

Piano Spostamenti Casa – Lavoro

GVM – Faenza

INDICE	PAG.
1. Premessa	3
2. Il software MobilityManager per la redazione dei PSCL	4
3. Parte informativa e di analisi	5
3a. Analisi delle condizioni strutturali dell'azienda	6
3b. Analisi dell'offerta di trasporto	10
3c. Analisi degli spostamenti casa-lavoro	17
4. Conseguenze delle scelte di mobilità	29
5. Parte progettuale	32
6. Programma di implementazione e monitoraggio	41
7. Conclusioni	42

La mobilità urbana è uno dei principali temi di interesse di Istituzioni e aziende. Una sua migliore organizzazione può contribuire a ridurre i livelli di congestione del traffico urbano e, contemporaneamente, quelli dell'inquinamento atmosferico, con conseguenti vantaggi a livello sia sociale che economico. Il **Decreto Ronchi** emanato il 27 marzo 1998, accanto all'obbligo di risanamento e tutela della qualità dell'aria, introduce la figura del responsabile della mobilità aziendale (**Mobility Manager**), con l'obiettivo di coinvolgere anche le aziende nella gestione delle soluzioni alternative. Il Decreto riconosce nei Piani degli Spostamenti Casa-Lavoro uno degli strumenti per ridurre l'uso delle auto private individuali incentivando forme di trasporto sostenibili.

Successivamente, con l'introduzione in Gazzetta Ufficiale del **Decreto Rilancio**, convertito con legge n. 77 del 17 luglio 2020 recante "*Misure per incentivare la mobilità sostenibile*", si conferma l'abbassamento della soglia minima per la nomina del Mobility Manager e della conseguente stesura del Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro da 300 a 100 dipendenti nelle aziende ubicate in Città Metropolitane, Capoluoghi di Regione e di Provincia e, in generale, in Comuni con più di 50.000 abitanti. Questa legge mira a incrementare ulteriormente la sostenibilità degli spostamenti e a favorire mezzi alternativi a quelli tradizionali, sia per la salvaguardia dell'ambiente, sia per limitare la diffusione dei contagi da Covid-19. Inoltre, con l'introduzione del **Decreto Interministeriale n. 179 del 12 maggio 2021**, recante "*Modalità attuative delle disposizioni relative alla figura del mobility manager*", vengono definite le figure, le funzioni e i requisiti dei mobility manager aziendali e dei mobility manager d'area. Il presente Piano è stato elaborato secondo le "*Linee Guida per la redazione e l'implementazione dei Piani degli Spostamenti Casa-Lavoro (PSCL)*" del 03 Agosto 2021, ai sensi dell'art. 3 comma 5 del sopracitato Decreto Interministeriale.

NOMINA MOBILITY
MANAGER E PSCL

100 DIPENDENTI

MobilityManager è un software in grado di tracciare un quadro dettagliato delle **abitudini di mobilità dei dipendenti**: da dove partono, dove arrivano, dove parcheggiano, quanto inquinano, e qual è la loro attitudine al cambiamento verso soluzioni più sostenibili. Il punto di partenza del software è la somministrazione tramite pc o app di un breve questionario online per i dipendenti al fine di avere i dati che servono al software per le elaborazioni.

Alla fine della fase di raccolta dati l'azienda avrà a disposizione tutte le informazioni necessarie che la aiuteranno a redigere il **Piano Spostamenti Casa-Lavoro** e a prendere decisioni strategiche per la razionalizzazione della mobilità aziendale, per l'aumento della qualità della vita dei dipendenti e la riduzione degli inquinanti.

m mobility MANAGER

Menu

- PIANIFICAZIONE
- MAPPA
- DATI
- QUESTIONARI
- Mobility Manager
- Dipendente

QUESTIONARIO DIPENDENTE

CARATTERISTICHE ANAGRAFICHE

Sesso

- ☒ Maschio
- ☐ Femmina

Fascia di età

- ☐ Meno di, o 20 anni
- ☐ Fra 21 e 30 anni
- ☒ Fra 31 e 40 anni
- ☐ Fra 41 e 50 anni
- ☐ Fra 51 e 60 anni
- ☐ Più di 60 anni

Indirizzo, numero civico e località dell'abitazione (se il sistema non riconosce il tuo indirizzo, immetti quello riconosciuto più vicino)

Via Ciro Menotti, 8, 00040 Marino RM, Italy **VERIFICA INDIRIZZO**

Quanti sono i componenti del tuo nucleo familiare (incluso te stesso/o)?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☒ 3

MOVESION
MOBILITY TOMORROW

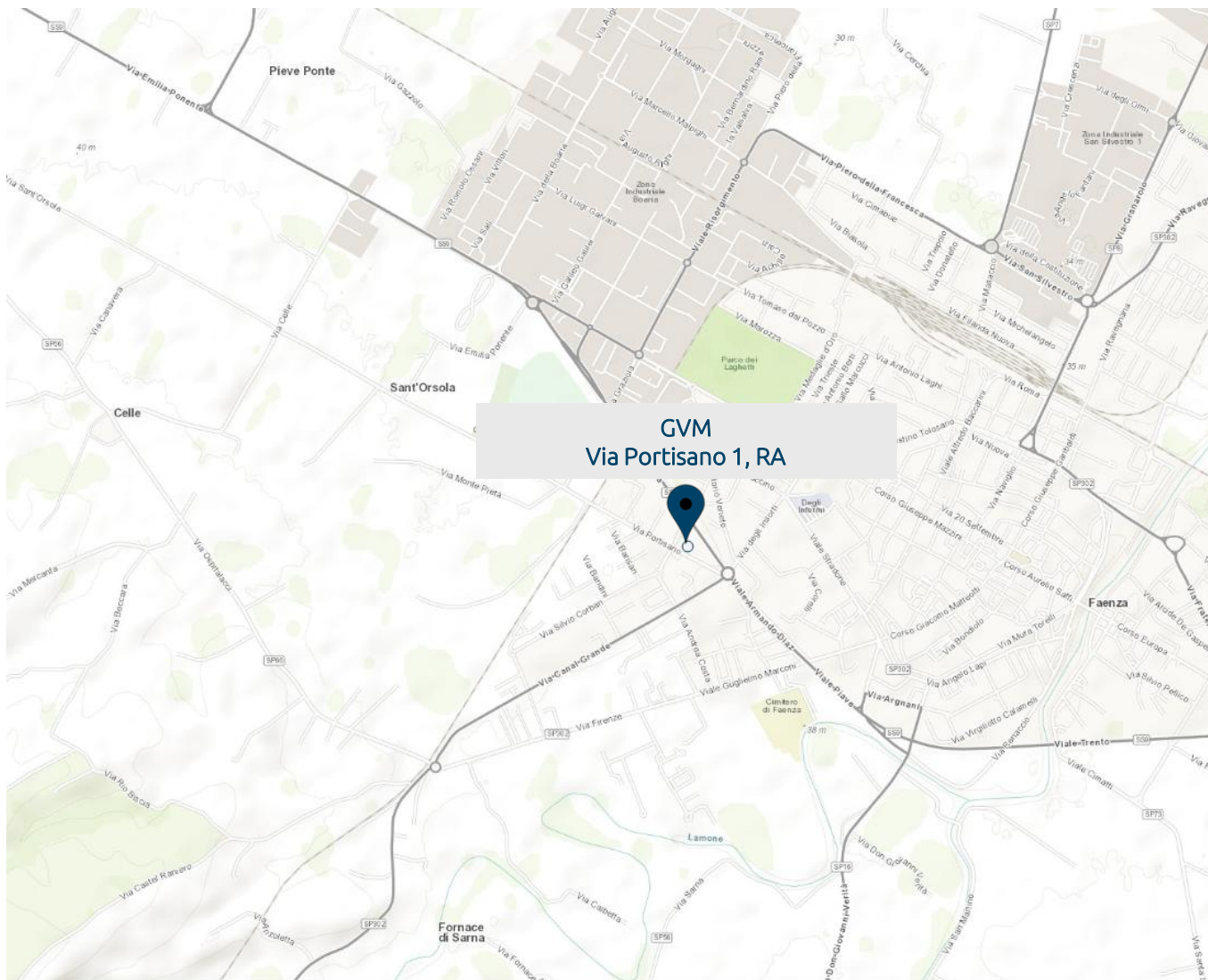
3. Parte informativa e di analisi

- 3a. ANALISI DELLE CONDIZIONI STRUTTURALI DELL'AZIENDA
- 3b. ANALISI DELL'OFFERTA DI TRASPORTO
- 3c. ANALISI DEGLI SPOSTAMENTI CASA-LAVORO

3a .

Analisi delle condizioni strutturali dell'azienda

- LOCALIZZAZIONE DELLA SEDE
- RISORSE, SERVIZI E DOTAZIONI AZIENDALI



GVM Care & Research è uno tra i maggiori gruppi italiani attivo nel settore della sanità, ricerca e formazione medico scientifica, benessere e cure termali, ospitalità alberghiera, industria biomedicale e servizi alle imprese. La rete integrata di Ospedali Polispecialistici, di Alta Specialità e Poliambulatori è costituita da 28 Ospedali, 4 Poliambulatori, 2 RSA e 2 RA in Italia. Si tratta del più esteso sistema di strutture sanitarie, capillare sul territorio italiano, che coinvolge complessivamente 9.818 operatori di cui 3.976 medici.

