



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA

DIREZIONE CENTRALE INFRASTRUTTURE
E TERRITORIO

Stradivarie Architetti Associati

TPS pro s.r.l.

TPS Associazione professionale

Piano Regionale Mobilità Ciclistica

Strumenti per la promozione e
incentivazione dell'uso della bicicletta nei
percorsi casa - scuola - lavoro

P7.0

Colophon

PIANO REGIONALE MOBILITÀ CICLISTICA

**REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA
DIREZIONE CENTRALE INFRASTRUTTURE E TERRITORIO**

Assessore

dott. Graziano Pizzimenti

Direttore centrale

dott. Marco Padrini

SERVIZIO LAVORI PUBBLICI, INFRASTRUTTURE DI TRASPORTO E DELLA MOBILITA' SOSTENIBILE

Direttore di servizio

dott. Paolo Perucci

Posizione organizzativa

ing. Iliana Gobbino

GRUPPO DI LAVORO REGIONALE

Coordinatrice

arch. Carolina Borruso

ing. Franco Bonu

geom. Walter Coletto

arch. Fabio Dandri

ing. Iliana Gobbino

dott.ssa Emanuela Snidaro

dott. Simone Stanic

ing. Giulio Pian

dott.ssa Sara Zanolla

GRUPPO DI PROGETTAZIONE

Coordinatrice

arch. Claudia Marcon

Stradivarie Architetti Associati

via Cecilia de Rittmeyer, 14 - 34134 Trieste

arch. Elisa Crosilla

arch. Claudia Marcon

TPS pro s.r.l.

via Antonio Gramsci, 3 - 40121 Bologna

TPS Associazione professionale

via Settevalli, 133c - 06129 Perugia

ing. Francesca Falcioli

Francesco Filippucci

ing. Guido Francesco Marino

ing. Nicola Murino

VALUTAZIONE AMBIENTALE STRATEGICA

FOR-NATURE s.r.l.

Via Teobaldo Ciconi, 26 - 33100 Udine

dott. nat. Matteo De Luca

dott. nat. Giuseppe Oriolo

dott. for. Luca Strazzaboschi

Indice

1. PREMESSA E FINALITÀ

- 1.1. Sviluppo del casa - lavoro e casa - scuola verso i poli di interesse regionale pag. 9

2. CASA - LAVORO

- 2.1. Buone pratiche pag. 13
- 2.2. Schemi di sintesi pag. 20
- 2.3. Strategie e incentivi per l'utilizzo della bicicletta negli spostamenti casa - lavoro pag. 21
- 2.3.1. *Strategia 1: giorno di ferie con infrastrutture e servizi*
- 2.3.2. *Strategie 2 e 6: certificato di eccellenza*
- 2.3.3. *Strategia 3: infrastrutture e servizi*
- 2.3.4. *Strategia 4: economico/fiscale con infrastrutture e servizi*
- 2.3.5. *Strategia 5: economico/fiscale con premio*
- 2.4. Simulazione del progetto pilota per incentivare gli spostamenti casa - lavoro pag. 23
- 2.4.1. *Programmazione del progetto pilota*
- 2.4.2. *Avvio del progetto e definizione degli incentivi - Fase Preliminare*
- 2.4.3. *Avvio del progetto e definizione degli incentivi - Avvio della sperimentazione*
- 2.5. Fac-simile 1° questionario all'azienda/ente pag. 36
- 2.6. Fac-simile 2° questionario ai dipendenti pag. 37

3. CASA - SCUOLA

- 3.1. Buone pratiche pag. 41
- 3.2. Schemi di sintesi pag. 46
- 3.3. Strategie e incentivi per l'utilizzo della bicicletta negli spostamenti casa - scuola pag. 47
- 3.3.1. *Strategia 1 e strategia 3: economico/fiscale con premio*
- 3.3.2. *Strategia 2: premio con buono acquisto*
- 3.3.3. *Strategia 4: premio*

4. CASA - SCUOLA - LAVORO

- 4.1. Buone pratiche pag. 51
- 4.2. Schemi di sintesi pag. 55
- 4.3. Strategie e incentivi per l'utilizzo della bicicletta negli spostamenti casa - lavoro pag. 56
- 4.3.1. *Strategia 1: economico/fiscale*
- 4.3.2. *Strategia 2: economico/fiscale con premio*
- 4.3.3. *Strategia 3: buono acquisto*

1. PREMESSA E FINALITÀ



Gli spostamenti sistematici quotidiani (pendolarismo casa - lavoro e casa - scuola) costituiscono, nelle ore di punta, la più alta componente percentuale della mobilità non solo nelle aree urbane, ma all'interno di tutto il territorio regionale.

I Piani della mobilità regionali (Piano Regionale delle Infrastrutture di Trasporto, della Mobilità delle Merci e della Logistica - PRITML e il Piano Regionale del Trasporto Pubblico Locale - PRTPL) e il Piano di Governo del Territorio - PGT hanno analizzato la domanda di mobilità sistematica di persone sul territorio del Friuli Venezia Giulia fino al 2013, individuando le caratteristiche degli spostamenti e le "linee di desiderio" su cui questi avvengono.

Il PGT identifica un sistema territoriale basato sui concetti di "policentrismo" e "coesione", in cui assumono peculiare importanza le relazioni tra i luoghi (non solo come flussi di merci e persone, ma anche di capitali, conoscenza e informazioni) e il grado di qualità delle stesse. Da queste logiche deriva la definizione di Sistema Territoriale Locale - STL, ovvero una città o un polo di riferimento per un territorio che vive e cresce grazie al suo bacino di utenti-cittadini e i cui limiti non sono i confini amministrativi, ma le relazioni che esso genera o attrae in relazione alla vita quotidiana. La regione Friuli Venezia Giulia è il sistema o "piattaforma territoriale" formato da più STL, ognuno dei quali contempla al proprio interno uno o più poli di primo livello, in cui si concentrano funzioni e attività.

Il PREMOCI prende a riferimento, all'interno dei differenti STL, i poli ugualmente specializzati, di diretta competenza della Regione, ove sia presente un numero elevato di spostamenti sistematici casa - lavoro, al fine di attuare l'obiettivo della legge regionale n. 8/2018 e s.m.i. relativo al trasferimento massivo dal mezzo privato motorizzato alla bicicletta del pendolarismo casa - lavoro.

Questi poli sono le zone omogenee D1 - aree industriali di interesse regionale, già individuate dal Piano Urbanistico Regionale Generale - PURG, approvato nel 1978, come "[...] gli ambiti dove devono essere prioritariamente indirizzati tutti gli interventi riguardanti il settore industriale con particolare riguardo a quelli finanziati, promossi e programmati da Enti pubblici. Gli strumenti urbanistici di livello subordinato dovranno promuovere la formazione dei piani attuativi di detto ambito avendo, tra gli altri, l'obiettivo di conseguire un miglioramento delle condizioni ambientali dei luoghi di lavoro (attraverso la dotazione di tutte le attrezzature collettive necessarie agli addetti all'industria) [...]". Già il PURG assumeva l'infrastrutturazione come priorità per tali aree, soprattutto per quelle ubicate nel territorio montano e pedemontano, che avrebbero potuto offrire occasioni di lavoro a molte persone, evitando così i consistenti movimenti pendolari quotidiani che allora, come oggi, caratterizzano questa parte del territorio regionale.

La legge regionale 18 gennaio 1999, n. 3, recante "Disciplina dei Consorzi di sviluppo industriale" ha regolamentato l'ordinamento dei Consorzi per lo sviluppo industriale (già costituiti ai sensi degli articoli 156 e seguenti del regio decreto del 3 marzo 1934, n. 383), attribuendo loro funzioni di pianificazione territoriale in riferimento alle zone D1, attraverso lo strumento del Piano Territoriale Infraregionale.

La legge regionale 20 febbraio 2015, n. 3, recante "RilancimpresaFVG - Riforma delle politiche industriali" ha promosso la concessione di incentivi per l'insediamento di imprese di media dimensione nelle suddette zone D1 o per ampliamenti e programmi di riconversione produttiva di imprese già insediate e la loro trasformazione in aree produttive ecologicamente attrezzate - APEA. Da un lato dunque la Regione ha inteso promuovere la produttività territoriale rendendo accessibili le zone D1 a nuove forme d'impresa, riuscendo così a mantenere alto il numero di addetti o incrementarlo e, dall'altro lato, a favorire nuove forme di accessibilità (intermodalità anche tra trasporto pubblico e bicicletta).

A intervenuto compimento delle operazioni di riordino dei Consorzi di sviluppo industriale, secondo la disciplina

contenuta nella legge regionale n. 3/2015, sono attualmente operativi sul territorio regionale sette Consorzi di sviluppo economico locale, che accolgono circa 15 zone omogenee D1. Escluso il Consorzio di sviluppo economico della Venezia Giulia - COSEVEG, al cui interno è ubicata la Fincantieri S.p.A. e il cui indotto dal punto di vista del personale impiegato è di difficile quantificazione, le restanti aree sono quotidianamente origine/destinazione di un flusso pendolare complessivo di più di 20.000 lavoratori.

Gli studi dell'Istituto Superiore della Sanità - ISS e dell'Istituto superiore di formazione e di ricerca per i trasporti - ISFORT, a cui il PREMOCI fa riferimento per l'aggiornamento della domanda di mobilità di persone dal 2013 ad oggi, evidenziano una crescita costante dei parametri che caratterizzano la stessa fino al 2019, interrotta bruscamente nel 2020 dall'emergenza epidemiologica da COVID-19. La cesura ha interessato pesantemente alcuni dei fattori che caratterizzano la domanda di mobilità, quali:

- l'andamento dei volumi di mobilità (nel biennio 2017-2019 era stato caratterizzato da una ripresa sia in termini di spostamenti che di passeggeri x km, dopo una fase quasi decennale di contrazione dalla crisi economica);
- la ripartizione modale, riferita in particolare alla mobilità attiva a piedi, in bicicletta e alla micro-mobilità (dopo un trend decennale di crescita, dal 2017 aveva subito una forte accelerazione).

Non solo l'irrompere della pandemia da COVID-19, ma anche il suo perdurare hanno modificato la struttura della domanda stessa, determinando:

- un forte sviluppo della mobilità attiva, la cui quota modale è rimasta costantemente sopra il 30% durante tutto il 2020;
- una sostanziale tenuta dell'automobile, che comunque ha registrato un numero minore di viaggi, nella media del post-confinamento, stimato al -20% rispetto al 2019;
- una vistosa contrazione della mobilità collettiva e intermodale;
- una rilevante compressione della mobilità sistematica per studio e lavoro, che nel 2020 ha determinato appena il 15% della domanda di trasporto e, quindi, meno della metà rispetto al 2019, dovuta ai processi di riorganizzazione delle attività (lavoro agile, piattaforme a distanza).

Anche la concentrazione spaziale della mobilità è stata segnata, nel 2020, da un ulteriore vigoroso ri-centraggio sulla prossimità: i tragitti più brevi, inferiori ai 15 minuti, sono più che raddoppiati rispetto al primo periodo di emergenza epidemiologica, per poi riassetarsi al 10% nei mesi successivi.

Dai dati presenti negli studi sopra citati emerge, da una parte, che le croniche fragilità strutturali del modello di mobilità che caratterizza il territorio italiano sono state consolidate dal periodo di pandemia ma, dall'altra, che è possibile intravedere alcuni segnali positivi (forte sviluppo della mobilità attiva e ri-centraggio sulla prossimità) per avviare gli obiettivi di massiva ripartizione modale su bicicletta illustrati dalla legge n. 2/2018 e, in particolare, nel territorio regionale, dalla legge n. 8/2018 e s.m.i.

Dunque, posti in relazione il quadro dipinto dai Piani regionali dei trasporti in merito alla domanda di mobilità con i nuovi fattori che la strutturano in questi ultimi due anni, il PREMOCI individua nelle zone omogenee D1 - aree industriali di interesse regionale e nei poli dedicati alla ricerca tecnico-scientifica gli ambiti di valenza regionale ove avviare i progetti casa - lavoro per una massiva ripartizione modale degli spostamenti dal mezzo privato motorizzato alla bicicletta.

Il pendolarismo dovuto a motivi di studio è invece caratterizzato da fattori diversi:

- la struttura amministrativa della scuola e dell'Università ed il numero di addetti, che possono influenzare le potenzialità del polo scolastico/universitario di combinare gli spostamenti casa - scuola con quelli casa - lavoro;
- le diverse fasce d'età degli studenti, e quindi la diversa disponibilità e autonomia e muoversi in bicicletta, in funzione dell'ordine e grado del polo scolastico/universitario;
- la diversa distribuzione territoriale delle sedi scolastiche/universitarie, che va dalla diffusione capillare delle scuole primarie alla concentrazione nei capoluoghi delle sedi universitarie.

Il PREMOCI tiene conto di questi importanti fattori e, quindi, si limita a fornire delle buone pratiche a cui gli istituti scolastici possono attingere come spunto per attivare i progetti casa - scuola.

L'approfondimento della domanda di mobilità sistematica ha evidenziato inoltre la presenza di un segmento contraddistinto dalla combinazione delle due modalità sopra descritte. Il tragitto tipo effettuato dalle persone che compongono questo segmento della domanda, ovvero famiglie in cui almeno un figlio ha un'età inferiore ai 14 anni, ha tre origini/destinazioni invece di due: la residenza, l'origine/destinazione intermedia (la scuola del figlio) e la sede lavorativa del genitore. Possono essere altresì assimilati nel segmento tutti quegli spostamenti che riguardano non solo l'attività scolastica dei figli, ma anche qualunque altro tipo di attività che prevede una frequenza sistematica rispetto a fasce temporali prestabilite. Il PREMOCI assimila alla definizione casa - scuola - lavoro tutti questi tipi di spostamenti.

Dall'analisi delle buone pratiche riferite al trasferimento su bicicletta della mobilità sistematica è emerso l'utilizzo delle seguenti tipologie di incentivi, combinate tra loro in modi diversi a seconda delle strategie adottate:

- economico/fiscale: compenso monetario elargito a coloro che utilizzano la bicicletta come mezzo per gli spostamenti sistematici pendolari;
- giorno di ferie: numero di giornate di ferie, regolarmente retribuite, concesse a fronte di un numero minimo di giornate in cui è stata utilizzata la bicicletta per gli spostamenti sistematici pendolari;
- premio: gratificazione al lavoratore che utilizza la bicicletta per gli spostamenti sistematici pendolari attraverso l'istituzione di concorsi (i premi non sono in denaro);
- buono acquisto: contributo per l'acquisto di merce prodotta da sponsor convenzionati, invece di denaro; il meccanismo è simile all'incentivo economico/fiscale;
- infrastrutture e servizi: realizzazione di infrastrutture ciclabili e fornitura di servizi per l'utilizzo della bicicletta negli spostamenti sistematici pendolari dei lavoratori. Nella categoria legata alla realizzazione delle infrastrutture è anche compresa la possibilità dell'intermodalità con il trasporto pubblico. Nella categoria legata alla fornitura di servizi non è solo prevista la realizzazione di spazi esterni per il posteggio, la manutenzione delle biciclette e la ricarica di quelle elettriche, ma anche la realizzazione di spazi interni alle scuole o ai luoghi di lavoro per il ciclista (es., spogliatoi), nonché la fornitura di capi di vestiario e accessori;
- certificato di eccellenza: premio agli Enti e alle aziende che promuovono la mobilità sostenibile che attesta il grado di qualità del progetto.

Attraverso il presente documento il PREMOCI fornisce un vademecum a supporto degli Enti locali e delle aziende del settore secondario e terziario del territorio regionale, nonché degli istituti scolastici che intendono avviare progetti di trasferimento su bicicletta di spostamenti sistematici. Il documento è anche finalizzato al riordino di tutta quell'attività (di cui buona parte sperimentale e, quindi, limitata nel tempo) già messa in campo

negli ultimi anni.

Il documento comprende la sezione relativa ai percorsi casa - lavoro, quella relativa ai percorsi casa - scuola e quella relativa ai percorsi casa - scuola - lavoro.

La sezione casa - lavoro è a sua volta strutturata in tre parti: la prima è dedicata all'analisi delle buone pratiche italiane ed estere con caratteristiche replicabili sul territorio regionale; la seconda illustra i limiti e le potenzialità delle differenti strategie dedotte dalle buone pratiche e fornisce dei modelli di documentazione da utilizzare nel percorso di attivazione delle azioni; infine, la terza illustra un esempio già attuato sul territorio regionale (progetto pilota nell'area industriale-artigianale dei Comuni di Buttrio, Moimacco e Premariacco).

La sezione casa - scuola e la sezione casa - scuola - lavoro sono invece strutturate in due parti: la prima è dedicata all'analisi delle buone pratiche italiane ed estere con caratteristiche replicabili sul territorio regionale; la seconda illustra i limiti e le potenzialità delle differenti strategie dedotte dalle buone pratiche, per l'applicazione delle stesse nei territori comunali.

1.1. Sviluppo del casa - lavoro e casa - scuola verso i poli di interesse regionale

La Regione sostiene i progetti di sviluppo degli spostamenti in bicicletta casa - lavoro e casa - scuola, da e per i poli di interesse regionale, in via diretta attraverso specifici accordi di programma stipulati ai sensi dell'articolo 19 della legge regionale 20 marzo 2000, n. 7 e secondo le indicazioni riportate nel par. 6.1.1 dell'elaborato P6.0 OBIETTIVI, STRATEGIE ED AZIONI DI PIANO.

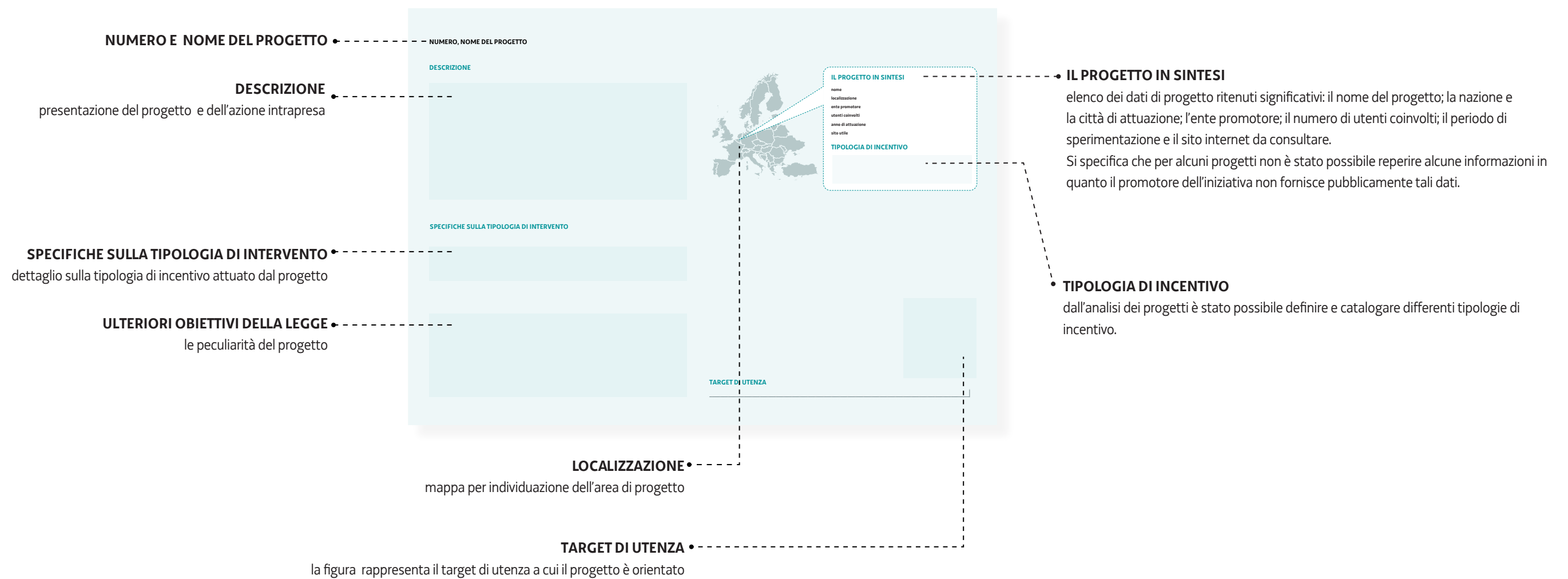
Gli enti interessati (enti pubblici, consorzi di sviluppo industriale, poli universitari, ecc.), singolarmente o congiuntamente, possono sottoporre alla Regione un progetto, anche in forma preliminare, finalizzato allo sviluppo del casa - lavoro e/o casa - scuola.

Il progetto include l'analisi della domanda di trasporto e delle potenzialità di trasferimento degli spostamenti sistematici dal mezzo motorizzato privato alla bicicletta, anche in combinazione con il trasporto pubblico. Il progetto include altresì lo scenario di azioni ed eventuali interventi programmati per raggiungere gli obiettivi prefissati. Agli obiettivi, esplicitati nel progetto, sono assegnati adeguati indicatori per il monitoraggio dello stato di attuazione del progetto e per la misura degli effetti del progetto nel breve-medio-lungo periodo.

