

1° TRANSNATIONAL WORKSHOP AUSTRIA

1° Transnational Workshop Austria, Graz - 02.10.2019

Tavola rotonda

Data	02/10/2019
Luogo	Hotel Weitzer, Graz
Partecipanti	Raphaelle Pottier, Becton-Dickinson – Grenoble (moderator) Salvatore di Dio, PUSH – M220 MUV Daniel Kofler, Bike Citizens – Graz, Austria Darko Levicar, Strategic Research and Innovation Partnership, SRIP Davide Pietroni, Herbert Simon Society, University of Chieti - Italy

Introduzione partecipanti

Raphaelle Pottier, Becton-Dickinson – Grenoble

Per lo stabilimento della Becton-Dickinson la mobilità dei dipendenti (circa 2.000) è un problema. Hanno sviluppato un Piano delle mobilità che prevede: facilitazioni per i dipendenti che utilizzano la bici (kit di sicurezza, docce, manutenzione annuale della bici in loco, sistema di cumulo dei chilometri percorsi, rimborso del 60% degli eventuali costi di noleggio bici, 12 postazioni di ricarica per le e-bike, messa a disposizione di bici per lo svolgimento di commissioni, ecc.), promozione del car pooling (parcheggi dedicati in prossimità degli ingressi, aiuto nell'organizzazione dei partecipanti), divulgazione del progetto mediante comunicazione ai propri clienti e sul sito web aziendale.

Hanno riscontrato problemi in relazione a: i 600 dipendenti che effettuano turni di notte (la bici ed il trasporto pubblico non sono sicuri e comodi negli orari notturni), mancanza di un budget annuale dedicato all'iniziativa, tracciare e verificare i comportamenti dei dipendenti.

Le attese: offrire un pacchetto di interventi dedicato alla mobilità semplice per i soci.



The SaMBA project is co-financed by the European Regional Development Fund through the Interreg Alpine Space programme.

Salvatore Di Dio, PUSH – M2020 MUV

PUSH ha sviluppato un'app, MUV, in cui la mobilità è collocata in un contesto di gioco. MUV è stata testata (stress test) in 6 città pilota (Barcellona, Amsterdam, Palermo, ecc.) ed è basata su 8 step: co-design, gioco, connessione, monitoraggio, co-creazione, dibattito, adozione e celebrazione dei risultati. 10 città hanno scelto MUV per incentivare gli spostamenti con modalità sostenibile che ha prodotto più di 30.000 km di spostamenti.

È importante scegliere con accuratezza il premio perché può orientare le tipologie di partecipanti.

La comunità è il principale attore per il successo nel cambio dei comportamenti legati alla mobilità; è importante ascoltare le persone e capire quale sia la soluzione giusta per loro.

Daniel Kofler, Bike Citizens – Graz, Austria

- 10.000 utenti ad Amburgo (perché vengono premiati)
- Sfida a Brema
- Amsterdam e Monaco: tracciabilità degli incidenti
- Analisi dello status quo, analisi degli effetti potenziali di nuove infrastrutture e valutazione/monitoraggio delle infrastrutture realizzate.

Darko Levicar, Strategic Research and Innovation Partnership, SRIP

Società automotive attiva anche nel campo della pianificazione urbana e nel settore energetico.

Nel 2017 la Slovenia ha indicato la mobilità come uno dei settori economici strategici da sviluppare. SRIP è formata da 20 affiliati intersettoriali (comunità locali, aziende, agenzie di sviluppo, accademici, ecc.) impegnati a sviluppare soluzioni di mobilità in ambito urbano e rurale con progetti sulla mobilità elettrica, sulla ricarica dinamica dei veicoli per ridurre i tempi di ricarica, ecc. Inoltre, si sta preparando una legislazione comune tra Austria, Slovenia e Ungheria per la guida autonoma.



The SaMBA project is co-financed by the European Regional Development Fund through the Interreg Alpine Space programme.

Davide Pietroni, Herbert Simon Society (HSS), University of Chieti

HSS è un Network Research Institute internazionale senza scopo di lucro che riunisce scienziati cognitivi, economisti, scienziati sociali, informatici e filosofi con l'obiettivo di rinnovare e applicare i concetti fondamentali di razionalità economica e azione sociale.

L'esperto ha evidenziato alcune strategie di massima per aumentare l'attrattività del sistema di trasporto pubblico:

- utilizzare messaggi semplici, perché più diretti ed immediati
- rendere social il trasporto pubblico: offrire giornate gratuite di prova può migliorare la percezione, veicolare messaggi e narrazioni positive sull'utilizzo del trasporto pubblico e sulle piacevoli esperienze di viaggio, implementare i sistemi che diano alle persone la sensazione di controllare il sistema in quanto l'uomo per natura ha paura e deve essere rassicurato, contrastare l'immagine negativa del trasporto pubblico fornita dai media (oggi fanno notizia solo ritardi, rapine, violenza).

La tavola rotonda è stata caratterizzata da un vivace e proficuo dibattito su tre temi inerenti le politiche di incentivi e tariffazione utili a cambiare i comportamenti di mobilità verso modalità più sostenibili. Di seguito si riassumono le principali risultanze.