L'esperienza dei medici specialisti, la loro costante formazione, l'approccio multidisciplinare, le tecnologie d'avanguardia, gli investimenti rappresentano gli elementi distintivi di questo Gruppo sanitario italiano.

La sede di **Faenza** si trova nella zona **Via Portisano 1** (CAP 48018).

Servizio	Presenza nelle sedi							
Parcheggi aziendali	Auto tradizionali	Auto elettriche	Motocicli tradizionali	Motocicli elettrici	Biciclette tradizionali	Biciclette elettriche	Carpooling	Monopattini
	153	0	0	0	30	0	0	0
Mezzi di trasporto aziendali	Auto tradizionali	Auto elettriche	Auto ibride	Car sharing aziendale	Motocicli tradizionali	Motocicli elettrici	Biciclette tradizionali	Biciclette elettriche
	0	0	0	0	0	0	0	0
Incentivi aziendali	Contributi per l'acquisto della bicicletta		Contributi per l'acquisto di abbonamenti per servizi sharing			Contributi per l'acquisto di abbonamenti per il Trasporto Pubblico		
	Non previsto		Non previsto			Non previsto		



Servizio	Presenza nella sede
Email aziendale	Sì
Newsletter	No
Bacheca	Sì (2)
Mensa	No
Spogliatoi / Docce	7 / 25
Budget investito per la mobilità dei dipendenti	Da definire
Risorse umane impiegate per la mobilità dei dipendenti	1

3b. Analisi dell'offerta di trasporto

- TRASPORTO PRIVATO
- AREE DI SOSTA
- TRASPORTO PUBBLICO
- MODALITÀ CICLABILE
- MODALITÀ PEDONALE
- SERVIZI SHARING

Infrastruttura	Caratteristiche dell'infrastruttura	Ztl	Qualità dell'infrastruttura	Viabilità
Via Portisano	Una carreggiata Una corsia a senso unico	No	Manto stradale in discreto stato Segnaletica verticale ed orizzontale in discreto stato	Sia nelle ore di punta mattutine che pomeridiane il traffico risulta essere mediamente intenso
Via Canal Grande	Una carreggiata Una corsia per senso di marcia	No	Manto stradale in discreto stato Segnaletica verticale ed orizzontale in buono stato	Sia nelle ore di punta mattutine che pomeridiane il traffico risulta essere scorrevole
Viale Piave/Viale Elio Assirelli	Una carreggiata Due corsie per senso di marcia	No	Manto stradale in buono stato Segnaletica verticale ed orizzontale in buono stato	Sia nelle ore di punta mattutine che pomeridiane il traffico risulta essere scorrevole
Viale Armando Diaz	Una carreggiata Due corsie per senso di marcia	No	Manto stradale in buono stato Segnaletica verticale ed orizzontale in buono stato	Nelle ore di punta mattutine il traffico risulta essere scorrevole Nelle ore di punta pomeridiane il traffico risulta scorrevole , a tratti mediamente intenso



Lungo Via Portisano la sosta è consentita nelle aree delimitate dalla segnaletica orizzontale.

Le aree di sosta sono principalmente gratuite.

Si rileva la presenza di un **parcheggio aziendale**. All'esterno della sede non si rileva la presenza di parcheggi per portatori di handicap, né colonnine per la ricarica di veicoli elettrici.

Fermata	Pensilina	Distanza	Linea	Frequenza
Faenza	-	2,0 km	Linee ferroviarie nazionali e regionali	-
Portisano	No	110 m	Linea bus 51	30 minuti
Canal Grande 67	No	400 m	Linee bus 194, 199	Due volte al giorno ad orari programmati
Vittorio Veneto	No	450 m	Linee bus 51, 183	30 min
Degli Insorti	No	500 m	Linee bus 155, 190, 194	Corse giornaliere ad orari programmati

* entro 500 m ; oltre 500 m

La sede aziendale è raggiungibile, oltre che con i veicoli privati, anche attraverso vari servizi di **trasporto pubblico locale**.

Le principali **linee su ferro** sono garantiti da:

- **Faenza:** linee ferroviarie nazionali e regionali

Le principali **linee su gomma** risultano essere:

- **Linea 51:** Piazza Bologna – Bertoni
- **Linea 155:** Roncalceci – Ist. Persolino
- **Linea 183:** Piazza Monti – Ist. Persolino; Masiera – Ist. Persolino;
- **Linea 190:** Autostazione – Ist. Persolino
- **Linea 194:** Autostazione – Firenze-605/613
- **Linea 199:** Autostazione – Fognano; Autostazione – S.M. In Gattara; Autostazione – Brisghella FS;



La rete ciclabile nei pressi della sede risulta piuttosto **sviluppata e continua**

La sede non è direttamente collegata alla rete ciclabile, tuttavia l'accesso più vicino si trova lungo **Via Canal Grande a 260 metri** dall'ingresso della sede e permette di collegarsi ad un tratto di ciclabile molto esteso, con collegamenti in tutta la città

La pista ciclabile rimane sempre staccata dalla carreggiata principale.



L'accesso alla sede è possibile attraverso l'ingresso presente su Via Portisano.

Si rilevano attraversamenti pedonali in prossimità della sede. In prossimità degli attraversamenti della zona, si rileva la presenza della **segnaletica verticale** ma non della **regolamentazione semaforica**.

Non sono rilevati **marciapiedi** in prossimità della sede, ma quando presenti, risultano essere abbastanza ampi da garantire un regolare deflusso pedonale. In prossimità degli attraversamenti pedonali, sono dotati di apposite **rampe** per agevolare la fruizione da parte di persone disabili. Non si rileva la presenza di **strutture parapedonali**.

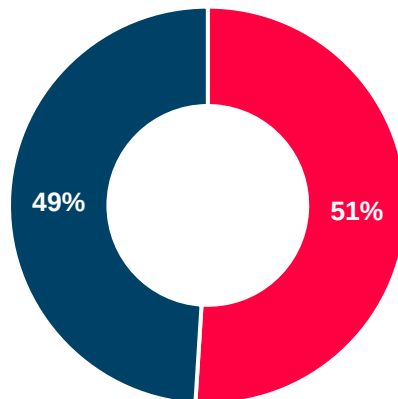


La sede in esame non risulta essere raggiungibile tramite i **servizi di sharing mobility**.

3c. Analisi degli spostamenti casa-lavoro

- RISPONDENZA DEI DIPENDENTI
- ATTIVITÀ LAVORATIVA
- ANAGRAFICA
- LOCALIZZAZIONE DEI DIPENDENTI
- RIPARTIZIONE MODALE
- DISTANZA DALLA SEDE E TEMPI DI SPOSTAMENTO
- LIVELLO DI SODDISFAZIONE E MOTIVAZIONE PER LA SCELTA MODALE ABITUALE
- MEZZO A DISPOSIZIONE E DISPONIBILITÀ DI ABBONAMENTI AI SERVIZI DI TRASPORTO
- PROPENSIONE AL CAMBIAMENTO NEGLI SPOSTAMENTI CASA-LAVORO

RISPONDENZA



■ Questionari completati ■ Questionari non completati

N° totale dei dipendenti
116

Questionari completati
59

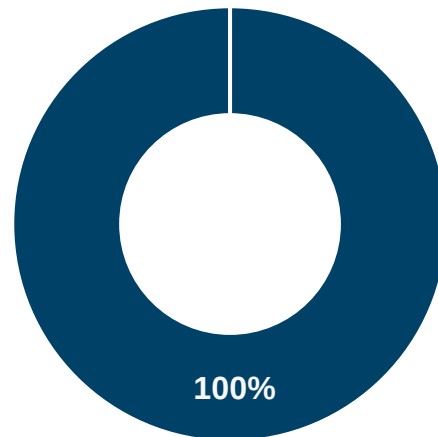
La **survey** condotta è stata suddivisa nelle seguenti sezioni:

- Anagrafica dell'utente
- Scelte di mobilità
- Propensione al cambiamento

Tali informazioni risultano di fondamentale importanza per comprendere la situazione attuale in termini di spostamenti sistematici nell'ottica del perseguimento di una mobilità più sostenibile.

Il totale dei dipendenti della sede è pari a 116 e circa il 51% ha completato la survey.

