



SCHEDA INTERVENTO n.10.3.1.5 - Promozione del Piano Strategico della mobilità

QUADRO CONOSCITIVO

Breve descrizione dell'intervento

Un progetto di ampio respiro di promozione del sistema complessivo dei trasporti della città di Cuneo implica la considerazione delle varie modalità di spostamento possibili nello specifico territorio considerato: si dovranno quindi valutare le modalità di integrazione dei differenti mezzi di trasporto quali l'auto privata, la bicicletta, l'autobus e l'andare a piedi, magari usufruendo di apposite facilitazioni quale può essere l'ascensore inclinato di prossima realizzazione.

Una volta individuate, andranno opportunamente divulgate quelle soluzioni di spostamento che risultino realistiche dal punto di vista strutturale, funzionali alle esigenze dei cittadini ed efficaci anche in termini ambientali. In modo complementare dovranno essere comunicati eventuali provvedimenti volti a scoraggiare comportamenti o scelte di trasporto con impatto sociale ed ambientale negativo, quali possono essere le zone a traffico limitato o le isole pedonali.

Per garantire il successo e la condivisione degli interventi e delle proposte effettuate è opportuno che il processo di comunicazione trasmetta adeguate argomentazioni al cittadino e riesca a coinvolgerlo pienamente nel processo decisionale che stabilisce un cambiamento. Tutti i cittadini e gli operatori locali devono avere l'opportunità di esprimere la propria opinione e percepire l'ascolto da parte dell'amministrazione che attuerà, in tal modo, un processo di comunicazione bidirezionale. Questa, in particolare, assume un ruolo fondamentale e strategico nel momento in cui si interviene con progetti che, accanto alle valenze positive, contengono elementi di imposizione tali da sollevare conflittualità a vari livelli.

Il progetto di promozione di un sistema dei trasporti in evoluzione dovrà quindi ipotizzare una serie di fasi progressive ed estremamente flessibili nella modalità e nei tempi di attuazione, in modo da poter accogliere le varie istanze che possono emergere in itinere, con il duplice obiettivo del trasferimento delle informazioni e della condivisione da parte della cittadinanza dei valori alla base del progetto in fase di realizzazione - la qualità ambientale della città, la sicurezza, la tutela del centro storico, l'efficienza negli spostamenti. A tal fine si prevedono attività di progettazione grafica, di ideazione e produzione materiale informativo differenziato per categorie di utenza e canale distributivo, supporti pubblicitari, di formazione di personale addetto al contatto con il cittadino. Inoltre potrà rendersi necessario l'allestimento di strutture più o meno complesse di contatto con il cittadino sul territorio.

Un'attività di mobility-management potrà, infine, prevedere l'elaborazione del Piano degli spostamenti casa-lavoro incentrato, appunto, sugli spostamenti dei lavoratori ed incentivi vari per l'utilizzo dei trasporti alternativi o collettivi (es. biglietti omaggio per autobus) o per la condivisione dell'auto (car pooling).

Non meno importante sarà valutare la rispondenza della cittadinanza ai vari interventi/proposte, mediante apposite indagini prima, durante e dopo, e divulgare i risultati tecnici e scientifici raggiunti, misurati attraverso un valido sistema di monitoraggio.

Rapporti instaurati sul territorio con altri soggetti pubblici o privati (sinergie)

Per l'attuazione del progetto, sopra descritto, di informazione, sensibilizzazione e coinvolgimento della cittadinanza e delle diverse parti sociali interessate da un innovato sistema dei trasporti e della mobilità



cittadina, risulta fondamentale instaurare un rapporto fiduciario tanto con i singoli quanto con i gruppi e gli enti locali.

A tal fine bisognerà prevedere un dialogo continuo tra l'Amministrazione e i cittadini, mentre con altri operatori locali quali la scuola, l'università, le associazioni di categoria, le aziende pubbliche e private, le associazioni ambientaliste e di consumatori si potranno elaborare iniziative ed interventi promozionali congiunti per lo sviluppo di nuove e più sostenibili modalità di spostamento sul territorio, per le varie categorie di utenza.