1. Efficienza e durata dei premi

Per indurre le persone a cambiare le proprie abitudini e a mantenere nel tempo il cambiamento è necessario trasformare la motivazione estrinseca (il premio in palio) in motivazione intrinseca (benessere personale) e, in genere, sono necessarie 3-4 settimane per innescare questo cambiamento.

Diversi sono gli attori che si adoperano per promuovere la mobilità sostenibile mediante l'utilizzo di incentivi: a livello governativo vi sono incentivi per l'acquisto di auto o bici elettriche, a livello di singole aziende vi sono incentivi economici a favore di chi utilizza la bici per gli spostamenti casa-lavoro, ecc. Tuttavia, questi sistemi non sono finanziariamente sostenibili e terminano i loro effetti con il terminare dei finanziamenti. Oltretutto, non sempre sono replicabili nei diversi con-



The SaMBA project is co-financed by the European Regional Development Fund through the Interreg Alpine Space programme.

testi perché vi sono grosse differenze comportamentali, per esempio, tra grandi città e centri minori.

Senza prescindere da un adeguato sistema infrastrutturale di offerta di trasporto, per cambiare l'approccio delle persone, rivolgendolo verso sistemi di mobilità sostenibile, bisogna considerare due diversi aspetti, entrambi legati alla sfera personale dell'utente: l'accettazione del cambiamento e la derivata esperienza di viaggio. Al giorno d'oggi, l'utente ha una maggiore consapevolezza ed è disposto ad accettare di cambiare le proprie abitudini utilizzando mezzi di trasporto più sostenibili (anche a fronte di rinunce personali, come, per esempio, il comfort di viaggio) se questi risultano più economici. Se, però, il nuovo modo di spostarsi impone privazioni che vanno oltre "un certo limite" (in termini di comodità, tempo, ecc.), allora l'accettazione del cambiamento viene meno. Da qui, una ulteriore conferma che un adeguato livello di offerta è imprescindibile per il successo delle iniziative.

Un utile strumento per incentivare il cambio di comportamento è il **gaming**, ovvero coinvolgere i potenziali utenti (cittadini, lavoratori, alunni, ecc.) attraverso il gioco ed un sistema di premialità che comporti ai partecipanti premi (anche economici) proporzionati al grado di sostenibilità raggiunto. Per coinvolgere attivamente quanta più popolazione possibile, è importante individuare correttamente sia le diverse tipologie di partecipanti (lavoratori, alunni, genitori, ecc.) che le diverse tipologie di premi. Alcune categorie, infatti, potrebbero essere maggiormente invogliate tramite un sistema di sfide (nei confronti di altre città, di altri gruppi di giocatori, ecc.), altre, invece, potrebbero essere maggiormente coinvolte se il premio ricade sulla collettività (bici-cargo per la consegna nei centri storici, più rastrelliere a disposizione, ecc.) e non sulla singola persona, altri ancora percepiscono il premio personale (specie se economico) come elemento principale per partecipare al progetto; e, ancora, all'interno di una singola tipologia di premi (verso la collettività, verso la persona) è importante il premio scelto: se metto in palio una bici, parteciperanno solo i ciclisti, se metto in palio biglietti gratis per i concerti, parteciperanno solo i giovani, ecc.. Nella scelta della tipologia di premi (collettivi o alla persona) occorre, inoltre, considerare che **i premi personali hanno bisogno di essere perpetuati** (se non si continua ad offrire sempre nuovi premi, viene meno l'interesse del partecipante) mentre **quelli alla collettività hanno effetti più profondi e duraturi**. Per coinvolgere il maggior numero di cittadini,



The SaMBA project is co-financed by the European Regional Development Fund through the Interreg Alpine Space programme.

inoltre, è importante avere un approccio positivo, senza colpevolizzare le persone per i loro comportamenti ma proponendogliene di nuovi e più sostenibili.

Occorre sempre considerare le motivazioni estrinseche ed intrinseche anche degli altri mezzi di trasporto non sostenibili dal punto di vista ambientale: se vi sono fattori estrinsechi che favoriscono l'utilizzo dell'auto (per esempio, parcheggi gratuiti) oppure campagne mediatiche (pubblicità delle case automobilistiche) che rendono gratificante possedere un'auto e poi solo alcune motivazioni intrinseche all'utilizzo della bicicletta (per esempio, il benessere personale), allora le persone continueranno ad utilizzare l'auto.