TIPOLOGIA DI CONTRATTO



■ % dipendenti con contratto a tempo pieno

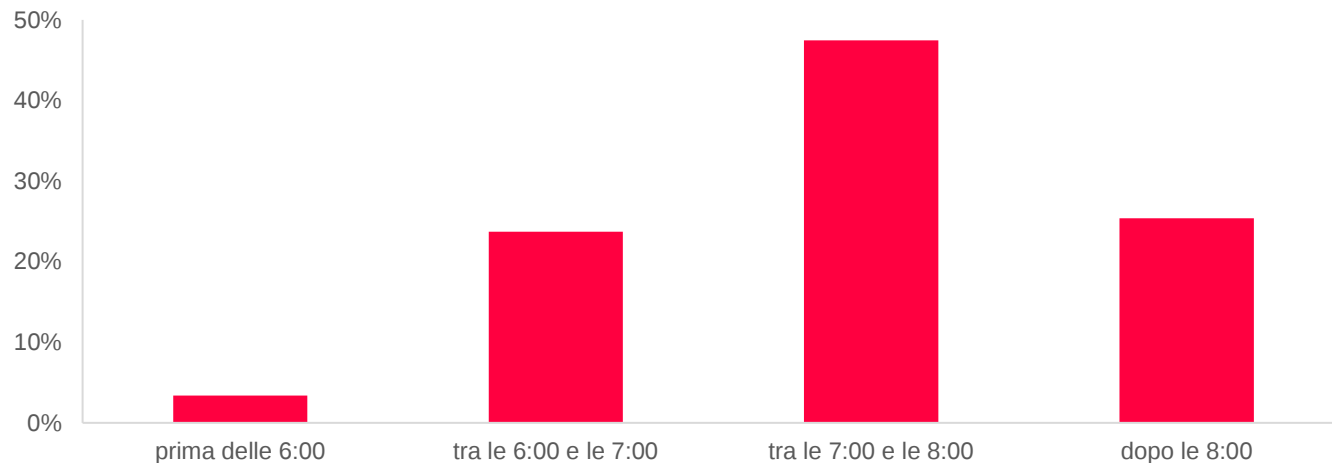
■ % dipendenti con contratto a tempo parziale

N° dei dipendenti con
contratto a tempo pieno
116

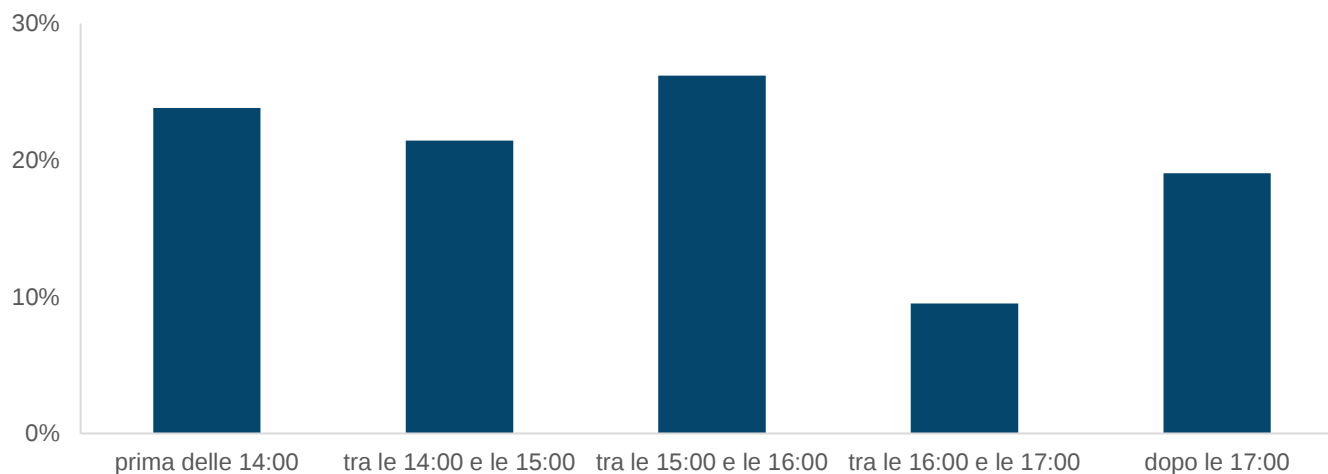
N° dei dipendenti con
contratto a tempo parziale
1

Analizzando il grafico adiacente è emerso come la totalità dei rispondenti abbia dichiarato di avere un **contratto a tempo pieno** (100%).

ORARI DI INGRESSO AL LAVORO



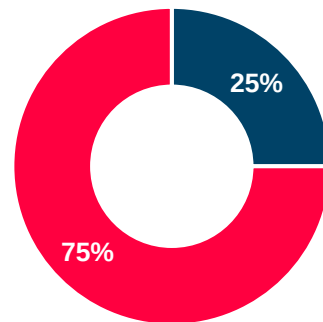
ORARI DI USCITA DAL LAVORO



A fronte dei questionari somministrati ai dipendenti emerge che la maggior parte dei rispondenti (circa il **47%**) dichiara di entrare al lavoro **tra le 7:00 e le 8:00**. Invece, circa il **25%** dichiara di entrare **dopo le 8:00**.

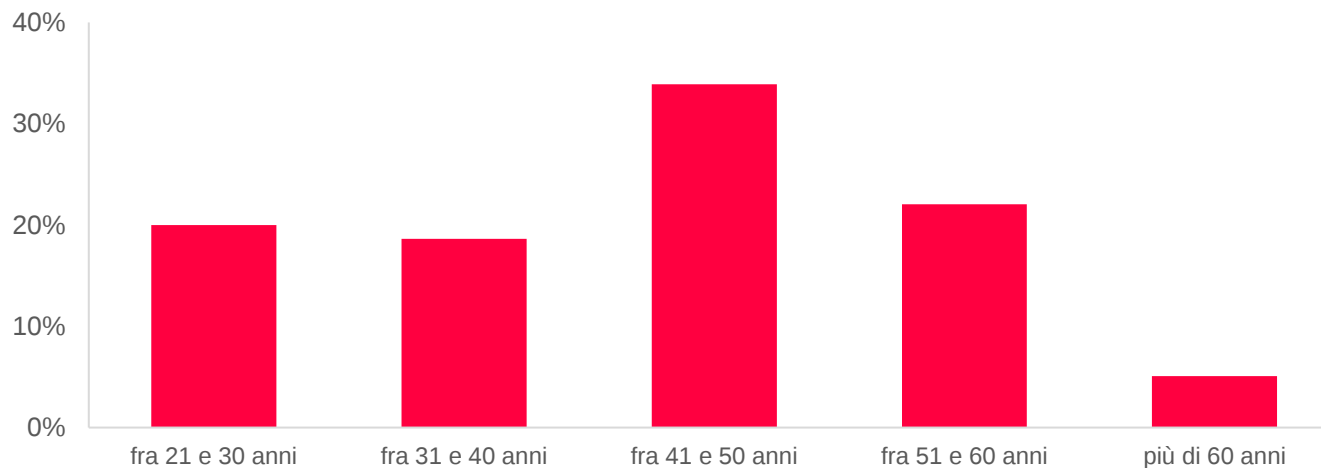
In basso, il grafico degli **orari di uscita dal lavoro**. Risulta che la maggior parte del campione (circa il **26%**) dichiara di uscire dal lavoro **tra le 15:00 e le 16:00**. Segue la percentuale (circa il **24%**) di chi dichiara di uscire **prima delle 16:00**.

GENERE



■ uomo ■ donna

DISTRIBUZIONE ETÀ DEL CAMPIONE

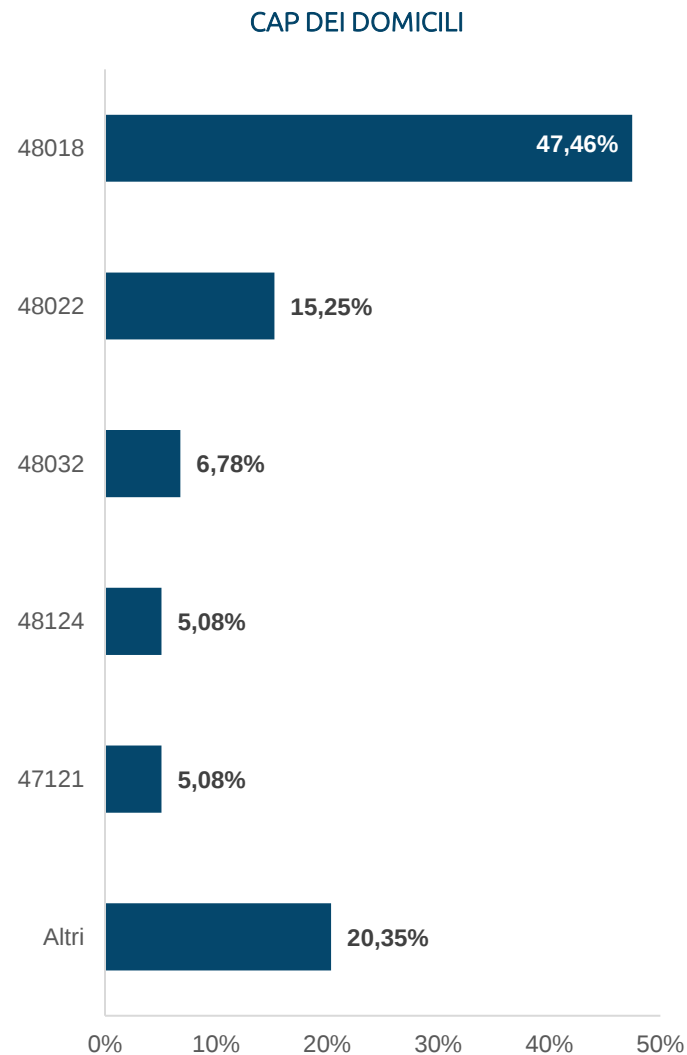


Dalle analisi svolte è emerso che la maggioranza dei rispondenti (circa il 75%) sia di sesso femminile.

La distribuzione dell'età del campione risulta essere eterogenea.

In particolare, la maggior parte dei dipendenti risulta avere un'età compresa tra 41 e 50 anni (circa il 34%). Seguono le fasce d'età comprese tra 51 e 60 anni e quella tra 21 e 30 anni, rispettivamente con circa il 22% e 20%.