Sulla base del progetto presentato, a seguito della valutazione dello stesso da parte del Servizio regionale competente, verrà definito l'accordo di programma finalizzato alla realizzazione del progetto casa - lavoro e/o casa - scuola. L'accordo di programma, a cui è allegato il progetto, definisce:

- gli enti coinvolti nel progetto e gli adempimenti previsti;
- il ruolo, le responsabilità e gli impegni di ciascun ente nella realizzazione del progetto;
- le azioni di supporto in capo alla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia;
- il quadro economico di riferimento per la realizzazione del progetto, anche per lotti o fasi successive;
- le modalità di realizzazione e finanziamento del progetto ed il relativo cronoprogramma;
- la durata dell'accordo di programma e gli obiettivi da raggiungere.

STRUTTURA DELLA SCHEDA PROGETTO



2. CASA - LAVORO

2

2.1. Buone pratiche

Nel presente paragrafo sono descritte sei buone pratiche (progetti o piani) sviluppate a livello mondiale ed europeo che hanno l'obiettivo di incentivare gli spostamenti in bicicletta nel tragitto quotidiano casa - lavoro.

Ley 1811 de 2016 - Colombia

DESCRIZIONE SINTETICA

Per ridurre il traffico motorizzato nelle città colombiane, lo Stato sudamericano ha emanato una legge per stimolare l'utilizzo della bicicletta in tutto il territorio nazionale, attraverso un programma di incentivi che prevede anche la modifica del codice stradale. Al momento, i destinatari di questa legge, proposta prima dai parlamentari Claudia Lopez e Angelica Lozano e firmata poi dal Presidente della Repubblica Juan Manuel Santos, sono soltanto i lavoratori pubblici.

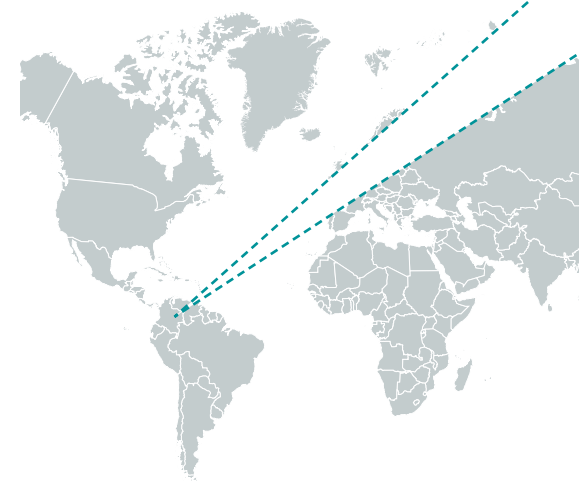
La legge prevede la corresponsione di mezza giornata di ferie remunerata per ogni 30 giorni lavorativi in cui il dipendente pubblico utilizza la bicicletta negli spostamenti casa - lavoro.

Se la legge è attuata nell'arco di un anno lavorativo (otto mesi), il dipendente pubblico può godere di un massimale pari a 4 giorni interi di ferie nell'anno solare.

Inoltre, la legge promuove:

- la stesura di protocolli per la facilitazione dell'uso intermodale della bicicletta con il trasporto pubblico locale, rendendo accessibile e conveniente il trasporto di biciclette sui mezzi pubblici (es., installando ganci nei mezzi di trasporto) e realizzando stalli per biciclette sia negli edifici pubblici che nelle stazioni;
- l'associazionismo con gli Enti preposti all'istruzione per la diffusione della cultura della bicicletta.

Dalla sua entrata in vigore, la legge individua come obiettivo il biennio quale limite temporale entro il quale tutti gli Enti pubblici dovranno dotarsi di parcheggi bici sicuri.



IL PROGETTO IN SINTESI

nome Ley 1811 de 2016

localizzazione Colombia

ente promotore El Congreso de Colombia

utenti coinvolti Dipendenti Pubblici

anno di attuazione 2016

sito utile dapre.presidencia.gov.co

TIPOLOGIA DI INCENTIVO



SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO



ULTERIORI OBIETTIVI DELLA LEGGE

La Legge prevede anche la modifica del codice della strada...

Prevede sanzionamenti per chi sosta o ferma su una carreggiata ciclabile

Prevede l'obbligo per gli automobilisti di accostare a un ciclista con un margine non inferiore a 1,5 m

Stabilisce che un ciclista transita in una strada occupando l'intera carreggiata.

Prevede l'installazione di servizi negli edifici pubblici, stazioni e sui mezzi di trasporto...

Installazione di stralli per biciclette, sul 10% del numero di parcheggi auto (ex: ogni 10 parcheggi auto, almeno uno per bici)

Prevede l'installazione di sistemi porta biciclette negli autobus



TARGET DI UTENZA

Lavoratore dipendente

Mobility Label - Europa

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto *Mobility Label* costituisce un'iniziativa del MoMa.BIZ, un progetto finanziato dall'Unione Europea all'interno del programma "Energia Intelligente". L'idea prevedeva di applicare il principio di certificazione attuato per gli elettrodomestici (classe A - basso consumo; classe G - alto consumo energetico), nel campo della mobilità definendo delle classi di "accessibilità sostenibile": dalla classe A, che indicava la presenza di strumenti programmatici atti a garantire l'accessibilità alla sede aziendale con mezzi "green" (biciclette, autobus ecc...), alla classe G, che segnalava la mancanza totale di strumenti e strategie in ottica "smart mobility". Per definire la classe di "accessibilità sostenibile" il progetto ha sviluppato ed elaborato un questionario che analizzava le politiche aziendali attuate, individuando criticità e potenzialità. Tale strategia quindi non agiva direttamente sul lavoratore ma spronava le Aziende a migliorare e ad implementare la Responsabilità Sociale d'Impresa.



IL PROGETTO IN SINTESI

nome *Mobility Label*

localizzazione *Europa*

ente promotore *MoMa.BIZ*

utenti coinvolti *Aziende*

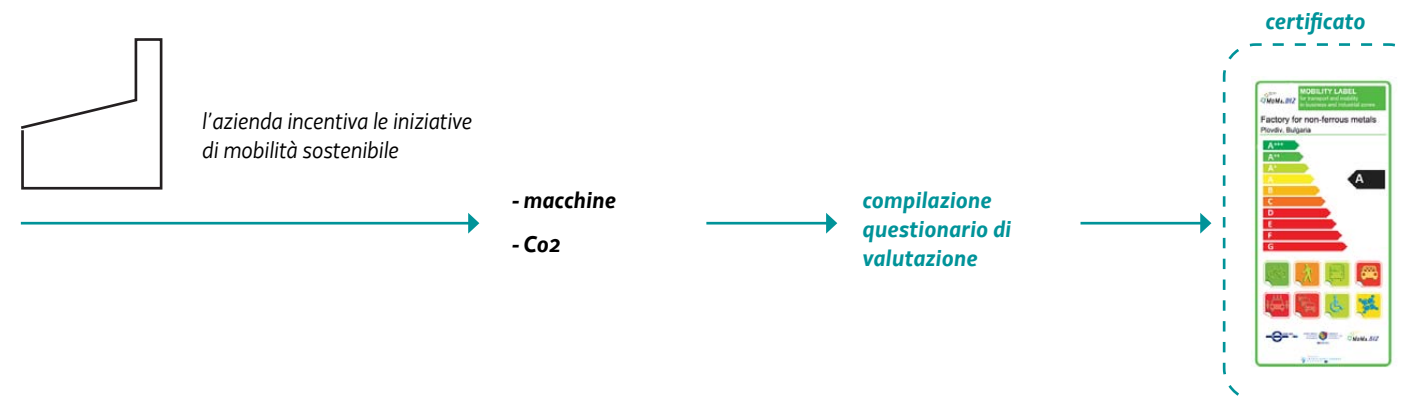
anno di attuazione *2010 - 2013*

sito utile *www.moma.biz*

TIPOLOGIA DI INCENTIVO

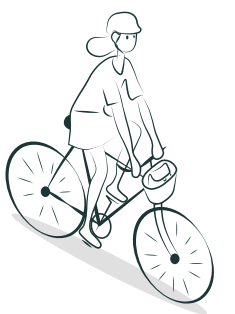


SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO



POTENZIALITÀ

Tale iniziativa ha una grande potenzialità in quanto da un lato premia le realtà che mirano a migliorare l'accessibilità all'Azienda e dall'altro, tramite la certificazione, costituisce una discriminante per determinare sgravi fiscali o agevolazioni per le imprese "green".



Lavoratore dipendente

TESTkaravaan - Belgio

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto nasce dal principio che “qualsiasi azione deve essere provata per essere apprezzata”. Per invogliare i lavoratori ad utilizzare la bicicletta e le Imprese ad attuare politiche di “smart mobility”, l'Amministrazione pubblica della “Provincie West-Vlaanderen” (Provincia belga delle Fiandre Occidentali) ha acquistato una flotta di biciclette, data poi in concessione alle Aziende per un periodo prestabilito.

L'Amministrazione ha rifornito le Aziende non solo di un parco biciclette comprendente bici elettriche, cargobike, biciclette pieghevoli, rimorchi da bicicletta, ma ha anche elargito biglietti omaggio per bus e treno, biglietti per il bike-sharing e ha supportato promozione del carpooling.



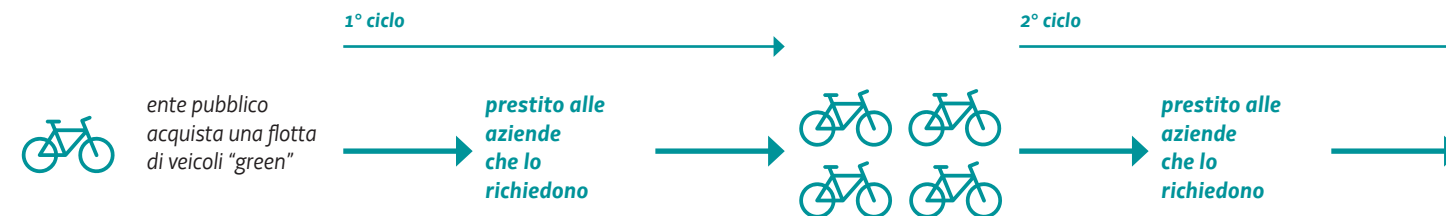
IL PROGETTO IN SINTESI

nome TESTkaravaan
localizzazione Belgio
ente promotore Provincie West-Vlaanderen
utenti coinvolti Aziende
anno di attuazione 2014
sito utile www.testkaravaan.be

TIPOLOGIA DI INCENTIVO



SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO



POTENZIALITÀ

un'azione replicabile...

l'acquisto di una flotta di biciclette consente di replicare l'iniziativa in diverse aziende e quindi di raggiungere maggiori utenti

quale provo e quale scelgo?

il programma promuove l'utilizzo di diverse tipologie di biciclette: elettriche, cargo bike (anche per spostamenti interni all'azienda) biciclette pieghevoli

non solo bicicletta...

la campagna oltre a promuovere l'utilizzo della bicicletta mira favorire l'utilizzo dei mezzi pubblici attraverso biglietti omaggio per treno, autobus, ecc..



TARGET DI UTENZA

Lavoratore dipendente

Piano provinciale per la mobilità elettrica - Provincia di Trento, Italia

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Piano Provinciale per la Mobilità Elettrica ha come obiettivo di fondo la promozione di una pianificazione della mobilità innovativa e sostenibile che metta al centro le persone e non più il traffico e che spinga ulteriormente la provincia di Trento nella direzione di "Zero Emission Province".

Alla base della strategia del Piano è il cambiamento delle modalità abituali di spostamento dei cittadini, soprattutto nei centri urbani, attraverso l'applicazione di soluzioni sostenibili, nel rispetto dell'ambiente, della salute, del clima e della sicurezza, volte a migliorare la qualità di vita presente e futura. Per dare attuazione al Piano sono promosse molteplici azioni, a partire dagli incentivi e contributi. Viene finanziato l'acquisto alle aziende di almeno 1 e-bike da assegnare in uso ai propri dipendenti a condizione che i medesimi le utilizzino negli spostamenti casa - lavoro e partecipino alla spesa, secondo le condizioni previste nella convenzione. Il contributo erogato è pari al 50% della spesa con un massimo di 1.000,00 euro per ogni e-bike e di 50.000,00 euro per ogni impresa. Il dipendente partecipa all'acquisto con una quota che varia dal 10% al 30% del prezzo dell'e-bike. L'incentivo per l'acquisto di colonnine di ricarica per e-bike per i privati consiste in un contributo del 60% della spesa ammissibile, fino a un massimo di 500 euro. Il piano inoltre punta alla realizzazione di diverse stazioni di ricarica nei prossimi anni.



IL PROGETTO IN SINTESI

nome Piano provinciale per la mobilità elettrica

localizzazione Provincia autonoma di Trento, Italia

ente promotore Provincia autonoma di Trento

utenti coinvolti Aziende e dipendenti, cittadinanza

anno di attuazione 2017

sito utile infoenergia.provincia.tn.it

TIPOLOGIA DI INCENTIVO



SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO



LA STRATEGIA E LE ASPETTATIVE DEL PIANO

Il piano si propone una serie di obiettivi rispetto all'incentivo del settore della mobilità elettrica sia ad enti privati che a quelli pubblici.

mobilità elettrica a tutto tondo...

Il piano eroga incentivi sia per l'acquisto di ebike, auto elettriche, e colonnine di ricarica.



Finanziamenti in bilancio...

20 milioni € x 5 anni

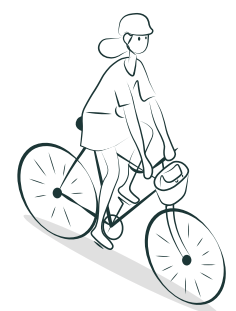
Aspettative...

2500 colonnine di ricarica entro il 2025

60% degli spostamenti con mezzi elettrici entro il 2030

TARGET DI UTENZA

Lavoratori dipendenti e cittadini



Cycling Friendly Employer - Scozia, U. K.

DESCRIZIONE SINTETICA

Cycling Scotland è un'organizzazione no profit (*charity*) che attraverso il supporto finanziario ed economico dell'Agenzia nazionale scozzese per la gestione del traffico e dei trasporti - Transport Scotland promuove l'uso della bicicletta in Scozia con varie modalità e operando in vari settori.

Offre programmi per incentivare le Aziende e i luoghi di lavoro pubblici, le scuole, i campus universitari e le comunità locali ad una maggiore consapevolezza dell'uso non solo quotidiano della bicicletta, attraverso l'erogazione di incentivi a premio e di fondi per la realizzazione di infrastrutture.

Il programma proposto alle Aziende e ai dipendenti, il *Cycling Friendly Employer*, prevede l'erogazione di un fondo, *Cycling Friendly Employer development fund*, con una quota massimale di 25.000 £ per progetto aziendale. Il fondo viene dato per i progetti che includono l'installazione di parcheggi bici sicuri e la realizzazione di aree attrezzate per la manutenzione delle biciclette, nonché l'installazione di docce e spogliatoi accessoriati.

Prevede, inoltre, un premio, il *Cycling Friendly Employer award*, assegnato al datore di lavoro che ha saputo promuovere l'uso della bicicletta in maniera efficace e che ha saputo incoraggiare i dipendenti in tal senso. La selezione del vincitore viene svolta seguendo un criterio scrupoloso. Il premio include la dotazione di strumenti per migliorare la strategia ciclabile, la fornitura di una guida di esempi in supporto, l'accesso a un fondo economico per il miglioramento del luogo di lavoro e l'inserimento nella rete nazionale scozzese delle Aziende che promuovono questo tipo di incentivi.



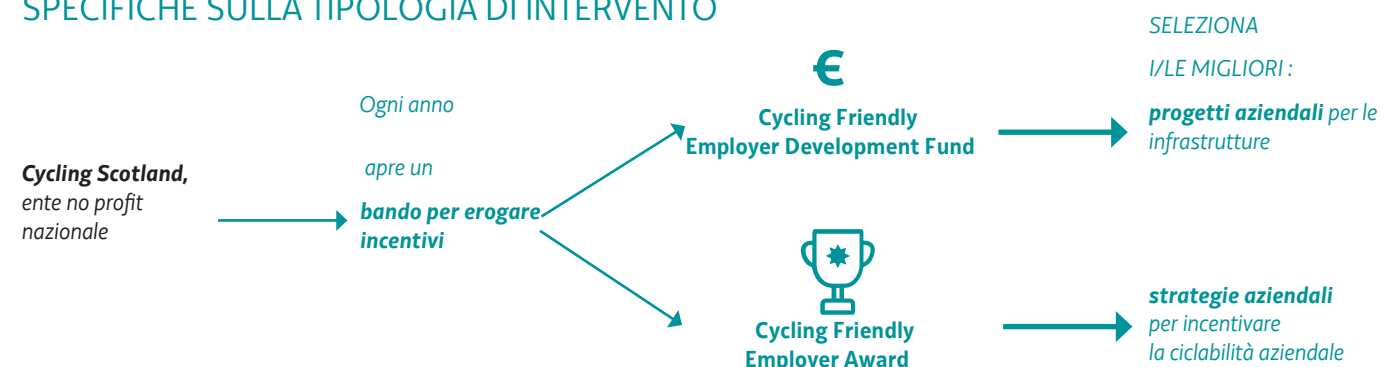
IL PROGETTO IN SINTESI

nome *Cycling Friendly Employer*
localizzazione Scozia, U.K.
ente promotore *Cycling Scotland*
utenti coinvolti Dipendenti e Datori di lavoro
anno di attuazione 2017-2019
sito utile www.cycling.scot

TIPOLOGIA DI INCENTIVO



SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO



PUNTI DI FORZA DELLE AZIONI DI CYCLING SCOTLAND

Libertà di azione...

L'azienda che vince il premio *Cycling Friendly Employer Award*, è libera di applicare le strategie che più preferisce

Distribuzione nazionale degli incentivi...

La distribuzione nazionale degli incentivi di *Cycling Scotland* permette una diffusione omogenea della ciclabilità nel territorio

maggior sicurezza in strada...

Cycling Scotland promuove iniziative legate all'educazione dei cittadini alla **sicurezza stradale**

TARGET DI UTENZA

Lavoratore dipendente

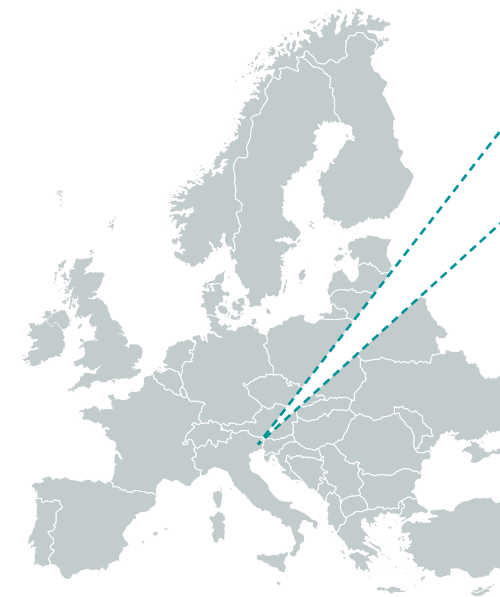


ManiagoBikeToWork - Maniago, Italia

DESCRIZIONE SINTETICA

L'Amministrazione comunale di Maniago riconosce, alle Aziende insediate nel territorio maniaghese che si impegnano a promuovere verso i propri dipendenti l'utilizzo della bicicletta quale mezzo per gli spostamenti casa - lavoro, un "marchio di qualità" graduato in modo progressivo seguendo le indicazioni e il Piano di miglioramento proposto dal decalogo stilato dall'Associazione FIAB per incentivare il Bike to Work.

Al fine di ottenere il marchio "ManiagoBikeToWork", l'Azienda deve dichiarare, tramite la compilazione del modulo scaricabile sul sito dell'Amministrazione comunale, di possedere il livello minimo in almeno due dei criteri indicati. Ogni criterio ha il suo punteggio e al raggiungimento di un determinato punteggio l'Azienda ha diritto ad un livello di marchio "ManiagoBikeToWork" più elevato.



