

Dicembre 2008

*Area Monitoraggio del Territorio e Infrastrutture,
Organizzazione Zonale*

Buone pratiche di mobility management aziendale

AMBIENTE

BUSINESS

COMUNICAZIONE

CONFRONTI

CULTURA D'IMPRESA

DIRITTO SOCIETARIO

ENERGIA

FINANZA

FISCO

FORMAZIONE

GARE E APPALTI

GIOVANI E SCUOLA

INFORMATION TECHNOLOGY

**INFRASTRUTTURE
E TRASPORTI**

INNOVAZIONE

INTERNAZIONALIZZAZIONE

LAVORO

POLITICA INDUSTRIALE

PREVIDENZA E ASSISTENZA

PRIVACY

RELAZIONI INDUSTRIALI

STUDI E RICERCHE

QUALITÀ

SICUREZZA
SALUTE E PREVENZIONE

URBANISTICA

UTILITIES

VITA ASSOCIATIVA



DISPENSE ASSOLOMBARDA è una collana che completa i servizi di informazione e assistenza offerti dall'Associazione ai propri associati per affrontare con successo la gestione dell'impresa. La collana raccoglie contributi e strumenti dedicati ai diversi ambiti della vita e della cultura aziendale.

L'opera, in tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sui diritti d'autore.

Buone pratiche di mobility management aziendale

(a cura di Andrea Agresti)

Indice

Prefazione	7
Introduzione	8
1. Temi e azioni di mobility management	9
1.1. La comunicazione efficace della mobilità sostenibile	9
1.2. Il servizio di navette per i dipendenti	9
1.3. La gestione degli abbonamenti ai mezzi pubblici dei dipendenti	10
1.4. La gestione e l'implementazione del car pooling	10
1.5. L'implementazione dell'e-work e del telelavoro	11
1.6. La promozione del trasporto privato "pulito"	11
1.7. La realizzazione di servizi complementari alla persona	12
1.8. Situazione e prospettive del mobility management	13
2. Esempi di buone pratiche aziendali di mobility management	14
Appendice	57
A.1 Ringraziamenti	58
A.2 Presentazione Partner	59

Prefazione

Questa dispensa vuole essere uno strumento conoscitivo che raccoglie, senza alcuna pretesa di esaustività, alcune esperienze significative di mobility management realizzate negli ultimi anni da imprese associate ad Assolombarda.

La finalità è duplice: da un lato, dare visibilità alle imprese che hanno sviluppato o vogliono sviluppare azioni di mobility management, al fine di diffondere una cultura aziendale della mobilità sostenibile, informare sui progetti già avviati o in fase di avvio e creare eventuali ulteriori occasioni di partnership aziendali; dall'altro, mettere in luce i fattori di successo e le criticità nello sviluppo delle azioni di mobility management implementate, al fine di fornire un supporto ai decisori pubblici che devono individuare e programmare politiche pubbliche per la mobilità sostenibile.

Per raggiungere questi obiettivi, si è ritenuto opportuno raggruppare le azioni messe in campo dalle imprese in alcune categorie che possiamo definire buone pratiche di mobility management:

- 1) la comunicazione efficace della mobilità sostenibile;*
- 2) il servizio di navette per i dipendenti;*
- 3) la gestione degli abbonamenti ai mezzi pubblici dei dipendenti;*
- 4) la progettazione e l'implementazione del car pooling;*
- 5) l'implementazione dell'e-work e del telelavoro;*
- 6) la promozione del trasporto privato "pulito";*
- 7) la realizzazione di servizi complementari alla persona.*

La dispensa contiene una breve descrizione delle categorie di azioni analizzate e alcune considerazioni sulla situazione e le prospettive del mobility management, oltre alle schede di dettaglio utilizzate per la rilevazione delle azioni implementate dalle singole imprese.

Un vivo ringraziamento infine alle imprese coinvolte nella redazione di questo quaderno e all'Associazione Intermobility per la preziosa collaborazione fornita.

Antonio Colombo
Direttore Generale Assolombarda

Introduzione

La figura del mobility manager viene introdotta per la prima volta in Italia con il Decreto del Ministero dell'Ambiente del 27 marzo 1998 - Mobilità sostenibile nelle aree urbane – il quale prevede che le imprese e gli enti pubblici con singole unità locali con più di 300 dipendenti¹ adottino il piano spostamenti casa-lavoro (PSCL) del proprio personale dipendente e a tal fine nominano un responsabile della mobilità aziendale. Il piano è finalizzato alla riduzione dell'uso del mezzo di trasporto privato individuale e ad una migliore organizzazione degli orari per limitare la congestione del traffico. Il decreto prevede anche che i Comuni istituiscano, presso il proprio Ufficio Tecnico del Traffico, una struttura di supporto e di coordinamento tra responsabili della mobilità aziendale che mantenga i collegamenti con le amministrazioni comunali e le aziende di trasporto.

Successivamente, con il Decreto del Ministero dell'Ambiente del 20 dicembre 2000 - Finanziamenti ai Comuni per il governo della domanda di mobilità – è stabilito che tale struttura di supporto e coordinamento faccia capo al Mobility Manager d'Area (estendendone la competenza anche alla Province, su mandato di singoli Comuni, o ad associazioni di Comuni). Il Mobility Manager d'Area ha, tra gli altri, il compito di: assistere le aziende nella redazione dei PSCL; favorire l'integrazione tra i PSCL e le politiche dell'amministrazione comunale in una logica di rete e di interconnessione modale; verificare soluzioni, con il supporto delle aziende che gestiscono i servizi di trasporto locale, su gomma e su ferro, per il miglioramento dei servizi e l'integrazione degli stessi con altre modalità di trasporto; favorire la diffusione e la sperimentazione di servizi di taxi collettivo, di car-pooling e di car-sharing; fornire supporto tecnico per la definizione dei criteri e delle modalità per l'erogazione di contributi e incentivi diretti ai progetti di mobilità sostenibile; promuovere la diffusione di sistemi e mezzi di trasporto a basso impatto ambientale.

Sulla base di questi riferimenti normativi, quindi, possiamo definire il mobility management come un approccio orientato alla gestione della domanda di mobilità, che sviluppa e implementa strategie volte ad assicurare la mobilità delle persone e il trasporto delle merci in modo efficiente, con riguardo a scopi sociali, ambientali e di risparmio energetico.

Il mobility management rientra all'interno delle attività delle Pubbliche Amministrazioni come aspetto centrale per affrontare e risolvere i problemi di mobilità urbana, mentre costituisce un ambito di applicazione per alcune tipologie di aziende finalizzato a migliorare gli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti e a favorire modalità di trasporto complementari o alternative all'uso dell'auto privata. Le azioni proprie del mobility management sono di tipo "software", cioè non prevedono la realizzazione di nuove infrastrutture, ma si concentrano su iniziative di persuasione, incentivazione, concessione e restrizione.

In particolare, nei capitoli seguenti, verranno illustrate azioni significative di mobility management messe in campo da alcune aziende associate ad Assolombarda, e che concorrono a costituire delle buone pratiche aziendali. I casi analizzati si riferiscono tutti ad imprese di grandi dimensioni, ma buona parte delle azioni proposte possono essere adattate e replicate anche in altri contesti aziendali.

¹ A cui si aggiungono anche le imprese con complessivamente più di 800 addetti ubicate nei Comuni indicati nell'allegato III del decreto del Ministro dell'ambiente del 25 novembre 1994 e tutti gli altri Comuni compresi nelle zone a rischio di inquinamento atmosferico individuate dalle Regioni.

1. Temi e azioni di mobility management

1.1. La comunicazione efficace della mobilità sostenibile

Il successo delle azioni di mobility management dipende strettamente dalla realizzazione di un piano di comunicazione efficace delle attività svolte e delle opportunità per i dipendenti. Le principali azioni di comunicazione messe in campo dalle aziende riguardano: la realizzazione di sezioni della intranet aziendale dedicate al mobility management, la predisposizione di locandine informative sulle bacheche, la realizzazione di totem informativi e interattivi, la messa a disposizione di un indirizzo email specifico del mobility manager per interagire con i dipendenti, l'organizzazione in azienda di eventi sulla mobilità, la distribuzione di materiali informativi tematici.

Per essere realmente efficaci, le azioni di comunicazione necessitano di una implementazione e aggiornamento continui e devono poter permettere ai dipendenti di accedere in maniera facile e veloce ai servizi di mobility management offerti. Inoltre, per il successo del piano di comunicazione, è fondamentale il coinvolgimento di settori specifici aziendali (CED, Settore Comunicazione, Ufficio Acquisti, ecc.) e l'interazione continua con i mobility manager d'area, con i settori specifici delle pubbliche amministrazioni locali e con i gestori del trasporto pubblico.

Proprio l'aspetto di interazione con i soggetti esterni rappresenta la principale criticità riscontrata dalle aziende per il successo e l'efficacia delle azioni di comunicazione.

[Vedere schede di: 3M Italia (pag. 14), Arnoldo Mondadori Editore (pag. 21), AstraZeneca (pag. 23), BT Italia (pag. 27), Eniservizi (pag. 31), SEA (pag. 43), Siemens Italia (pag. 44) Vodafone Omnitel NV (pag. 49)].

1.2. Il servizio di navette per i dipendenti

L'implementazione di servizi di bus navetta per i dipendenti è una delle azioni più frequenti che le aziende localizzate in aree prive o carenti di servizi di trasporto pubblico adottano per favorire gli spostamenti casa-lavoro del proprio personale.

Occorre subito sottolineare che si tratta di servizi che hanno un rilevante impatto sui bilanci aziendali e, pertanto, il costo è una variabile importante per la loro implementazione e per la definizione dei percorsi e delle frequenze. E' per questo che viene vista sempre più con favore, laddove possibile, la realizzazione di navette interaziendali che permettono la possibilità di offrire servizi più efficienti e di soddisfare meglio la domanda, grazie alla riduzione unitaria dei costi e alla razionalizzazione dei percorsi e delle frequenze. Per contro, in questo caso, la maggiore difficoltà è nella fase di progettazione del servizio, che deve tenere conto di più esigenze aziendali. Un'ulteriore possibilità di sviluppo è data dalla compartecipazione al servizio dell'Ente comunale, che in questo caso rappresenta un'azienda tra le aziende e può avere il ruolo di facilitatore nella razionalizzazione dell'intero servizio del trasporto comunale.

Tra i fattori di successo dell'iniziativa è fondamentale, oltre alla gratuità per i dipendenti, che il percorso abbia origine nei grandi nodi del trasporto pubblico (es. stazioni ferroviarie e fermate della metropolitana).

[Vedere schede di: 3M Italia (pag. 15), Arnoldo Mondadori Editore (pag. 21), AstraZeneca (pag. 23), Eniservizi (pag. 32), IBM Italia (pag. 36-37), Oracle Italia (pag. 39), Vodafone Omnitel NV (pag. 50)].

1.3. La gestione degli abbonamenti ai mezzi pubblici dei dipendenti

Le imprese sostengono l'uso dei mezzi pubblici da parte dei propri dipendenti anche con la stipula di convenzioni con i gestori del trasporto e l'adesione a programmi di incentivazione nazionale e/o comunali. Si tratta di un'azione di mobility management che, a fronte di un costo per l'azienda, determina per i dipendenti risparmi rilevanti sul prezzo degli abbonamenti, in quanto si aggiunge alle riduzioni operate dall'azienda di trasporto o dall'ente pubblico di riferimento. Inoltre, la gestione interna alle aziende della pratica consente ai dipendenti di ricevere l'abbonamento direttamente presso la propria azienda, senza la necessità di recarsi presso le rivendite. Il pieno successo dell'iniziativa per i dipendenti dipende, tuttavia, dalla rateizzazione mensile sulla busta paga del costo dell'abbonamento annuale.

Tra le criticità riscontrate dalle aziende si rilevano: la scarsa continuità degli incentivi pubblici, unitamente alla poco chiara informazione sulla cessazione e riattivazione degli stessi; l'esistenza di diversi e ulteriori tipologie di abbonamenti che usufruiscono di incentivi pubblici, ma che non trovano riscontro nelle proposte disponibili per le aziende; la mancanza di un sistema tariffario integrato in grado di definire un biglietto unico in convenzione; la poco chiara normativa fiscale rispetto al trattamento dei contributi aziendali ai dipendenti per l'acquisto degli abbonamenti ai mezzi pubblici.

[Vedere schede di: 3M Italia (pag. 16), Arnoldo Mondadori Editore (pag. 21), AstraZeneca (pag. 23), BT Italia (pag. 29), Eniservizi (pag. 34), IBM Italia (pag. 37), Oracle Italia (pag. 40), SEA (pag. 43), Siemens Italia (pag. 45) Vodafone Omnitel NV (pag. 51)].

1.4. La gestione e l'implementazione del car pooling

Il car pooling è una modalità di trasporto collettivo delle persone che condividono percorso e orari per lo spostamento, con l'obiettivo di ridurre il numero di auto in circolazione.

Alcune aziende, spinte dalla volontà di sostenere questa forma di trasporto, hanno adottato e reso disponibili per i dipendenti dei software in grado di costruire gli equipaggi di car pooling per i dipendenti interessati a condividere l'uso dell'automobile negli spostamenti casa-lavoro. In un caso analizzato l'applicazione è finalizzata alla formazione di taxi collettivi per il trasporto da e per gli aeroporti dei dipendenti aziendali che si spostano per motivi di lavoro.

Non sempre il car pooling ha riscosso un grande successo in azienda, sia per l'oggettiva difficoltà a creare degli equipaggi stabili (occorre risolvere, ad esempio, il problema del trasporto dei dipendenti qualora dovessero sorgere degli imprevisti come la malattia del conducente o la necessità di tornare a casa prima), sia per la difficoltà di mettere in atto un cambiamento culturale che ha come obiettivo la messa in discussione di abitudini consolidate. Emerge quindi, da parte di quasi tutte le aziende che si sono avvicinate al car pooling, l'esigenza di individuare strumenti nuovi per il successo dell'iniziativa, quali potrebbero essere la messa a disposizione di posti auto aziendali oppure la garanzia del trasporto in caso di imprevisti.