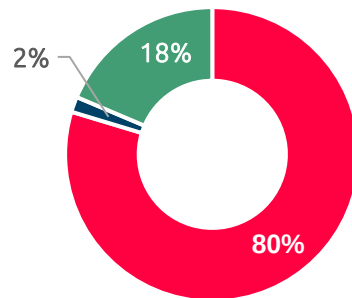
%	Comuni
46,15%	Faenza
11,54%	Lugo
5,77%	Forlì
3,85%	Fusignano
3,85%	Ravenna
3,85%	Cervia
24,99%	Altri



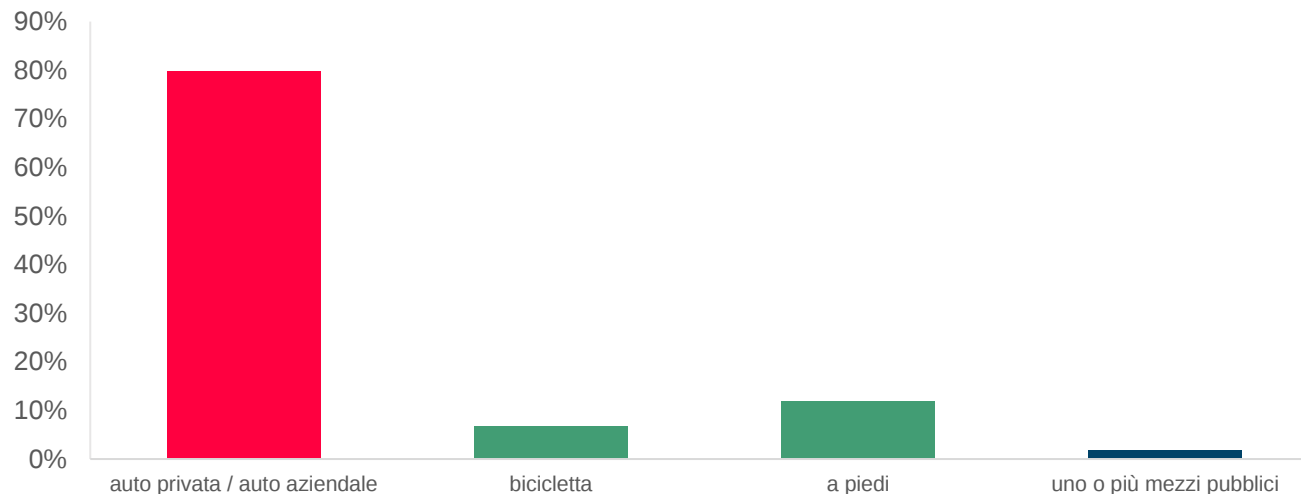
Accanto sono riportati in tabella i valori percentuali dei **Comuni** in cui i rispondenti hanno dichiarato di risiedere, mentre nel grafico i valori percentuali relativi ai **CAP** dei domicili.

Per quanto riguarda i Comuni, quello maggiormente rappresentato risulta essere **Faenza** (con circa il **46%**).

RIPARTIZIONE MODALE



■ Mezzi privati ■ Mezzi pubblici ■ Modalità dolce



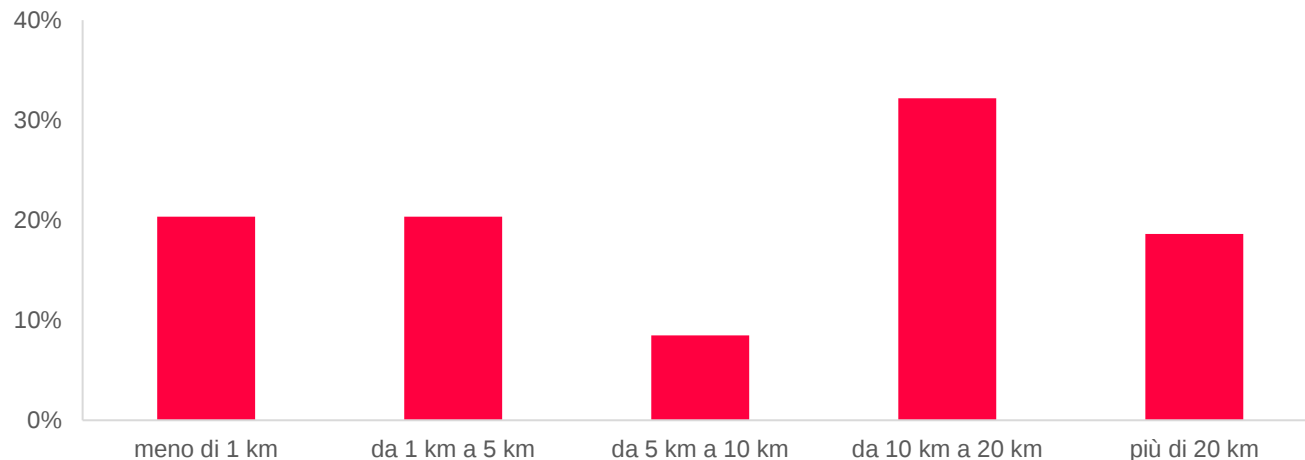
Nella survey sono state considerate le seguenti modalità:

- **Mezzi privati:** auto privata/aziendale e motocicletta, ciclomotore o scooter;
- **Mezzi pubblici:** uno o più mezzi pubblici e combinazione di mezzi pubblici e privati;
- **Modalità dolce:** carpooling, a piedi, bicicletta e monopattino.

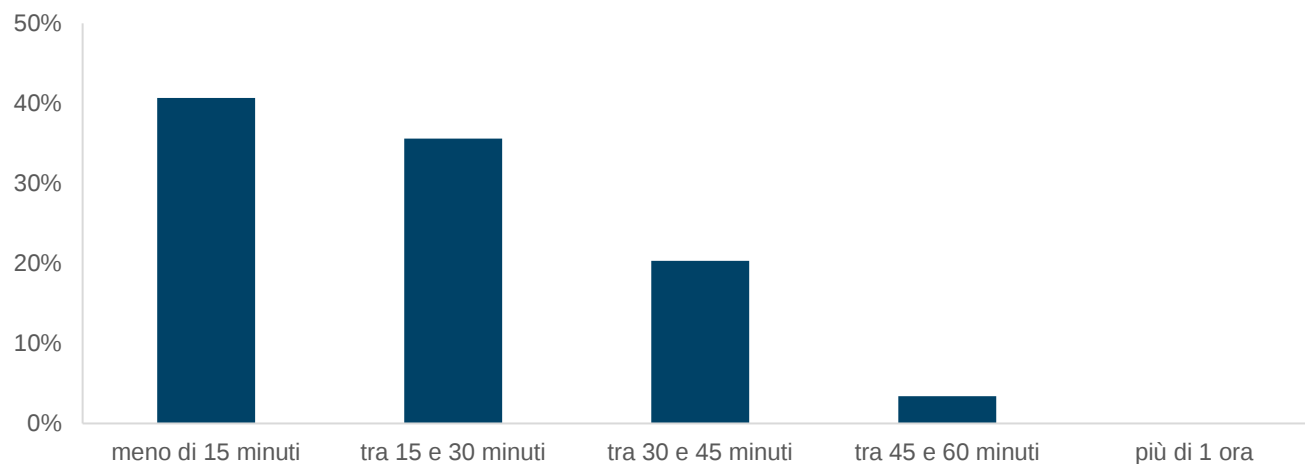
La **ripartizione modale** evidenzia una preferenza per l'utilizzo dei **mezzi privati**, con circa l'**80%**. Gli utilizzatori di **mezzi pubblici** invece risultano essere circa il **2%**, mentre coloro i quali preferiscono la **modalità dolce** il **18%**.

Il grafico in basso mostra le scelte in maniera disaggregata: è possibile riscontrare un elevato utilizzo dell'**auto privata/aziendale** da parte dei dipendenti, circa l'**80%**. Invece, l'**1%** circa dei dipendenti dichiara di usufruire di **uno o più mezzi pubblici** per gli spostamenti casa-lavoro. Per quanto riguarda la modalità dolce, chi afferma di recarsi a lavoro **a piedi** rappresenta il **12%**.

DISTANZA DALLA SEDE



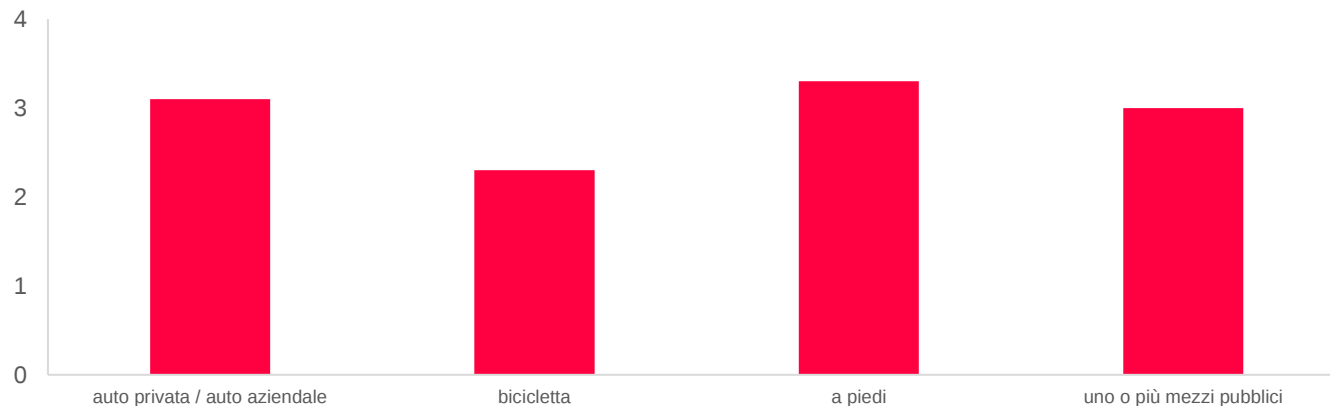
TEMPI DI SPOSTAMENTO (MIN)



In base alle indagini svolte è emerso come circa il **32%** dei rispondenti risiede a una distanza compresa **tra 10 km e 20 km** dalla sede. A seguire, chi risiede a **meno di 1 km** e ad un distanza comprese **tra 1 km e 5 km** rappresentano entrambi circa il **20%**.