IL PROGETTO IN SINTESI

nome ManiagoBikeToWork

localizzazione Comune di Maniago, Italia

ente promotore Comune di Maniago,

utenti coinvolti Aziende e dipendenti

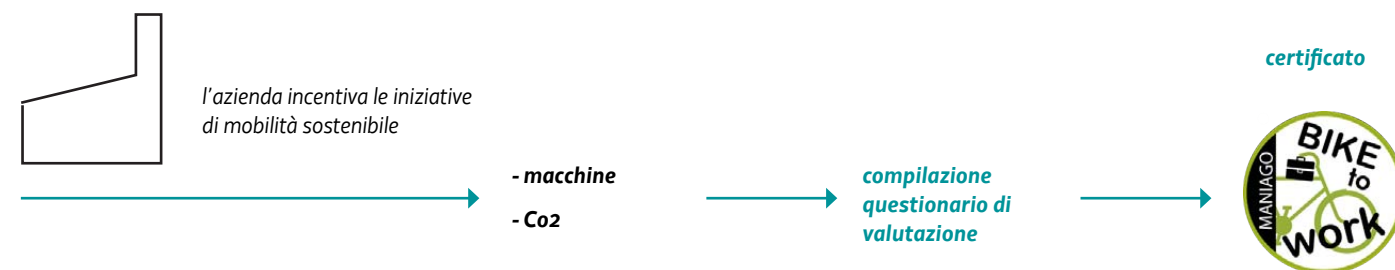
anno di attuazione 2020

sito utile www.maniago.it

TIPOLOGIA DI INCENTIVO

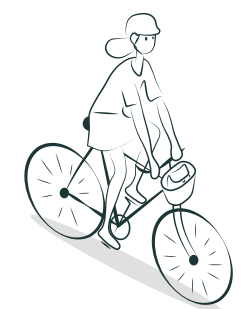


SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO



POTENZIALITÀ

Tale iniziativa riconosce e premia le aziende che propongono ai loro dipendenti nuove abitudini di spostamento.



TARGET DI UTENZA

Lavoratori dipendenti e cittadini

2.2. Schemi di sintesi

CRITERI DI ANALISI

PROGETTI

		1	2	3	4	5	6
DATI GENERALI	nome progetto	Ley 1811 de 2016	Mobility Label	Testkaravaan	Piano Provinciale Mobilità Elettrica	Cycle Friendly Employer	ManiagoBikeToWork
	luogo	Colombia	europa	Belgio	Provincia autonoma di Trento	Scozia	Italia
	costo	//	//	//	20 milioni €/ 5 anni	£ 600.000 milioni/ 2019-2020	//
	promotore pubblico	Governo Colombiano	Programma europeo	Provincie West-Vlaanderen	Provincia autonoma di Trento	Cycling Scotland, organizzazione no profit, che utilizza fondi pubblici	Comune di Maniago / FIAB
	promotore privato	//	//	//	//	//	//
	numero partecipanti	//	//	//	//	//	//
	utenti: lavoratori	lavoratori pubblici	Premia le aziende per le azioni attuate a favore della mobilità	X	Aziende aderenti e dipendenti	Aziende aderenti e dipendenti	Aziende aderenti e dipendenti
	utenti: cittadinanza e/o turisti	cittadinanza	//	//	cittadinanza	//	//
TIPOLOGIA DI INCENTIVO	€ Economico	//	//	//	Incentivo per acquisto di e-bike e colonnine elettriche	Incentivo economico per la realizzazione delle dotazioni al ciclista	//
	📅 Giorni di ferie	1 giorno di ferie ogni 60 giorni di mobilità in bici	//	//	//	//	//
	🏆 Premio	//	//	//	//	Premio all'azienda più virtuosa	//
	🛒 Buoni Acquisto	//	//	//	//	//	//
	🚲 Infrastrutture	Prevede l'installazione di parcheggi bici nei luoghi pubblici	//	Fornitura biciclette per un periodo di prova	Prevede l'installazione colonnine di ricarica nei luoghi pubblici	//	//
	📄 Certificato	//	certificato d'eccellenza	//	//	//	certificato d'eccellenza
FASE DI ANALISI, DISSEMINAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE	prevista/non prevista	prevista	non prevista	prevista	prevista	prevista	prevista
	Durata	//	//	//	//	//	//
	Strumenti utilizzati	pubblicità tramite web, giornali e associazioni ciclistiche	//	pubblicità tramite sito web dedicato, depliant informativi distribuiti in azienda	pubblicità tramite sito web dedicato, depliant informativi distribuiti alla cittadinanza	pubblicità tramite sito web dedicato, depliant informativi distribuiti alla cittadinanza	pubblicità tramite sito comunale
FASE DI SPERIMENTAZIONE	Anno di inizio	//	2010	2014	//	//	//
	Durata	//	2 anni	in corso	//	//	//
INCENTIVO PERENNE	Anno di inizio	2016	//	//	2017	2017	//
ANALISI DEI RISULTATI	Potenzialità/Criticità	Il decreto legge, prevede oltre all'incentivo bike to work e l'installazione dei parcheggi bici, anche la modifica del codice della strada, garantendo maggiore sicurezza.	Affinché l'azione sia efficace è necessario che l'attestato sia riconosciuto a livello istituzionale e possa essere una discriminante per incentivi o sgravi fiscali.	L'iniziativa coinvolge un alto numero di utenti e promuove l'utilizzo dei messi pubblici e la mobilità sostenibile in generale. Si evidenzia però la breve durata dell'iniziativa.	Il Piano provinciale prende in considerazione la mobilità elettrica a tutto tondo, incentiva il privato e contemporaneamente adegua il pubblico , con una prospettiva a lungo termine	La campagna di incentivi a pacchetto promossa da Cycling Scotland agisce equamente sul territorio. Tuttavia il singolo individuo non può fare richiesta di incentivo al di fuori dell'iniziativa aziendale.	Affinché l'azione sia efficace è necessario che l'attestato sia riconosciuto a livello istituzionale e possa essere una discriminante per incentivi o sgravi fiscali.

2.3. Strategie e incentivi per l'utilizzo della bicicletta negli spostamenti casa - lavoro

I progetti precedentemente individuati si avvalgono di differenti strategie, caratterizzate da una o due delle tipologie di incentivi economico/fiscale; giorno di ferie; premio; infrastrutture e servizi; certificato di eccellenza. È esclusa la tipologia di incentivo del buono acquisto. Le strategie individuate sono le seguenti:

- strategia 1 (Ley 1811 de 2016 - Colombia): giorno di ferie con infrastrutture e servizi;
- strategia 2 (Mobility label - Europa) e strategia 6 (Bike to work - Maniago Pordenone, Italia): certificato di eccellenza;
- strategia 3 (TESTkaravaan - Belgio): infrastrutture e servizi;
- strategia 4 (Piano provinciale per la mobilità elettrica - Provincia di Trento, Italia): economico/fiscale con infrastrutture e servizi;
- strategia 5 (Cycling Friendly Employer - Scozia UK): economico/fiscale con premio.

2.3.1. Strategia 1: giorno di ferie con infrastrutture e servizi

L'incentivo in giorni di ferie è stato rilevato solo nella strategia promossa dalla Colombia. L'abbinamento dell'incentivo alla realizzazione di una rete ciclabile continua e sicura, con una copertura territoriale più ampia possibile, intermodale con il trasporto pubblico, consente al lavoratore di riscontrare nell'immediato i benefici legati al risparmio dei costi fissi dell'automobile, al miglioramento della salute e alla qualità della vita (maggior tempo a disposizione come giorni di ferie maturate).

La strategia richiede agli Enti preposti alla sua attivazione uno sforzo in termini di simultaneità delle azioni, che per loro natura hanno tempi di attuazione diversi.

2.3.2. Strategie 2 e 6: certificato di eccellenza

La strategia si basa sulla teoria della *gamification* (traducibile in italiano come "ludicizzazione") di Jesse Schell, game designer americano che nel febbraio 2010 introdusse tale termine alla "Dice Conference" di Las Vegas, come "(...) l'utilizzo di dinamiche proprie del gioco (punti, livelli, premi) in contesti non ludici, per sollecitare impegno e competitività, per stimolare la ricerca di soluzione a un problema (...)". La teoria di Schell è applicata in diversi progetti - pilota.

Le azioni a supporto della strategia sono intuitive, veloci e poco costose. È prevista la registrazione a siti web appositi da parte di tutti coloro che hanno aderito all'iniziativa e vogliono "prendere parte al gioco". L'incentivo può essere applicato al livello della singola Azienda o dell'Ente, promuovendo sfide tra diversi team o utenti, ma anche al livello territoriale comunale, attraverso la promozione di "grandi giochi" a cui possono partecipare tutti i cittadini. La strategia è estendibile a intere zone industriali, artigianali e commerciali e ai Consorzi industriali regionali.

Per premiare le Aziende che hanno incentivato l'uso della bicicletta tra i propri dipendenti per gli spostamenti casa - lavoro è stato erogato un "certificato di eccellenza", che gratifica l'Azienda in quanto promotrice di una maggiore "Responsabilità Sociale di Impresa". In tale ottica le Aziende hanno risposto ad un questionario online atto a valutare le strategie adottate e individuare gli elementi da migliorare. La compilazione del questionario ha una grande potenzialità perché informa l'Azienda rendendola partecipe ancor prima dell'attivazione del progetto.

La strategia può essere rafforzata da un'adeguata campagna promozionale, portando inevitabilmente a una maggiore visibilità delle Aziende coinvolte. In alcuni casi l'Azienda "certificata" può aver la possibilità di chiedere degli sgravi fiscali o incentivi "green".

2.3.3. Strategia 3: infrastrutture e servizi

La strategia prevede la progettazione di infrastrutture ciclabili che garantiscano continuità e sicurezza lungo tutto il percorso e la fornitura di servizi al ciclista. La criticità della strategia risiede nel fatto che le azioni non sempre possono essere compiute dal medesimo Ente, ma debbano spesso considerare una compartecipazione pubblico/privato. Comunque, per loro natura, hanno tempi diversi di realizzazione. L'efficacia della strategia consiste nella complementarità delle azioni.

Se l'Ente promotore fornisce generalmente ai propri dipendenti la bicicletta a titolo gratuito e dota la sede lavorativa di idonee strutture per agevolare l'utilizzo della stessa, vi sono progetti il cui obiettivo è stimolare il lavoratore all'acquisto di un mezzo proprio o, comunque, a intraprendere uno stile di vita più sostenibile. Si tratta di progetti con un riscontro meno evidente nel breve periodo, che risultano invece i più interessanti nel lungo periodo, poiché rendono l'utente più sensibile verso queste tematiche.

La strategia che sottende questo tipo di progetti si avvale di una serie di azioni:

- periodo di prova: finalizzato a modificare l'atteggiamento di diffidenza nei confronti della bicicletta attraverso l'esperienza diretta. Nei progetti analizzati è prevista la fornitura di tutta l'attrezzatura (mezzo compreso), per un periodo prestabilito. La tipologia varia in base alle caratteristiche del percorso casa - lavoro, nonché in relazione alla fascia oraria e alla giornata. Il progetto belga TESTkaravaan, ad esempio, ha previsto la dotazione di un'intera flotta di veicoli a due ruote per le Aziende. Dall'analisi condotta in fase di progettazione nella sperimentazione olandese "From car to work" è emerso che il 50% dei lavoratori risiede a meno di 20 chilometri dalla sede aziendale, mentre il 28% risiede a meno di 10 chilometri. Il progetto ha fatto sperimentare ai lavoratori la bicicletta elettrica. Alla conclusione del periodo di prova (tre mesi), è emerso che il 18% ha scelto di acquistare una e-bike. Oltre alla tipologia di mezzo in dotazione, è emersa l'importanza del fattore "tempo di prova". Se troppo limitato, pur coinvolgendo un maggior numero di utenti, può portare a scarsi risultati in quanto rischia di essere vissuto come evento estemporaneo;
- agevolazione fiscale e acquisto rateizzato: prevede di "incentivare" l'acquisto di qualsiasi tipologia di bicicletta (elettrica, tradizionale o ricondizionata) tramite agevolazioni e rateizzazioni senza interessi. La rata o l'agevolazione sono legate direttamente alla busta paga.

2.3.4. *Strategia 4: economico/fiscale con infrastrutture e servizi*

La tipologia di incentivo economico/fiscale è risultata la più utilizzata per la promozione della bicicletta negli spostamenti sistematici casa - lavoro, poiché la più “appetibile” per i lavoratori, ricompensati direttamente in denaro. La sua associazione alla realizzazione di infrastrutture ciclabili continue e sicure e la dotazione di servizi presso le sedi di lavoro la rendono efficace anche nel breve periodo. Ciò avviene soprattutto nel caso in cui l'Ente pubblico provveda direttamente a dotare il territorio di infrastrutture e, al contempo, erogare fondi per le Aziende che intendono impegnarsi in questo tipo di progetti.

Un esempio in tal senso è il Piano per la mobilità elettrica della Provincia autonoma di Trento, che ha previsto una serie di incentivi alla mobilità elettrica a tutto tondo (acquisto di ebike, auto elettriche e colonnine di ricarica) sia per i privati che per le Aziende e, inoltre, fondi per l'installazione di stazioni di ricarica nei luoghi pubblici.

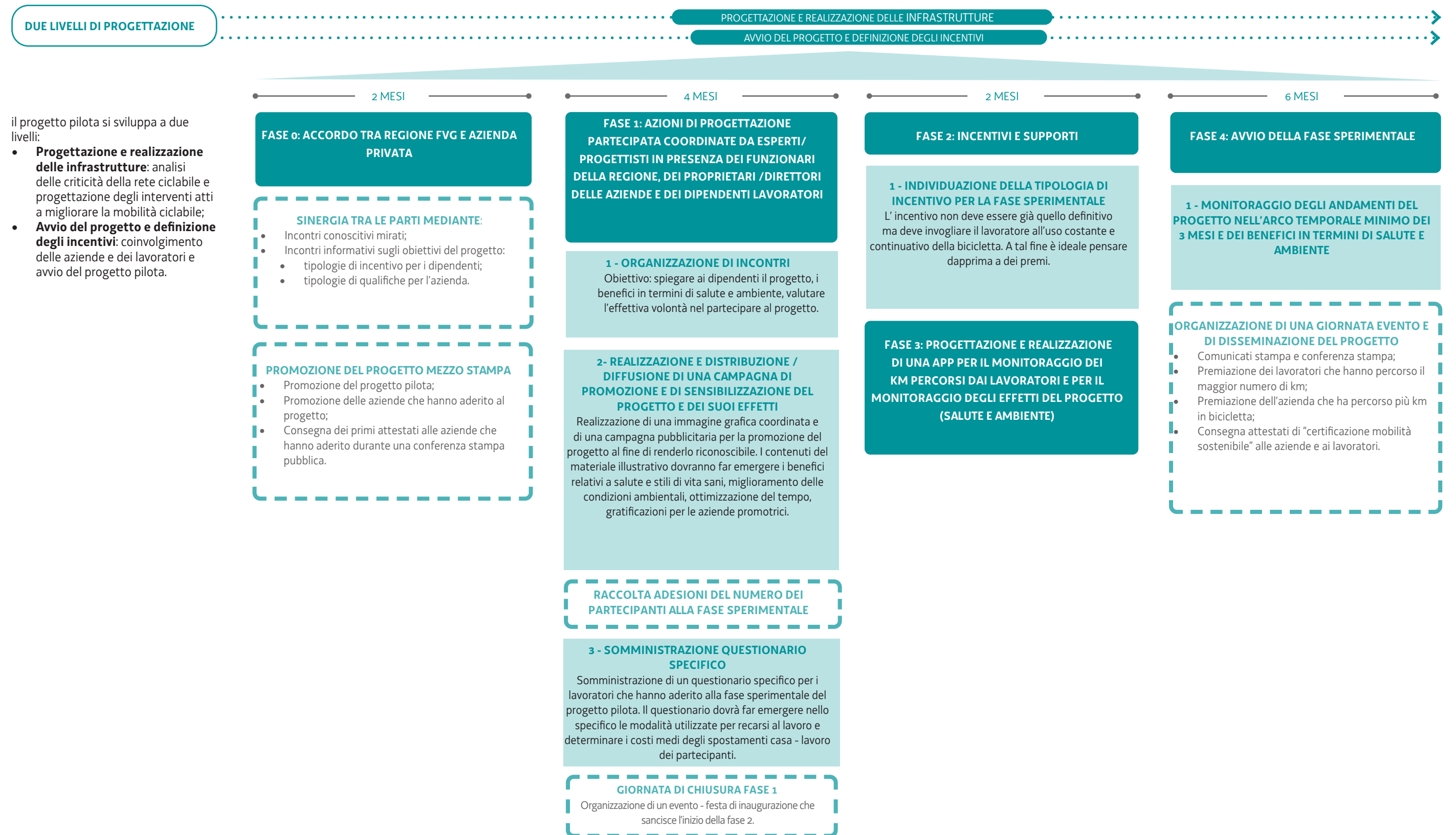
2.3.5. *Strategia 5: economico/fiscale con premio*

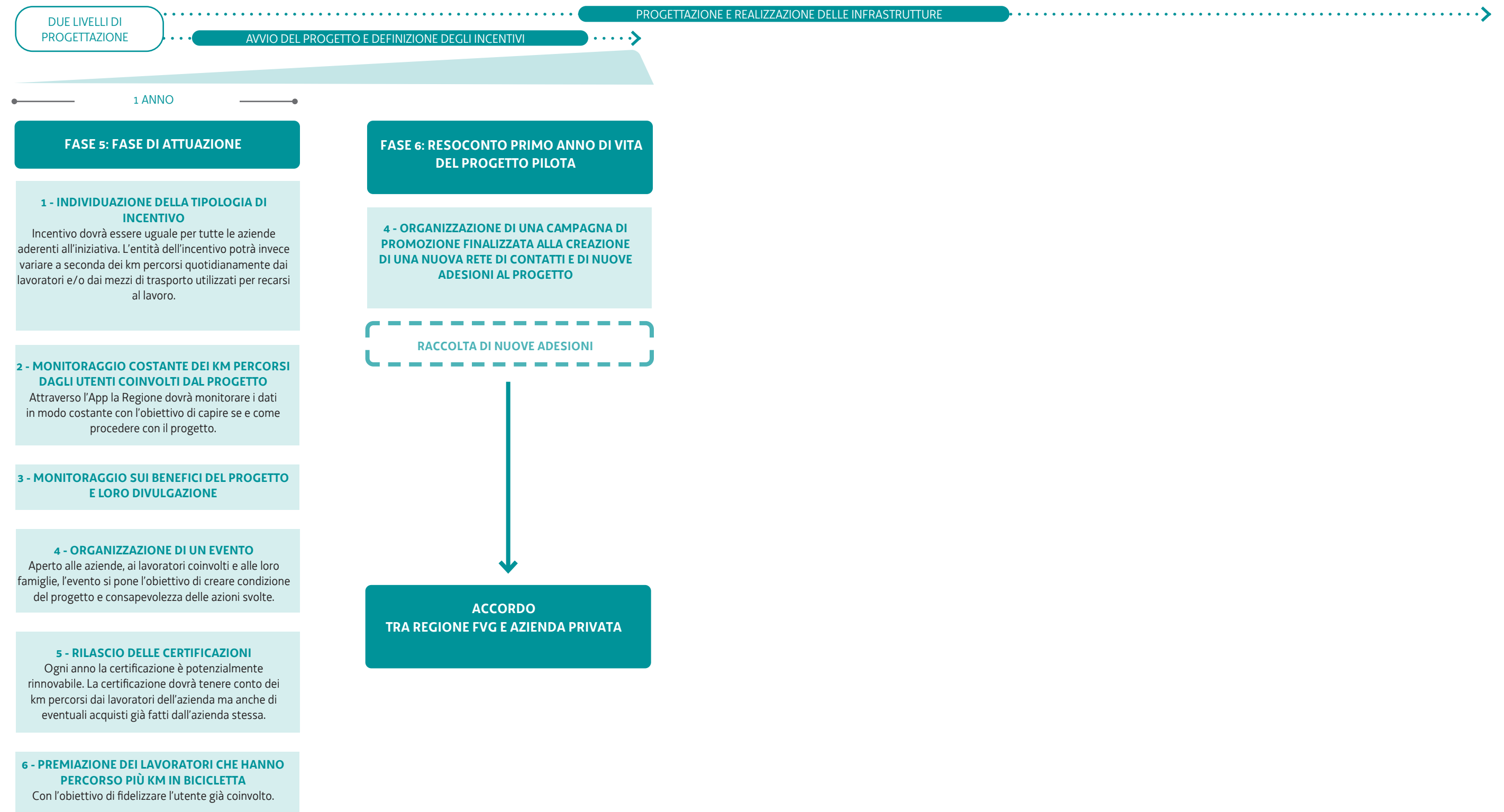
La strategia riguarda una situazione complessa, ovvero quella di compartecipazione pubblico/privato, risolta a monte dalla promozione di un bando che, da una parte, finanzia attrezzature e servizi per la ciclabilità alle Aziende e, dall'altra, premia strategie aziendali. Significativo in tal senso è il caso degli incentivi in Scozia per le Aziende, coordinate dall'Ente no profit Cycling Scotland, che riceve fondi dal Ministero dei trasporti scozzese. Le Aziende che intendono promuovere l'uso della bicicletta ricevono un fondo massimo di 25.000€ per la realizzazione di specifiche dotazioni ai dipendenti (es., realizzazione di parcheggi bici sicuri e di aree attrezzate per la manutenzione delle biciclette, installazione di docce e spogliatoi accessoriati). L'Azienda si occupa di:

- realizzare spazi custoditi o, comunque sicuri, per il parcheggio delle biciclette e spazi per la loro manutenzione e cura;
- dotare gli spazi di punti di ricarica per le biciclette elettriche;
- dotare i dipendenti, in caso di necessità, di cargo-bike o biciclette per il trasporto di bambini;
- fornire ai dipendenti apposito abbigliamento;
- attrezzare gli spazi interni di spogliatoi e docce.