[Vedere schede di: 3M Italia (pag. 17), Arnoldo Mondadori Editore (pag. 21), AstraZeneca (pag. 23), Oracle Italia (pag. 41), Vodafone Omnitel NV (pag. 52)].

1.5. L'implementazione dell'e-work e del telelavoro

Grazie al massiccio impiego delle infrastrutture e delle tecnologie telematiche e informatiche, alcune aziende hanno sviluppato modalità di gestione dei rapporti di lavoro con i clienti e con i propri dipendenti in grado di valicare i tradizionali confini fisici e logistici dell'ufficio e di svolgere parte delle attività lavorative in luoghi diversi dai bcali aziendali. Concretamente, l'analisi delle specificità del lavoro svolto dai dipendenti ha permesso di individuare quella parte di popolazione aziendale in grado di svolgere il lavoro da casa, in maniera continuativa od occasionale, attraverso la messa a disposizione delle dotazioni informatiche e di supporto necessarie.

Questa modalità di lavoro, oltre a consentire una migliore gestione del tempo lavorativo e privato, con risvolti positivi in termini di efficacia e flessibilità delle operazioni, permette di ridurre gli spostamenti casa-lavoro e sedi clienti-sedi aziendali, minimizzando altresì i disagi e i costi della mobilità.

Tra i fattori di criticità si rilevano quelli legati al cambiamento culturale legato al superamento degli schemi tradizionali che identificano l'attività con la postazione fisica di lavoro e alla ridefinizione dei rapporti tra le diverse unità organizzative dell'azienda.

[Vedere schede di: AstraZeneca (pag. 23), IBM (pag. 38), Siemens Italia (pag. 46)].

1.6. La promozione del trasporto privato "pulito"

Questo campo di azione vede due tipologie di iniziative promosse da alcune aziende: la promozione dell'uso di automobili aziendali o private dei dipendenti a bassa o nulla emissione e la promozione di forme di mobilità "dolce", in primis quella ciclistica.

In particolare, diverse imprese hanno colto l'opportunità offerta dall'esistenza di incentivi pubblici per la trasformazione dell'impianto di alimentazione da benzina a GPL o metano per le autovetture, attivando una campagna informativa presso i propri dipendenti e aiutandoli nell'istruzione delle pratiche presso gli enti competenti. Questa tipologia di azione, che si regge su contributi pubblici, laddove promossa dall'azienda è stata accolta favorevolmente dai dipendenti, anche se si riscontrano alcune criticità legate soprattutto alla non capillare presenza di distributori GPL e metano sul territorio.

Nello stesso tempo, alcune policy auto aziendali sono andate nella direzione di introdurre auto aziendali a basso o nullo impatto ambientale (green fleet) e di attrezzare i propri spazi di mobilità interna aziendale per la circolazione ciclo-pedonale e per la sosta di auto elettriche e di biciclette. La promozione dell'uso della bicicletta, in uno dei casi analizzati, è stata coadiuvata dalla predisposizione di uno specifico spazio sul sito web aziendale dedicato e dalla distribuzione di kit-bici.

In generale, però, per lo sviluppo della promozione dell'uso della bicicletta nelle aziende è fondamentale dare attuazione all'estensione della rete ciclabile urbana ed extraurbana.

[Vedere schede di: 3M Italia (pag. 18-19), Arnoldo Mondadori Editore (pag. 21), AstraZeneca (pag. 23), BT Italia (pag. 27), Siemens Italia (pag. 47), Vodafone Omnitel NV (pag. 53)].

1.7. La realizzazione di servizi complementari alla persona

Questa tipologia di interventi riguarda la messa a disposizione dei dipendenti di servizi alla persona direttamente presso la sede aziendale o la realizzazione di convenzioni con attività fornitrici di servizi localizzate nelle immediate vicinanze delle sedi aziendali. Lo scopo, da un lato, è quello di ridurre gli spostamenti per altri motivi che non siano quelli casa-lavoro e, dall'altro, di rendere i dipendenti meno vincolati nell'uso dell'auto privata anche per quel che riguarda gli spostamenti casa-lavoro; infatti, in molti casi, tra le motivazioni che spingono i dipendenti ad usare l'auto privata per gli spostamenti casa-lavoro vi sono gli obblighi per rispondere alle necessità della vita privata.

Alcune aziende hanno così implementato diverse iniziative per aiutare i dipendenti a rispondere alle esigenze extralavorative: la convenzione con asili nido e servizi di ristorazione nelle vicinanze della sede aziendale; l'adesione alla campagna della Provincia di Milano per la spesa on-line; l'attivazione all'interno della sede aziendale di sportelli bancari; la predisposizione di locali assicurativi, di lavanderia e per lo shopping; l'allestimento di locali medici specialistici (es. dentista e oculista) oppure la somministrazione di visite mediche periodiche specialistiche e di vaccinazioni; la fornitura di servizi di acquisto di biglietti per svago e viaggi.

Questo campo di azioni si inserisce all'interno di un più generale discorso di ridefinizione del livello di competitività delle aziende che si gioca non solo sulla qualità del "prodotto" aziendale, ma anche sull'insieme dei servizi "no core" che vengono offerti ai dipendenti per migliorarne la qualità della vita.

Tuttavia, se questi servizi sono accolti con estremo favore da parte dei dipendenti, le aziende incontrano difficoltà nella loro implementazione soprattutto per la mancanza di spazi interni e per l'individuazione dei fornitori adeguati.

[Vedere schede di: 3M Italia (pag. 20), Oracle Italia (pag. 42), Siemens Italia (pag. 48) Vodafone Omnitel NV (pag. 54-55-56)].

1.8. Situazione e prospettive del mobility management

Il mobility management si configura come una attività di "frontiera" che, per poter compiere un salto di qualità, necessita di una maggiore istituzionalizzazione e di un più esteso riconoscimento da parte di tutti gli stakeholder. Infatti, dall'analisi dei casi aziendali rilevati, il mobility manager aziendale spesso agisce secondo logiche e schemi fortemente innovativi e per lo più destrutturati. In tale contesto, il mobility manager si trova a dover inventare e sperimentare attività e strategie in maniera quasi pionieristica. Il mobility manager, quindi, più di altri in azienda ha bisogno di ottenere risultati concreti e quasi immediati e per questo il coinvolgimento e il gradimento dei dipendenti, oltre che un chiaro mandato aziendale e risorse dedicate, sono fondamentali. Questo è tanto più vero in quanto le attività di mobility management hanno in molti casi alla base cambiamenti degli stili di vita e di abitudini consolidate che presuppongono una forte legittimazione del mobility manager stesso e delle azioni che propone.

Non sempre, inoltre, a questa difficoltà di portare avanti azioni di mobility management all'interno delle aziende corrisponde da parte delle pubbliche amministrazioni il riconoscimento dell'interesse pubblico che viene perseguito unitamente alle policy aziendali. Una delle peculiarità del mobility management, infatti, riguarda le ricadute positive sull'ambiente esterno che sono determinate dalle diverse azioni messe in campo. Il ruolo delle pubbliche amministrazioni è fondamentale per il successo delle azioni di mobility management aziendale e il coinvolgimento dei mobility manager nelle politiche pubbliche che riguardano la mobilità e i trasporti rappresenterebbe, forse, il vero segnale di svolta per il pieno sviluppo del mobility management. Nei casi in cui si sono concretizzate vere e proprie partnership tra pubbliche amministrazioni e mobility manager aziendali, i risultati e i benefici per i dipendenti e per la collettività non si sono fatti attendere.

Sul fronte aziendale, è indubbio che l'insieme delle attività di mobility management rappresentano dei servizi "esterni" all'attività dell'azienda, che vengono offerti ai dipendenti per migliorarne la qualità della vita. I dipendenti, in questo modo, lavorano con maggior soddisfazione e sono più fidelizzati all'azienda perchè avvertono che l'azienda ha a cuore i loro problemi. Questa "alchimia" crea, quindi, benefici reciproci per i dipendenti e per l'azienda.

Nello stesso tempo, questi benefici si ripercuotono sull'ambiente esterno e alimentano positivamente il milieu territoriale locale in cui l'azienda opera. Secondo questa prospettiva, possiamo dire che le azioni di mobility management aziendale agiscono anche sui processi di sviluppo locale in quanto si pongono, se riconosciute e valorizzate dai soggetti locali, come risorse per la competitività territoriale.

In un contesto come quello italiano, caratterizzato da carenza di risorse pubbliche e dilatazione dei tempi degli iter procedurali per realizzare le infrastrutture indispensabili a risolvere i problemi di congestione delle nostre aree metropolitane, il mobility management può realmente porsi come uno strumento efficace di gestione della mobilità di breve e medio periodo.

2. Esempi di buone pratiche aziendali di mobility management

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

3M ITALIA SpA

Via San Bovio 1/3

San Felice –Segrate- MI

Totale dipendenti sede di Segrate: 650

Mobility Manager/Referente: Vito Roberto Palmiotti, email: vpalmiotti2@mmm.com

PROBLEMI

L'Azienda si trova a est di Milano, in prossimità della strada Rivoltana che risulta essere una delle più congestionate della Provincia di Milano.

L'area è servita dalla 73/ ma l'assenza di corsie preferenziali per i mezzi di trasporto pubblico, la situazione degli stessi (spesso pieni al limite delle loro capacità) e gli orari di percorrenza ne limitano l'utilizzo.

La vicinanza con la Stazione di Segrate è vanificata da un servizio di collegamento non coordinato con l'orario dei treni e dall'impossibilità per i pedoni di attraversare il ponte sulla ferrovia, sprovvisto di un passaggio pedonale fino a San Felice.

AZIONE REALIZZATA

COMUNICAZIONE

- Utilizzo bacheca aziendale, cartacea e virtuale;
- articoli su giornale aziendale;
- distribuzione comunicati delle news della Provincia di Milano;
- diffusione copia articoli del Corriere della Sera, il Sole 24 Ore, Quattroruote, ecc. che citano le azioni di 3M per la mobilità sostenibile;
- organizzazione in azienda di eventi sulla mobilità;
- comunicazioni mirate a sostegno delle diverse iniziative.

RISULTATI

Buona conoscenza da parte dei dipendenti di quanto fatto e delle opportunità esistenti.

VALORE AGGIUNTO

Accesso alle iniziative di Mobility Management.

FATTORI DI SUCCESSO

Team di lavoro composto oltre che dal Mobility e Facility Manager, da rappresentanti delle Comunicazioni, dell'Ufficio del Personale e dell'Ufficio Acquisti.

DIFFICOLTA' RICONTRATE

Mancanza di risorse da dedicare a questa attività.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

3M ITALIA SpA

Via San Bovio 1/3

San Felice –Segrate- MI

Totale dipendenti sede di Segrate: 650

Mobility Manager/Referente: Vito Roberto Palmiotti, email: vpalmiotti2@mmm.com

PROBLEMI

L'Azienda si trova a est di Milano, in prossimità della strada Rivoltana che risulta essere una delle più congestionate della Provincia di Milano.

L'area è servita dalla 73/ ma l'assenza di corsie preferenziali per i mezzi di trasporto pubblico, la situazione degli stessi (spesso pieni al limite delle loro capacità) e gli orari di percorrenza ne limitano l'utilizzo.

La vicinanza con la Stazione di Segrate è vanificata da un servizio di collegamento non coordinato con l'orario dei treni e dall'impossibilità per i pedoni di attraversare il ponte sulla ferrovia, sprovvisto di un passaggio pedonale fino a San Felice.

AZIONE REALIZZATA

NAVETTE INTERAZIENDALI

Navette per trasporto dipendenti su due tratte: Lambrate/Segrate e Rogoredo/Segrate, in collaborazione con altre 4 aziende presenti sul territorio di Segrate. I bus sono recenti e a basso impatto ambientale.

RISULTATI

Il totale dei dipendenti a cui viene messo a disposizione il servizio è di circa 2.000 unità. Gli utenti effettivi sono circa 350 con un sensibile incremento grazie alla recente introduzione della nuova tratta su Rogoredo.

VALORE AGGIUNTO

- Fidelizzazione dei dipendenti all'azienda;
- opportunità di relazionarsi tra colleghi e dipendenti di aziende limitrofe;
- minor carico di traffico veicolare.

FATTORI DI SUCCESSO

3M mette a disposizione dei propri dipendenti le navette aziendali dal 1972. Tuttavia solo recentemente, grazie alle politiche di Mobility Management, sono state effettuate analisi mirate (come il Piano Spostamenti Casa Lavoro - PSCL) che hanno permesso di apportare modifiche ai percorsi, revisione dei mezzi e collaborazione con altre aziende, migliorando l'efficienza e l'accessibilità del servizio.

Il coordinamento con altre aziende, e quindi la condivisione dei costi, ha permesso di poter disporre di 40 corse giornaliere (tra andata e ritorno) coprendo così tutte le fasce orarie necessarie;

Il trasporto è interamente a carico dell'Azienda.

DIFFICOLTA' RICONTRATE

Ogni variazione, senza incremento, delle tratte ormai consolidate ha un iniziale impatto negativo sugli utenti poi però rimasti soddisfatti.

Altra difficoltà è il coordinamento delle diverse esigenze delle aziende del pool.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

3M ITALIA SpA

Via San Bovio 1/3

San Felice –Segrate- MI

Totale dipendenti sede di Segrate: 650

Mobility Manager/Referente: Vito Roberto Palmiotti, email: vpalmiotti2@mmm.com

PROBLEMI

L'Azienda si trova a est di Milano, in prossimità della strada Rivoltana che risulta essere una delle più congestionate della Provincia di Milano.

L'area è servita dalla 73/ ma l'assenza di corsie preferenziali per i mezzi di trasporto pubblico, la situazione degli stessi (spesso pieni al limite delle loro capacità) e gli orari di percorrenza ne limitano l'utilizzo.

La vicinanza con la Stazione di Segrate è vanificata da un servizio di collegamento non coordinato con l'orario dei treni e dall'impossibilità per i pedoni di attraversare il ponte sulla ferrovia, sprovvisto di un passaggio pedonale fino a San Felice.