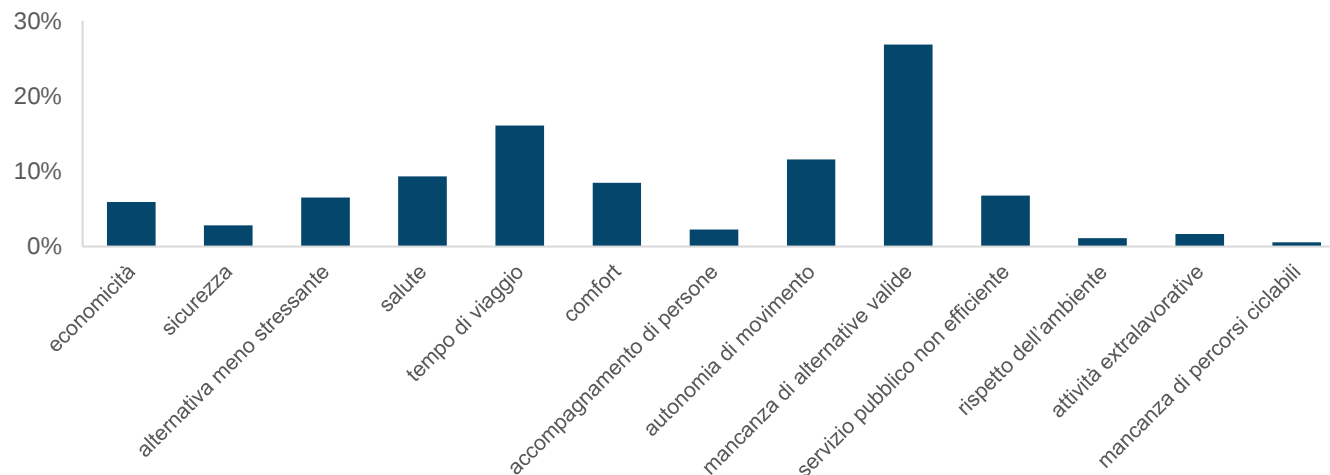
In basso, il grafico mostra i **tempi di spostamento**. Circa il **41%** dei rispondenti dichiara di impiegare **meno di 15 minuti** per lo spostamento casa-lavoro. Seguono le percentuali di chi dichiara di impiegare **tra i 15 e 30 minuti** e **tra 30 e 45 minuti**, rispettivamente circa il **36%** ed il **20%**.

LIVELLO DI SODDISFAZIONE DEL MEZZO



Il grafico adiacente mostra il **grado di soddisfazione del mezzo di trasporto** utilizzato abitualmente per compiere lo spostamento casa-lavoro. Infatti, si è chiesto di associare un **punteggio** (da 1 a 4) a ciascun mezzo riportato nel grafico. La modalità maggiormente apprezzata risulta essere la **modalità pedonale** (con **3,3 su 4**). A seguire, chi utilizza l **auto privata/aziendale** (con punteggio di **3,1 e 2,94 su 4**). Il mezzo meno apprezzato risulta essere la **bicicletta (2,3 su 4)**.

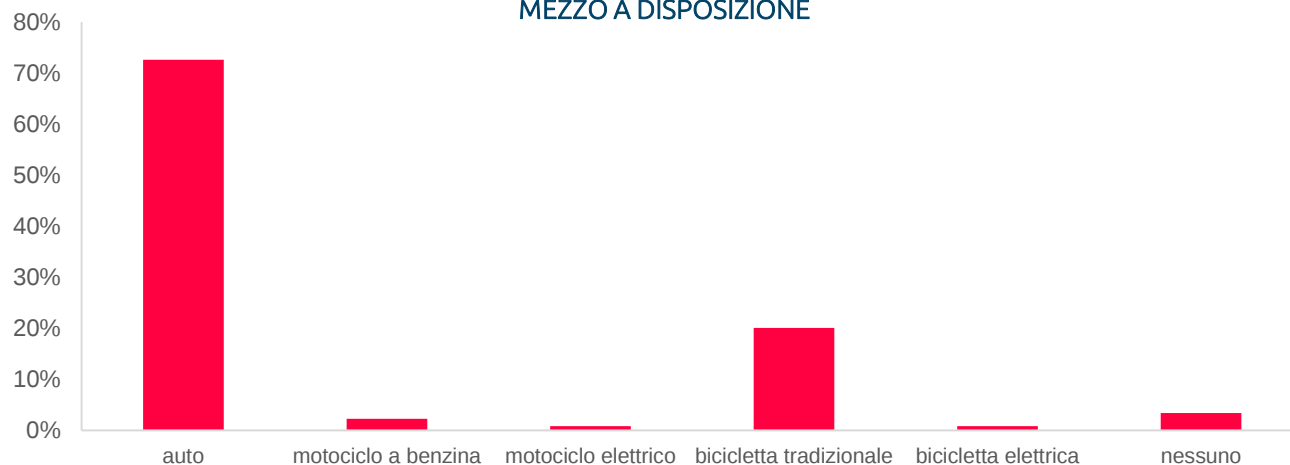
MOTIVAZIONE PER LA SCELTA MODALE ABITUALE



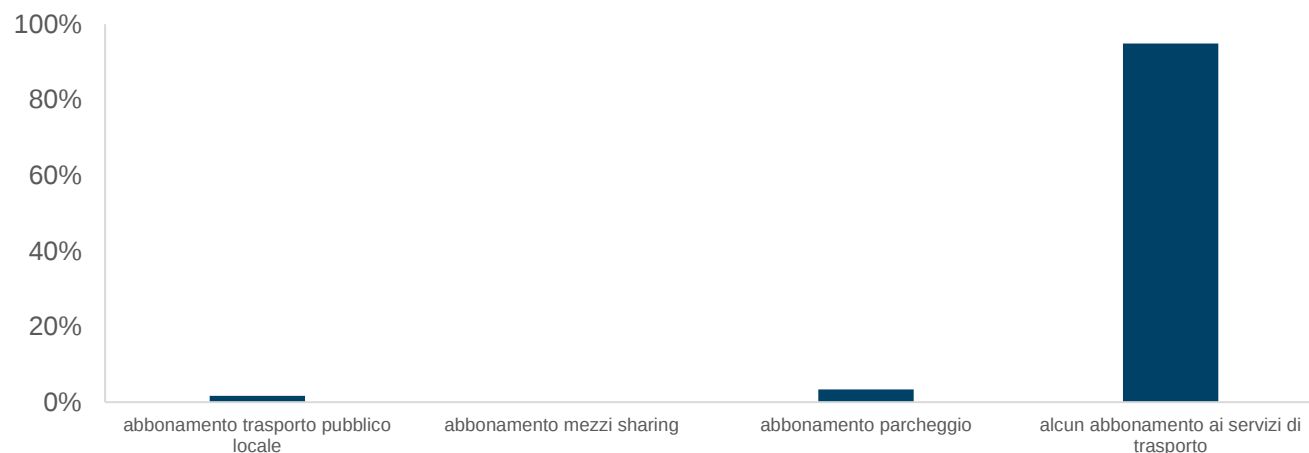
Nel grafico in basso invece è rappresentata la **motivazione principale** dei dipendenti **nella scelta del mezzo** per compiere lo spostamento casa-lavoro.

La maggior parte dei dipendenti (circa il **27%**) ritiene come motivazione principale per la scelta del proprio mezzo la **mancanza di alternative valide**. A seguire, chi oppure effettua la propria scelta per fattori legati al **tempo di viaggio (16%)**.