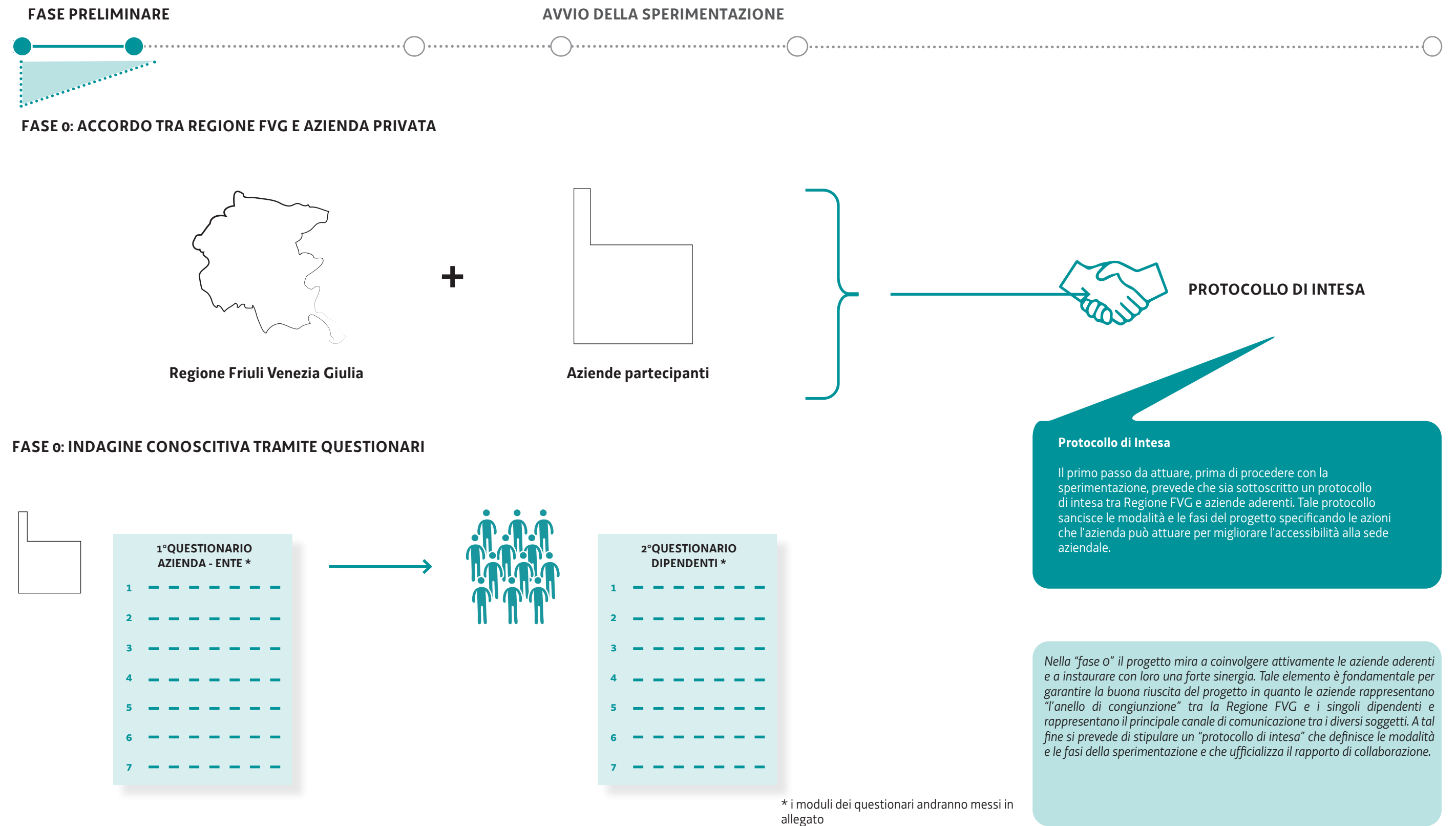
2.4. Simulazione del progetto pilota per incentivare gli spostamenti casa - lavoro

2.4.1. Programmazione del progetto pilota





2.4.2. Avvio del progetto e definizione degli incentivi - Fase Preliminare



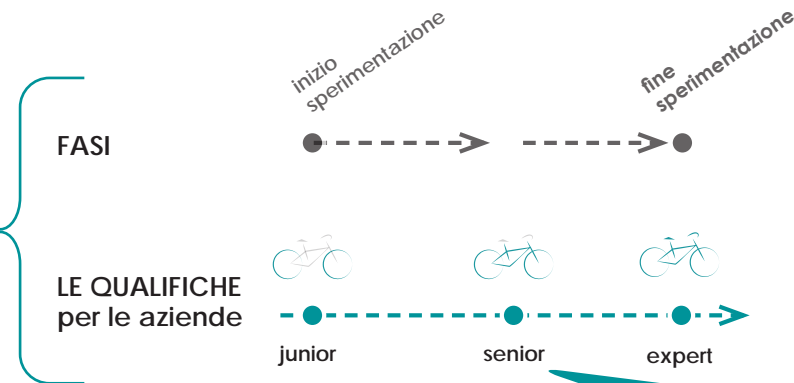
FASE PRELIMINARE

AVVIO DELLA SPERIMENTAZIONE

FASE 0: ACCORDO TRA REGIONE FVG E AZIENDA PRIVATA

OBIETTIVO: SINERGIA TRA LE PARTI

● Incontri tra Regione FVG e aziende private per divulgare il progetto



Certificato di mobilità sostenibile

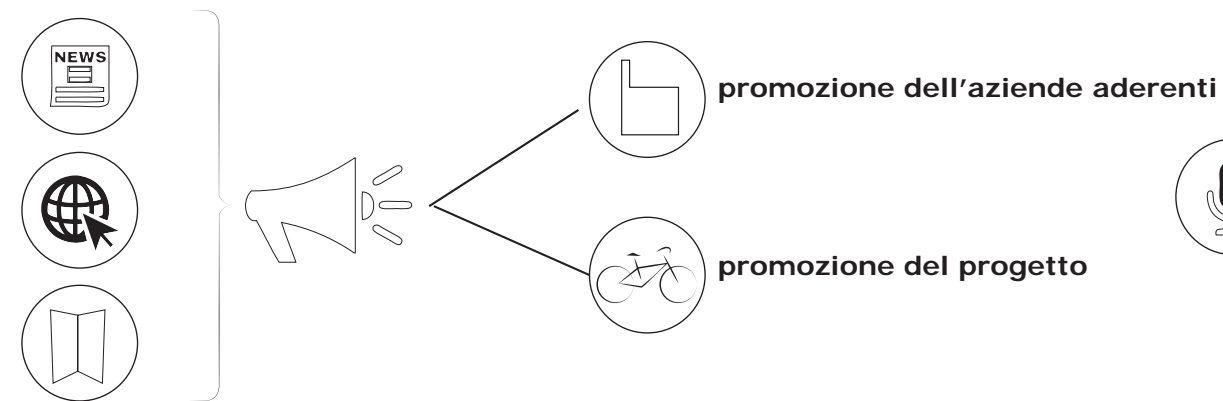
Nell'ottica della Responsabilità Sociale di Impresa si prevede di predisporre un "Certificato di mobilità sostenibile" atto a premiare le imprese che partecipano attivamente al progetto: tale certificato prevede tre "step" di qualifica (junior - senior - expert), che indicano il grado di servizi offerti dall'azienda per facilitare l'arrivo in bicicletta nella sede di lavoro. Ad ogni grado di qualifica è associato un diverso componente della bicicletta: ad esempio al grado "junior" corrispondono le ruote della bicicletta, al grado "senior" il telaio e al grado "expert" il manubrio e la sella. All'inizio della fase sperimentale ad ogni azienda viene conferita la qualifica "junior" e, se alla fine della fase di sperimentazione l'azienda ha attuato delle misure atte a migliorare l'accessibilità ciclabile, l'azienda viene premiata dalla Regione e passa di categoria.

ACCORDO TRA REGIONE FVG E AZIENDA PRIVATA

PROMOZIONE DEL PROGETTO MEZZO STAMPA

● Promozione del progetto tramite siti web del settore, quotidiani locali e depliant

● Conferenza stampa - consegna del certificato "Certificato di mobilità sostenibile" alle aziende



Per garantire la buona riuscita del progetto è necessario attivare un "processo di programmazione e progettazione partecipata" che coinvolga in prima battuta le aziende che danno la loro disponibilità. Tale processo si concretizza in alcuni incontri di conoscenza in cui verranno presentati:

- gli obiettivi del progetto e le fasi di attuazione;
- gli incentivi previsti per i dipendenti;
- "certificato di mobilità sostenibile" - premialità prevista per le aziende virtuose e che si adoperano per migliorare l'accessibilità ciclabile.

Il processo partecipato dovrà essere supportato da una campagna di comunicazione tramite siti web del settore, quotidiani locali e depliant che, oltre a far conoscere il progetto, faccia conoscere le aziende che hanno deciso di aderire attivamente. L'ultimo "atto" di questa fase si concretizza in una "conferenza stampa" di presentazione e di inizio ufficiale del progetto in cui la Regione consegnerà gli attestati "Certificato di mobilità sostenibile" alle aziende aderenti.

FASE PRELIMINARE

AVVIO DELLA SPERIMENTAZIONE



FASE 1: AZIONI DI PROGETTAZIONE PARTECIPATA COORDINATE DA ESPERTI/PROGETTISTI IN PRESENZA DEI FUNZIONARI DELLA REGIONE, DEI PROPRIETARI /DIRETTORI DELLE AZIENDE E DEI DIPENDENTI LAVORATORI

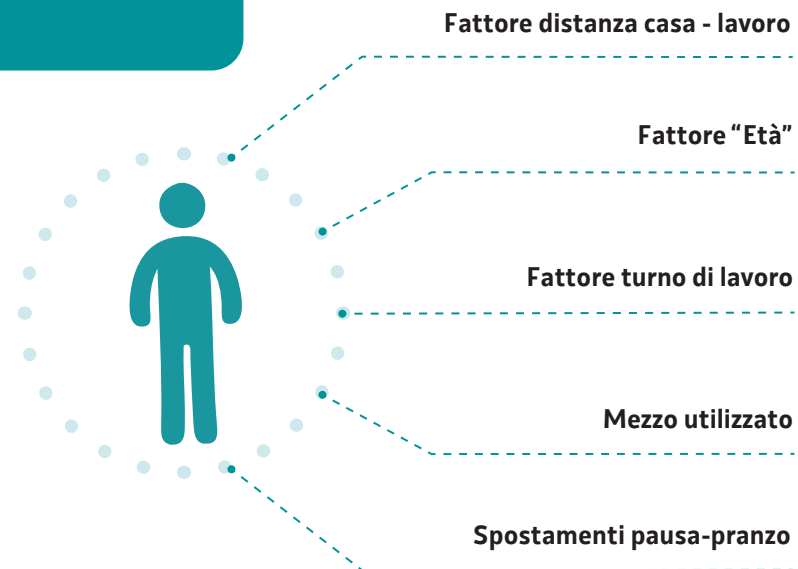


OBIETTIVO: RACCOLTA ADESIONI DEL NUMERO DEI PARTECIPANTI ALLA FASE SPERIMENTALE

INDIVIDUAZIONE DEGLI UTENTI POTENZIALI - rapporto: distanza casa - sede di lavoro e mezzo utilizzato

La strategia di comunicazione

Nella prima fase è necessario sviluppare una strategia di comunicazione efficace atta far comprendere e apprezzare il progetto.



La prima fase del progetto coinvolge i lavoratori delle diverse aziende che hanno deciso di partecipare e mira a raccogliere le adesioni per la fase sperimentale del progetto. Al fine di poter definire quanti siano i potenziali utenti che potrebbero partecipare è necessario rielaborare le risposte del questionario rivolto ai dipendenti secondo alcuni fattori discriminanti.

- **fattore "età":** l'età e le condizioni di salute possono incidere sulla scelta del lavoratore nel partecipare o meno al progetto. La fascia di età da cui ci si può aspettare una maggior partecipazione è 18-44 anni. Quest'ultima fascia è da considerarsi come fascia potenziale in quanto l'età e la condizione fisica statisticamente può indurre a non partecipare al progetto.
- **fattore distanza casa - lavoro:** tale fattore risulta fondamentale in quanto incide fortemente nella scelta del mezzo e sulle tempistiche. I dipendenti che risultano idonei alla partecipazione sono quelli che risiedono nella fascia consigliata da FIAB dai 0-5 km. La fascia

5-10 km costituisce una fascia "limbo" in quanto il chilometraggio e il tempo di percorrenza potrebbe essere considerato dall'utente troppo elevato. Da ultimo si evidenzia che, per permettere ai lavoratori che risiedono in un raggio superiore a 10 km di giungere al lavoro in bicicletta, è necessario sviluppare una strategia di mobilità integrata che affianchi bicicletta e mezzo pubblico.

Un altro fattore da considerare nella definizione dei potenziali utenti è rappresentato dallo **spostamento effettuato in pausa pranzo** in quanto, per coloro i quali sono soliti effettuare la pausa pranzo a casa, il tragitto si duplica. Tale dato quindi risulta fondamentale in quanto sussiste un forte rischio che tale gruppo di lavoratori non partecipi al progetto o a causa dell'alto numero di km da effettuare quotidianamente o per il tempo ristretto che non consente lo spostamento.

La disponibilità o meno dei dipendenti di tornare a casa per la pausa pranzo o meno, indica che è necessario sviluppare una adeguata "strategia di comunicazione" per promuovere il progetto. Un ulteriore fattore da considerare è legato agli **orari dei turni di lavoro**. Al fine dello svolgimento della sperimentazione è indispensabile tener conto anche dell'aspetto dell'orario di lavoro in quanto, considerando

utenti lavoratori di aziende del settore terziario, una parte dei partecipanti lavora con turni di lavoro notturni e quindi disagevoli agli spostamenti in bici o con mezzi di trasporto pubblici.

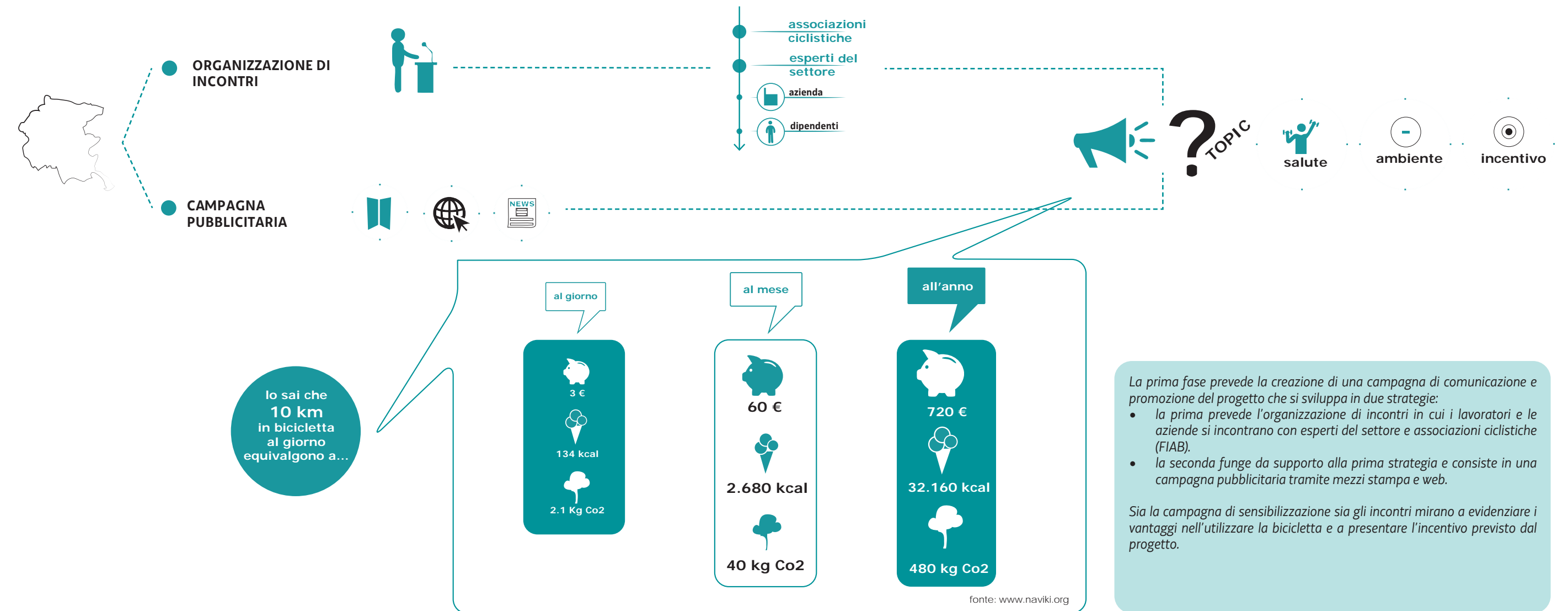
FASE PRELIMINARE

AVVIO DELLA SPERIMENTAZIONE

FASE 1: AZIONI DI PROGETTAZIONE PARTECIPATA COORDINATE DA ESPERTI/PROGETTISTI IN PRESENZA DEI FUNZIONARI DELLA REGIONE, DEI PROPRIETARI /DIRETTORI DELLE AZIENDE E DEI DIPENDENTI LAVORATORI

OBIETTIVO: RACCOLTA ADESIONI DEL NUMERO DEI PARTECIPANTI ALLA FASE SPERIMENTALE

METODOLOGIA - organizzazione di incontri e della campagna pubblicitaria per presentare il progetto ai dipendenti



FASE PRELIMINARE

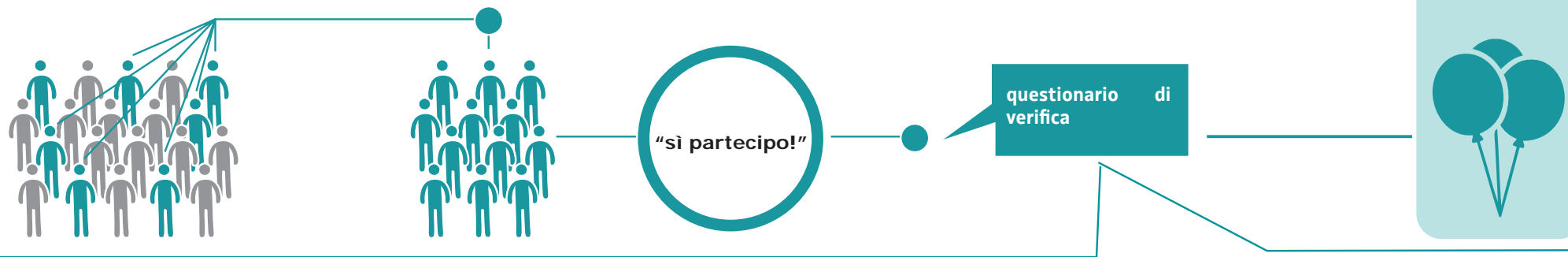
AVVIO DELLA SPERIMENTAZIONE

FASE 1: AZIONI DI PROGETTAZIONE PARTECIPATA COORDINATE DA ESPERTI/PROGETTISTI IN PRESENZA DEI FUNZIONARI DELLA REGIONE, DEI PROPRIETARI /DIRETTORI DELLE AZIENDE E DEI DIPENDENTI LAVORATORI

OBIETTIVO: RACCOLTA ADESIONI DEL NUMERO DEI PARTECIPANTI ALLA FASE SPERIMENTALE

ADESIONE

BIKE DAY



Per sancire l'inizio della fase sperimentale verrà organizzata una giornata evento che darà il via ufficiale alla fase di sperimentazione.

Questionario rivolto agli aderenti del progetto

- Nome:
- Cognome:
- Azienda:
- Data di nascita:
- Indirizzo di residenza:
- Possesso di una bicicletta:
 - sì
 - no
- Possesso di una bicicletta elettrica:
 - sì
 - no
- Quanto spende mediamente per lo spostamento casa - lavoro al mese?
- Con quale mezzo attualmente giunge al lavoro?
- Quale tragitto compie?
- Quanto tempo impiega mediamente?
- Durante il periodo di sperimentazione prevede di utilizzare il treno:
 - sì
 - no
- Durante il periodo di sperimentazione prevede di utilizzare il bus:
 - sì
 - no
- Durante il periodo di sperimentazione quale itinerario prevede di svolgere:
- L'itinerario che intende di compiere prevede delle tappe intermedie?
 - sì
 - no
- Quante volte a settimana prevede di utilizzare la bicicletta per andare al lavoro:
 - 1 - 2 volte a settimana
 - 3 -4 volte a settimana
 - sempre
- Nei giorni in cui non prevede di utilizzare la bicicletta può indicare il motivo?
- Quali sono i punti pericolosi lungo il tragitto?
- L'azienda in cui lavora dispone di un luogo dove poter lasciare la bicicletta?
 - sì
 - no

Alla fine della campagna di disseminazione e comunicazione dovrà essere indetto un bando pubblico a cui potranno fare richiesta i dipendenti delle aziende che hanno dato la loro disponibilità. Il bando dovrà specificare:

- le finalità del progetto;
- gli indicatori del risultato;
- le condizioni e i requisiti di partecipazione;
- le modalità di partecipazione;
- la determinazione della misura dell'incentivo e gli eventuali limiti di erogazione (giornalieri, mensili ed annuali);
- i sistemi di monitoraggio e controllo;
- la durata e i tempi di erogazione dell'incentivo.