AZIONE REALIZZATA

ABBONAMENTI AL TRASPORTO PUBBLICO

Convenzione con ATM per abbonamenti agevolati per i dipendenti.

RISULTATI

Venti abbonamenti annui.

VALORE AGGIUNTO

Incentivazione all'utilizzo dei mezzi pubblici.

FATTORI DI SUCCESSO

Abbonamenti scontati e rateizzazione con addebito a cedolino su 12 mensilità.

DIFFICOLTA' RISCOstrate

Continuità dell'iniziativa.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

3M ITALIA SpA

Via San Bovio 1/3

San Felice –Segrate- MI

Totale dipendenti sede di Segrate: 650

Mobility Manager/Referente: Vito Roberto Palmiotti, email: vpalmiotti2@mmm.com

PROBLEMI

L'Azienda si trova a est di Milano, in prossimità della strada Rivoltana che risulta essere una delle più congestionate della Provincia di Milano.

L'area è servita dalla 73/ ma l'assenza di corsie preferenziali per i mezzi di trasporto pubblico, la situazione degli stessi (spesso pieni al limite delle loro capacità) e gli orari di percorrenza ne limitano l'utilizzo.

La vicinanza con la Stazione di Segrate è vanificata da un servizio di collegamento non coordinato con l'orario dei treni e dall'impossibilità per i pedoni di attraversare il ponte sulla ferrovia, sprovvisto di un passaggio pedonale fino a San Felice.

AZIONE REALIZZATA

CAR POOLING

Organizzazione di equipaggi di car pooling.

RISULTATI

Cinque equipaggi permanenti.

VALORE AGGIUNTO

- Fidelizzazione dei dipendenti all'azienda;
- opportunità di relazionarsi tra colleghi;
- riduzione necessità posti parcheggio e circolazione vetture;
- diminuzione dei costi di trasporto.

FATTORI DI SUCCESSO

- Software per gestire domanda e offerta messo a disposizione di tutti i dipendenti sul sistema di posta aziendale;
- posti auto riservati nel parcheggio coperto aziendale.

DIFFICOLTA' RICONTRATE

Vincere le prime perplessità nel mettere a disposizione la propria auto.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

3M ITALIA SpA

Via San Bovio 1/3

San Felice –Segrate- MI

Totale dipendenti sede di Segrate: 650

Mobility Manager/Referente: Vito Roberto Palmiotti, email: vpalmiotti2@mmm.com

PROBLEMI

L'Azienda si trova a est di Milano, in prossimità della strada Rivoltana che risulta essere una delle più congestionate della Provincia di Milano.

L'area è servita dalla 73/ ma l'assenza di corsie preferenziali per i mezzi di trasporto pubblico, la situazione degli stessi (spesso pieni al limite delle loro capacità) e gli orari di percorrenza ne limitano l'utilizzo.

La vicinanza con la Stazione di Segrate è vanificata da un servizio di collegamento non coordinato con l'orario dei treni e dall'impossibilità per i pedoni di attraversare il ponte sulla ferrovia, sprovvisto di un passaggio pedonale fino a San Felice.

AZIONE REALIZZATA

TRASFORMAZIONE VEICOLI A GPL E METANO

Adesione al progetto della Provincia di Milano per la trasformazione delle autovetture dei dipendenti delle aziende aderenti a GPL o metano.

RISULTATI

Sette trasformazioni.

VALORE AGGIUNTO

Riduzione inquinamento.

FATTORI DI SUCCESSO

- Supporto dell'azienda per l'ottenimento del contributo alla trasformazione;
- minori costi per il carburante.

DIFFICOLTA' RICONTRATE

Diffidenza da parte dei dipendenti per:

- la scarsa disponibilità dei distributori;
- i rischi in caso di parcheggio sotterraneo;
- i costi dell'operazione.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

3M ITALIA SpA

Via San Bovio 1/3

San Felice –Segrate- MI

Totale dipendenti sede di Segrate: 650

Mobility Manager/Referente: Vito Roberto Palmiotti, email: vpalmiotti2@mmm.com

PROBLEMI

L'Azienda si trova a est di Milano, in prossimità della strada Rivoltana che risulta essere una delle più congestionate della Provincia di Milano.

L'area è servita dalla 73/ ma l'assenza di corsie preferenziali per i mezzi di trasporto pubblico, la situazione degli stessi (spesso pieni al limite delle loro capacità) e gli orari di percorrenza ne limitano l'utilizzo.

La vicinanza con la Stazione di Segrate è vanificata da un servizio di collegamento non coordinato con l'orario dei treni e dall'impossibilità per i pedoni di attraversare il ponte sulla ferrovia, sprovvisto di un passaggio pedonale fino a San Felice.

AZIONE REALIZZATA

GREEN FLEET

Modifica della Policy Auto Aziendale attraverso l'introduzione di auto aziendali a basso impatto ambientale (es. GPL).

RISULTATI

Ancora da verificare.

VALORE AGGIUNTO

Contributo alla diminuzione dell'inquinamento da traffico.

FATTORI DI SUCCESSO

- Sensibilizzazione dei dipendenti;
- minor costo del carburante;
- contributo aziendale (nel caso dell'uso anche privato delle vetture) in caso di scelta di veicolo aziendale ecologico.

DIFFICOLTA' RICONTRATE

Modelli auto ancora non consolidati.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

3M ITALIA SpA

Via San Bovio 1/3

San Felice –Segrate- MI

Totale dipendenti sede di Segrate: 650

Mobility Manager/Referente: Vito Roberto Palmiotti, email: vpalmiotti2@mmm.com

PROBLEMI

L'Azienda si trova a est di Milano, in prossimità della strada Rivoltana che risulta essere una delle più congestionate della Provincia di Milano.

L'area è servita dalla 73/ ma l'assenza di corsie preferenziali per i mezzi di trasporto pubblico, la situazione degli stessi (spesso pieni al limite delle loro capacità) e gli orari di percorrenza ne limitano l'utilizzo.

La vicinanza con la Stazione di Segrate è vanificata da un servizio di collegamento non coordinato con l'orario dei treni e dall'impossibilità per i pedoni di attraversare il ponte sulla ferrovia, sprovvisto di un passaggio pedonale fino a San Felice.

AZIONE REALIZZATA

SERVIZI INTERNI PER DIPENDENTI

Servizi erogati all'interno dell'azienda: sportello bancario, locale Assicurazione, Dentista, Oculista, Lavanderia, consegna Spesa ON LINE.

RISULTATI

Minor necessità di deviazioni nel percorso casa/lavoro.

VALORE AGGIUNTO

Contributo alla diminuzione dell'inquinamento da traffico.

FATTORI DI SUCCESSO

Comodità di utilizzo, minori costi di trasporto e condizioni economiche agevolate per i servizi.

DIFFICOLTA' RICONTRATE

- Disponibilità degli spazi da mettere a disposizione;
- organizzazione degli orari dei servizi;
- individuazione dei fornitori adeguati.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.

Via Mondadori, 1 - 20090 Segrate

Totale dipendenti e collaboratori: 1.500

Mobility Manager/Referente: Sergio Cosmai, email: cosmai@mondadori.it

PROBLEMI

L'impegno di Mondadori verso la mobilità sostenibile nasce dalla volontà e dalla necessità di ridurre al minimo l'impatto della nostra azienda sull'ambiente e sul congestionamento del traffico dovuto dagli spostamenti casa-lavoro dei nostri dipendenti. In particolare, nel corso del 2008 sono entrate a far parte della nostra Sede di Segrate redazioni ed uffici prima ubicati a Milano e che hanno determinato l'arrivo di circa 200 dipendenti, molti dei quali residenti fuori Milano ed utilizzatori di treni. Questo ha determinato la modifica del piano dei trasporti aziendale: infatti, una delle chiavi di volta a livello sindacale del trasferimento dei dipendenti alla sede di Segrate è stata proprio la mobilità casa/lavoro.

Altro problema, già segnalato in passato, è la scarsa frequenza della linea 73/ che ha una fermata davanti al nostro ingresso di via Rivoltana: la carenza del servizio ci ha costretti all'inserimento di una Navetta lungo il percorso aeroporto di Linate – Sede aziendale e viceversa.

Siamo in attesa di un possibile incontro (il primo annullato nel marzo 2008), con l'Amministrazione Comunale di Segrate ed i Mobility Manager delle aziende dell'area di competenza del Comune, sulle problematiche inerenti ai collegamenti con il passante ferroviario, alle fermate dei mezzi pubblici in prossimità delle aziende, ecc..

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Mobilità "pulita"

Attrezzatura degli spazi di pertinenza ai fini di una maggiore sicurezza stradale (strisce pedonali e dossi di rallentamento sulle strade interne), e per l'agevolazione dell'utilizzo di biciclette (percorsi interni agevolati e rastrelliere di parcheggio).

La Arnoldo Mondadori Editore, dopo un periodo iniziale di sperimentazione, ha introdotto un primo veicolo elettrico per i movimenti di servizio nell'ambito del comprensorio della Sede e per i collegamenti con le sedi distaccate più vicine. L'azione ha come fondamentale obiettivo la promozione dell'uso di mezzi ecologici nei confronti dei dipendenti e dei visitatori che vedono continuamente circolare nella Sede di Segrate questo veicolo con scritte promozionali di sensibilizzazione ecologica.

Servizio di trasporto dedicato "Casa-Lavoro"

Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. fornisce da diversi anni, avvalendosi di una società di trasporto, un servizio di collegamento per i propri dipendenti, collaboratori e visitatori da varie dislocazioni di Milano alla propria sede di Segrate e viceversa.

Attualmente il servizio aziendale è articolato su quattro linee principali, rispettivamente con partenze da:

- Piazza Napoli (dipendenti provenienti dall'area a Sud di Milano);
- Piazza Monte Titano (dipendenti provenienti dalla Stazione F.S. di Lambrate e dalle linee di trasporto pubblico molto presenti in zona) con aggiunta di tre corse da e verso la sede;
- Porta Vittoria in prossimità del Passante Ferroviario;
- Navetta Linate, con passaggio dall'aeroporto sino alla Sede e viceversa per tutto il giorno: questo ha aumentato di gran numero i dipendenti utilizzatori dei mezzi pubblici (linea 73).

Incentivi aziendali per l'uso del Servizio di Trasporto di linea Pubblico.

La Arnoldo Mondadori Editore aderisce dal 2003 alla campagna di abbonamenti della Azienda Trasporti Milanese versando un contributo a fondo perduto per ogni abbonamento ATM dei dipendenti.

L'obiettivo è coerente con l'impostazione aziendale di perseguire il continuo miglioramento del benessere dei dipendenti e del Sistema sociale.

Circa un terzo dei dipendenti fruisce di questa agevolazione.

Servizio di Car Pooling per i dipendenti.

L'azienda ha messo a disposizione un apposito software dedicato ed autogestibile dagli interessati sulla intranet aziendale e su una apposita postazione hardware esclusivamente dedicata e denominata InfoPoint.

L'obiettivo è di agevolare quei dipendenti che per vari motivi non possono utilizzare il servizio di trasporto aziendale, facilitando nei contatti reciproci coloro che sono interessati agli stessi percorsi stradali per raggiungere in auto la sede aziendale.

Comunicazione.

E' stata creata una sezione della intranet aziendale dedicata al "Trasporto Aziendale e Mobility" contenente tabelle, orari e fermate delle corse dei trasporti aziendali, i links alle linee e agli orari del trasporto pubblico, eventuali comunicazioni specifiche, le news sul mobility e sugli incentivi/convenzioni.

E' stata creata un'apposita postazione hardware a disposizione degli ospiti e dei dipendenti, denominata InfoPoint, che si trova all'interno della portineria principale Torre Nord e che è dedicata esclusivamente ai trasporti aziendali e al Car Pooling.

RISULTATI

- Maggiore flessibilità temporale per i dipendenti nei movimenti, con mezzi comuni, verso/da Milano;
- migliore qualità del servizio di trasporto;
- riduzione dello stress psicofisico da traffico;
- minori costi individuali di trasporto;
- miglior rapporto azienda/dipendenti, aumentandone di conseguenza l'efficienza e la fedeltà al gruppo;
- migliore impatto complessivo dell'azienda sul territorio e della sua immagine;
- molte iscrizioni ma pochissimi equipaggi formati rispetto al Servizio di Car Pooling, con risultati quindi deludenti: questo vuol dire che dobbiamo, come azienda, cercare la chiave d'incentivazione giusta.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

AstraZeneca Spa

Sede Centrale a Basiglio, stabilimento a Caponago

Dipendenti: circa 800

Mobility Manager/Referente: Antonio Spataro, email: antonio.spataro@astrazeneca.com

PROBLEMI

Le Unità Lavorative di AstraZeneca sono inserite in due realtà urbane molto diverse fra loro, non solo dal punto di vista geografico (una nella zona Sud e l'altra nella zona Nord-Est dell'area metropolitana milanese), ma anche dal punto di vista infrastrutturale.

La sede di Basiglio beneficia di una rete di collegamenti automobilistici e tranviari pubblici particolarmente vantaggiosa per varietà e frequenza, perché perfettamente integrati da un servizio "navetta" comprensoriale privato molto efficiente, anche se relativamente costoso.

Lo stabilimento di Caponago si trova invece in una zona scarsamente servita, mal integrata con il TPL e poco supportata dalle amministrazioni locali.

In questi contesti di accessibilità così diversi tra loro, è evidente che il progetto di mobilità sostenibile di AstraZeneca ha analizzato ed adottato soluzioni di mobility management profondamente diverse tra loro, tenendo però sempre presente un principio comune: il mobility management si deve sviluppare partendo dalle esigenze dei dipendenti e non dal livello di gradimento o di visibilità dell'intervento.

La difficoltà è quella di conciliare questa necessità con le esigenze organizzative aziendali e le risorse disponibili.

Tali risorse, anche se oggettivamente limitate, sono state sempre al di sopra di ogni aspettativa, in quanto considerate un vero e proprio investimento di "Responsabilità Sociale di Impresa", specie se correlate alla scarsità di incentivi ed agevolazioni da parte degli Enti pubblici di riferimento.