Specifici provvedimenti e relative campagne di comunicazione potranno riguardare, per esempio, i lavoratori pendolari di aziende, esercizi commerciali o enti del centro città oppure gli studenti universitari - in costante aumento con lo sviluppo del polo universitario cuneese -, i bambini e i ragazzi delle scuole elementari, medie e superiori. Gli anziani e i disabili dovranno altresì fornire spunti di riflessione sia nel ruolo di utenti del sistema dei trasporti cittadini, sia in qualità di risorse a sostegno di determinati interventi per la mobilità sostenibile (esempio gestione punti informativi, noleggio e manutenzione biciclette, accompagnamento bambini a scuola, ecc.).

Risultati ed effetti attesi

Risultato di una politica partecipativa dovrebbe essere l'ampia condivisione e il sostegno da parte dei diversi attori locali nell'attuazione di un sistema della mobilità sostenibile. A tal fine il cittadino, quanto gli altri soggetti operanti sul territorio dovranno percepire un processo di ascolto attivo da parte dell'Amministrazione e ricevere l'adeguato supporto in fase di cambiamento o innovazione.

L'informazione puntuale e tempestiva garantirà la conoscenza delle diverse modalità di spostamento e la facilità di fruizione dei vari mezzi, contribuendo all'efficienza del sistema e favorendo un buon grado di soddisfazione dell'utenza.

Un efficace processo di comunicazione sarà, dunque, in grado di responsabilizzare i singoli relativamente alle proprie scelte di spostamento e alle relative conseguenze sociali ed ambientali, ottenendo una maggiore fruizione sia dei parcheggi di testata, sia dei mezzi di trasporto alternativi o collettivi e comportamenti più sostenibili quali ad esempio la condivisione dell'auto con parenti o conoscenti.

In ultimo, un adeguato progetto di promozione degli interventi che interessano il sistema dei trasporti risulterà fondamentale affinché l'innovazione porti all'effettivo miglioramento della qualità della vita dei cittadini.

Soggetto attuatore dell'intervento/erogatore del servizio

Il progetto di informazione e di promozione dovrà essere attuato dal Comune di Cuneo in collaborazione con agenzie specializzate.

Modalità di gestione

Il progetto di informazione e di promozione dovrà essere coordinato dal Comune di Cuneo che, mediante affidamento di incarichi, si avvarrà della consulenza di agenzie o personale specializzato per la realizzazione delle specifiche attività (esempio campagne pubblicitarie, indagini, strumenti di informazione, ecc.) previste nelle varie fasi.

FATTIBILITÀ TECNICA

Scelte tecniche di base

Il progetto di promozione del sistema dei trasporti prevede un'attività di informazione affiancata da un processo di comunicazione che consenta uno scambio bidirezionale di messaggi dall'Amministrazione al cittadino e viceversa.

Si predilige pertanto un'attività partecipata che coinvolga tutti i soggetti interessati dai provvedimenti e che, eventualmente, possa fare degli stessi soggetti anche i promotori delle varie opzioni di mobilità sostenibile.

Il progetto di comunicazione dovrà inoltre essere flessibile in modo da tenere conto delle istanze che emergono durante l'attuazione degli interventi.

In linea generale l'attività di sensibilizzazione e promozione di una mobilità più sostenibile, di avvio dei nuovi sistemi di mobilità, di monitoraggio dei risultati potrà prevedere:

- l'individuazione dei valori sottesi alle scelte strategiche degli interventi (qualità ambientale, lotta alla congestione, comodità, ecc) e relative argomentazioni da diffondere con appositi strumenti (ad esempio attraverso la realizzazione di un numero monografico dedicato)
- l'individuazione di un logo e di una linea grafica che, opportunamente declinati per i diversi contesti e strumenti di trasmissione del messaggio, accompagnino le attività di promozione della mobilità sostenibile
- la predisposizione di materiale informativo mirato agli utenti interessati per macro categorie – abitanti del centro città, commercianti, operatori, lavoratori pendolari, ecc. – e differenziato anche in base al canale distributivo (ad esempio per l'URP, per il volantaggio, ecc)
- la formazione del personale addetto al front-office e di eventuali volontari da collocare presso punti di accoglienza sia per fornire informazioni che per ricevere osservazioni e che dovranno essere in grado di supportare le lamentele, di raccogliere i pareri, di fornire motivazioni alle scelte fatte
- l'attivazione di momenti di confronto diretto tra cittadini e operatori del processo comunicativo per favorire un rapporto fiduciario tra ente e cittadino
- l'attivazione di canali di comunicazione privilegiati con attori sociali di particolare significato e portatori di interesse di categorie specifiche, quali associazioni ambientaliste, attori economici, commerciali, di categoria, scuole, università, con cui avviare iniziative specifiche congiunte (lezioni a scuola, agevolazioni tariffarie, concorsi a premio, giornate di sensibilizzazione, studi, ricerche, ecc)
- l'avvio di un'attività di mobility-management con la redazione del Piano degli spostamenti casa-lavoro e l'individuazione di varie forme di incentivo all'uso di mezzi di trasporto alternativi, collettivi o alla condivisione dell'auto;
- la programmazione di iniziative di coinvolgimento e di ascolto (sondaggi, cartoline, marketing telefonico) per la rilevazione dei bisogni e delle esigenze di partenza, delle eventuali problematiche e criticità in fase di attuazione e dei cambiamenti ottenuti a posteriori
- la pubblicizzazione delle "buone pratiche" quotidiane del cittadino qualunque che abbia recepito e condiviso un determinato messaggio, in modo da sostituire il processo di comunicazione verticale con una più incisiva comunicazione tra pari.

Per l'ottimizzazione dei risultati sarà opportuno strutturare il processo in differenti fasi organizzate anche temporalmente con apposito cronoprogramma, come di seguito riportato.

Stime parametriche del costo dell'attività

IMPORTO DEI LAVORI

INTERVENTO 10.3.1.5

QUADRO ECONOMICO SINTETICO

a) Totale importo attività	€ 200.000,00
b) Somme a disposizione	
b1) arredi	
b3) consulenze, indagini, pubblicità, ecc.	
b4) imprevisti	
b5) IVA totale	
Totale costo realizzazione	€ 200.000,00

parziale

Eventuali problemi

Considerate le passate esperienze nella promozione dei trasporti e della mobilità sostenibile, non si prevedono particolari problematiche per la realizzazione del progetto illustrato.

SOSTENIBILITA' FINANZIARIA

Stima dei costi di gestione

I costi previsti per la gestione del progetto sono pari a €200.000,00

Sostenibilità dei costi a carico dell'Amministrazione locale

Per la realizzazione del presente intervento è previsto una co-partecipazione da parte dell'amministrazione comunale pari a 50'000 Euro/anno.

PROCEDURE

Descrizione dei passaggi procedurali

Le principali fasi di attuazione previste sono:

- ascolto preventivo mediante sondaggi, interviste, questionari volti all'individuazione di bisogni, esigenze e criticità della situazione di partenza;
- definizione del Piano degli spostamenti casa-lavoro;
- proposta di interventi strutturali, servizi e soluzioni di mobilità alternativa accompagnate dalle previste campagne di comunicazione ed iniziative promozionali differenziate per target;
- ascolto durante l'attuazione per verifica della corretta comprensione del messaggio, della risposta dei cittadini e di eventuali problematiche o istanze che emergono durante l'attuazione;
- pubblicizzazione di "buone pratiche" dei cittadini per attivazione di un processo di comunicazione tra pari, non più verticale
- pubblicazione risultati ottenuti sia dal punto di vista tecnico-scientifico, sia dal punto di vista delle abitudini dei cittadini.

Cronoprogramma

CRONOPROGRAMMA DI ATTUAZIONE

FASI	TRIMESTRE*	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
STUDIO DI FATTIBILITA' E PIANIFICAZIONE INTERNA											
AFFIDAMENTO INCARICHI											
PIANIFICAZIONE E PROGETTAZIONE											
ASCOLTO DEL TERRITORIO											
CONTATTI CON ATTORI LOCALI											
CAMPAGNE PUBBLICITARIE											
INIZIATIVE PROMOZIONALI											
DIVULGAZIONE BUONE PRATICHE DEI CITTADINI											
PUBBLICAZIONE RISULTATI OTTENUTI											