Dopo avere raccolto le adesioni al progetto è necessario somministrare ai partecipanti un "questionario di verifica" in cui sarà richiesto oltre ai dati anagrafici le specifiche sulle modalità di tragitto.

La prima fase si concluderà con un giornata di festa in cui verrà dato il via al progetto.



FASE 2: INCENTIVI E SUPPORTI



INCENTIVO FASE DI SPERIMENTAZIONE

OBIETTIVO DELL'INCENTIVO: invogliare il lavoratore all'uso costante e continuativo della bicicletta. A tal fine è ideale pensare dapprima a dei premi.

LE REGOLE DEL GIOCO



più km | più stelle | più premi

BUONO DA SPENDERE IN NEGOZI SPORTIVI O CONVENZIONATI

COINVOLGIMENTO DEI COMMERCIANTI

Il progetto pilota si compone di due fasi: la prima di "sperimentazione" della durata di 6 mesi e la seconda denominata "di attuazione" che si svolgerà nell'arco di un anno. Nella prima fase, per invogliare l'utente a utilizzare la bicicletta la strategia progettuale prevede di ricompensare gli utenti che partecipano al progetto tramite l'erogazione di buoni d'acquisto da spendere in negozi sportivi o convenzionati.

Il principio dell'incentivo rimanda al sistema di premialità a "bollini" utilizzato dai grandi marchi o dalle catene di supermercati per affiliare i clienti. In questo caso l'incentivo prevede che ad ogni km pedalato o ogni 10 km di tragitto con i mezzi pubblici l'utente guadagni una stella. Dopo tre mesi il lavoratore, in base alle stelle guadagnate, riceverà i buoni da spendere nei negozi aderenti.

Il progetto in questo modo oltre a coinvolgere attivamente le aziende mira a coinvolgere attivamente i diversi "attori" del territorio.

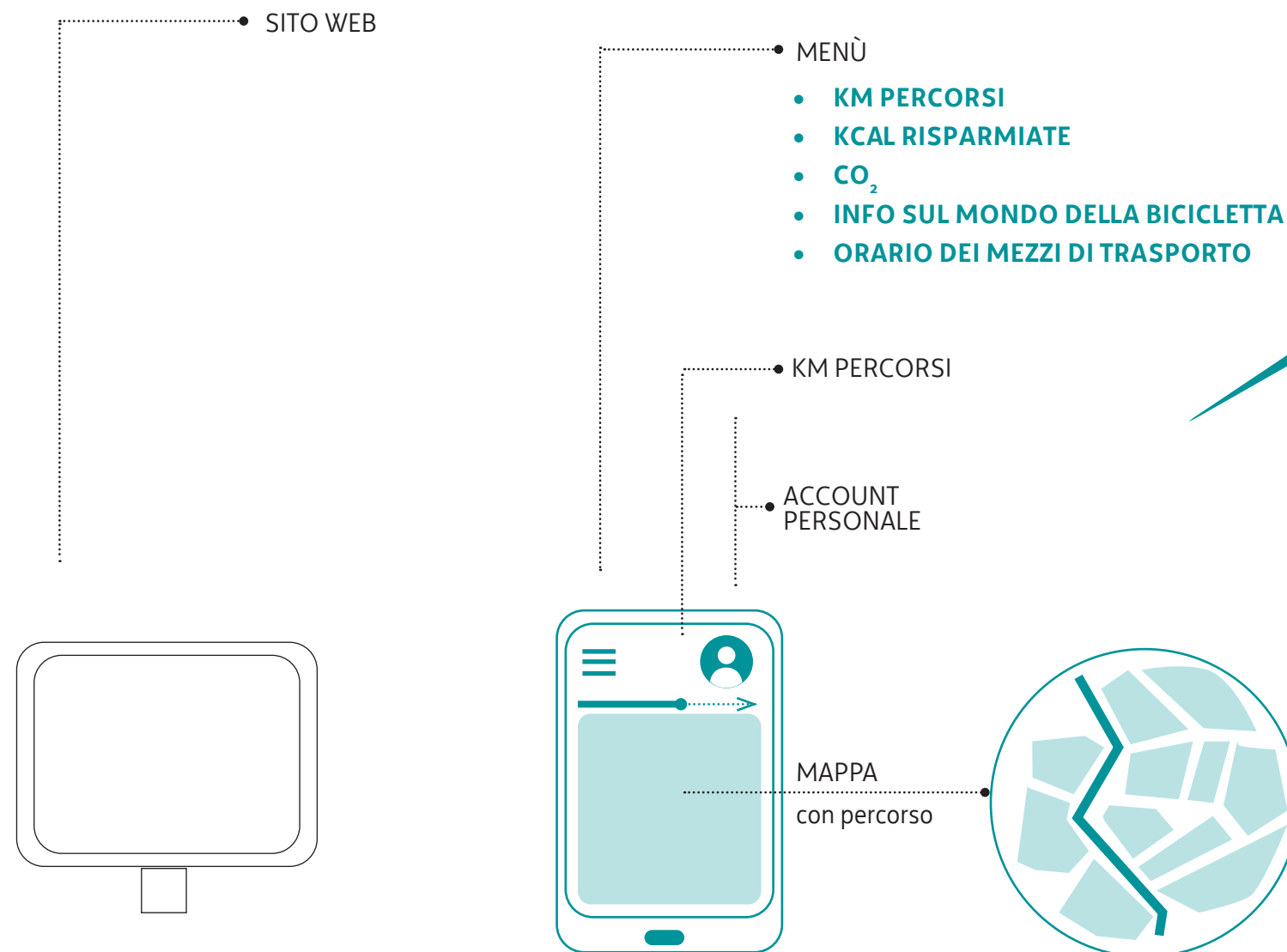
FASE PRELIMINARE

AVVIO DELLA SPERIMENTAZIONE

FASE 3: PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI UNA APP PER IL MONITORAGGIO DEI KM PERCORSI DAI LAVORATORI E PER IL MONITORAGGIO DEGLI EFFETTI DEL PROGETTO (SALUTE E AMBIENTE)

APP E SITO WEB

SVILUPPO E CONTENUTI DELLA APP



Caratteristiche fondamentali dell'App

- Misurazione tracciato GPS
- Registrazione delle velocità tipo punto-punto o massima
- Possibilità di trasmettere i dati (condivisione cloud, server dedicato o mail) senza alcun filtro per evitare la perdita di preziosi dati.

Come prescritto da Fiab "Il tragitto dovrà essere calcolato secondo il percorso stradale più breve in base alle indicazioni risultanti da un sito ad accesso gratuito scelto fra quelli a maggiore diffusione (es: google maps) e, ai fini del calcolo dell'incentivo, sarà arrotondato al km più basso (es: in caso in cui il tragitto risulti di 3,8 km, sarà arrotondato ai 3 km).

Per calcolare il tragitto si possono utilizzare due strategie:

- 1- mediante dichiarazione del beneficiario: l'aderente al progetto, avrà obbligo di rendicontazione mensile del tragitto svolto, trasmettendo all'Ente (entro il giorno 10 del mese successivo), a mezzo e-mail o posta raccomandata, i seguenti dati:
 - elenco dei tragitti giornalieri, con specificazione del luogo di partenza, del luogo di arrivo, del chilometraggio percorso ed indicazione dell'incentivo previsto per ogni tragitto;
 - chilometraggio complessivamente percorso ed incentivo erogabile
- 2 - Automaticamente a mezzo App: tale strategia prevede la realizzazione di un portale web e di una App in cui i partecipanti possono avere un loro account personale, conoscere in tempo reale i km percorsi, le stelle accumulate ed essere informati costantemente sul progetto.

La seconda strategia risulta migliore in quanto permette di verificare in tempo il progetto e di coinvolgere attivamente gli utenti nel progetto.

2.4.3. Avvio del progetto e definizione degli incentivi - Avvio della sperimentazione

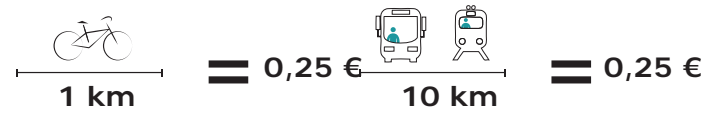
FASE PRELIMINARE

AVVIO DELLA SPERIMENTAZIONE

FASE 4: AVVIO DELLA FASE SPERIMENTALE

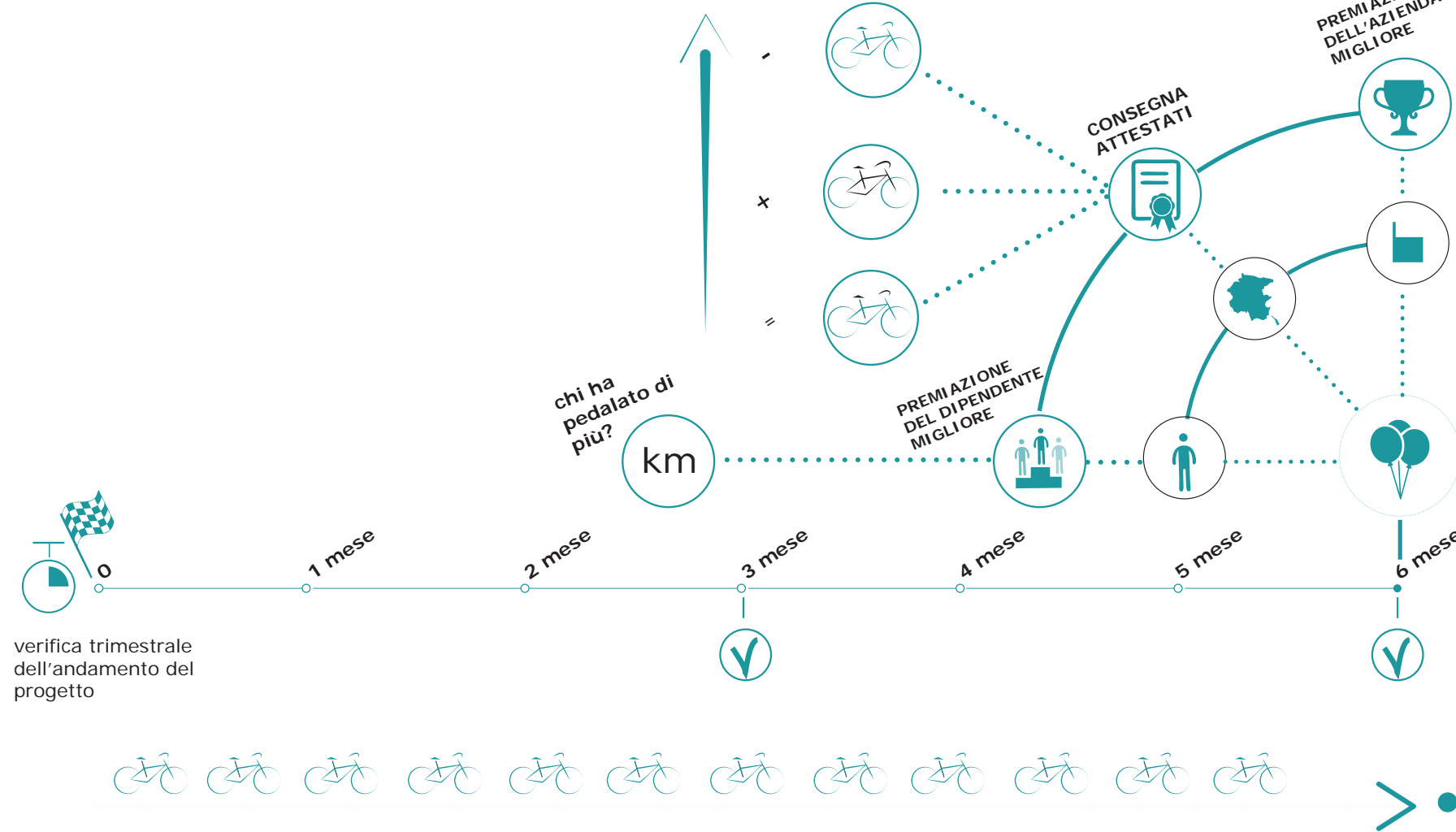
ORGANIZZAZIONE DI UNA GIORNATA EVENTO E DI DISSEMINAZIONE DEL PROGETTO

LE REGOLE DEL GIOCO



+ KM = + €

quale azienda ha pedalato di più? km



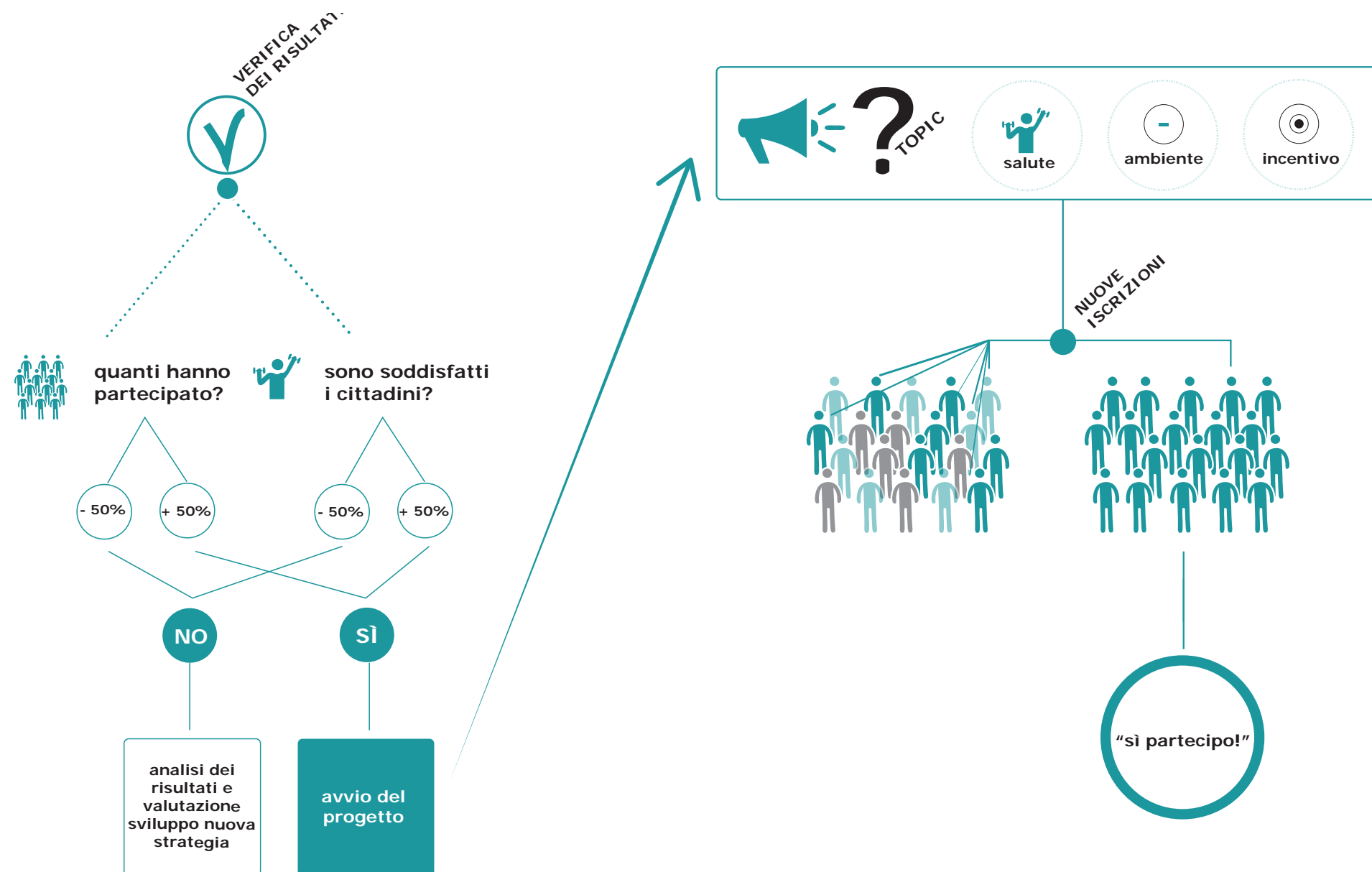
Durante la fase di sperimentazione è necessario controllare periodicamente l'andamento del progetto al fine di risolvere tempestivamente le problematiche che si possono verificare. Il progetto inoltre partendo dalla teoria della "gamification" di J. Schell mira a coinvolgere attivamente le persone attraverso la creazione di concorso che mette in competizione le aziende e i dipendenti: alla fine della fase di sperimentazione si prevede di organizzare una giornata evento in cui si procederà a premiare coloro i quali hanno compiuto il maggior numero di km e le aziende che si sono adoperate per migliorare i servizi per la mobilità ciclabile.

FASE PRELIMINARE

AVVIO DELLA SPERIMENTAZIONE

FASE 4: AVVIO DELLA FASE SPERIMENTALE

VERIFICA FASE SPERIMENTALE



Alla fine della fase di sperimentazione si prevede di avviare la fase di verifica degli obiettivi. In particolare si dovranno analizzare:

- la % di utenti che effettivamente hanno partecipato;
- gli effetti sulla qualità dell'aria, sul traffico e sulla salute;
- la soddisfazione dei partecipanti e delle aziende.

Verranno predisposti due questionari di valutazione: il primo sarà distribuito alle aziende e il secondo sarà compilato dai dipendenti.

Se i risultati del questionario descriveranno un quadro positivo e risulterà che sono stati raggiunti gli obiettivi si potrà procedere alla "fase di attuazione" attraverso la realizzazione di una nuova campagna di adesione. Tale campagna mira a coinvolgere i lavoratori che nella prima fase non avevano dato la loro disponibilità o che erano scettici dell'iniziativa. Successivamente dovrà essere indetto un nuovo bando a cui potranno aderire i nuovi utenti e che presenterà una nuova forma di incentivo.

FASE PRELIMINARE

AVVIO DELLA SPERIMENTAZIONE

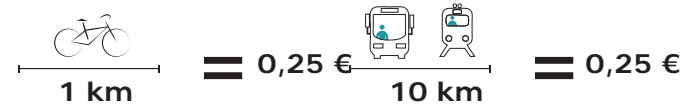
FASE 5: FASE DI ATTUAZIONE



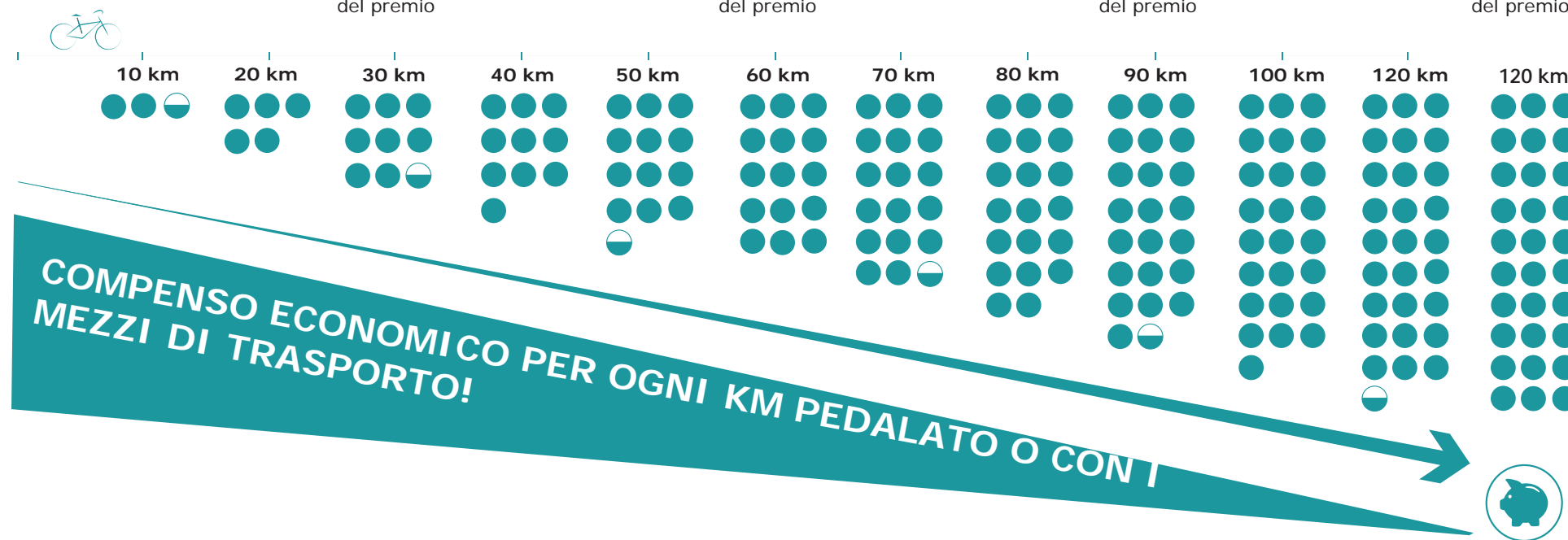
INCENTIVO FASE DI ATTUAZIONE

OBIETTIVO DELL'INCENTIVO: RETRIBUIRE ECONOMICAMENTE CHI USA LA BICICLETTA O IL MEZZO PUBBLICO PER GIUNGERE AL LAVORO

LE REGOLE DEL GIOCO



+ KM = + €



Nella "fase di attuazione" si prevede di cambiare la tipologia di incentivo e di "risarcire" monetariamente gli utenti che aderiscono al progetto. Ogni km pedalato sarà ricompensato con 0,25 centesimi per un tetto massimo giornaliero di 6 euro. Il premio verrà erogato ogni tre mesi e solo al raggiungimento della cifra minima di 10 euro. Come ben analizzato nel capitolo delle buone pratiche è essenziale definire un tetto massimo mensile. Per il progetto in esame si consiglia di porre come tetto massimo 50 euro mensili. Si dovrà inoltre valutare se ricompensare anche coloro che, per motivi chilometrici, prendono il mezzo pubblico. Per tale fascia si propone di introdurre un incentivo monetario a chilometro corrispondente a 0,25 euro ogni 10 km percorsi con un mezzo pubblico.