In mancanza di norme attuative cogenti del decreto Ronchi, il Mobility Management si trova ad operare secondo modelli e schemi assolutamente "liberi e destrutturati": in altre parole i mobility manager si sono dovuti "inventare" attività e strategie, con spirito creativo e pionieristico.

Per tali ragioni sono pochissime le Aziende che hanno aderito all'attivazione del Mobility Manager aziendale: attualmente sono poco più di un centinaio rispetto alle oltre 300 che in Lombardia ne avrebbero sicuramente titolo. Solo le aziende più "virtuose", quindi, hanno sviluppato il Mobility Management, principalmente perché spinti da una radicata sensibilità verso la difesa dell'ambiente, il miglioramento della qualità di vita ed il bilanciamento del tempo casa/lavoro del proprio personale: in altre parole "La responsabilità sociale d'impresa" (CSR). In tale contesto, il Mobility Manager svolge un ruolo che è anche di "animateur" verso attività che perseguono gli obiettivi citati.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Il primo intervento attuato da AstraZeneca per raggiungere tali obiettivi è stato quello di distribuire tra il 2003 e il 2004 due "Test di accessibilità" (uno per la Sede l'altro per lo Stabilimento) finalizzati – come accennato nel paragrafo precedente - ad individuare potenzialità ed esigenze della popolazione aziendale in materia di "mobilità sostenibile".

L'adesione al test della popolazione aziendale è stata particolarmente alta: circa il 70%.

Sulla base dei risultati emersi dai test sono stati elaborati i rispettivi "Piani di Spostamenti Casa Lavoro" (PSCL), presentati per l'approvazione degli Enti preposti (Amministrazione provinciale e Comuni di Riferimento) e dagli stessi successivamente approvati.

Gli interventi, previsti nei PSCL di AstraZeneca sono stati tutti realizzati con una gradualità di pianificazione tale da conciliare le esigenze dell'utenza con la disponibilità di

risorse organizzative ed economiche dell'Azienda, fattori che, come è facile immaginare, non sono sempre e facilmente coniugabili.

In dettaglio le attività implementate sono state le seguenti:

1. **Abbonamenti Agevolati:** sono stati stipulati circa 57 abbonamenti agevolati al SITAM ed al TPL, per ognuno dei quali AstraZeneca ha contribuito in maniera rilevante per una ulteriore riduzione dei costi a carico dipendente.
2. **Navette Interaziendali:** circa 80 dipendenti utilizzano navette interaziendali, con costi a totale carico di AstraZeneca per il collegamento tra le proprie sedi ed il più vicino punto di connessione con i mezzi pubblici (es. metropolitana). Ad integrazione dell'attività precedente abbiamo inoltre implementato presso lo stabilimento di Caponago un servizio di navetta aziendale gratuita per il collegamento tra le nostre due Unità Produttive ed il punto di collegamento con le navette ST Microelectronics: ogni giorno questa navetta movimentata più di 40 persone. La peculiarità di tale intervento sta nell'aver avviato una nuova forma di sinergia tra il nostro Mobility Management e quello di altre aziende, ad esempio il Mobility Management di ST Microelectronics di Agrate.
3. **Telelavoro:** dal 2002 ad oggi sono state implementate 24 postazioni di telelavoro per il personale di Sede e di Stabilimento; questa attività, oltre a costituire uno straordinario successo dal punto di vista sociale ed organizzativo, rappresenta inoltre un particolare esempio di riduzione del numero di spostamenti casa-lavoro.
4. **Car Pooling:** abbiamo formato circa 12 equipaggi di "Car Pooling", cioè di persone (normalmente tre) che condividono la stessa vettura per recarsi al lavoro, dividendo quindi anche le spese di viaggio. Questa soluzione consente un'ulteriore riduzione dei veicoli circolanti e la libera circolazione dell'equipaggio in caso di blocco parziale o totale del traffico. E' altresì disponibile un SW - sviluppato e personalizzato sviluppato dalla società VIDIEMME - per favorire la formazione di nuovi equipaggi, tutelando adeguatamente il diritto alla privacy, la libertà di scelta delle persone e la possibilità di condividere questo strumento con aziende limitrofe alla Sede ed allo Stabilimento.
5. **Iniziativa Gasati:** sono state istruite numerose pratiche per la trasformazione di auto da benzina a Gas (GPL o Metano) con accesso ai contributi del Ministero dell'ambiente, della Provincia e, fino ad esaurimento dei fondi, anche a quelli della Regione. Grazie a tali contributi, la trasformazione in alcuni casi ha raggiunto livelli di risparmio veramente importanti (oltre il 70% di sconto).
6. **Green fleet:** AstraZeneca si è attivata per acquistare veicoli ad emissione bassa o nulla: le nuove auto aziendali (*circa 650 di cui 500 per la field force e 150 tra sede e stabilimento*) sono tutte Euro 4 e, se diesel, dotate di filtro antiparticolato. In Stabilimento già si utilizza un auto di servizio con alimentazione a metano. Inoltre stiamo sviluppando una nuova policy per la gestione della Flotta Aziendale per favorire la scelta di veicoli a basso o nullo impatto ambientale.
7. **Spesa on line:** AstraZeneca ha aderito alla promozione "Spesa on line" proposta dalla Provincia di Milano. Come è noto alcune Società della Grande Distribuzione consentono di fare acquisti on line fornendo anche il servizio di consegna a casa a fronte di un contributo spese di consegna; questa iniziativa consente ai circa 50 iscritti di AstraZeneca la riduzione almeno del 50% delle spese di consegna oltre alla contestuale assenza (temporanea) di altrettanti veicoli sulle strade di accesso ai centri commerciali.
8. **Parcheggi dedicati:** presso lo Stabilimento di Caponago abbiamo ristrutturato e razionalizzato le aree di parcheggio per rendere più agevole la circolazione interna e per recuperare posti auto a favore dei diversamente abili o degli equipaggi di Car Pooling. Inoltre abbiamo ristrutturato ed ampliato i posteggi per moto e bici per favorirne l'uso in alternativa all'auto: i nuovi parcheggi sono dotati di tettoia, di prese elettriche per la ricarica di motocicli elettrici e di prese di aria compressa per il gonfiaggio dei pneumatici.
9. **Comunicazione:** sono stati installati tre stazioni multimediali ad uso collettivo (Infopoint) per il personale privo di postazione PC, che consentono di accedere alle

informazioni sul Mobility Management di AstraZenca presenti nella Intranet ed ad altri link di interesse collettivo (sicurezza, previdenza ecc.). E' stato implementato un sito Web interamente dedicato al Mobility Management a cui poter attingere le informazioni necessarie per accedere a tutte le iniziative disponibili. Ai nuovi assunti, durante il training informativo d'ingresso (Induction) viene erogata anche una sessione sul Mobility Management aziendale e sulle opportunità disponibili.

RISULTATI

I dati medi relativi al 2007 di adesione alle attività implementate sono stati i seguenti:

- Utenti Navette Aziendali e interaziendali	96
- Postazioni di Telelavoro	24
- Equipaggi di Car Pooling	10
- Pratiche trasformazione auto benzina a Gas	22
- Green Fleet Utenti di Sede e Stabilimento	150
- Aderenti al progetto "Spesa on line"	50
- Utenti che utilizzano biciclette e Motocicli	40
- Abbonamenti Agevolati Sitam e TPL	57
- Stima riduzione numero auto (medio)	177

DATI SULL'INQUINAMENTO

Riduzione delle percorrenze chilometriche: 6.619,8 km/giorno. Considerati i dati elaborati dall'indagine di mobilità, si individua:

- 18,7 km la percorrenza media dipendenti che si spostano col mezzo privato;
- 177 (riduzione veicoli) x 2 (viaggi andata e ritorno) x 18,7 km (percorrenza media) = 6.619,8 km/giorno.

Riduzione delle emissioni inquinanti. Considerati i dati elaborati dall'indagine di mobilità, si individua:

- tempo medio di percorrenza di coloro che utilizzano il mezzo privato (h): [(24 min. andata + 28 min. ritorno) / 2] / 60 min. = 0,4333 h
- velocità media di percorrenza: 18,7 km (percorrenza media) / 0,4333 h (tempo medio di percorrenza) = 43,16 km/h
- parametri delle emissioni inquinanti in ambito extraurbano dei mezzi privati (riferiti però ad una velocità media di 38,20 km/h):
 - CO2 ultimate: 197 g/km;
 - NOX: 0,806 g/km;
 - PM10 scarico: 0,0222 g/km;
 - CO2 ultimate (indice emissione x riduzione chilometrica): 1304,1006 kg/giorno;
 - NOX (indice emissione x riduzione chilometrica): 5,3356 kg/giorno;
 - PM10 scarico (indice emissione x riduzione chilometrica): 0,1470 kg/giorno.

VALORE AGGIUNTO

Tutte le iniziative di mobilità sostenibile fin qui descritte, oltre ad aver incontrato il favore e l'approvazione di tutti, hanno senza dubbio contribuito al rafforzamento del clima aziendale, già di per sé di alto livello nella nostra azienda.

Così pure è migliorato il senso di appartenenza del personale, che vedono in alcune delle iniziative di Mobility Management implementate un segno tangibile di attenzione dell'azienda verso i propri collaboratori e di rispetto e salvaguardia dell'ambiente, coerentemente con gli obiettivi di Responsabilità Sociale di Impresa, a cui AstraZeneca da anni aderisce con importanti iniziative.

I successi di Mobility Management ottenuti dall'azienda non sono passati inosservati anche al di fuori dell'ambito aziendale.

Infatti AstraZeneca ha avuto modo di pubblicizzare e condividere le proprie esperienze in varie occasioni quali:

- varie edizioni di Osservatori sul Mobility Management organizzati dalla Provincia di Milano;

- partecipazione alla edizione 2006 della Mobility Conference Exhibition di Assolombarda;
- partecipazione al workshop di AILOG a Roma;
- partecipazione agli workshop di "Muoversi" a Milano;
- pubblicazioni di vari articoli sui quotidiani sulle riviste di settore;
- inserimento in una tesi di laurea dell'esperienza di Mobility Management in AstraZeneca.

FATTORI DI SUCCESSO

I fattori di successo del Mobility Management che hanno consentito ad AstraZeneca il raggiungimento degli obiettivi descritti possono essere così sintetizzati:

- credere nella Mobilità Sostenibile e considerarla un *"cambio di cultura"* e non una moda;
- sapere integrare le reali esigenze dell'utenza con le risorse aziendali disponibili, utilizzando in maniera appropriata e costante adeguati strumenti di indagine e di analisi: il *"Test di accessibilità"* ed il *"Piano spostamenti casa-lavoro"* (PSCL), ancorché previsti dal Decreto Ronchi, sono essenziali per il successo dell'implementazione del Mobility Management aziendale;
- saper ricercare ed implementare attività di Mobility Management in maniera creativa;
- verificare il reale livello di commitment aziendale e degli Enti Pubblici di riferimento;
- poter attingere ai fondi e agli incentivi disponibili per implementare le attività in maniera più vantaggiosa possibile per l'utenza (*fidellizzazione dell'utenza*);
- creare un network con gli altri Mobility Manager per condividere il know-how e stimolare il *"Training on the job"*;
- ricercare e promuovere collaborazione, interattività e confronto con gli Enti Locali.

PRINCIPALI DIFFICOLTÀ NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

Il PSCL di AstraZeneca non ha mai incontrato rallentamenti od ostacoli determinanti nelle fasi di attuazione delle attività programmate.

Questo per l'alto livello di commitment aziendale all'implementazione del Mobility Management che ha consentito al Mobility Manager aziendale di lavorare con serenità ed utilizzare le potenzialità organizzative aziendali.

Va tuttavia considerato che – in generale - le principali difficoltà di implementazione del Mobility Management nelle aziende sono le seguenti:

- inattualità del decreto Ronchi: non ci sono norme attuative e manca la definizione di meccanismi premiali. In altre parole andrebbe ridisegnato completamente;
- scarsa attenzione della P.A. alla mobilità sostenibile: insufficiente commitment ai Mobility Manager, coinvolgimento degli stessi praticamente nullo, riduzione sostanziale e/o sospensione degli incentivi (quando presenti non sono continuativi o costanti), scarsità di risorse (non solo economiche) messe a disposizione o cattivo utilizzo di quelle disponibili;
- scarsità di comunicazione e condivisione di attività ed obiettivi tra gli Enti Locali (Regioni, Province e Comuni);
- difficoltà di dialogo e comunicazione con gli Amministratori Locali: non danno risposte esaustive o ci trova spesso di fronte *"a fatto compiuto"*, senza possibilità di esprimere un'opinione o arricchire le attività implementate con la nostra esperienza e professionalità;
- sempre maggior perplessità delle aziende a stimolare e promuovere il Mobility Management, con conseguente delegittimazione della figura del Mobility Manager e delle sue attività.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

BT Italia

Sedi di: Via Tucidide 56, Milano - Via Benigno Crespi 57, Milano - Viale De Gasperi 2, San Donato Milanese (MI).

Totale dipendenti sedi coinvolte: 519

Mobility Manager/Referente: Daniele Invernizzi, email: daniele.invernizzi@bt.com

NOME DEL PROGETTO

Comunicazione interna per il mobility management.

PROBLEMI

Con il progetto di Mobility Management BT Italia ha voluto affrontare per la prima volta la gestione delle problematiche legate al raggiungimento delle sedi di lavoro con un'ottica ambientale. Il primo passo nell'implementazione del progetto è stato la predisposizione di un piano di comunicazione che si è posto gli obiettivi di:

- sensibilizzare sulle tematiche della mobilità sostenibile;
- incentivare l'utilizzo di forme di spostamento alternative al mezzo privato;
- coinvolgere i dipendenti nella compilazione del questionario d'indagine sugli spostamenti casa - lavoro;
- allinearsi con gli obiettivi della strategia "Let's Make a Better World" del gruppo British Telecom PLC

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

L'azienda ha richiesto il supporto di Muoversi srl per la definizione di strumenti diversificati per informare i dipendenti e sensibilizzarli sulle attività del progetto. Lo strumento fondamentale è la intranet dei dipendenti BT Italia, all'interno della quale è stata creata una sezione dedicata al Mobility Management, contenente:

- il collegamento con il Servizio di sottoscrizione degli abbonamenti annuali;
- una sezione dedicata al PSCL comprendente il link per la compilazione del questionario On-Line;
- una pagina di informazioni e news sulla mobilità sostenibile;
- la BTI Bike Web Page, uno spazio virtuale dedicato ai dipendenti che raggiungono la sede di lavoro in bicicletta.