MEZZO A DISPOSIZIONE

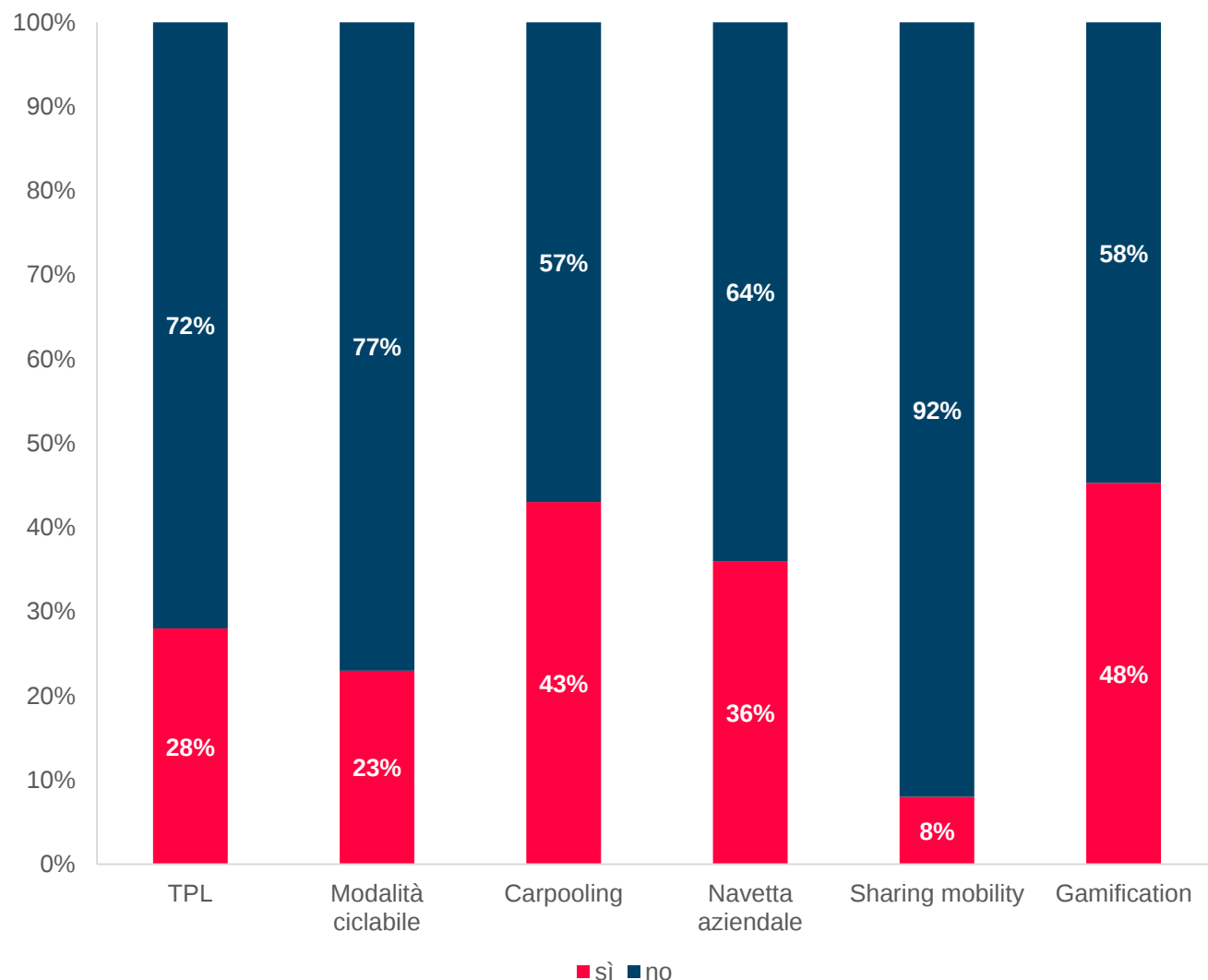


DISPONIBILITÀ DI ABBONAMENTI AI SERVIZI DI TRASPORTO



Analizzando il grafico adiacente sulla disponibilità di mezzi di trasporto, emerge come circa il **73%** dei rispondenti abbia a disposizione l'**auto**, mentre a seguire il **20%** dispone di una **bicicletta tradizionale**.

Il grafico in basso mostra invece la disponibilità di abbonamenti ai servizi di trasporto dei rispondenti. La maggior parte dei rispondenti dichiara di non essere in possesso di alcun abbonamento ai servizi di trasporto (circa il **95%**). Tra chi dichiara di avere un abbonamento, la maggior parte possiede un **abbonamento al parcheggio** (circa il **3%**).

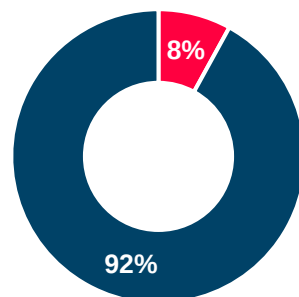


Di fianco è presentata una panoramica delle propensioni dei rispondenti all'utilizzo di sistemi mobilità alternativi e più sostenibili.

Dal grafico emerge come le propensioni con maggior riscontro sia quella nei rispetto all'uso della **navetta aziendale** e del **carpooling** (rispettivamente circa il **78%** e **67%**).

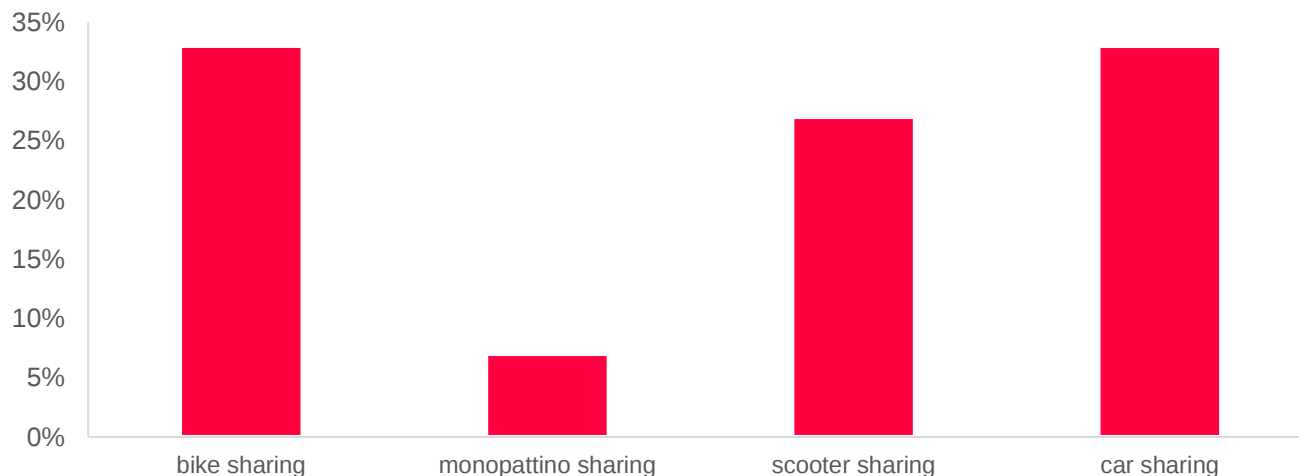
Seguono le propensioni nei confronti all'uso di una **app di gamification** ed al servizio di **trasporto pubblico** (rispettivamente per circa il **64%** e **61%**). Infine, le propensioni al servizio di **sharing mobility** e spostamento con la **modalità ciclabile** risultano rispettivamente al **57%** e **42%** di approvazione.

PROPENSIONE ALLA SHARING MOBILITY



■ sì ■ no

TIPOLOGIA MEZZO SHARING



Analizzando il grafico sulla **propensione** dei rispondenti all'utilizzo della **sharing mobility** risulta che circa l'**8%** di questi è disposto ad adottare tale modalità per raggiungere la sede lavorativa a fronte di alcune specifiche.

Tra le **tipologie di sharing**, il **car sharing** e il **bike sharing** risultano quelle favorite dalla maggior parte del campione (entrambi per circa il **33%**); mentre, chi dichiara di essere disposto ad utilizzare le tipologie **scooter sharing** e **monopattino sharing** rappresentano, rispettivamente, circa il **27%** e il **7%**.

4. Conseguenze delle scelte di mobilità

- METODO DI CALCOLO COPERT
- CALCOLO DEGLI INQUINANTI

Per poter stimare la quantità di inquinanti immessi in atmosfera a causa degli spostamenti sistematici casa-lavoro dei dipendenti è stato utilizzato il metodo COPERT (Computer Programme to calculate Emissions from Road Transport). La formula base applicata per il calcolo dei vari elementi è

$$\text{Inquinante emesso} = \left[\sum_i (FE_i * U_i) * DMCL \right]$$

Dove

FEi: Fattori di emissione medi relativi al trasporto stradale.

Si basa sulle stime effettuate ai fini della redazione dell'inventario nazionale delle emissioni in atmosfera, realizzato annualmente da Ispra come strumento di verifica degli impegni assunti a livello internazionale sulla protezione dell'ambiente atmosferico. È stato utilizzato COPERT version 5.2.2, software il cui sviluppo è coordinato dall'Agenzia Europea dell'Ambiente. I fattori di emissioni sono suddivisi per:

- Inquinante
- Alimentazione del veicolo
- Tipo di veicolo

Ui: È la stima del numero di dipendenti che quotidianamente utilizza un determinato tipo e alimentazione di veicolo per recarsi a lavoro. Il dato emerge dalle risposte date nell'indagine condotta internamente e viene riproporzionato sull'intera popolazione aziendale.

DMCL: è la distanza media percorsa annualmente. Questa è calcolata come media dei percorsi casa-lavoro dei dipendenti geolocalizzati

I dati provengono dall'indagine svolta a livello aziendale, da cui è stata stimata la ripartizione modale, il tipo di veicolo utilizzato e la classe inquinante di appartenenza, i chilometri medi percorsi per lo spostamento in ogni città.

La metodologia elaborata ed applicata alla stima delle emissioni degli inquinanti atmosferici è basata sull'EMEP/EEA air pollutant emission inventory guidebook 2016 ed è coerente con le Guidelines IPCC 2006 relativamente ai gas serra.

