)

**Azienda:** Ecover (30 dipendenti)

**Obiettivi e strategie:** promuovere l'immagine ecologica dell'azienda

**Interventi:** incentivi economici agli utenti dei modi di trasporto ecologici.

## **A.5. Ecover, Malle (B)**

Si tratta di una piccola azienda con 30 dipendenti.

### **A.5.1 Obiettivi e strategie**

Proteggere quanto più possibile l'ambiente

Promuovere e rafforzare l'immagine ecologica dell'azienda (l'aspetto ecologico non deve essere riferito obbligatoriamente al tipo di produzione o dei servizi forniti).

### **A.5.2 Interventi**

L'Azienda ha implementato un sistema di rimborsi e di misure ad essi associate con particolare attenzione agli utenti della bicicletta.

i dipendenti che fanno uso dell'auto privata per recarsi al lavoro ricevono 0,12 €/km (il rimborso è corrisposto solo per piccole vetture e piccoli veicoli commerciali)

i dipendenti utenti del car-pooling (uso collettivo dell'auto privata) sia il conducente che i passeggeri ricevono un rimborso 0,12 €/km, indipendentemente dalla dimensione dell'auto

i dipendenti che si recano al lavoro in ciclomotore, ricevono 0,25 €/km

i dipendenti che utilizzano la bicicletta ricevono 0,37 €/km

i dipendenti che fanno uso quotidiano dei mezzi di trasporto pubblico, ricevono il rimborso legale che è di circa 0,05 €/km

I servizi particolari per i ciclisti sono:

- docce
- servizio gratuito di lavaggio e asciugatura dei capi di vestiario
- un riparo per biciclette recintato
- attrezzatura per la riparazione delle gomme di biciclette
- disponibilità di una bicicletta di riserva

### **A.5.3 Risultati**

Solo 6 dei 30 dipendenti si recano al lavoro in auto da soli. Questi 6 sono dipendenti del settore amministrativo. I restanti 24 dipendenti si recano al lavoro in bicicletta o sono utenti del car-pooling. Le motivazioni che portano i 6 dipendenti che utilizzano l'auto privata da soli sono principalmente dovute ad un orario di lavoro irregolare, e agli impedimenti innegabili alla condivisione dell'auto con altri colleghi. In caso di cattive condizioni atmosferiche (inverno), alcuni ciclisti fanno uso di altri mezzi di trasporto.