Parallelamente alla creazione della BTI Bike Web Page è stato creato un canale YouTube sempre dedicato allo spostamento in bicicletta.

Per la promozione della campagna abbonamenti e del questionario on-line sono inoltre stati ideati:

- cartelloni di comunicazione affissi all'interno degli spazi comuni delle sedi;
- una serie di newsletter inviate a tutti i dipendenti coinvolti dall'iniziativa.

RISULTATI

L'efficacia del piano di comunicazione è stata dimostrata dall'elevata partecipazione alle varie iniziative sponsorizzate tramite gli strumenti scelti:

- il questionario d'indagine sul PSCL ha avuto una redemption media delle sedi superiore al 56%;
- il canale YouTube dedicato alla mobilità ciclabile ha avuto più di 200 contatti;
- due dipendenti hanno voluto condividere la loro esperienza pubblicando un video sul canale YouTube;
- la campagna abbonamenti ha riscontrato un notevole successo, testimoniato dal questionario di gradimento seguito all'iniziativa.

VALORE AGGIUNTO

Di supporto alle azioni esposte sono state realizzate due campagne di comunicazione mirate.

Il 4 giugno 2008 è stata svolta la giornata dell'ambiente di British Telecom durante la quale sono stati presentati i risultati del progetto di Mobility Management.

In concomitanza con l'avvio del canale YouTube, sono stati distribuiti 50 kit per viaggiare sicuri in bicicletta.

FATTORI DI SUCCESSO

BT Italia ha ideato una strategia che prevede l'utilizzo di diversi strumenti di comunicazione e che per questo riesca a coinvolgere il maggior numero di dipendenti possibile attorno alle tematiche del progetto.

Sono infatti stati ideati sia strumenti on-line (la sezione Mobility della intranet, il canale YouTube, la BTI Bike Web Page) che off-line (la cartellonistica), oltre ad iniziative un tantum (la giornata dell'ambiente e la distribuzione del Kit-Bici).

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

Non sono state riscontrate particolari difficoltà nella realizzazione delle azioni.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

BT Italia

Sedi di: Via Tucidide 56, Milano - Via Benigno Crespi 57, Milano - Viale De Gasperi 2, San Donato Milanese (MI).

Totale dipendenti sedi coinvolte: 519

Mobility Manager/Referente: Daniele Invernizzi, email: daniele.invernizzi@bt.com

NOME DEL PROGETTO

Servizio di sottoscrizione degli abbonamenti annuali al Trasporto Pubblico

PROBLEMI

BT Italia ha iniziato il suo percorso di Mobility Management per le sedi di Milano con l'analisi degli Spostamenti Casa Lavoro dei dipendenti e la redazione del PSCL. A seguito dell'analisi, l'azienda ha deciso di individuare soluzioni specifiche per l'incentivazione del trasporto pubblico con l'obiettivo di garantire sia un risparmio per i propri dipendenti che una maggiore sostenibilità ambientale dell'azienda.

Inoltre l'azienda si è allineata con gli obiettivi di quantificazione e riduzione del Carbon Foot Print decisi dall'Headquarters Inglese.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Al fine di raggiungere gli obiettivi di incentivazione del trasporto pubblico, BT Italia, in collaborazione con la società di servizi di mobilità sostenibile Muoversi srl, ha creato un servizio di acquisto on-line di abbonamenti annuali ATM a prezzo scontato.

La scelta dell'abbonamento avviene tramite un Tool Web caricato sulla intranet aziendale, mentre il perfezionamento dell'acquisto è dilazionato in 12 rate mensili pagate dal dipendente tramite trattenuta in busta paga.

L'azienda, parallelamente all'introduzione dell'iniziativa, ha intrapreso una strategia di comunicazione finalizzata alla promozione del servizio e l'incentivazione del trasporto pubblico in generale. La campagna di comunicazione ha previsto la creazione di:

- una pagina dedicata della intranet aziendale;
- l'affissione di cartelloni;
- l'invio di newsletter.

A supporto dei dipendenti nell'utilizzo del Tool e nella scelta dell'abbonamento è stato inoltre attivato un servizio di help desk via e-mail.

RISULTATI

L'iniziativa ha riscosso un notevole successo: più di 60 dipendenti hanno aderito e richiesto l'abbonamento annuale tramite il Tool pubblicato sulla intranet. Grazie alla forte adesione dei dipendenti l'azienda ha raggiunto l'obiettivo di risparmiare quasi una tonnellata di CO2 all'anno.

VALORE AGGIUNTO

BT Italia ha deciso di somministrare un questionario di gradimento ai dipendenti che hanno aderito al servizio di abbonamenti On-Line. L'indagine ha rilevato una percentuale di soddisfazione estremamente elevata (95% circa) e numerosi commenti entusiasti (es. "GRAZIE!!!"; "Ottima iniziativa!").

Gli aspetti di maggiore soddisfazione del servizio sono stati l'help desk via e-mail e la comodità di ricevere l'abbonamento direttamente sulla propria scrivania in ufficio.

FATTORI DI SUCCESSO

Il successo dell'iniziativa, come dimostrato anche dalle risposte al questionario di gradimento, è dipeso principalmente da tre elementi:

- l'informatizzazione del processo di selezione ed acquisto dell'abbonamento con la possibilità di riceverlo direttamente in ufficio;
- la rateizzazione del costo dell'abbonamento in 12 rate mensili scalate in busta paga unitamente al contributo aziendale di 150€ lordi;
- l'efficace piano di comunicazione.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

La principale difficoltà riscontrata dal progetto è stato che il contributo aziendale di 150€ è stato inquadrato come reddito del dipendente sebbene la finalità del progetto avesse un'elevato valore sociale ed ambientale. A tal proposito l'azienda sta cercando di individuare forme alternative per contribuire al costo dell'abbonamento, come ad esempio il Ticket Mobilità o il Ticket Trasporto.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

ENISERVIZI S.p.A.

San Donato Milanese

Numero dipendenti: circa 11.000

Mobility Manager/Referente: Andrea Pagani, email: andrea.pagani@eniservizi.eni.it

NOME DEL PROGETTO

La comunicazione efficace della mobilità sostenibile

PROBLEMI

La necessità di comunicare le informazioni relative alle iniziative sulla mobilità sostenibile, sia pubbliche che aziendali, ha creato la necessità di utilizzare lo strumento informatico per raggiungere tutti i dipendenti.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Con l'aiuto della società Muoversi S.r.l. in qualità di system integrator, è stata sviluppata una sezione del portale ESPoint di EniServizi dedicato all'argomento Mobility Management all'interno del quale vengono sia veicolate le informazioni come pure messi a disposizione alcuni tool per l'attivazione dei servizi. Allo stato attuale il portale è in fase di test e a partire dal 1° gennaio 2009 entrerà in produzione.

RISULTATI

I principali risultati pratici che ci si aspetta dall'attivazione della sezione del portale sono l'aumento del numero di abbonamenti al trasporto pubblico, inizialmente per le aree attive di San Donato Milanese e Roma e in un secondo tempo per tutte le aree del territorio nazionale. Allo stesso modo si persegue lo scopo di una più vasta diffusione di una cultura di sostenibilità tra i dipendenti, insieme all'introduzione di progetti quali la diffusione di esperimenti di car pooling.

VALORE AGGIUNTO

Il valore aggiunto ottenibile è indubbiamente quello di far conoscere al maggior numero di dipendenti possibile tutte le iniziative in atto in tema di mobilità sostenibile, con lo scopo di porre in essere un volano di comportamenti virtuosi che crei una coscienza di sostenibilità all'interno dell'azienda. Progetti di abbonamento al trasporto pubblico a costi agevolati per i dipendenti o la creazione di una flotta aziendale fatta di mezzi "verdi" ad esempio, possono aiutare la creazione di una tale coscienza solo nel momento in cui raggiungono la più ampia risonanza, non solo verso l'esterno dell'azienda, ma sui dipendenti stessi.

FATTORI DI SUCCESSO

I fattori di successo dell'iniziativa sono legati all'estrema competenza e disponibilità del fornitore che è riuscito a coniugare informaticamente sistemi con caratteristiche molto difformi.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

Le principali difficoltà si sono riscontrate nell'integrazione di tutti i sistemi informatici di gestione amministrativa sia di addebito dei costi ai dipendenti sia di pagamento delle fatture ai vettori.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

ENISERVIZI S.p.A.

San Donato Milanese

Numero dipendenti: circa 11.000

Mobility Manager/Referente: Andrea Pagani, email: andrea.pagani@eniservizi.eni.it

NOME DEL PROGETTO

La gestione interaziendale delle navette per i dipendenti

PROBLEMI

Le problematiche di mobilità dei dipendenti sul territorio della sede direzionale ENI di San Donato Milanese sono legate all'alto numero di dipendenti e palazzi all'interno dei quali le risorse si trovano a operare. La presenza di grossi punti di scambio modale ha posto l'esigenza di integrare il trasporto pubblico di collegamento del territorio con il servizio privato.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

A partire dal 1° luglio 2004, l'allora esistente servizio interno di collegamento dei palazzi aziendali, che non comprendeva tra le sue fermate i grandi attrattori di traffico (stazione M3, stazione FS, capolinea linee di superficie), viene riprogettato con un nuovo percorso e nuovi orari.

Il capolinea diventa la stazione M3 in qualità di perno di smistamento del traffico. Vengono individuate due fasce orarie, mattino e sera, dove vengono concentrate tutte le corse e vengono eliminate le corse del resto della giornata, quasi totalmente inutilizzate.

Il 15 maggio 2006 il servizio, sulla base del successo e gradimento ottenuto nei due anni precedenti, viene nuovamente ristrutturato, spezzando il percorso in due tronconi, con lo scopo di rendere la durata di entrambi i semipercorsi più breve e il servizio quindi più efficiente.

RISULTATI

Le due grosse trasformazioni realizzate portano nel giro di breve tempo da un trasporto di circa 2 pers/corsa alle circa 25 pers/corsa attuali, aprendo la strada verso quello che è attualmente il "Progetto Trasporto Lavoro" costruito con il Comune di San Donato Milanese.

VALORE AGGIUNTO

Un significativo scopo raggiunto è stato quello di aver dato impulso al progetto comunale che ha lo scopo di azzerare tutte le navette aziendali private del territorio e costituire un unico servizio a disposizione dei circa 25.000 dipendenti delle aziende private che giornalmente affluiscono al mattino per defluire la sera da San Donato Milanese.

Attualmente, chiusa la fase di confronto e verifica delle necessità e delle aspettative delle aziende, il progetto è in fase di gara per la quotazione e l'individuazione dei possibili vettori.

FATTORI DI SUCCESSO

Tra i fattori di successo c'è stato sicuramente quello di aver potuto contare sui contributi del Ministero dell'Ambiente per cofinanziare l'iniziativa, oltre alla disponibilità del vettore che nella fase di start-up del servizio ha dovuto mettere in campo una notevole elasticità nel gestire le punte.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

Le principali difficoltà si sono riscontrate nella taratura del servizio rispetto alla domanda che si era ipotizzata e nello stabilire il corretto numero di corse in relazione al budget ipotizzato.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

ENISERVIZI S.p.A.

San Donato Milanese

Numero dipendenti: circa 11.000

Mobility Manager/Referente: Andrea Pagani, email: andrea.pagani@eniservizi.eni.it

NOME DEL PROGETTO

La gestione aziendale degli abbonamenti ai mezzi pubblici dei dipendenti

PROBLEMI

La complessità della procedura cartacea di richiesta di attivazione degli abbonamenti al trasporto pubblico non rende appetibile l'iniziativa, soprattutto dal momento che i finanziamenti ministeriali che permettevano di cofinanziare il costo degli abbonamenti per i dipendenti, sono terminati a fine 2007.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Con l'aiuto della società Muoversi S.r.l. in qualità di system integrator, è stata sviluppata una sezione del portale ESPoint di EniServizi all'interno del quale è possibile attivare informaticamente l'abbonamento. Il tool mette anche a disposizione un sistema di individuazione automatica dell'area di appartenenza territoriale di abbonamento in base al comune di residenza. A partire da questa definizione il sistema si interfaccia con i sistemi del vettore per l'attivazione dell'abbonamento, con quelli aziendali per l'addebito nella busta paga del dipendente del costo dell'abbonamento e con quelli amministrativi per la conferma del pagamento delle fatture. Allo stato attuale il portale è in fase di test e a partire dal 1° gennaio 2009 entrerà in produzione.

RISULTATI

I principali risultati pratici che ci si aspetta dall'attivazione del tool sono un significativo aumento del numero di abbonamenti al trasporto pubblico, inizialmente per le aree attive di San Donato Milanese e Roma e in un secondo tempo per tutte le aree del territorio nazionale.

VALORE AGGIUNTO

Il valore aggiunto è quello di creare una "massa critica" nei confronti dei vettori in modo da poter far ottenere ai dipendenti una convenzione prezzi interessante allargata a quanti più vettori possibili.

FATTORI DI SUCCESSO

I fattori di successo dell'iniziativa sono legati all'estrema competenza e disponibilità del fornitore che è riuscito a coniugare informaticamente sistemi con caratteristiche molto difformi.

PRINCIPALI DIFFICOLTÀ NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

Le principali difficoltà si sono riscontrate nell'integrazione di tutti i sistemi informatici di gestione amministrativa sia di addebito dei costi ai dipendenti sia di pagamento delle fatture ai vettori.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

IBM Italia S.p.A.

Sede di Vimercate

2000 persone circa tra dipendenti e fornitori che gravitano nella sede di Vimercate.