Emissioni CO ₂ [ton/annuo]	km percorsi (solo andata per dipendente)
139	11,2

Emissioni CO [ton/annuo]	Emissioni VOC [ton/annuo]	Emissioni NO _x [ton/annuo]	Emissioni PM ₁₀ [ton/annuo]
1,76	0,20	0,31	0,03

La metodologia prevede un primo step dove vengono elaborati i dati ottenuti dal questionario e una seconda parte in cui da questi sono ricavate le stime per tutta la popolazione aziendale, considerando anche lo smart working.

Grazie a questa metodologia si è ricavato un valore di CO₂ pari a 139 ton/annuo.

Per il calcolo degli **altri fattori inquinanti** è stata adottata una metodologia analoga a quella utilizzata per il calcolo dell'anidride carbonica emessa

5. Parte progettuale

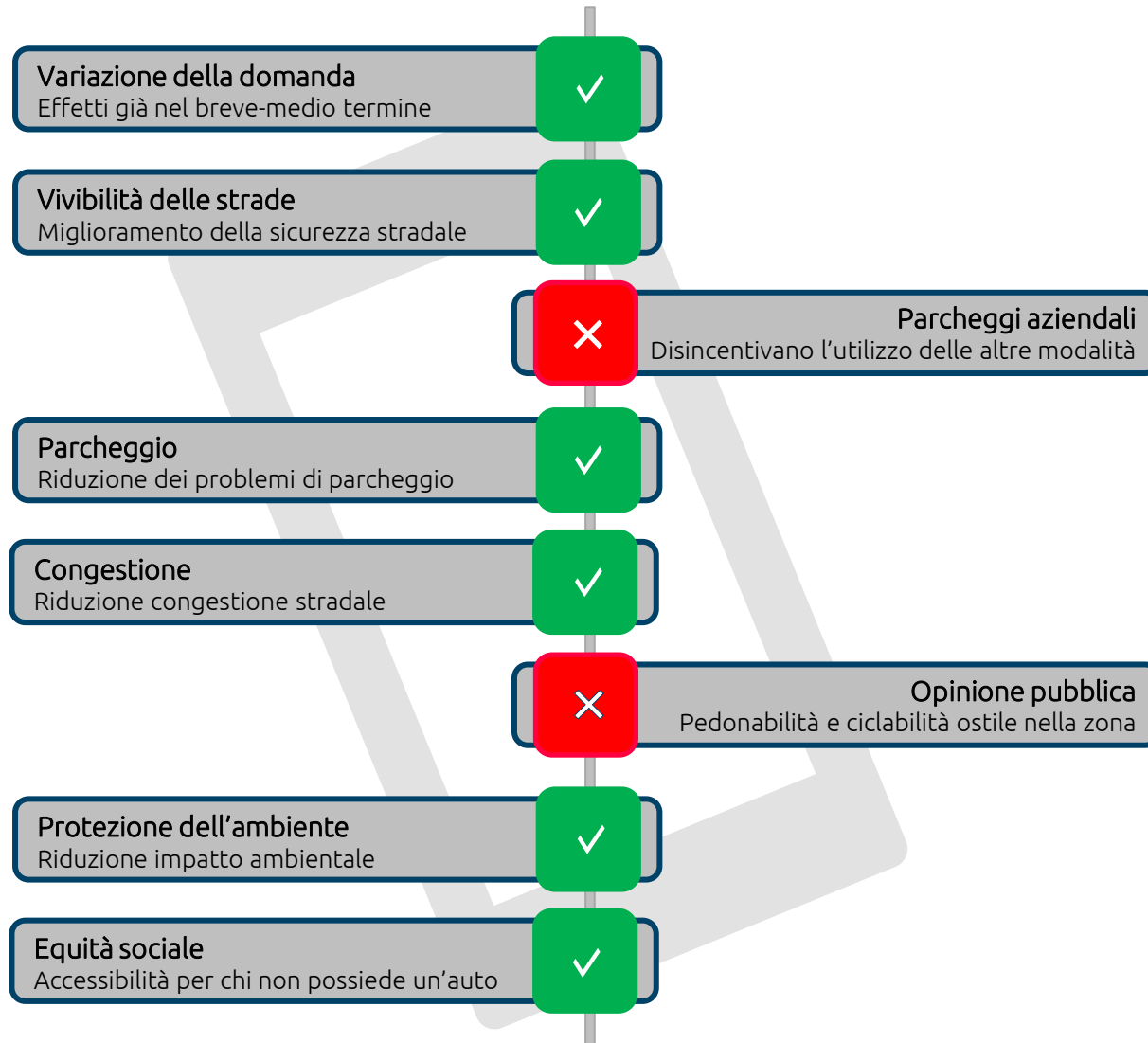
- GAMIFICATION
- CAMPAGNE DI SENSIBILIZZAZIONE
- BENEFICI MISURE ADOTTATE
- COSTI RELATIVI AGLI INTERVENTI
- BENEFICI CONSEGUIBILI



La gamification è un approccio innovativo che utilizza elementi **ludici** per formare nuovi comportamenti più **sostenibili e salutar**i.

In ambito di mobilità sostenibile, si rivela utile a modificare più efficacemente le abitudini di mobilità degli utenti, coinvolgendoli attivamente attraverso un'esperienza che assegna un **punteggio** in base alle emissioni inquinanti prodotte.

Il punteggio creerà una **competizione aziendale virtuosa** con lo scopo di stimolare a percorrere più chilometri possibili in maniera sostenibile.



Per incentivare la scelta di una modalità di trasporto più sostenibile è utile introdurre **sistemi informatici e interattivi di gamification**.

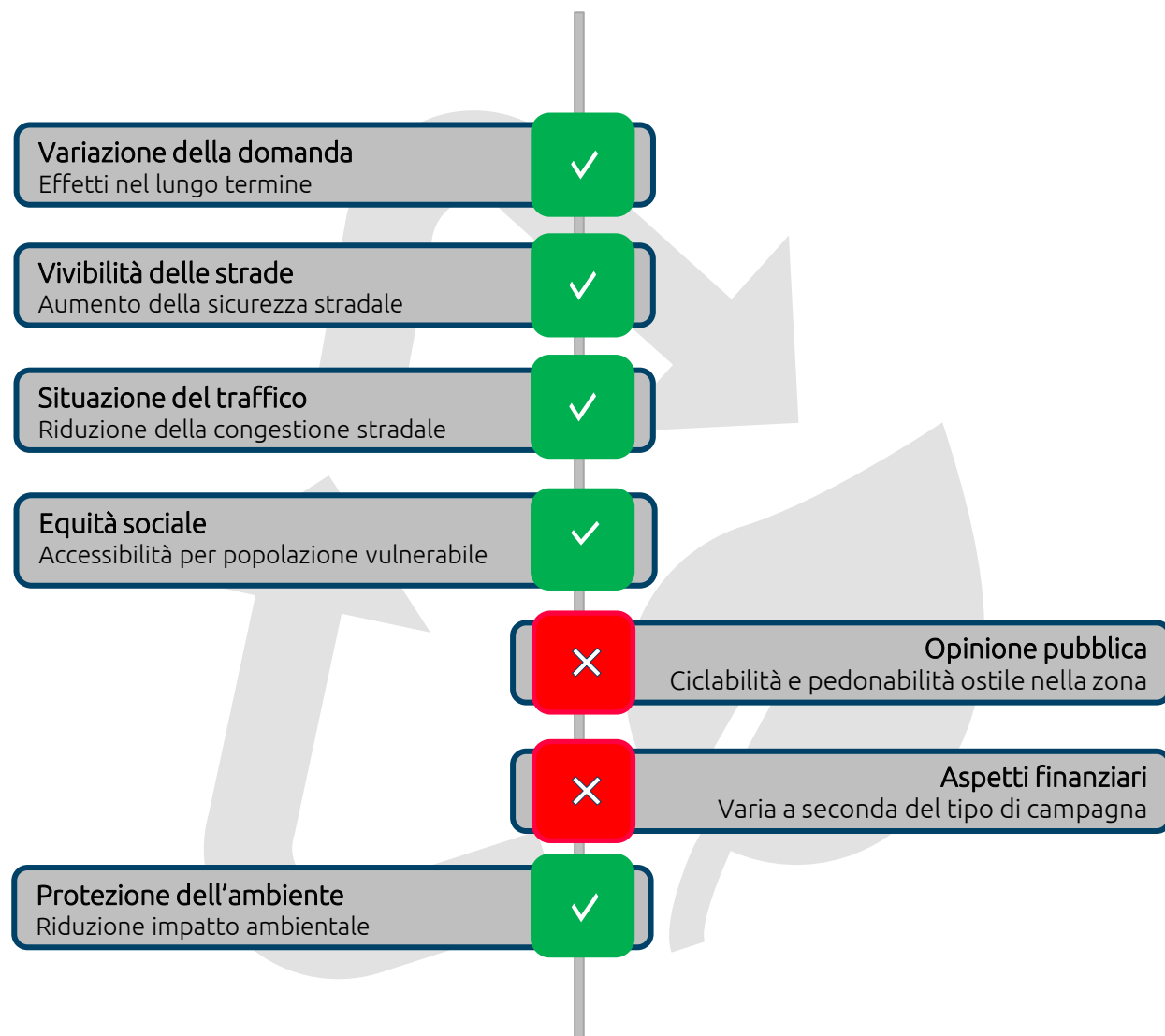
Questo tipo di iniziativa è principalmente **impattante nel breve/medio termine**, creando consapevolezza nella scelta di una **modalità di spostamento più sostenibile**. Inoltre, si rivela uno strumento utile a favorire l'equità sociale, incentivando l'utilizzo di modalità più economiche.