FASE PRELIMINARE

AVVIO DELLA SPERIMENTAZIONE

FASE 5: FASE DI ATTUAZIONE

→ RACCOLTA NUOVE ADESIONI

LE REGOLE DEL GIOCO



+ KM = +

quale azienda ha pedalato di più?

km

PREMIAZIONE DELL'AZIENDA MIGLIORE

CONSEGNA ATTESTATI

PREMIAZIONE DEL DIPENDENTE MIGLIORE

chi ha pedalato di più?

km



1 mese

2 mese

3 mese

4 mese

5 mese

6 mese

7 mese

8 mese

9 mese

10 mese

11 mese

conteggio km e ritiro del premio

conteggio km e ritiro del premio

conteggio km e ritiro del premio

conteggio km e ritiro del premio



Al fine di garantire una buona riuscita del progetto è fondamentale attivare un processo di "affiliazione" che miri ad abituare l'utente alla nuova modalità di spostamento. Per tale ragione si consiglia di sviluppare la fase di attuazione nell'arco di un intero anno.

Ogni tre mesi si dovrà prevedere la redazione di un report di verifica del progetto che individua le criticità al fine di sviluppare una strategia di intervento. Alla conclusione dell'anno di sperimentazione si dovrà prevedere l'organizzare di un evento finale in cui saranno premiati le aziende e i dipendenti più virtuosi. In particolare saranno premiati i dipendenti e le aziende che hanno raggiunto il maggior numero di km e verrà consegnato il "certificato di mobilità sostenibile" alle aziende che hanno migliorato i servizi legati al mondo della bicicletta.

Alla fine dell'anno di sperimentazione sarà necessario valutare il progetto verificando se sono stati raggiunti gli obiettivi prefissati e analizzando le potenzialità e criticità del progetto.

Se dal resoconto del primo anno di vita risulterà che il progetto ha raggiunto gli obiettivi prefissati si potrà siglare un accordo tra Regione FVG e aziende che darà l'inizio ad una nuova fase del progetto.

FASE 6: RESOCONTO PRIMO ANNO DI VITA DEL PROGETTO PILOTA

ACCORDO TRA REGIONE FVG E AZIENDA PRIVATA

2.5. Fac-simile 1° questionario all'azienda/ente

1° QUESTIONARIO AZIENDA / ENTE	
<p>1. Informazioni generali:</p> <p>Nome Azienda/Ente: _____</p> <p>Settore attività: _____</p> <p>Sede principale (città, indirizzo, CAP): _____</p> <p>Contatti (telefono, e-mail): _____</p> <p>Altre sedi (città, indirizzo, CAP): _____</p>	
<p>2. Quale è il numero e la tipologia dei dipendenti della sede principale?</p> <p>Operai _____ Impiegati _____ Dirigenti _____</p>	
<p>3. Quale è l'età media dei dipendenti?</p> <p>Da 18 anni a 30 anni <input type="checkbox"/></p> <p>Da 31 anni a 50 anni <input type="checkbox"/></p> <p>Oltre i 51 anni <input type="checkbox"/></p>	
<p>4. Quale è l'orario delle attività che vengono svolte?</p> <p>Orario di lavoro normale dalle _____ alle _____ e dalle _____ alle _____</p> <p>Orario di lavoro turnisti dalle _____ alle _____ e dalle _____ alle _____</p> <p>dalle _____ alle _____ e dalle _____ alle _____</p> <p>dalle _____ alle _____ e dalle _____ alle _____</p> <p>Orario per clienti dalle _____ alle _____ e dalle _____ alle _____</p> <p>Orario per fornitori dalle _____ alle _____ e dalle _____ alle _____</p>	
<p>5. Quali sono le chiusure previste normalmente durante l'anno solare?</p> <p>Dal _____ Al _____</p> <p>Dal _____ Al _____</p> <p>Dal _____ Al _____</p>	
<p>6. Quanti parcheggi per automobili sono disponibili?</p> <p>N° posti per dipendenti/dirigenti _____ N° posti auto per clienti/fornitori _____</p>	
<p>7. Quanti parcheggi per biciclette sono disponibili?</p> <p>N° posti per dipendenti/dirigenti _____ N° posti auto per clienti/fornitori _____</p>	
<p>8. Quanti parcheggi per motocicli sono disponibili?</p> <p>N° posti per dipendenti/dirigenti _____ N° posti auto per clienti/fornitori _____</p>	
Pag. 1 a 3	
<p>9. L'Azienda/Ente saprebbe indicare, mediamente, con quale mezzo arrivano sul posto di lavoro i dipendenti?</p> <p>Servizio di trasporto dedicato messo a disposizione dall'Azienda/Ente <input type="checkbox"/></p> <p>Automobile o moto/motociclo (di proprietà) <input type="checkbox"/></p> <p>Mezzo pubblico <input type="checkbox"/></p> <p>Bicicletta <input type="checkbox"/></p> <p>A piedi <input type="checkbox"/></p>	
<p>10. Quanti dipendenti arrivano dallo stesso comune in cui è situata l'Azienda/Ente?</p> <p>_____</p>	
<p>11. Quanti dipendenti arrivano da un comune limitrofo a quello in cui è situata l'Azienda/Ente?</p> <p>_____</p>	
<p>12. Quanti dipendenti arrivano dalla stessa provincia in cui è situata l'Azienda/Ente?</p> <p>_____</p>	
<p>13. Quanti dipendenti arrivano da una provincia diversa da quella in cui è situata l'Azienda/Ente?</p> <p>_____</p>	
<p>14. Siete a conoscenza del Decreto del Ministero dell'Ambiente 27/03/1998 "Mobilità sostenibile nelle aree urbane"?</p> <p>Sì <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	
<p>15. L'Azienda/Ente dispone di un Mobility Manager?</p> <p>Sì <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>Se sì indicare nome e cognome: _____</p>	
<p>16. L'Azienda/Ente ha attivato iniziative di tele-lavoro?</p> <p>Sì <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>Se sì indicare quanti dipendenti sono coinvolti: _____</p>	
<p>17. Sarebbe disposto a modificare l'orario di lavoro per agevolare l'arrivo dei suoi dipendenti in bicicletta o con mezzi pubblici (bus, treno, ecc)?</p> <p>Sì <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	
<p>18. I dipendenti ricevono contributi per il costo del trasporto da casa al lavoro?</p> <p>Sì <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	
Pag. 2 a 3	
<p>Servizio di trasporto dedicato messo a disposizione dall'Azienda/Ente <input type="checkbox"/></p> <p>Automobile come passeggero <input type="checkbox"/></p> <p>Automobile come conducente <input type="checkbox"/></p>	
<p>14b. Solo se ha risposto "Usando più mezzi" alla domanda 13.</p> <p>Indichi con una crocetta la numerazione progressiva della sequenza di mezzi che usa più frequentemente (es. se si usa prima l'automobile e poi il bus indicare 1 per automobile e 2 per bus).</p> <p>Bicicletta 1 2 3 4 5</p> <p>Moto/Motociclo 1 2 3 4 5</p> <p>Bus extraurbano 1 2 3 4 5</p> <p>Treno 1 2 3 4 5</p> <p>Servizio di trasporto dedicato messo a disposizione dall'Azienda/Ente 1 2 3 4 5</p> <p>Automobile come passeggero 1 2 3 4 5</p> <p>Automobile come conducente 1 2 3 4 5</p>	
<p>15. Utilizza sempre lo stesso mezzo?</p> <p>Sì <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	
<p>16. Se ha risposto "No" alla domanda precedente, potrebbe indicarci con quale frequenza modifica il mezzo di trasporto?</p> <p>1 volta a settimana <input type="checkbox"/></p> <p>2 volte a settimana <input type="checkbox"/></p> <p>Più di 2 volte a settimana <input type="checkbox"/></p>	
<p>17. Generalmente al rientro utilizza gli stessi mezzi dell'andata?</p> <p>Sì <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	
<p>18. Se ha risposto "No" alla domanda precedente, può indicare quali mezzi utilizza?</p> <p>Bicicletta <input type="checkbox"/></p> <p>Moto/Motociclo <input type="checkbox"/></p> <p>Bus extraurbano <input type="checkbox"/></p> <p>Treno <input type="checkbox"/></p> <p>Servizio di trasporto dedicato messo a disposizione dall'Azienda/Ente <input type="checkbox"/></p> <p>Automobile come passeggero <input type="checkbox"/></p> <p>Automobile come conducente <input type="checkbox"/></p>	
Pag. 3 a 6	

2.6. Fac-simile 2° questionario ai dipendenti

II° QUESTIONARIO DIPENDENTI					
Il questionario è anonimo, i dati raccolti saranno trattati in modo aggregato nel rispetto della legge sulla privacy.					
INFORMAZIONI GENERALI SUI PARTECIPANTI					
1. Nome Azienda:	_____	8. Qual è solitamente il suo orario di ingresso alla mattina?		Servizio di trasporto dedicato messo a disposizione dall'Azienda/Ente	<input type="checkbox"/>
2. Ruolo ricoperto nell'Azienda:		Prima delle 7:00	<input type="checkbox"/>	Automobile come passeggero	<input type="checkbox"/>
operaio	<input type="checkbox"/>	Dalle 7:00 alle 8:00	<input type="checkbox"/>	Automobile come conducente	<input type="checkbox"/>
impiegato	<input type="checkbox"/>	Dalle 8:00 alle 9:00	<input type="checkbox"/>		
dirigente	<input type="checkbox"/>	9. Qual è solitamente il suo orario di uscita alla mattina?		14b. Solo se ha risposto "Usando più mezzi" alla domanda 13.	
3. Età:		Dalle 11:00 alle 12:00	<input type="checkbox"/>	Indichi con una crocetta la numerazione progressiva della sequenza di mezzi che usa più frequentemente (es. se si usa prima l'automobile e poi il bus indicare 1 per automobile e 2 per bus).	
18-24	<input type="checkbox"/>	Dalle 12:00 alle 13:00	<input type="checkbox"/>	Bicicletta	1 2 3 4 5
25-34	<input type="checkbox"/>	Dopo le 13:00	<input type="checkbox"/>	Moto/Motociclo	1 2 3 4 5
35-44	<input type="checkbox"/>	10. Qual è solitamente il suo orario di ingresso al pomeriggio?		Bus extraurbano	1 2 3 4 5
45-64	<input type="checkbox"/>	Prima delle 13:00	<input type="checkbox"/>	Treno	1 2 3 4 5
Oltre 64	<input type="checkbox"/>	Dalle 13:00 alle 14:00	<input type="checkbox"/>	Servizio di trasporto dedicato messo a disposizione dall'Azienda/Ente	1 2 3 4 5
4. Sesso:		Dalle 14:00 alle 15:00	<input type="checkbox"/>	Automobile come passeggero	1 2 3 4 5
Femminile	<input type="checkbox"/>	11. Qual è solitamente il suo orario di uscita al pomeriggio?		Automobile come conducente	1 2 3 4 5
Maschile	<input type="checkbox"/>	Dalle 17:00 alle 18:00	<input type="checkbox"/>	15. Utilizza sempre lo stesso mezzo?	
5. Luogo di residenza:		Dalle 18:00 alle 19:00	<input type="checkbox"/>	Sì	<input type="checkbox"/>
Comune _____		Dopo le 19:00	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
6. Luogo di lavoro:		12. Dove avviene la sua pausa pranzo?		16. Se ha risposto "No" alla domanda precedente, potrebbe indicarci con quale frequenza modifica il mezzo di trasporto?	
Comune Buttrio	<input type="checkbox"/>	All'interno dell'Azienda/Ente in uno spazio dedicato	<input type="checkbox"/>	1 volta a settimana	<input type="checkbox"/>
Comune Moimacco	<input type="checkbox"/>	All'esterno dell'Azienda/Ente in un locale pubblico	<input type="checkbox"/>	2 volte a settimana	<input type="checkbox"/>
Comune Premariacco	<input type="checkbox"/>	A casa	<input type="checkbox"/>	Più di 2 volte a settimana	<input type="checkbox"/>
ORARIO DI LAVORO		SPOSTAMENTI CASA-LAVORO		17. Generalmente al rientro utilizza gli stessi mezzi dell'andata?	
7. Che tipo di orario di lavoro segue?		13. Con quale mezzo si reca solitamente a lavoro?		Sì	<input type="checkbox"/>
5 giorni	<input type="checkbox"/>	A piedi	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
6 giorni	<input type="checkbox"/>	Usando un solo mezzo	<input type="checkbox"/>	18. Se ha risposto "No" alla domanda precedente, può indicare quali mezzi utilizza?	
Part-time	<input type="checkbox"/>	Usando più mezzi	<input type="checkbox"/>	Bicicletta	<input type="checkbox"/>
Turnista	<input type="checkbox"/>	14a. Solo se ha risposto "Usando un solo mezzo" alla domanda 13.		Moto/Motociclo	<input type="checkbox"/>
		Quale mezzo utilizza più frequentemente?		Bus extraurbano	<input type="checkbox"/>
		Bicicletta	<input type="checkbox"/>	Treno	<input type="checkbox"/>
		Moto/Motociclo	<input type="checkbox"/>	Servizio di trasporto dedicato messo a disposizione dall'Azienda/Ente	<input type="checkbox"/>
		Bus extraurbano	<input type="checkbox"/>	Automobile come passeggero	<input type="checkbox"/>
		Treno	<input type="checkbox"/>	Automobile come conducente	<input type="checkbox"/>

19. Pratica il car pooling, ovvero utilizza in gruppo un'automobile privata di proprietà dividendo i costi del viaggio?
- Sì
- No
20. Qual è la distanza casa-lavoro?
- Da 0 a 1 Km
- Da 1 a 5 Km
- Da 5 a 10 Km
- Da 10 a 20 Km
- Oltre 20 Km
21. Quanto tempo impiega complessivamente per raggiungere il posto di lavoro?
- Da 5 a 15 minuti
- Da 15 a 30 minuti
- Da 30 a 45 minuti
- Da 45 minuti a 1 ora
- Oltre 1 ora
22. I mezzi di trasporto che utilizza in estate sono diversi da quelli che utilizza in inverno?
- Sì No
23. Quali sono i motivi della scelta dei mezzi di trasporto con cui si reca più frequentemente al lavoro?
- Costo ridotto
- Durata del viaggio ridotta
- Maggiore sicurezza
- Miglior comfort
- Salute
- Assenza di mezzi pubblici
- Servizio pubblico non efficiente
- Assenza di piste ciclabili
- Accompagnamento di altre persone
- Autonomia di movimento
- Spostarsi per la pausa pranzo
- Altro: _____

Pag. 4 a 6

ALTERNATIVE DI TRASPORTO PER CHI ABITUALMENTE UTILIZZA L'AUTOMOBILE

24. Sarebbe disposto ad effettuare i suoi spostamenti casa-lavoro in bicicletta?
- Sì
- No
25. Quali tra queste condizioni migliorative la incentiverebbero ad usare la bicicletta per venire al lavoro?
- Introduzione di piste ciclabili
- Miglioramento delle piste ciclabili esistenti e degli attraversamenti stradali
- Introduzione di parcheggi per biciclette sul luogo di lavoro
- Introduzione del servizio di bike-sharing
- Introduzione di un incentivo economico in busta paga
- Regalo di una bicicletta
- Realizzazione di uno spazio attrezzato all'interno dell'Azienda/Ente per la pausa pranzo
- Altro: _____
26. Sarebbe disposto ad effettuare i suoi spostamenti casa-lavoro utilizzando bicicletta e trasporto pubblico o trasporto dedicato?
- Sì
- No
27. Quali tra queste condizioni migliorative la incentiverebbero ad usare la bicicletta ed il trasporto pubblico o trasporto dedicato per venire al lavoro?
- Rimborso anche parziale dell'abbonamento per il trasporto pubblico
- Presenza di parcheggi di interscambio
- Introduzione del servizio di bike-sharing
- Fermate adeguate e più vicine
- Maggiore affidabilità del servizio pubblico (rispetto degli orari e delle corse)
- Presenza di appositi spazi per biciclette sui mezzi pubblici
- Introduzione di parcheggi per biciclette sul luogo di lavoro
- Realizzazione di uno spazio attrezzato all'interno dell'Azienda/Ente per la pausa pranzo
- Altro: _____

PROBLEMI E CRITICITÀ

28. Il tipo di tragitto casa-lavoro che compie di che tipo è?
- Diretto
- Con tappe intermedie

Pag. 5 a 6

29. Ritieni che ci siano strade particolarmente pericolose lungo il tragitto casa-lavoro?
- Sì
- No
30. Se ha risposto "Sì" alla domanda precedente indichi quali sono le strade che ritiene pericolose:
- _____
31. Se ha risposto "Sì" alla domanda 29, qual è il problema più importante che riscontra lungo tali strade?
- Traffico durante tutta la giornata
- Traffico durante gli orari di apertura/chiusura delle attività produttive ed industriali
- Elevata velocità dei mezzi che transitano
- Assenza di marciapiedi e di spazi adeguati alla sosta e alla mobilità dei pedoni
- Difficoltà di integrazione tra biciclette ed altri mezzi per mancanza di piste ciclabili
- Pericolosità degli attraversamenti pedonali e ciclabili
- Carenza di adeguata segnaletica per attraversamenti e percorsi ciclo/pedonali
- Altro: _____
32. Se incentivato, sarebbe disposto in via sperimentale a recarsi a lavoro in bicicletta o usando bicicletta e mezzo pubblico per un periodo limitato di tempo?
- Sì
- No

Pag. 6 a 6

3 . CASA - SCUOLA

3.1. Buone pratiche

Nel presente paragrafo sono descritte quattro buone pratiche sviluppate a livello europeo che hanno l'obiettivo di incentivare gli spostamenti in bicicletta nel tragitto quotidiano casa - scuola.

Cycling Friendly Campus, Cycle Friendly School - Scozia, U. K.

DESCRIZIONE SINTETICA

Cycling Scotland è un'organizzazione no profit (*charity*) che attraverso il supporto finanziario ed economico dell'Agenzia nazionale scozzese per la gestione del traffico e dei trasporti - Transport Scotland promuove l'uso della bicicletta in Scozia con varie modalità e operando in vari settori.

Offre programmi per incentivare le Aziende e i luoghi di lavoro pubblici, le scuole, i campus universitari e le comunità locali ad una maggiore consapevolezza dell'uso non solo quotidiano della bicicletta, attraverso incentivi a premio e l'erogazione di fondi per la realizzazione di infrastrutture.

Il programma proposto alle scuole primarie, il *Cycling Friendly Primary school*, prevede l'assegnazione di un premio, il *Cycling Friendly School award*, assegnato alla scuola che ha saputo promuovere l'uso della bicicletta in maniera efficace e che ha incoraggiato gli studenti in tal senso. La selezione del vincitore viene svolta seguendo un criterio scrupoloso.

Diversamente, i programmi proposti alle scuole secondarie e ai campus universitari, il *Cycling Friendly Secondary school*, e il *Cycle Friendly Campus* prevedono, come negli incentivi per le Aziende, l'assegnazione di un premio e l'erogazione di un fondo economico per la realizzazione di servizi.