Mobility Manager/Referente: Micaela Boldrin, email micaela_boldrin@it.ibm.com

NOME DEL PROGETTO

Navette Cologno–Vimercate e Carnate-Vimercate

PROBLEMI

Accesso alla sede da parte dei dipendenti sprovvisti di mezzo proprio o che preferiscono utilizzare il mezzo pubblico (la sede non è collegata da alcun servizio pubblico)

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Due linee di trasporto privato che collegano un pool di aziende (IBM,) al capolinea della metropolitana Cologno Nord e alla stazione FS di Carnate.

Il servizio di trasporto è effettuato dal vettore Colombo.

Cologno Nord: le navette partono ogni 10/15 min circa al mattino e ogni 15 min circa alla sera. Alcune corse sono effettuate anche durante la pausa pranzo.

Carnate: le navette partono ogni 20 min circa al mattino e alla sera. Alcune corse sono effettuate anche durante la pausa pranzo.

RISULTATI

Il servizio sopraindicato è utilizzato da 300 utenti, contribuendo così a diminuire il traffico nella zona del vimercatese.

FATTORI DI SUCCESSO

Tra i fattori di successo c'è l'impegno costante dell'azienda a provvedere in toto al sostenimento del costo.

Gli incentivi, quando presenti, contribuiscono ad ampliare la gamma e i percorsi offerti.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

L'ostacolo principale che le aziende affrontano è dato dal costo dei servizi e dalla mancanza di incentivi stabili.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

IBM Italia S.p.A.

Sede di Segrate

2000 persone circa tra dipendenti e fornitori che gravitano nella sede di Segrate.

Mobility Manager/Referente: Micaela Boldrin, email micaela_boldrin@it.ibm.com

NOME DEL PROGETTO

Navette Milano Lambrate–Segrate e Milano Rogoredo-Segrate

PROBLEMI

Accesso alla sede da parte dei dipendenti sprovvisti di mezzo proprio o che preferiscono utilizzare il mezzo pubblico (la sede non è collegata da alcun servizio pubblico)

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Due linee di trasporto privato che collegano un pool di aziende (IBM, 3M, Microsoft, Iside, Lexmark) alla stazione FS di Lambrate e alla metropolitana di San Donato e stazione FS di Rogoredo.

Il servizio di trasporto è effettuato dal vettore ATM.

Lambrate/Segrate: le navette partono ogni 10 min circa al mattino e ogni 15 min circa alla sera. Alcune corse sono effettuate anche durante la pausa pranzo.

Rogoredo/San Donato: il servizio prevede tre corse al mattino e tre alla sera.

RISULTATI

Il servizio sopraindicato è utilizzato da 300 utenti, contribuendo così a diminuire il traffico nella zona del segratese.

FATTORI DI SUCCESSO

Tra i fattori di successo c'è l'impegno costante dell'azienda a provvedere in toto al sostenimento del costo.

Gli incentivi, quando presenti, contribuiscono ad ampliare la gamma e i percorsi offerti.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

L'ostacolo principale che le aziende affrontano è dato dal costo dei servizi e dalla mancanza di incentivi stabili.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

IBM Italia S.p.A.

Sedi di Segrate e Vimercate

Dipendenti che gravitano in entrambi le sedi: circa 4000

Mobility Manager/Referente: Ambrogio Cantù, email ambrogio_cantu@it.ibm.com

NOME DEL PROGETTO

Nuova proposta abbonamenti annuali ATM

PROBLEMI

Le navette aziendali fanno servizio dai capolinea MM di Lambrate, Rogoredo e Cologno e il dipendente, per completare il tragitto casa-lavoro, si trova nella necessità di dover usufruire dei mezzi pubblici ATM.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Per incentivare l'utilizzo dei mezzi pubblici, e completare così il servizio trasporti casa-lavoro, oltre alle navette aziendali è stato riproposto l'acquisto degli abbonamenti annuali ATM attraverso l'azienda. Con la realizzazione sinergica Navette Aziendali - Trasporti pubblici ATM, IBM ha inoltre mantenuto il prezzo degli abbonamenti per i propri dipendenti competitivo e in linea con la convenzione scaduta.

RISULTATI

Conferma delle iniziative di Mobilità Sostenibile e continuità di un servizio in atto da diversi anni, apprezzato e utilizzato da circa 200 dipendenti.

VALORE AGGIUNTO

- Minimizzare i disagi e i costi dello spostamento casa lavoro;
- incentivare l'utilizzo dei mezzi pubblici;
- possibilità di usufruire dell'abbonamento ai mezzi pubblici per più corse al giorno e sui vari mezzi della rete ATM, anche per uso esclusivamente personale per un intero anno.

FATTORI DI SUCCESSO

- Buona comunicazione garantita dal sito intranet aziendale "La Mobilità Sostenibile";
- costo concorrenziale garantito dall'incentivo aziendale;
- gestione degli abbonamenti tramite lo sportello "Pratiche Personali" (servizio effettuato da fornitore esterno) disponibile internamente nelle sedi aziendali, che permette l'espletamento dell'intera pratica fino alla consegna diretta al dipendente della tessera annuale senza spostamenti e perdite di tempo.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

- Cambi delle tariffe non annunciati per tempo con delta di costo da gestire con i dipendenti;
- mancanza di continuità del servizio: incentivi statali esauriti e poi riattivati con conseguenti e ripetute sospensioni e riattivazioni del servizio, con inevitabili disagi per l'azienda e per i dipendenti;
- necessità di far approvare un esborso di fondi aziendali aggiuntivo necessario per compensare il mancato finanziamento pubblico.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

IBM Italia S.p.A.

Sedi di Segrate e Vimercate

Dipendenti che gravitano in entrambi le sedi: circa 4000

Mobility Manager/Referente: Angelo Meregalli, email angelo_meregalli@it.ibm.com

NOME DEL PROGETTO

E-work

PROBLEMI

La tipologia delle attività a diretto contatto con i clienti e di back office rende necessaria l'accessibilità ai sistemi informativi aziendali in remoto e su un ampio arco di tempo. In questo contesto l'accesso alle tradizionali sedi di lavoro risulta penalizzante in termini di tempo speso dai dipendenti nei trasferimenti, di mobilità e di efficacia operativa.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Sono state individuate fasce di popolazione assegnando a ciascuna di esse uno specifico "codice di mobilità" che identifica sia la specificità del lavoro svolto che i supporti tecnologici necessari all'adempimento dei compiti.

Questo ha portato ad assegnare a tutti i dipendenti un computer portatile, ad identificare una fascia di persone che debbano utilizzare strumenti di connettività remoti (distribuzione di 4000 schede GPRS/UMTS), di un gruppo che possa svolgere parzialmente o completamente il lavoro da casa (disponibilità di 1700 linee ADSL). Si sono formalizzati anche 240 contratti di telelavoro che hanno istituzionalizzato questa modalità operativa. All'interno delle sedi si sono costituite aree di posti di lavoro condiviso, che da un lato ottimizzano l'uso delle attrezzature e dall'altro stimolano l'attività di gruppo per chi non acceda quotidianamente in sede IBM.

RISULTATI

- Ottimizzazione del tempo e maggiore efficacia e flessibilità delle operazioni;
- riduzione degli spostamenti con contributo significativo ai programmi di mobilità sostenibile e soddisfazione dei dipendenti.

VALORE AGGIUNTO

- Minimizzare i disagi ed i costi di spostamento casa/lavoro e sedi cliente/sedi aziendali;
- incentivare l'uso delle tecnologie;
- consentire una migliore gestione del tempo privato/professionale.

FATTORI DI SUCCESSO

- Condivisione preventiva con i dipendenti e con la linea manageriale, con basso fattore impositivo e con graduale inserimento delle novità organizzative;
- clima aziendale orientato alla mobilità attraverso una comunicazione mirata.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

- Superamento degli schemi tradizionali legati all'identificazione dell'attività con la postazione fisica di lavoro e ridefinizione dei rapporti tra linea manageriale e collaboratori e tra i colleghi;
- adeguamento dei servizi e dell'organizzazione di sede ad un ambiente ad elevata mobilità ed ad utilizzo esteso di strumenti tecnologici.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

Oracle Italia SrL

Viale E. Marelli, 303 - Sesto San Giovanni - Milano

Totale dipendenti: 903

Mobility Manager/Referente: Maria Francomano, email: maria.francomano@oracle.com

PROBLEMI

L'azienda ha di recente deciso di cambiare la sede centrale spostandola da Sesto San Giovanni a Cinisello Balsamo. La localizzazione della nuova sede ha dei problemi legati alla scarsa presenza di servizi di trasporto pubblico locale.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

L'Azienda, sempre con l'ottica della protezione dell'ambiente, ha approvato l'istituzione di un servizio di navette aziendali per le sedi di Sesto san Giovanni e per la sede di Roma. Le navette collegheranno le due sedi alle stazioni della Metropolitana più vicine.

RISULTATI

Per la sede di Sesto San Giovanni il servizio partirà in concomitanza del trasloco, previsto per metà gennaio 2009.

VALORE AGGIUNTO

La navetta che collegherà la sede centrale di Cinisello Balsamo, sarà ad esclusivo uso dei dipendenti di Oracle. Sarà quindi personalizzata con il logo aziendale standard e con lo slogan creato dalla nostra Corporation che riguarda l'impegno dell'azienda in tutto il mondo per la tutela dell'ambiente.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

Per la sede di Cinisello Balsamo, ma anche per quella di Roma, le difficoltà maggiori sono state quelle di trovare delle aziende che potessero condividere l'iniziativa, in modo da suddividere i costi ma anche fornire un servizio migliore ai dipendenti.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

Oracle Italia Srl

Viale E. Marelli, 303 - Sesto San Giovanni - Milano

Totale dipendenti: 903

Mobility Manager/Referente: Maria Francomano, email: maria.francomano@oracle.com

PROBLEMI

La sede di Sesto San Giovanni è facilmente raggiungibile dalla linea 1 della metropolitana, tuttavia si è riscontrato un uso limitato del servizio da parte dei dipendenti. Pertanto l'azienda ha voluto incentivare l'uso dei mezzi pubblici per incrementarne l'utenza.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

La Società per l'anno 2008 ha incentivato l'acquisto da parte dei dipendenti degli abbonamenti annuali ai mezzi pubblici aderenti al SITAM attraverso l'erogazione di un contributo e la rateizzazione in 12 mesi del pagamento.

RISULTATI

Oltre alla soddisfazione dei dipendenti si è notato un incremento delle persone che utilizzano il mezzo pubblico e del più generale interesse per le politiche ambientali.

VALORE AGGIUNTO

L'iniziativa sull'acquisto degli abbonamenti ha avuto i seguenti risultati:

- soddisfazione da parte dei dipendenti dell'azienda, sia tra coloro che hanno aderito all'iniziativa, sia tra gli altri in quanto e' stata interpretata come atto di "attenzione" dell'azienda nei confronti dei dipendenti e dell'ambiente;
- diffusione e conoscenza della figura del Mobility Manager, fino ad allora sconosciuta.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

Oracle Italia Srl

Viale E. Marelli, 303 - Sesto San Giovanni - Milano

Totale dipendenti: 903

Mobility Manager/Referente: Maria Francomano, email: maria.francomano@oracle.com

PROBLEMI

L'azienda ha sedi in più città d'Italia oltre a quella centrale di Sesto San Giovanni. Di conseguenza, tutti i giorni si movimenta un considerevole traffico di taxi - soprattutto da e per gli aeroporti - a servizio dei dipendenti che si spostano tra le diverse sedi per ragioni di servizio.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Per incentivare l'uso dei taxi in modo collettivo, è stato realizzato un programma informatico che permette a tutti gli impiegati di effettuare la prenotazione del taxi, ad una determinata ora, per una destinazione. Il programma permette altresì ai dipendenti di vedere se esistono già delle prenotazioni simili al fine valutare la possibilità di farle coincidere.

In questo modo, la Receptionist dell'Azienda potrà chiamare un solo taxi, raggruppando così più viaggiatori e dando vita ad un servizio di taxi collettivo.

RISULTATI

Il sistema è stato introdotto nell'estate 2008 e quindi non ha dato ancora grossi risultati.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

Come per quasi tutte le azioni che hanno come obiettivo il cambio di abitudini consolidate, gli individui sono restii a mettere in pratica l'iniziativa, pur consapevoli dei benefici che ne deriverebbero.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

Oracle Italia Srl

Viale E. Marelli, 303 - Sesto San Giovanni - Milano

Totale dipendenti: 903

Mobility Manager/Referente: Maria Francomano, ema il: maria.francomano@oracle.com

PROBLEMI

La localizzazione della nuova sede di Cinisello Balsamo, così come la sede di Roma, hanno problemi legati non solo alla scarsa presenza di servizi di trasporto pubblico, ma anche di servizi alla persona in genere.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

L'Azienda, sempre con l'ottica della protezione dell'ambiente, ha deciso di collocare degli sportelli Bancomat all'interno delle sedi di Cinisello Balsamo e di Roma.

RISULTATI

Il servizio partirà nel gennaio 2009.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

Difficoltà nel trovare un Istituto bancario disponibile ad offrire il servizio.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

SEA SpA

Aeroporti Linate / Malpensa

Dipendenti totali: 6.500

Mobility Manager/Referente: Giandomenico Bassanetti

email: bassanetti.giandomenico@sea-aeroportimilano.it

PROBLEMI

Comodità nell'uso dell'auto privata rispetto all'uso dei mezzi pubblici dovuta alla scarsa visibilità e conoscenza delle tratte del trasporto pubblico.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Aeroporto di Linate:

- Spostamento capolinea linea 73 e 73/ dando più visibilità ai collegamenti urbani con la città e ai relativi interscambi;
- campagna Abbonamenti con Contributo del Comune e della Azienda;
- suddivisione del trasporto pubblico da quello privato, attraverso la posa sulla corsia preferenziale di una telecamera ZTL e messa in evidenza delle diverse tipologie di collegamenti (Taxi collettivo, Collegamento con Stazione Centrale, Fiera Milano, varie località regionali) segnalate con appositi TOTEM informativi.

RISULTATI

- Notevole incremento degli abbonamenti annuali al tpl sia ferroviari che su gomma;
- notevole utilizzo del bus urbano per i collegamenti con il centro città da parte dei passeggeri.