2. Autorità pubbliche, società o altri soggetti

Ma chi deve farsi carico di questo sistema premiante? Sicuramente occorre creare **partnership tra le autorità pubbliche e le aziende private**: difatti, è impensabile che i costi siano sostenuti totalmente dal settore pubblico e, inoltre, a sostegno del coinvolgimento delle aziende private vi sono diversi aspetti: tra i quali: la salvaguardia della salute dei propri dipendenti (oggi le aziende sono più sensibili, rispetto al passato, a queste tematiche); un ritorno di immagine (le aziende possono fregiarsi di fare qualcosa per l'ambiente e per la collettività); un ritorno economico (per esempio, ad un migliore stato di salute dei dipendenti, corrispondono meno esborsi economici in malattie per le aziende, se tutti i dipendenti di un'azienda utilizzassero la bici o il trasporto pubblico, l'azienda non dovrebbe sostenere spese per la costruzione e la manutenzione dei parcheggi per i dipendenti, ecc.); senza considerare, inoltre, che gli spostamenti casa-lavoro rappresentano una percentuale molto importante della mobilità. Le Amministrazioni pubbliche, da parte loro, potrebbero offrire una riduzione delle tasse alle aziende che raggiungono determinati obiettivi in termini di mobilità sostenibile.

Un aspetto da non sottovalutare quando si crea un sistema di premialità per i dipendenti di un'azienda è di non creare situazioni di disuguaglianza come, per esempio, nel caso in cui vi siano determinate categorie di dipendenti che non possono concorrere ai premi a causa dell'effettuazione di turni di notte (quando il trasporto pubblico e la bici sono considerate non sicuri).



The SaMBA project is co-financed by the European Regional Development Fund through the Interreg Alpine Space programme.

È necessario un cambio (anche concettuale) da parte della politica. Finora, si parla di “investimenti” per migliorare l’offerta infrastrutturale e di “sovvenzioni” per cambiare i comportamenti delle persone. In realtà sarebbe più corretto usare il termine “investimenti” anche per le politiche rivolte al cambio dei comportamenti e all’educazione in quanto, se ben attuate, garantiranno ritorni economici e sociali.

La politica, inoltre, dovrebbe realmente indirizzare le scelte in tema di mobilità, senza inseguire il momentaneo sentimento della collettività e degli elettori (anche se oggi i temi dell’ambiente e della sostenibilità sono molto più sentiti). Le amministrazioni dovrebbero individuare le soluzioni ottimali per i diversi contesti (le diverse soluzioni non sono sempre applicabili in diversi contesti) in funzione della qualità delle stesse (“in Europa non abbiamo spazio per cattive soluzioni tecnologiche”-?-) ed individuare modelli di business e partner in grado di sostenere il progetto nel tempo.

3. Premi e prezzi nell'ambito di un programma globale modal-shift.

L’argomento è stato affrontato anche nei punti precedenti. È necessario avere un **approccio olistico al problema** della mobilità sostenibile, considerando le diverse componenti che interagiscono nella scelta modale e considerando l’effetto sinergico (abbassare i limiti di velocità in alcune strade, oppure precluderle al trasporto privato) o divergente (rendere gratuiti i parcheggi in centro) che le diverse azioni possono assumere l’una per l’altra. Occorre, inoltre, attuare **politiche coraggiose** a sostegno della mobilità sostenibile e a contrasto dell’utilizzo dell’autovettura privata, ma non sempre la politica è pronta a questo tipo di cambiamento.

Infine, un aspetto molto importante è la **divulgazione delle best practices e delle informazioni** tra i vari progetti non solo tra le amministrazioni ma anche tra gli altri diversi soggetti interessati (collettività, aziende private, possibili sponsor, possibili partner privati, ecc.).



The SaMBA project is co-financed by the European Regional Development Fund through the Interreg Alpine Space programme.

CONCLUSIONI

Un programma per incentivare lo scambio modale basato su un sistema di premi e distribuzione dei costi non può prescindere dai seguenti elementi emersi durante la Tavola rotonda:

- **L'ASCOLTO:** è importante imparare ad ascoltare le persone e capire qual è la giusta soluzione per loro; è necessario individuare soluzioni possibili più corrette per incentivare il cambio di comportamento (in funzione dei diversi contesti, della tipologia di persone che si vuole coinvolgere, ecc.);
- **L'OFFERTA di infrastrutture e servizi:** la chiave è avere un adeguato sistema infrastrutturale e di servizi che renda possibile e conveniente il cambio di comportamento;
- **L'EDUCAZIONE:** su di essa occorre investire risorse perché ha un effetto duraturo sul cambiamento e. Promuovere una corretta educazione sui temi della mobilità sostenibile e sulle abitudini di viaggio, soprattutto verso i giovani (gli utenti dei sistemi di trasporto futuri) ed i bambini (in grado di influenzare le scelte dei genitori);
- **La COMUNITÀ:** deve spingere la politica a mettere in atto le azioni per indurre il cambiamento;
- **Politica di PIANIFICAZIONE DELLA MOBILITÀ SOSTENIBILE:** pagare il danno che stiamo causando oggi e modificare l'attuale approccio delle amministrazioni nell'indirizzare le politiche di intervento. Individuare i corretti sistemi di business ed i partner privati (che dovranno farsi carico, in toto o in parte, dei relativi costi) in grado di perpetuarli nel tempo (sostenibilità economica e finanziaria dei progetti);
- **La COMUNICAZIONE:** divulgare quanto più possibile le best practices e informare nel modo più semplice sul tema.



The SaMBA project is co-financed by the European Regional Development Fund through the Interreg Alpine Space programme.