Tale iniziativa comporta vari effetti positivi, quali: la riduzione dell'utilizzo dell'auto, seguita da un conseguente calo dei volumi di traffico e maggiore sicurezza stradale.



Le abitudini in fatto di mobilità possono essere influenzate attraverso **campagne informative e di sensibilizzazione** mirate a sviluppare nei cittadini una maggiore consapevolezza riguardo le tematiche di mobilità sostenibile, a prescindere da ulteriori investimenti in infrastrutture.

L'azienda potrebbe essere interessata, nell'ottica del raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità ambientale, a campagne di sensibilizzazione volte a sostenere le iniziative attuate, impegnandosi nel promuovere una mobilità dolce (l'uso della bicicletta o la scelta di andare a piedi per recarsi a lavoro), l'utilizzo del trasporto pubblico e soluzioni di trasporto alternative.



Le **campagne di sensibilizzazione** si basano su una vasta gamma di supporti volti sia a migliorare la comprensione dei problemi legati al traffico ed alle abitudini di viaggio, sia a trasmettere ciò che si può fare per risolvere questi problemi.

Gli indicatori del successo risultano essere l'aumento del livello di consapevolezza del gruppo destinatario della campagna, la riduzione del traffico, il riconoscimento della campagna da parte della rassegna stampa ed, infine, i miglioramenti ambientali/sanitari compreso la riduzione del numero di incidenti e della velocità di marcia delle auto, così come la riduzione delle emissioni.

Al fine di favorire la diffusione di queste campagne tra i dipendenti, l'azienda ha deciso di creare entro il 2023 una finestra informativa ad hoc per la mobility all'interno del sito intranet.

		CO ₂ t/anno	PM ₁₀ t/anno	NO _x t/anno	CO t/anno	VOC t/anno
GAMIFICATION	Si propone l'introduzione di un sistema premiante (gamification) che permette di incentivare le modalità di spostamento più sostenibili.	-44,99	-0,01	-0,10	-0,57	-0,06
CAMPAGNE DI SENSIBILIZZAZIONE	Azioni di comunicazione/sensibilizzazione ai temi della mobilità sostenibile (e-Book, #VideoTest)	• Aumento del livello di consapevolezza ed informazione sulle alternative di mobilità. • Miglioramento dei comportamenti in ottica ambientale e sociale, con riduzione delle emissioni inquinanti e dei costi sociali legati all'incidentalità. • Rafforzamento dell'immagine aziendale				

La stima dei benefici ambientali è stata ottenuta adottando le procedure di calcolo indicate nelle Linee guida per la redazione e l'implementazione dei Piani degli Spostamenti Casa-Lavoro (Decreto Interministeriale n. 179 del 12 maggio 2021, art. 3 comma 5), basandosi sui fattori emissivi pubblicati da ISPRA. Le riduzioni emissive sono state calcolate in relazione al decremento delle percorrenze chilometriche effettuate con l'auto privata.

	VOCE SPESA*	TOTALE SPESA A CARICO DELL'AZIENDA ALL'ANNO
GAMIFICATION	Piattaforma per il servizio + App per gli utenti	10.000,00 €
CAMPAGNE DI SENSIBILIZZAZIONE	Iniziative che favoriscano la sensibilizzazione dei dipendenti sui temi della mobilità sostenibile	10.000,00 €

Nella tabella adiacente è stata riportata una **stima dei costi fissi** per gli interventi di gamification e campagne di sensibilizzazione.

Per l'intervento di gamification, è possibile aggiungere, al costo fisso riportato, **un bonus economico** calcolato in base al numero di dipendenti di ogni sede che potrà avere accesso al contributo.

* Il costo delle singole misure si intende comprensivo per tutte le sedi oggetto di PSCL.

	BENEFICI CONSEGUIBILI
AZIENDA	Uno dei maggiori impatti degli interventi proposti è legato all' incremento della produttività dei dipendenti, strettamente connesso alla modalità di spostamento , alla riduzione dello stress dovuto agli spostamenti casa-lavoro e all'ottimizzazione di quest'ultimi. Inoltre, l'azienda beneficerà di un rafforzamento dell'immagine aziendale .
DIPENDENTI	Tale voce prende in considerazione diversi parametri di usura e gestione del mezzo privato, come il consumo di carburante , la manutenzione delle parti meccaniche, i costi assicurativi e il rischio di incidentalità . Inoltre, vi sarà un aumento del livello di consapevolezza ed informazione .
COMUNITÀ	Il risparmio economico per la collettività comprende parametri come il costo delle emissioni inquinanti e la gestione amministrativa ed ospedaliera legata all'incidentalità .

Nella tabella adiacente è presentata una sintesi dei benefici che l'azienda, i dipendenti e la comunità potrebbero ottenere dalla messa in opera degli interventi proposti.

A fronte di un investimento da parte dell'azienda, si potrebbe ottenere un **incremento della produttività dei dipendenti** e un considerevole **rafforzamento dell'immagine aziendale** sui temi di **sostenibilità ambientale**.

I **risparmi** però saranno anche **per i dipendenti**. Essi, infatti, spenderanno meno per l'acquisto e la manutenzione del veicolo, oltre che per eventuali sanzioni e pedaggi.

Dal punto di vista della comunità, si potrebbero ottenere benefici con un **miglioramento delle abitudini** e la **riduzione di inquinanti ed incidentalità**.

Nella tabella vengono riportati i possibili benefici conseguibili con l'attuazione delle misure previste, individuando i vantaggi sia per i dipendenti coinvolti, sia per l'azienda, sia per la comunità. Dalla tabella si nota che, per l'azienda, si potrebbe ottenere una **gestione più produttiva degli spazi esterni** dell'area aziendale a seguito di una riorganizzazione delle aree di sosta. Per i dipendenti si potrebbero ottenere **riduzione dei costi di trasporto** e **miglioramenti per i problemi di parcheggio**, mentre, dal punto di vista della comunità, si potrebbero ottenere benefici grazie ad una **riduzione di inquinanti ed incidentalità**.

	BENEFICI PER L'AZIENDA	BENEFICI PER DIPENDENTE	BENEFICI PER LA COMUNITÀ
GAMIFICATION	Rafforzamento dell'immagine aziendale Rafforzamento del rapporto tra colleghi con incremento della produttività	Competizione virtuosa tra colleghi Riduzione dei costi di trasporto Migliore consapevolezza delle alternative di mobilità Incremento della socializzazione tra colleghi	Riduzione impatto ambientale Riduzione della congestione stradale
CAMPAGNE DI SENSIBILIZZAZIONE	Rafforzamento dell'immagine aziendale	Aumento del livello di consapevolezza ed informazione sulle alternative di mobilità	Miglioramento dei comportamenti in ottica ambientale e sociale, con riduzione delle emissioni inquinanti e dell'incidentalità

Nella tabella seguente sono presentati i programmi di implementazione e monitoraggio per la varie misure proposte nel piano.

	PROGRAMMA DI IMPLEMENTAZIONE	PROGRAMMA DI MONITORAGGIO
GAMIFICATION	L'introduzione di un sistema premiante (gamification) permette di incentivare le modalità di spostamento più sostenibili creando una competizione virtuosa tra i dipendenti.	Per monitorare l'intervento è possibile ricorrere in forma anonima al numero di dipendenti che si sono registrati sulla piattaforma e che adopera il servizio, derivando il numero di chilometri percorsi in tale modalità e le emissioni risparmiate . Inoltre, sarà possibile richiedere ai dipendenti il grado di soddisfazione con una cadenza temporale definita.
CAMPAGNE DI SENSIBILIZZAZIONE	Attraverso un sistema di newsletter aziendale e tramite affissione in bacheca ogni dipendente potrà essere aggiornato sulle varie iniziative programmate.	Per monitorare l'intervento è possibile ricorrere in forma anonima al numero di dipendenti che hanno aderito registrandosi alle varie iniziative , valutandone nel tempo il grado di soddisfazione.



Incentivare ed agevolare i dipendenti verso la scelta di una modalità alternativa più sostenibile per compiere il tragitto casa-lavoro produrrà ricadute positive sull'intero sistema urbano della città. Gli interventi proposti mirano a ridurre le emissioni di inquinanti e l'impronta ecologica aziendale.

La transizione a un modello di mobilità a minor impatto ecologico può avvenire grazie al contributo aziendale, attraverso l'ampliamento e/o la creazione di nuove convenzioni con i servizi di trasporto sul territorio e l'introduzione di sistemi informatici che facilitino gli spostamenti dei dipendenti.

Inoltre, l'adesione del personale ad una modalità di spostamenti più sostenibile, indirettamente, **favorirà anche il benessere** degli stessi.

MOVESION S.r.l.
Via Ruggero Bonghi, 11b
00184 Roma (RM) - ITALIA

T +39 06 622 736 06
E info@movesion.com
W movesion.com

MOVESION
MOBILITY TOMORROW