IL PROGETTO IN SINTESI

nome *Cycling Friendly Campus and School*

localizzazione Scozia, U.K.

ente promotore *Cycling Scotland*

utenti coinvolti *Studenti scuole primarie e secondarie, campus universitari*

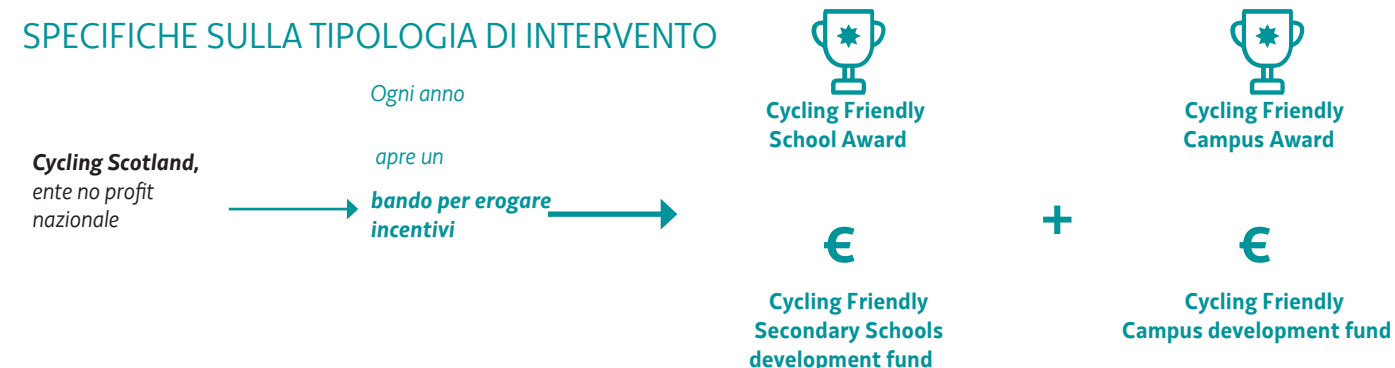
anno di attuazione 2017 - 2019

sito utile www.cycling.scot

TIPOLOGIA DI INCENTIVO



SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO



PUNTI DI FORZA DELLE AZIONI DI CYCLE SCOTLAND

Comunicare...

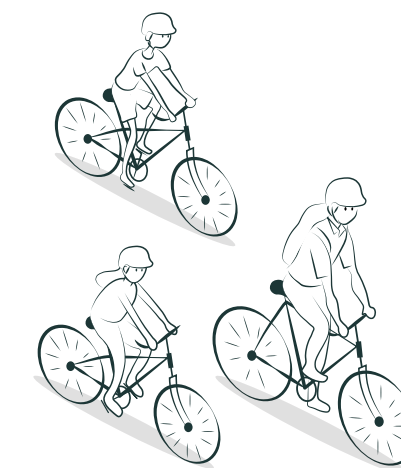
Cycling Scotland, attua una **strategia comunicativa efficace**, attraverso la pubblicazione di opuscoli illustrativi, e il sito internet

Istruire le future generazioni...

Attraverso una vasta varietà di incentivi per le scuole, Cycling Scotland dimostra la volontà di educare la generazione di domani.

Sinergia tra il globale e il locale...

Cycling Scotland lavora in sinergia con le necessità degli enti locali, e le strategie a macro scala



TARGET DI UTENZA

Studenti delle scuole primarie, e studenti universitari

Alle Børn Cykler - Danimarca

DESCRIZIONE SINTETICA

La campagna *Bike to School* promossa dalla federazione ciclistica danese, Cyklistforbundet, rappresenta la controparte delle campagne *Bike to Work* che hanno come target di riferimento gli adulti. Nella campagna *Bike to School* il target di riferimento è costituito dagli studenti di età compresa tra i 5 e i 15 anni. A partire dal 2009 la campagna è stata organizzata annualmente, nelle prime due settimane di settembre. Vi hanno partecipato classi e istituti scolastici da tutto lo Stato.

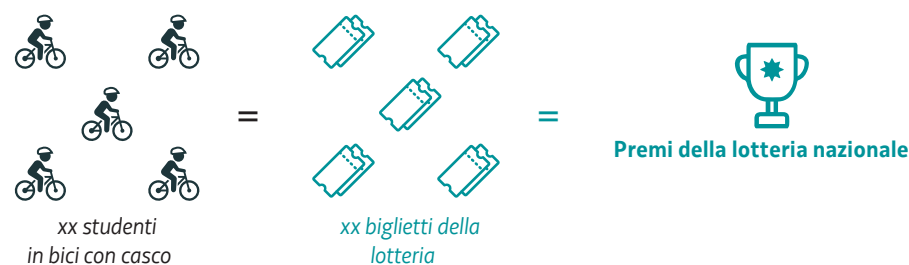
Per ogni giorno delle due settimane, l'insegnante annota non solo gli alunni che si sono recati a scuola in bicicletta, ma anche coloro che hanno indossato un casco. Per ogni studente che si è recato in bicicletta e con il caschetto, viene assegnato un biglietto della lotteria nazionale: più biglietti si ottengono, maggiore è la probabilità di vincita. I premi in palio sono destinati alla classe e non al singolo studente e sono donati dalle Aziende che sponsorizzano la campagna. Nell'anno 2018 il primo premio è stata una mountain bike per ogni studente della classe.

Per incentivare la partecipazione degli studenti, gli istituti scolastici e gli insegnanti possono fare riferimento alle strategie proposte sul sito della campagna. È possibile infatti scaricare opuscoli con istruzioni per giochi collettivi e attività collaterali affiancabili al consueto programma didattico. La popolarità di questa campagna è cresciuta negli anni (circa 144.000 studenti l'anno); i più motivati sono stati soprattutto i ragazzi delle scuole medie.

Per gli studenti più piccoli che non sanno ancora andare in bici o utilizzarla autonomamente, sono state adottate apposite regole, come trascorrere il doposcuola con i genitori imparando ad andare in bicicletta.

La campagna non solo incentiva gli studenti ad usare la bicicletta in maniera sicura, ma sensibilizza anche i genitori ad accompagnare i figli a scuola in bicicletta e poi recarsi a lavoro.

SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO



La campagna dura le prime due settimane del mese di settembre per ogni anno accademico

I RISULTATI DELLA CAMPAGNA

Benefici in salute...

Negli anni è stato riscontrato che le influenze stagionali dei ragazzi e dei loro genitori sono diminuite

Efficacia della strategia...

Nell'arco dei primi tre anni dell'iniziativa gli studenti in bici dopo il periodo della campagna sono aumentati del 30%.

Ritorno economico...

È stato studiato che a lungo termine questa campagna darà un ritorno economico del 100%, sulla sanità, sia dei bambini che dei genitori e sul traffico automobilistico.

TARGET DI UTENZA

Studenti delle scuole primarie



IL PROGETTO IN SINTESI

nome Alle Børn Cykler

localizzazione Danimarca

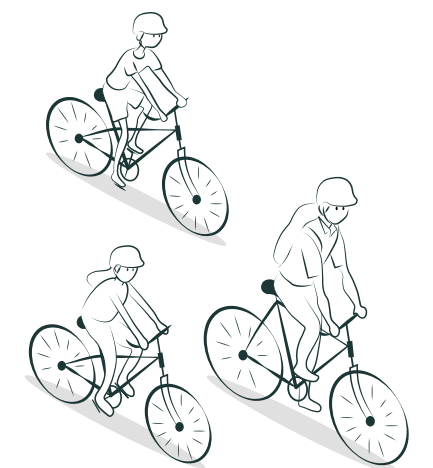
ente promotore Cyklistforbundet

utenti coinvolti Studenti scuole elementari

anno di attuazione 2009-2019

sito utile www.abc-abc.dk

TIPOLOGIA DI INCENTIVO



Around the world in 80 days - Aarhus, Danimarca

DESCRIZIONE SINTETICA

Aarhus, la seconda città in Danimarca per numero di abitanti, ha avviato nel 2010 un progetto ambizioso di incentivo all'utilizzo della bicicletta per i ragazzi delle classi delle scuole secondarie di primo grado. L'iniziativa consiste in una sfida fra classi: compiere in bicicletta, nell'arco di 80 giorni, i 40.000 km del romanzo di Jules Verne "Viaggio attorno al mondo in 80 giorni". Aarhus è la città da cui, nel romanzo, parte il viaggio.

Le classi partecipanti sono state 17, per un totale di circa 400 studenti. Ogni classe è stata equipaggiata con un dispositivo gps per il rilievo dei chilometri, utilizzato a turno. Durante la campagna gli studenti hanno caricato sul sito pubblico del progetto i tracciati percorsi per far sì che Dr.Glob, il protagonista del romanzo, potesse proseguire il suo viaggio. L'obiettivo della campagna sarebbe stato quello di far percorrere in bicicletta ai 400 ragazzi 40.000 chilometri in totale. Sfortunatamente, le condizioni metereologiche avverse non hanno permesso di raggiungere l'obiettivo nel 2010.

Nel 2011, lo stesso progetto è stato avviato dalla città di Elsinore. Le classi che hanno partecipato hanno vinto una serie di premi; la classe che ha pedalato per il maggior numero di chilometri (circa 2.500) ha vinto 5000 corone danesi.



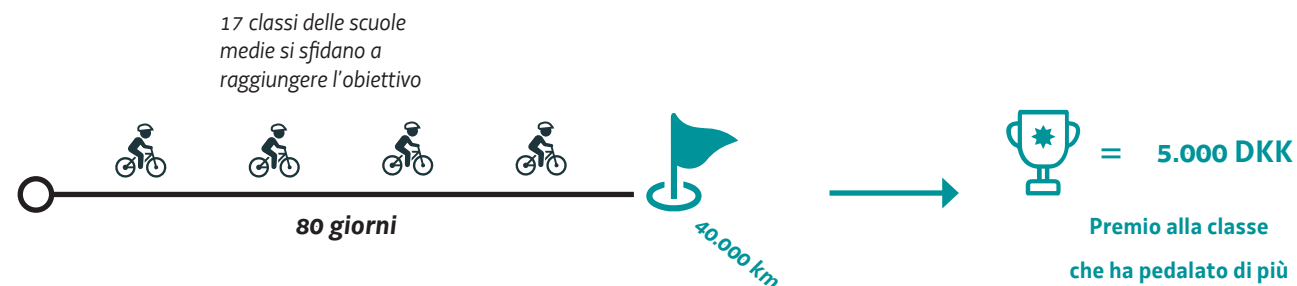
IL PROGETTO IN SINTESI

nome Around the world in 80 days
localizzazione Aarhus Danimarca
ente promotore Municipality of Aarhus
utenti coinvolti Studenti scuole secondarie
anno di attuazione autunno 2010
sito utile //

TIPOLOGIA DI INCENTIVO



SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO



ASPETTATIVE E ESITI DEL PROGETTO

Sfida ambiziosa...

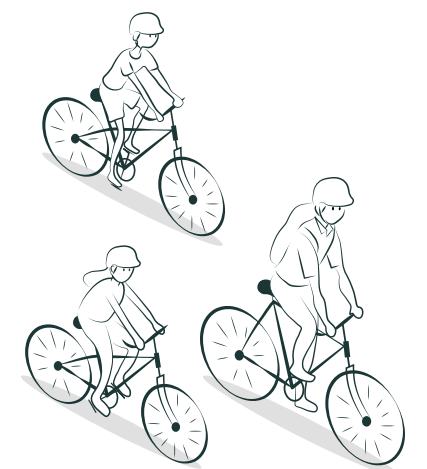
Il traguardo dei 40.000km non è stato possibile da raggiungere a causa delle **condizioni meteo disagiati** di quell'inverno.

Imparare giocando...

L'idea alla base del progetto è una sfida fra classi, **un gioco a raggiungere un ambizioso obiettivo Comune**, 40000km in 80 giorni.

Bilancio dei km...

La classe che ha vinto il premio ha percorso **2500 km**, di cui un ragazzo ha pedalato per **200 km** in una settimana



TARGET DI UTENZA

Studenti delle scuole primarie

Lys på med Ludvig - Danimarca

DESCRIZIONE SINTETICA

La campagna "Accendi le luci - con Ludvig" ha consentito di incentivare l'uso delle luci nei bambini e negli adulti. Attraverso iniziative collaterali, esperimenti e giochi svolti in classe, i bambini imparano l'importanza dell'utilizzo delle luci e loro funzionamento. Vi hanno partecipato oltre 30.000 bambini della quarta elementare nel corso dei cinque anni della campagna, in quanto in Danimarca è a partire dal quarto anno di elementari che i bambini iniziano ad andare a scuola autonomamente.

La campagna inizia a novembre, quando ad ogni classe partecipante viene assegnato un kit di materiali didattici, come compiti, esercizi e giochi, luci e riflettori per i bambini.

L'argomento viene approfondito in ogni gruppo di discipline: attraverso le materie scientifiche gli alunni studiano il meccanismo della batteria elettrica e quanto lontano si può vedere con una luce per biciclette, nell'ambito delle materie letterarie viene dettata una storiella esemplificativa del coniglietto Ludvig che teneva sempre le luci accese e di Poul e Panda che invece non le accendono.

La campagna è conclusa da un concorso a disegni sulla storia di Ludvig, in cui i bambini vincono premi e gadget.



IL PROGETTO IN SINTESI

nome Lys på med Ludvig

localizzazione Danimarca

ente promotore Cyklistforbundet

utenti coinvolti Studenti scuole elementari

anno di attuazione 2005-2017

sito utile www.lyspaa.dk

TIPOLOGIA DI INCENTIVO



SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO



I RISULTATI DELLA CAMPAGNA

Maggiore sicurezza...

L'obiettivo della campagna era di incentivare l'uso delle luci accese in bicicletta durante le ore notturne

Efficacia della strategia...

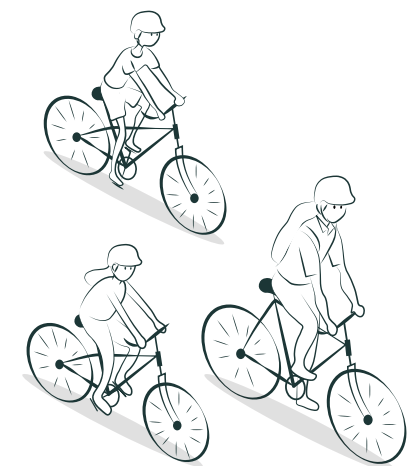
Alla campagna vi hanno partecipato **un terzo di tutte le classi in 4° elementare** del paese

Risultati a livello nazionale...

-50% ciclisti senza le luci accese in tutto il paese al 2010

TARGET DI UTENZA

Studenti delle scuole primarie



3.2. Schemi di sintesi

CRITERI DI ANALISI		7	8	9	10
DATI GENERALI	nome progetto	Cycle Friendly School	Alle Børn Cykler	Around the World in 80 days	Lys på med Ludvig
	luogo	Scozia	Danimarca	Aarhus, Danimarca	Danimarca
	costo	£ 81.000 milioni/ 2019-2020	collaborazione con sponsor	//	//
	promotore pubblico	Cycling Scotland,	//	Municipality of Aarhus	//
	promotore privato	organizzazione no profit, che utilizza fondi pubblici	Cyklistforbundet	//	Cyklistforbundet
	numero partecipanti	//	circa 100.000 ogni anno	400 studenti di 17 classi	30.000 studenti
	utenti: studenti e/o genitori	Studenti universitari, delle scuole primarie e superiori	studenti dai 5 ai 15 anni	studenti scuole medie	studenti dai 9 ai 10 anni
	utenti: cittadinanza e/o turisti	//	//	//	//
TIPOLOGIA DI INCENTIVO	Economico	Incentivo economico per la realizzazione delle dotazioni al ciclista	//	//	//
	Giorni di ferie	//	//	//	//
	Premio	Premio alla scuola più virtuosa	Primo premio lotteria nazionale	5.000 DK alla classe che aveva percorso più km	Premio allo studente che ha fatto il disegno vincitore
	Buoni Acquisto	//	//	//	//
	Infrastrutture	//	//	//	//
	Certificato	//	//	//	//
FASE DI ANALISI, DISSEMINAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE	prevista/non prevista	prevista	prevista	//	//
	Durata	//	d'estate, prima dell'a. scolastico	//	//
	Strumenti utilizzati	pubblicità tramite sito web dedicato, depliant informativi distribuiti nelle scuole	pubblicità tramite sito web dedicato, depliant informativi distribuiti nelle scuole	//	//
FASE DI SPERIMENTAZIONE	Anno di inizio	//	//	2010	2005
	Durata	//	//	Autunno 2010	Novembre 2005 - 2017
INCENTIVO PERENNE	Anno di inizio	2017	2009, si ripete ogni anno	//	//
ANALISI DEI RISULTATI	Potenzialità/Criticità	La campagna di incentivi a pacchetto promossa da Cycling Scotland agisce equamente sul territorio . Tuttavia il singolo studente non può fare richiesta di incentivo al di fuori dell'iniziativa dell'Istituto.	L'iniziativa si mostra efficace in quanto sfrutta risorse già presenti nel territorio , ovvero i premi donati dagli sponsor, e si basa su un'idea di gioco : ovvero la sfida fra le classi di tutto il paese a vincere il primo premio.	L'iniziativa è strutturata in forma di gioco e con un'elevata ambizione (arrivare a 40.000km pedalati in 80 giorni) Tuttavia non fu possibile raggiungere questo obiettivo a causa delle pessime condizioni meteo di quell'inverno	L'iniziativa è efficace nel diffondere una maggiore consapevolezza negli adulti sull'utilizzo della luce in bici. Tuttavia il progetto di incentivo non è sufficiente a promuovere l'uso della bicicletta in generale

3.3. Strategie e incentivi per l'utilizzo della bicicletta negli spostamenti casa - scuola

I progetti precedentemente individuati illustrano differenti strategie adottate, caratterizzate da una o due delle tipologie di incentivi economico/fiscale; premio; buono acquisto. Sono escluse le tipologie di incentivo giorni di ferie; infrastrutture e servizi; certificato di eccellenza. Le strategie individuate sono le seguenti:

- strategia 1 (Cycling Friendly Campus, Cycle Friendly School - Scozia, U. K.) e strategia 3 (Around the world in 80 days - Aarhus, Danimarca): economico/fiscale con premio;
- strategia 2 (Alle Børn Cykler - Danimarca): premio con buono acquisto;
- strategia 4 (Lys på med Ludvig - Danimarca): premio.

3.3.1. *Strategia 1 e strategia 3: economico/fiscale con premio*

La strategia lega il premio all'incentivo economico o fiscale, ovvero la visibilità di quanto attuato con il risultato concreto dell'azione promossa.

Il Cycling Friendly School Award è un premio alle scuole dell'infanzia promosso da Cycling Scotland. Il premio va al gruppo e non alla singola persona.

3.3.2. *Strategia 2: premio con buono acquisto*

La strategia lega il premio al buono acquisto, ovvero la visibilità di quanto attuato con il risultato concreto dell'azione promossa. In tal senso un incentivo a premio, molto efficace nelle classi delle scuole danesi, è il Alle Børn Cykler, promosso dalla Cyclistforbundet, federazione ciclistica danese. Il periodo di incentivo è previsto nelle prime due settimane di scuola: per ogni ragazzo che si reca a scuola in bici e col caschetto viene dato un biglietto della lotteria nazionale, più biglietti acquisisce la classe in queste due settimane, più ha la possibilità di vincere il primo premio, donato da uno sponsor che promuove l'iniziativa (per esempio una mountain bike a testa per ogni alunno della classe vincitrice).

3.3.3. *Strategia 4: premio*

La strategia non riguarda direttamente l'incentivazione all'utilizzo della bicicletta negli spostamenti casa - scuola, ma far nascere nella persona la curiosità di sperimentare un nuovo sapere, direttamente o indirettamente legato all'utilizzo della bicicletta.

Promosso in Danimarca a scala nazionale, il Lys på med Ludvig è un progetto in cui il premio viene dato al singolo studente. Questo tipo di incentivi a premio, nella logica della teoria della "gamification", risulta molto efficace nell'ambito della promozione casa - scuola, in quanto incentiva il bambino al raggiungimento di un obiettivo comune con la classe che porta a un beneficio di tipo materiale e non economico: per un bambino la vincita di una bicicletta nuova risulta molto più allettante rispetto alla vincita di una somma di denaro.

4. CASA - SCUOLA - LAVORO

4.1. Buone pratiche

Nel presente paragrafo sono descritte tre buone pratiche sviluppate a livello europeo che hanno l'obiettivo di incentivare gli spostamenti in bicicletta nel tragitto quotidiano casa - scuola - lavoro.

Bando “Al lavoro e a scuola in bicicletta” 2019 - Cesena e Cesenatico, Italia

DESCRIZIONE SINTETICA

Dal 2018, per il secondo anno consecutivo, i Comuni di Cesena e Cesenatico hanno promosso la sperimentazione temporanea “casa - lavoro” e, dal 2019, anche quella “casa - scuola” nell’ambito del progetto di mobilità sostenibile “Cambio marcia”, della durata di 7 mesi.