VALORE AGGIUNTO

- Maggiore vivibilità delle aree di attesa per i vari collegamenti aeroportuali;
- stimolo nell'usare i mezzi pubblici derivato dalla campagna abbonamenti e dagli incentivi;
- migliore accessibilità ai mezzi dovuta alla collocazione presso l'ingresso della aerostazione;
- maggiore visibilità dei parcheggi breve sosta;
- più informazione all'utenza sui diversi collegamenti aeroportuali.

FATTORI DI SUCCESSO

Condivisione della riorganizzazione del piano arrivi aeroporto di Linate, dal costo di 500.000 euro, con Comune di Milano, Agenzia Mobilità e Ambiente, Polizia Locale, Enti di Stato, Direzione Aeroportuale.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

Coordinationi interni ed esterni (3 anni dalla progettazione alla realizzazione).

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

SIEMENS ITALIA

Sedi: Milano, Roma, Genova e sedi sul territorio nazionale

Totale dipendenti sedi area milanese: circa 2.400

Mobility Manager/Referente: Walter Villa, email: walter.villa@siemens.com

PROBLEMI

Stante la missione del Mobility Management di Siemens, la quale persegue il duplice obiettivo di migliorare l'accessibilità alle sedi aziendali e di gestire la domanda di mobilità dei dipendenti (spostamenti casa - lavoro), cogliendo le opportunità di riduzione di tempi e costo logistico e contribuendo a diffondere la sensibilità verso gli strumenti per una mobilità ambientalmente sostenibile (flessibilità degli orari, incentivazione dei mezzi di trasporto collettivi ed ecologici), l'esigenza specifica è quella di informare e sensibilizzare i dipendenti verso le opportunità e gli strumenti a disposizione.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Ai fini di una COMUNICAZIONE EFFICACE della MOBILITA' SOSTENIBILE la nostra azienda ha deciso di dedicare alle tematiche di Mobility un'area della intranet aziendale, all'interno della quale si trovano: convenzioni con i maggiori gestori di trasporti pubblici dell'area milanese; informazioni sugli incentivi per l'acquisto di mezzi eco-compatibili; accesso diretto ai link dei gestori sopra citati oltre che ai siti di Ministeri o della Regione Lombardia che implementino azioni e incentivi sul tema della mobilità; notizie di uso quotidiano quali scioperi, variazioni o novità inerenti i mezzi pubblici. Di recente, attraverso tale strumento, è stata realizzata l'indagine 2008 sugli Spostamenti Casa-Lavoro, attraverso la somministrazione di un questionario di cui sono ora disponibili i risultati sullo stesso sito.

RISULTATI

I risultati più evidenti in termini quantitativi di questa azione sono così riepilogabili:

- buona attenzione alle comunicazioni veicolate attraverso il sito di "Mobility Management";
- crescente sensibilità verso gli argomenti correlati alla "mobilità sostenibile";
- crescita dell'utilizzo di abbonamenti a mezzi pubblici in convenzione aziendale (dati più precisi a questo riguardo nella scheda apposita).

VALORE AGGIUNTO e FATTORI DI SUCCESSO

L'informazione e il coinvolgimento dei dipendenti si ripercuote direttamente sulle scelte degli stessi in tema di mobilità nella direzione di un minor utilizzo del trasporto privato e quindi verso soluzioni di "mobilità sostenibile". In generale, i dipendenti sono più informati e quindi più sensibili verso un comportamento responsabile in tema ambientale che corrisponde ad un importante valore di Siemens.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

Proporre messaggi i cui recepimento ed attuazione comportano anche la modifica di comportamenti ed abitudini consolidate.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

SIEMENS ITALIA

Sedi: Milano, Roma, Genova e sedi sul territorio nazionale

Totale dipendenti sedi area milanese: circa 2.400

Mobility Manager/Referente: Walter Villa, email: walter.villa@siemens.com

PROBLEMI

A partire da un complesso trasferimento collettivo che ha riguardato circa 2.000 persone nell'anno 2001, la funzione del "Mobility management" accompagna la dislocazione di dipendenti presso sedi in particolare dell'area milanese, supportandoli nella scelta tra i mezzi di trasporto pubblico disponibili per la quotidiana mobilità casa-lavoro e fornendo un servizio operativo nelle fasi di richiesta ed ottenimento dell'abbonamento relativo.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Stipula di convenzioni con i principali gestori di trasporto pubblico dell'area milanese e intermediazione tra gli stessi e i dipendenti nelle diverse fasi di fornitura compresa la consegna diretta sul luogo di lavoro. L'azienda ha aderito ai bandi proposti utili a garantire una riduzione dei prezzi (ATM) ed ha applicato sconti ulteriori a proprio carico, effettuando inoltre la rateizzazione sulle dodici mensilità a favore del dipendente.

RISULTATI

Il risultato più evidente dell'efficacia e dell'utilità di questa azione è la crescita nel tempo del numero dei dipendenti che hanno richiesto un abbonamento ad un mezzo pubblico avvalendosi di una convenzione aziendale; a giugno di quest'anno gli abbonamenti in corso hanno raggiunto il numero complessivo di circa 600.

VALORE AGGIUNTO e FATTORI DI SUCCESSO

Attraverso la sensibilizzazione e l'incentivazione dei propri collaboratori ad adottare metodologie di spostamento ambientalmente sostenibili, Siemens contribuisce alla trasmissione dei valori di responsabilità sociale ed ambientale.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

I diversi gestori di trasporto pubblico dimostrano differente disponibilità nell'offerta di condizioni agevolate a collettività di utenti anche aziendali. Questo rischia di condizionare negativamente l'interesse dei dipendenti verso il mezzo pubblico.

Una migliore integrazione tariffaria tra i vari vettori consentirebbe di aumentare il numero degli abbonati aziendali.

Sono in corso azioni finalizzate ad estendere convenzioni di questo tipo alle città di Genova e Roma; anche in questo caso le difficoltà possono derivare dalle posizioni dei gestori locali, variamente predisposti a questa tipologia di incentivazioni.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

SIEMENS ITALIA

Sedi: Milano, Roma, Genova e sedi sul territorio nazionale

Totale dipendenti sedi area milanese: circa 2.400

Mobility Manager/Referente: Walter Villa, email: walter.villa@siemens.com

PROBLEMI

Il Mobility Management di Siemens si propone anche di proiettare l'azienda verso il progressivo passaggio dal flusso logistico al flusso informativo, puntando sulla diffusione dei mezzi IT, per sostituire molti degli spostamenti (casa-lavoro e lavoro-lavoro) con la comunicazione voce-dati e per realizzare una flessibilità spazio-temporale della prestazione: una potente leva competitiva che migliora le condizioni di vita e di lavoro.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

La formula contrattuale dell'"E-work" comporta una differente distribuzione per il dipendente della prestazione lavorativa: un minimo del 20% della normale prestazione lavorativa settimanale viene effettuata direttamente dalla propria residenza/domicilio, abbinate a giornate/fasce orarie di presenza in azienda.

La formula "Home based", rivolta a personale tecnico-commerciale, prevede che i dipendenti svolgano le proprie attività presso i clienti senza doversi muovere abitualmente verso le sedi aziendali ma basandosi presso la propria residenza/domicilio.

I casi sopra descritti comportano la dotazione informatica e telematica necessaria, nonché l'applicazione di specifiche normative per quanto riguarda i vari aspetti di gestione della prestazione lavorativa.

RISULTATI

Lo strumento "E-work" si è rivelato utile per la positiva gestione di situazioni potenzialmente critiche derivanti anche da trasferimenti ad elevato impatto logistico, consentendo di mantenere un clima aziendale complessivamente positivo ed una motivazione adeguata del personale, evitando spesso la perdita di risorse pregiate. La formula "Home based" ormai consolidata consente di ottimizzare le attività del dipendente riducendo al minimo gli spostamenti verso le sedi aziendali.

VALORE AGGIUNTO e FATTORI DI SUCCESSO

I dipendenti che effettuano queste tipologie di prestazione lavorativa, riducono in misura corrispondente l'esigenza degli spostamenti quotidiani casa-lavoro. Anche la presenza richiesta presso la sede di lavoro può essere organizzata in modo da comportare un minor impatto sulle fasce orarie di traffico più critiche.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

In modo particolare per quanto riguarda l'"E-work", il superamento di abitudini consolidate ed in qualche modo collegate ad una presenza "tradizionale" del dipendente sul luogo di lavoro.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

SIEMENS ITALIA

Sedi: Milano, Roma, Genova e sedi sul territorio nazionale

Totale dipendenti sedi area milanese: circa 2.400

Mobility Manager/Referente: Walter Villa, email: walter.villa@siemens.com

PROBLEMI

A fronte delle quotidiane esigenze di spostamento per motivi di lavoro da parte del personale, le politiche aziendali sono volte a ridurre l'impatto ambientale delle autovetture dei dipendenti o appartenenti alla flotta aziendale di auto in noleggio a lungo termine.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Per quanto riguarda la flotta aziendale, tutte le autovetture in dotazione sono diesel euro 4 con FAP o ad alimentazione benzina/metano.

Per le autovetture dei dipendenti, l'azienda aderisce alla iniziativa della Provincia di Milano per l'incentivazione alla trasformazione di autovetture con alimentazione a benzina in autovetture alimentate a GPL/Metano.

RISULTATI

Contenimento dell'impatto ambientale, riduzione dei costi di trasporto.

VALORE AGGIUNTO e FATTORI DI SUCCESSO

Gestione aziendale della pratica di conversione a favore del dipendente.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

- Per quanto riguarda l'alimentazione a GPL/Metano, ancora qualche pregiudizio circa queste tipologie di alimentazione;
- scarsa capillarità della rete distributiva sul territorio nazionale che condiziona lo sviluppo di questa tipologia di alimentazione.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

SIEMENS ITALIA

Sedi: Milano, Roma, Genova e sedi sul territorio nazionale

Totale dipendenti sedi area milanese: circa 2.400

Mobility Manager/Referente: Walter Villa, email: walter.villa@siemens.com

PROBLEMI

I dipendenti si trovano quotidianamente a confrontarsi con esigenze familiari, personali, sanitarie, ecc., che richiederebbero un sistematico spostamento rispetto al luogo di lavoro. Alcune azioni poste in essere e finanziate dall'Azienda consentono di avvalersi di diversi servizi direttamente presso la sede di lavoro, riducendo/evitando gli spostamenti relativi.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

I servizi messi a disposizione dei dipendenti e con impatto sulla mobilità attengono le seguenti aree:

Area "Salute e benessere della persona":

- Centro medico-infermieristico
- Vaccinazione antinfluenzale
- Visite periodiche di prevenzione oncologica
- Assicurazione sanitaria integrativa

Area " Servizi alla persona "

- Assistente sociale per problematiche lavorative/personali/famigliari
- CRAL: servizio di biglietteria teatrale ed acquisto viaggi/vacanze
- Area "Shopping" con presenza alternata di vari espositori e possibilità di acquisto diretto
- Siemens Point interno con vendita diretta di prodotti a marchio Siemens
- Sportello Bancomat

RISULTATI

La disponibilità di servizi alla persona contribuisce al miglioramento della qualità di vita complessiva del collaboratore e si riflette positivamente sul clima aziendale. Tutte queste iniziative consentono di conciliare le esigenze della sfera personale e privata dei lavoratori con quelle della vita professionale ("Work-Life Bilance").

VALORE AGGIUNTO e FATTORI DI SUCCESSO

L'attenzione alle esigenze dei collaboratori e una buona disponibilità di servizi alla persona, contribuiscono a rendere positivo quel complesso di valutazioni, interne ed esterne all'azienda, che si traducono in una elevata attrattività da parte dell'azienda stessa.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

Nessuna in particolare da segnalare.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

VODAFONE OMNITEL NV

19 sedi aziendali presso zona di Via Bisceglie-Via Lorenteggio (di cui 3 in Via Caboto a Corsico)

Dipendenti: 2.552

Mobility Manager/Referente: Mariapaola Bartolini,
email: Manager.MOBILITY@mail.vodafone.it

PROBLEMI

Dato l'elevato numero di dipendenti è stato necessario identificare un efficace strumento per trasmettere le comunicazioni relative al Mobility Management.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Utilizzo della intranet aziendale all'interno della quale è possibile pubblicare avvisi e informazioni. Si evidenzia che la totalità dei dipendenti ha accesso alla mail, ad internet ed alla intranet aziendale.

Inoltre è stato creato uno specifico indirizzo di posta elettronica a cui è possibile fare riferimento per relazionarsi direttamente con il Mobility Manager, chiedendo informazioni o esponendo eventuali richieste e/o suggerimenti.

RISULTATI

E' fondamentale che l'informazione raggiunga tutti i dipendenti e, tramite mail e intranet (a cui la totalità dei dipendenti ha accesso), tutto ciò viene garantito.

Inoltre, la creazione di un indirizzo di posta elettronica del Mobility Manager a cui inviare domande/ricieste/suggerimenti sulla tematica della mobilità, consente ai dipendenti di avere un riferimento diretto.

VALORE AGGIUNTO

I dipendenti, sentendosi coinvolti direttamente nella tematica della mobilità sostenibile, possono essere maggiormente sensibilizzati.

FATTORI DI SUCCESSO

Garanzia che le comunicazioni raggiungano tutti i dipendenti e, tramite la mail del Mobility Manager, opportunità di interazione diretta con il Mobility Manager stesso. Quest'ultimo fornisce risposte per quanto di propria competenza e assume il ruolo di interfaccia con Enti Pubblici e con aziende di trasporto pubblico per facilitare il dipendente nel reperire informazioni.

Per migliorare ancora di più la comunicazione e facilitare maggiormente l'accessibilità da parte dei dipendenti alle informazioni e iniziative relative al Mobility Management, tra le attività proposte e in corso di valutazione vi è la creazione, all'interno della intranet aziendale, di pagine web dedicate.

PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELL'ATTUAZIONE DELLE AZIONI

Individuazione della maggior quantità possibile di contenuti e di informazioni (anche e soprattutto interfacciandosi con la Pubblica Amministrazione) per rendere al dipendente un servizio il più vantaggioso possibile per sé e per la qualità di vita della collettività.