L’incentivo è consistito nel rimborso di 0,25 € per ogni chilometro percorso in bici, nel tragitto “casa - lavoro” e nel tragitto “casa - scuola”, al singolo lavoratore, al singolo studente maggiorenne regolarmente iscritto e per il singolo genitore che accompagna i figli minorenni a scuola, residenti nei Comuni di Cesena e Cesenatico. Il percorso è monitorato attraverso l’App gratuita “wecity”, al fine di rendicontare i chilometri percorsi. Sono inclusi nella rendicontazione anche tratti brevi percorsi con la bicicletta, facenti parte di tragitti in cui è previsto l’uso dei mezzi di trasporto pubblico. Il contributo massimo è pari a 50 € al mese e quello minimo a 20 €. Per ricevere il contributo, la sperimentazione deve essere attuata per tutta la durata della stessa, pena il mancato dello stesso.



IL PROGETTO IN SINTESI

nome Bando “Al lavoro e a scuola in bicicletta” 2019

localizzazione Cesena e Cesenatico, Italia

ente promotore Comuni di Cesena e Cesenatico

utenti coinvolti Dipendenti, studenti maggiorenni, genitori di studenti minorenni

anno di attuazione Aprile-ottobre 2019

sito utile www.Comune.cesena.fc.it

TIPOLOGIA DI INCENTIVO



SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO



Incentivo economico a km

Massimo incentivo

Incentivo minimo pena il non riconoscimento di alcun importo

BILANCIO A QUATTRO MESI DALL’INIZIO DEL PROGETTO

Il bando ha portato nuovi ciclisti in strada...

Il bando si è posto come obiettivo di introdurre nuovi utenti all’uso della bici: **potevano partecipare solo chi non aveva goduto dell’incentivo nel 2018**

Risparmio di CO2...

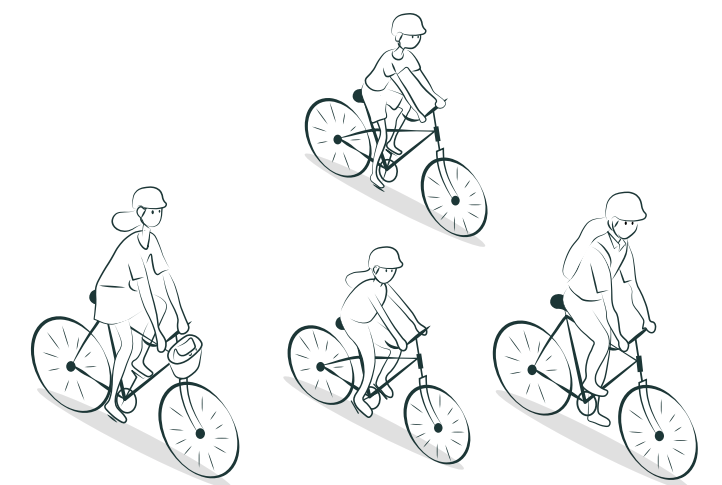
In **291 partecipanti**, solamente nei primi 4 mesi di sperimentazione, sono stati risparmiate **21,5 tonnellate di CO2**

Bilancio dei km...

Sono stati percorsi **150.000 km** pari a un contributo di **21.549,03 €**

TARGET DI UTENZA

Studenti delle scuole primarie
Lavoratori dipendenti



Progetto M.U.V.T. - Bari, Italia

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Progetto M.U.V.T. - Mobilità urbana Vivibile e Tecnologica promosso dal Comune di Bari, rientra nell'ambito del "Programma Sperimentale Nazionale di Mobilità sostenibile casa - scuola e casa - lavoro" promosso dal ministero dell'ambiente. L'iniziativa comunale prevede una complessa progettualità a due livelli: l'erogazione di incentivi a pacchetto differenziati per tipologia di bici (tradizionale o a pedalata assistita), applicati tramite due fasi di sperimentazione casa - lavoro e casa - scuola; e la realizzazione di percorsi ciclabili, zone 30 e dispositivi di sicurezza. Il primo livello di incentivo è il contributo per l'acquisto di una nuova bici presso i rivenditori locali che si iscrivono al progetto: 150 € per l'acquisto di una nuova bici, 250 € per una bici con pedalata assistita e 100 € per una bici ricondizionata (in ogni caso l'incentivo non può superare il 50% del totale della spesa). Il secondo livello di incentivo è relativo alla sperimentazione di quattro mesi di cui si prevede l'avvio a fine ottobre 2019, ed è destinato a utenti maggiorenni, sia lavoratori che studenti universitari o delle scuole superiori, per le tratte casa - lavoro e casa - scuola. Il tipo di contributo è il rimborso a km differenziato: 0,20 € a km per i tragitti casa - lavoro; e 0,04€ a km per altri tragitti all'interno del Comune; il contributo scende per le bici a pedalata assistita (0,10 € a km e 0,02 €) fino a un massimo di 1 € al giorno/100 € in 4 mesi. Ad ogni partecipante verrà fornito un kit apposito per il monitoraggio delle tratte percorse composto da: luci e led di segnalazione; targa catarinfrangente, supporto smartphone da manubrio, dispositivo bluetooth per il rilevamento gps monitorato da una App gratuita. A conclusione del periodo di sperimentazione verranno attribuiti anche degli incentivi premianti: 50 € di extra-bonus per i primi 10 beneficiari che avranno percorso più km con una bici normale, e 100 € per i primi 5 che hanno percorso più km con la bici a pedalata assistita.



IL PROGETTO IN SINTESI

nome M.U.V.T.

localizzazione Bari, Italia

ente promotore Comune di Bari, Italia

utenti coinvolti Studenti, lavoratori, residenti

anno di attuazione ottobre 2019 - aprile 2020

sito utile www.Comune.bari.it/web/trasporti-e-viabilita/

TIPOLOGIA DI INCENTIVO



SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO

	pedalata assistita	Nuova bici	ricondizionata	
Contributo economico sull'acquisto di una bici	250€	150€	100€	* l'incentivo non può superare il 50% della spesa totale
Incentivi a km, differenziati per tratta e mezzo	casa - lavoro	casa - lavoro	casa - lavoro	* l'incentivo è differenziato anche per la tratta percorsa
	altro	altro	altro	
1 km	0,10€	0,20€	0,20€	
	0,02€	0,04€	0,04€	

ULTERIORI SPECIFICHE DEL PROGETTO

Limiti dei contributi...

Ogni utente può ricevere un **limite massimo di contributo a km di 100 €** per tutto il periodo di sperimentazione

Kit per chi partecipa...

Il kit è composto da dispositivi tecnologici per il **monitoraggio gps e di segnalazione**



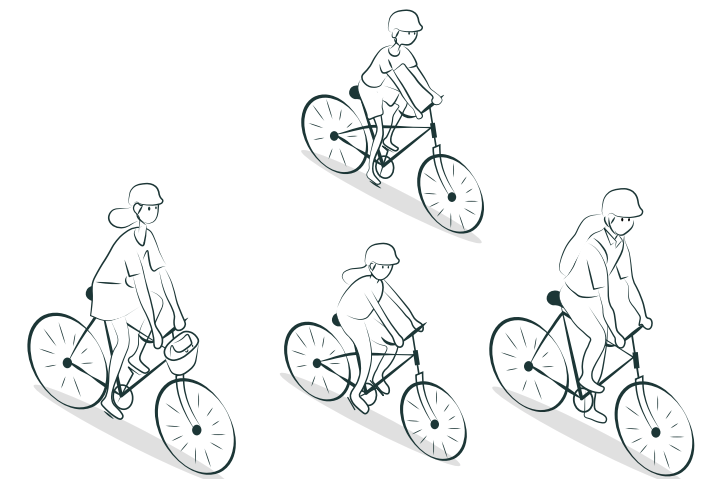
Premio...

Extra-bonus di 50 € a chi fa più km



TARGET DI UTENZA

Studenti delle scuole primarie
Lavoratori dipendenti



Bella Mossa - Bologna, Italia

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Comune di Bologna ha promosso l'uso della bicicletta attraverso un incentivo a km insolito, realizzando un'applicazione gratuita, Better Points che monitora gli spostamenti effettuati in bicicletta o con mezzi pubblici. Chi aderisce al progetto può essere premiato in buoni acquisto per un caffè, un biglietto del cinema o altri beni. L'applicazione rendiconta i km percorsi in bici o con i mezzi pubblici, facendo guadagnare al partecipante "Punteggi Mobilità" per ogni spostamento: ad ogni livello di punteggio raggiunto corrisponde una tipologia di buono.

I dipendenti delle Aziende possono partecipare insieme attraverso il programma Work Challenge, guadagnando punti collettivi. Le scuole possono partecipare con il programma School Challenge: in questo caso il premio consiste in buoni spesa per l'acquisto di materiale didattico; vi possono partecipare i genitori che accompagnano i figli a scuola con i mezzi pubblici, con la bicicletta o a piedi.

Il progetto è stato attivato in via sperimentale nella primavera del 2017 e del 2018. Vi possono partecipare tutti, anche i non residenti e i turisti. L'iniziativa è stata coordinata dalla SRM-Reti e Mobilità, dall'Agenzia di Comune e Città metropolitana di Bologna per la mobilità e il trasporto pubblico locale.

L'obiettivo è quello di coinvolgere 10.000 cittadini del territorio metropolitano.



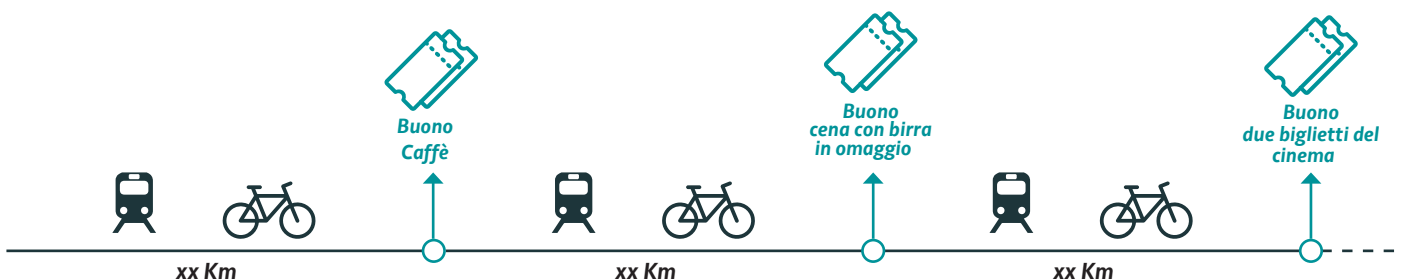
IL PROGETTO IN SINTESI

nome Bella Mossa
localizzazione Bologna, Italia
ente promotore Comune di Bologna
utenti coinvolti turisti, genitori, studenti, lavoratori, ecc...
anno di attuazione primavera 2017 e 2018
sito utile bellamossa.it

TIPOLOGIA DI INCENTIVO

- Economico e fiscale
- Giorni di ferie
- Premio
- Buono acquisto
- Infrastrutture
- Certificato di eccellenza

SPECIFICHE SULLA TIPOLOGIA DI INTERVENTO



ESITI INCORAGGIANTI DELL'EDIZIONE 2018

Ampia partecipazione...

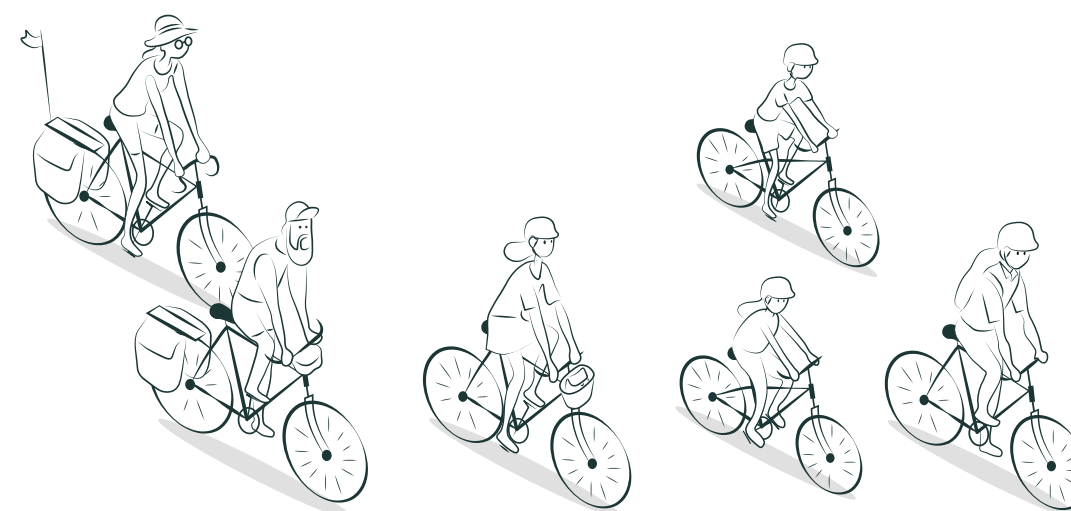
10.000 partecipanti di cui **60% donne**
900.000 spostamenti,
3,7 milioni di km percorsi
740 tonnellate di CO2 risparmiate

Genitori e lavoratori in bici...

93 scuole primarie di tutta la provincia, per **1.250 genitori**
53 squadre aziendali, per **2.000 lavoratori**

Uno strumento per la pianificazione comunale...

I dati raccolti sono stati esaminati per **definire il quadro conoscitivo della mobilità bolognese nell'ambito del Piano Urbano della Mobilità Sostenibile**



TARGET DI UTENZA

Lavoratori, turisti, genitori e studenti delle scuole primarie

4.2. Schemi di sintesi

CRITERI DI ANALISI		11	12	13	14
		Cambiomarcia	Progetto M.U.V.T.	Bella Mossa	
DATI GENERALI	nome progetto	Cesena e Cesenatico, Italia	Bari, Italia	Bologna, Italia	
	luogo	Cesena e Cesenatico, Italia	Bari, Italia	Bologna, Italia	
	costo	23.000 €	400.000 € per acquisto bici, 100.000 € per sperimentazione	16.000 voucher messi in palio dagli 85 tra partner, per l'edizione 2018	
	promotore pubblico	Comuni di Cesena e Cesenatico	Comune di Bari, Italia	Comune di Bologna, Italia	
	promotore privato	//	//	//	
	numero partecipanti	291 iscritti	//	10.000 partecipanti nel 2018	
	utenti: lavoratori	X	X	X	
	utenti: studenti e/o genitori	studenti maggiorenni e genitori di studenti minorenni	X	X	
	utenti: cittadinanza e/o turisti	//	X	X	
TIPOLOGIA DI INCENTIVO	€ Economico	0,25 € a km percorso	contributi differenziati	//	
	📅 Giorni di ferie	//	//	//	
	🏆 Premio	//	Premio extra-bonus per gli utenti che hanno pedalato di più	//	
	🛒 Buoni Acquisto	//	//	Buoni acquisto	
	🚲 Infrastrutture	//	//	//	
	📄 Certificato	//	//	//	
FASE DI ANALISI, DISSEMINAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE	prevista/non prevista	prevista	prevista	prevista	
	Durata	//	//	//	
	Strumenti utilizzati	pubblicità tramite sito web dedicato, depliant informativi distribuiti nelle scuole	pubblicità tramite sito web dedicato, depliant informativi distribuiti nelle scuole	pubblicità tramite sito web dedicato, depliant informativi	
FASE DI SPERIMENTAZIONE	Anno di inizio	2018	2019	2017-2018	
	Durata	Aprile - Ottobre 2019	4 mesi + 4 mesi	Primavera 2017, Primavera 2018	
INCENTIVO PERENNE	Anno di inizio	//	//	//	
ANALISI DEI RISULTATI	Potenzialità/Criticità	Il bilancio dell'iniziativa a 4 mesi dall'inizio della sperimentazione, è positivo, il contributo economico a km risulta efficace. Tuttavia l'incentivo non tiene conto degli spostamenti fatti con i mezzi pubblici	L'incentivo, strutturato in incentivi per l'acquisto di nuove bici, e in contributo a km, è potenzialmente efficace a promuovere l'uso della bicicletta. Tuttavia il pacchetto di incentivi esclude l'uso dei mezzi pubblici di trasporto.	L'incentivo risulta efficace nell' incentivare i mezzi "sostenibili" (in bici, a piedi o con i mezzi pubblici), al quale si somma anche una strategia volta a promuovere la vitalità del centro, collaborando con oltre 100 sponsor.	

4.3. Strategie e incentivi per l'utilizzo della bicicletta negli spostamenti casa - lavoro

I progetti precedentemente individuati illustrano le differenti strategie adottate, caratterizzate da una o due delle tipologie di incentivi economico/fiscale; premio e buono acquisto. Sono escluse le tipologie di incentivo giorni di ferie; infrastrutture e servizi; certificato di eccellenza. Le strategie individuate sono le seguenti:

- strategia 1 (Bando “Al lavoro e a scuola in bicicletta” 2019 - Cesena e Cesenatico, Italia): economico/fiscale;
- strategia 2 (Progetto M.U.V.T. - Bari, Italia riconoscimento): economico/fiscale con premio;
- strategia 3 (Bella Mossa - Bologna, Italia): buono acquisto.

4.3.1. Strategia 1: economico/fiscale

Anche in questo contesto, relativo ai percorsi casa - scuola - lavoro, viene ribadito come l'incentivo economico/fiscale sia il più utilizzato poiché rimane la formula di ricompensa in denaro più diretta.

Il bando per la sperimentazione dell'utilizzo della bicicletta nei percorsi casa -scuola e casa - lavoro promosso dalle Amministrazioni comunali di Cesena e Cesenatico ha tenuto conto, a conclusione del periodo di sperimentazione, di un tetto minimo di incentivo pari a 20 € (equivalente a circa 0,5 chilometri percorsi al giorno) e un tetto massimo di 50€ al mese.

Questo tipo di bando si presta anche al contesto relativo ai percorsi casa - scuola - lavoro, semplicemente innalzando le quote di incentivo e il numero minimo di chilometri da percorrere.

Un altro aspetto interessante è costituito dalla metodologia utilizzata per definire i km pedalati: è stata prevista la realizzazione di una App da utilizzare per il monitoraggio gps del tracciato, funzionale anche alla raccolta dati per la pianificazione urbana del traffico nei territori comunali.

Questo tipo di strategia ha portato ad una partecipazione di livello significativo. Sono tuttavia da evidenziare alcuni aspetti critici. Se l'utilizzo di quest'azione porta a un esito che è senza dubbio “pronto-effetto”, è necessario puntare, contemporaneamente, ad aumentare la consapevolezza degli effetti benefici della bicicletta, per ottenere esiti duraturi e costanti nel tempo.

È inoltre importante rilevare come questo tipo d'incentivo abbia un altro limite, ovvero che può essere “usufruito” solo da quelle persone che risiedono relativamente vicino alla sede lavorativa. È stato calcolato, infatti, che la distanza massima che un lavoratore può compiere nel tragitto casa - scuola - lavoro non può essere superiore ai 20 chilometri complessivi tra andata e ritorno.

4.3.2. Strategia 2: economico/fiscale con premio

La strategia lega il premio all'incentivo economico o fiscale, ovvero la visibilità di quanto attuato con il risultato concreto dell'azione promossa.

Nello specifico, nella sperimentazione di rimborso*chilometro promossa dall'Amministrazione comunale di Bari (progetto MUVT), il tetto massimo previsto è di 1€ al giorno e 100€ in 4 mesi.

Il premio spinge gli utenti ad essere competitivi, rapportandosi al livello massimo dell'incentivo disponibile.

4.3.3. Strategia 3: buono acquisto

Oltre a strategie rivolte esclusivamente alle scuole e alle Aziende, è possibile anche programmare strategie rivolte alla collettività e che incentivino non solo l'uso della bicicletta, ma tutti i mezzi di mobilità sostenibile. Questo è il caso del progetto Bella Mossa promosso dall'amministrazione comunale di Bologna, che per due anni consecutivi ha premiato tutti coloro che hanno deciso di spostarsi in bicicletta, con i mezzi di trasporto o a piedi per la città, collaborando con 85 sponsor locali per l'erogazione di buoni da spendere (caffè, biglietto del cinema, ecc...):

Il progetto ha conseguito buoni risultati: nell'edizione 2018 i partecipanti sono stati 10.000, di cui 60% donne, sono stati percorsi 3,7 milioni di km con un risparmio di 740 tonnellate di CO2. Hanno partecipato 93 scuole primarie, 1.250 genitori e 53 squadre aziendali, per 2.000 lavoratori.

Un aspetto pratico da notare, relativo alle strategie legate agli spostamenti casa - scuola - lavoro, è che i pochi casi italiani individuati, a differenza degli incentivi danesi, prevedono l'erogazione di un incentivo economico o di un premio al genitore che accompagna i figli a scuola e non ai singoli studenti. Sarebbe pertanto consigliato individuare una strategia per gli spostamenti casa - scuola - lavoro che tenga conto anche della premialità alla classe e non solo al genitore.