Maggiore comunicazione da parte dei Mobility Manager d'Area verso i Mobility Manager aziendali.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

VODAFONE OMNITEL NV

19 sedi aziendali presso zona di Via Bisceglie-Via Lorenteggio (di cui 3 in Via Caboto a Corsico)

Dipendenti: 2.552

Mobility Manager/Referente: Mariapaola Bartolini,

email: Manager.MOBILITY@mail.vodafone.it

PROBLEMI

L'area dove sono localizzate le sedi aziendali non risulta ben servita dal trasporto pubblico locale e di conseguenza la maggior parte dei dipendenti utilizza l'automobile per lo spostamento casa-lavoro.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Istituzione di servizi di navetta per permettere:

- collegamenti più diretti dalla stazione metropolitana di Bisceglie alle diverse sedi aziendali;
- collegamento tra la stazione metropolitana di Cadorna e la sede di Via Bensi dove è situato il Call Center;
- collegamento tra le sedi aziendali di Milano e Ivrea, considerati i frequenti spostamenti dei dipendenti tra tali sedi (uno dei servizi navetta tra Milano e Ivrea risulta in condivisione con un'altra azienda).

RISULTATI

Attualmente utilizzano i servizi di navette di collegamento tra stazione M1 Bisceglie e le sedi milanesi circa 250 utenti/giorno.

VALORE AGGIUNTO

I dipendenti hanno meno disagi nell'utilizzo del trasporto pubblico e, al contrario di chi utilizza l'automobile, possono evitare lo stress della guida nel traffico urbano e della ricerca del parcheggio nei pressi della sede lavorativa.

FATTORI DI SUCCESSO

Costo sostenuto dall'azienda interamente o in parte nel caso del servizio di navetta condiviso. Ciò deriva dall'interesse aziendale a favorire l'accessibilità dei dipendenti alle sedi aziendali e a migliorare gli spostamenti con il mezzo di trasporto pubblico rendendo più agevole il collegamento tra punti di notevole affluenza di utenti del trasporto pubblico (stazione metropolitana) e le sedi e tra le sedi stesse.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

VODAFONE OMNITEL NV

19 sedi aziendali presso zona di Via Bisceglie-Via Lorenteggio (di cui 3 in Via Caboto a Corsico)

Dipendenti: 2.552

Mobility Manager/Referente: Mariapaola Bartolini,
email: Manager.MOBILITY@mail.vodafone.it

PROBLEMI

L'area dove sono localizzate le sedi aziendali non risulta ben servita dal trasporto pubblico locale e di conseguenza la maggior parte dei dipendenti utilizza l'automobile per gli spostamenti.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Per favorire l'utilizzo del mezzo di trasporto pubblico, VODAFONE OMNITEL NV, oltre ad aver istituito dei servizi di navetta aziendale si occupa, tramite il Mobility Manager, di svolgere il ruolo di interfaccia con ATM, con cui ha stipulato una convenzione per ottenere degli sconti sugli abbonamenti di trasporto pubblico per i propri dipendenti.

VALORE AGGIUNTO

Il dipendente può essere maggiormente sensibilizzato per il fatto che percepisce l'impegno dell'azienda che cerca di favorirlo nell'utilizzo del trasporto pubblico.

FATTORI DI SUCCESSO

I dipendenti che decidono di acquistare l'abbonamento annuale ATM tramite Vodafone devono solamente firmare un modulo per la richiesta dell'abbonamento e l'autorizzazione alla trattenuta del costo sullo stipendio: tutto ciò facilita il dipendente nella procedura di acquisto dell'abbonamento.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

VODAFONE OMNITEL NV

19 sedi aziendali presso zona di Via Bisceglie-Via Lorenteggio (di cui 3 in Via Caboto a Corsico)

Dipendenti: 2.552

Mobility Manager/Referente: Mariapaola Bartolini,
email: Manager.MOBILITY@mail.vodafone.it

PROBLEMI

L'area dove sono localizzate le sedi aziendali non risulta ben servita dal trasporto pubblico locale e di conseguenza la maggior parte dei dipendenti utilizza l'automobile per gli spostamenti.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Impostazione di un servizio di car-pooling per gli spostamenti tra le sedi aziendali di Milano e la sede di Ivrea. La sperimentazione e' stata effettuata mediante la creazione di un sistema interamente sviluppato da parte di personale dell'azienda stessa e con l'utilizzo di strumenti aziendali. Inoltre, grazie al servizio di navette che collegano le sedi di Milano e Ivrea, si è potuto assicurare ai dipendenti il rientro anche nei casi in cui il conducente per imprevisti o contingenze non poteva garantire il rispetto degli orari.

RISULTATI

La sperimentazione non ha dato i risultati sperati, anche per il fatto che tra le sedi di Milano e la sede di Ivrea è possibile l'utilizzo della navetta, che garantisce il collegamento senza dover ricorrere al mezzo di trasporto privato.

In ogni caso si intende proseguire nello studio di modalità di car-pooling che rendano tale servizio funzionale ed efficiente e di conseguenza appetibile, anche in vista di estenderlo a tutti gli spostamenti casa-lavoro.

VALORE AGGIUNTO

Le sperimentazioni hanno l'obiettivo di individuare se il sistema/progetto che si intende realizzare è la soluzione ottimale. In questo caso è stata utile per capire che la modalità identificata non si mostra efficace (nel contesto in cui è stata eseguita) e che quindi si rivela necessario studiare un nuovo metodo di applicazione.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

VODAFONE OMNITEL NV

19 sedi aziendali presso zona di Via Bisceglie-Via Lorenteggio (di cui 3 in Via Caboto a Corsico)

Dipendenti: 2.552

Mobility Manager/Referente: Mariapaola Bartolini,

email: Manager.MOBILITY@mail.vodafone.it

PROBLEMI

L'area dove sono localizzate le sedi aziendali non risulta ben servita dal trasporto pubblico locale e di conseguenza la maggior parte dei dipendenti utilizza l'automobile per gli spostamenti, causando un aumento dell'inquinamento atmosferico.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

L'iniziativa "Gasati", attivata dalla Provincia di Milano, prevede incentivi per la trasformazione dell'impianto di alimentazione da benzina a GPL o Metano per gli autoveicoli appartenenti ai dipendenti degli Enti e delle Aziende aderenti al "Coordinamento Intercomunale d'Area sulla Mobilità Sostenibile" promosso dalla Provincia.

VODAFONE OMNITEL NV, per permettere ai propri dipendenti di accedere a tale iniziativa, ha aderito al "Coordinamento Intercomunale d'Area", diffondendo successivamente tutte le informazioni utili tramite intranet aziendale.

RISULTATI

L'iniziativa in questione è stata accolta favorevolmente dai dipendenti.

VALORE AGGIUNTO

Il dipendente che ha deciso di aderire all'iniziativa può utilizzare un mezzo di trasporto a basso impatto ambientale non solo per lo spostamento casa-lavoro ma anche per tutti gli altri suoi spostamenti effettuati con mezzo privato.

FATTORI DI SUCCESSO

Tramite un contributo provinciale si rende meno onerosa a livello economico una scelta a favore dell'ambiente.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

VODAFONE OMNITEL NV

19 sedi aziendali presso zona di Via Bisceglie-Via Lorenteggio (di cui 3 in Via Caboto a Corsico)

Dipendenti: 2.552

Mobility Manager/Referente: Mariapaola Bartolini,

email: Manager.MOBILITY@mail.vodafone.it

PROBLEMI

L'area dove sono localizzate le sedi aziendali non risulta ben servita dal trasporto pubblico locale e di conseguenza la maggior parte dei dipendenti utilizza l'automobile per gli spostamenti, anche in funzione degli obblighi/impegni nel tragitto casa-lavoro.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

Tramite la campagna "www per la spesa non ti sposti più", che prevede incentivi per la spesa online, la Provincia di Milano promuove gli acquisti per via telematica ai dipendenti delle Aziende/Enti aderenti al "Coordinamento Intercomunale d'Area sulla Mobilità Sostenibile".

VODAFONE OMNITEL NV, per permettere ai propri dipendenti di accedere a tale campagna, ha aderito al "Coordinamento Intercomunale d'Area", diffondendo successivamente tutte le informazioni utili tramite intranet aziendale.

RISULTATI

L'iniziativa in questione è stata accolta favorevolmente dai dipendenti.

VALORE AGGIUNTO

Il dipendente che ha deciso di aderire all'iniziativa elimina lo spostamento che viene solitamente effettuato con il mezzo privato per il trasporto della spesa. In taluni casi per il tragitto casa-lavoro si utilizza il mezzo privato a causa di obblighi/impegni nel tragitto stesso (tra cui fare la spesa). Di conseguenza la spesa online può avere influssi positivi sul mezzo di trasporto usato nello spostamento casa-lavoro.

FATTORI DI SUCCESSO

Tramite un contributo provinciale si rende meno onerosa a livello economico una scelta a favore dell'ambiente.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

VODAFONE OMNITEL NV

19 sedi aziendali presso zona di Via Bisceglie-Via Lorenteggio (di cui 3 in Via Caboto a Corsico)

Dipendenti: 2.552

Mobility Manager/Referente: Mariapaola Bartolini,
email: Manager.MOBILITY@mail.vodafone.it

PROBLEMI

I dipendenti utilizzano prevalentemente l'automobile per raggiungere il luogo di lavoro, anche in funzione degli obblighi/impegni nel tragitto casa-lavoro.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

VODAFONE OMNITEL NV fornisce un contributo aziendale ai dipendenti sulla retta da pagare per il servizio di asilo nido nei pressi dell'azienda. In particolare l'asilo nido è localizzato in un punto baricentrico rispetto alle diverse sedi aziendali.

Il servizio rappresenta una significativa opportunità per i dipendenti e notevoli vantaggi dal punto di vista logistico-organizzativo degli spostamenti effettuati durante il tragitto casa-lavoro in termini di risparmio di tempo, di minor stress e di miglioramento della qualità della vita.

Le informazioni e le comunicazioni relative al servizio di asilo nido avvengono tramite intranet aziendale.

VALORE AGGIUNTO

Il dipendente che ha deciso di aderire all'iniziativa elimina spostamenti aggiuntivi, poichè dover accompagnare il proprio figlio all'asilo nido implica spesso l'estensione del tragitto casa-lavoro.

SCHEDA DI RILEVAZIONE AZIENDALE

VODAFONE OMNITEL NV

19 sedi aziendali presso zona di Via Bisceglie-Via Lorenteggio (di cui 3 in Via Caboto a Corsico)

Dipendenti: 2.552

Mobility Manager/Referente: Mariapaola Bartolini,
email: Manager.MOBILITY@mail.vodafone.it

PROBLEMI

I dipendenti utilizzano prevalentemente l'automobile per raggiungere il luogo di lavoro.

DESCRIZIONE DELLE AZIONI REALIZZATE

E' stata stipulata una convenzione con servizi di ristorazione che offrono uno sconto ai dipendenti VODAFONE OMNITEL NV.

RISULTATI

La presenza di servizi di ristorazione in convenzione nei pressi delle sedi aziendali (in un caso addirittura interno alla sede e dedicato ai soli dipendenti) permette ai dipendenti spostamenti molto brevi per raggiungere il luogo del pranzo e di conseguenza evita l'utilizzo dell'automobile quale mezzo di trasporto.

FATTORI DI SUCCESSO

Permettere spostamenti brevi, da effettuare a piedi, tra la sede di lavoro e il luogo di ristorazione per la pausa pranzo.

Appendice

A.1 Ringraziamenti

La predisposizione di questa dispensa è stata possibile grazie al contributo dato nella realizzazione delle schede di rilevazione aziendale da: Vito Roberto Palmiotti (3M Italia SpA), Sergio Cosmai (Arnoldo Mondadori Editore SpA), Antonio Spataro (AstraZeneca SpA), Daniele Invernizzi (BT Italia), Andrea Pagani (ENISERVIZI SpA), Micaela Boldrin, Ambrogio Cantù e Angelo Meregalli (IBM Italia SpA), Maria Francomano (Oracle Italia Srl), Giandomenico Bassanetti (SEA SpA), Walter Villa (Siemens Italia), Mariapaola Bartolini e Antonella Rampin (Vodafone Omnitel NV).

A.2 Presentazione Partner

- **Intermobility**

Intermobility, Associazione Italiana di Mobility Management, è stata fondata da alcuni Mobility Manager nel marzo 2007.

Lo scopo principale dell'associazione è quello di promuovere e sviluppare il Mobility Management presso Enti Pubblici e Privati, mettendo a disposizione supporto e know how, e diventare un punto di riferimento autorevole e credibile per una mobilità maggiormente sostenibile, a livello locale e nazionale.

Dispense Assolombarda

Novembre 2007

- **Mercato Innovazione Mercato**
Area Mercato e Impresa

Aprile 2008

- **Guida alla predisposizione di un modello organizzativo per la salute e sicurezza sul lavoro: elementi di confronto e integrazione tra D.Lgs. 81/08, D.Lgs. 231/01 e BS OHSAS 18001:2001**
Area Ambiente e Sicurezza

Maggio 2008

- **La certificazione energetica degli edifici**
Settore Territorio
- **La normativa italiana, britannica e francese in materia di bonifica dei siti contaminati**
Area Ambiente e Sicurezza

Giugno 2008

- **Collocamento dei disabili**
Area Lavoro e Previdenza

Ottobre 2008

- **Guida pratica al capitale di rischio: avviare e sviluppare un'impresa con il venture capital e il private equity**
Area Finanza

Dicembre 2008

- **Buone pratiche di mobility management aziendale**
Area Monitoraggio del Territorio e Infrastrutture, Organizzazione Zonale



ASSOLOMBARDA

Area Monitoraggio del Territorio e Infrastrutture,
Organizzazione Zonale
Via Pantano 9 - 20122 Milano
mitoz@assolombarda.it
Telefono 0258370.618/398
www.assolombarda.it



Via Case Rotte 2/A
20067 Paullo (MI)
info@intermobility.it
www.intermobility.it