

# KEY

# TOOT

Promuovere le flotte elettriche in Europa.  
Guida a un'operazione di successo.



**eBRIDGE**  
Power to urban fleets



Co-finanziato dal Programma Intelligent  
Energy Europe dell'Unione Europea



## **AUTORI**

**Aida Abdulah, Janett Kalina**  
choice

**Florian Stolte**  
DB FuhrparkService

**Christian Steger-Vonmetz**  
Mobilitätsinstitut Vorarlberg

**Michaela Kargl, Doris Wiederwald**  
Forschungsgesellschaft Mobilität - Austrian Mobility Research

**Carla Piñeiro**  
I Nova Consultores en Excelencia e Innovación Estratégica

**Borja Dapena**  
Cluster de Empresas de Automoción de Galicia

**Isabel Espinós**  
Movilidad Urbana Sostenible

**Bàrbara Sureda**  
Comunitat Autònoma de les Illes Balears

**Marco Menichetti**  
Fondazione Legambiente Innovazione

**Andrea Leverano**  
Azienda Trasporti Milanese

**Raquel Águas**  
Câmara Municipal de Lisboa

**Lara Moura**  
Occam

**Dimitrios Xenias, Lorraine Whitmarsh**  
Cardiff University

## **REDATTORI**

**Marco Menichetti, Eleonora Terrile**  
Fondazione Legambiente Innovazione

**Andrea Leverano**  
Azienda Trasporti Milanese

## **DESIGN E LAYOUT**

**Eleonora Terrile**  
Fondazione Legambiente Innovazione

**Chimera**

© eBRIDGE 2015

## RICONOSCIMENTI

I partner di eBRIDGE desiderano ringraziare Neal Thomas del Carmarthenshire County Council (Wales, UK) e Manuel Pardo Gómez del Valencian Institute of Business Competitiveness (Valencia, Spain) per la loro collaborazione e per il prezioso aiuto a raggiungere gli obiettivi del progetto.

Un ringraziamento speciale all'Advisory Board di eBRIDGE: Caroline Cerfontaine (UITP), Gerhard Günther (VLOTTE), Jonathan Köhler (Fraunhofer ISI), Rubén Blanco (Little Electric Cars), Tom Nørbech (Transnova), Patricio Peral (Energy Technology Institute) e Robert Stüssi (Portuguese Association of Electric Vehicles) per i loro consigli e per essere stati fonte di ispirazione.

Infine, un ringraziamento ai numerosi colleghi che lavorano a progetti europei analoghi, che abbiamo avuto il piacere di incontrare nel corso del progetto eBRIDGE, così come a Olav Luyckx (Unione Europea), Project Officer di eBRIDGE.

A tutti va il nostro riconoscimento per le fertili discussioni e per i tanti insegnamenti che hanno contribuito al successo del progetto.

## INDICE

<b>1. TOOLKIT eBRIDGE</b> .....	5
1.1 Come usare questo Toolkit.....	5
1.2 Gli strumenti di eBRIDGE.....	7
<b>2. TOOLKIT PARTI</b> .....	10
2.1 e-Car Sharing CEAGA: aiutare le aziende a conoscere i veicoli elettrici.....	10
2.2 Città di Lisbona: rendere più verde la flotta dell'amministrazione locale.....	12
2.3 Amministrazione della Contea del Carmarthenshire: guidare il passaggio alle flotte elettriche nel servizio in condivisione del governo locale.....	14
<b>3. TOOLKIT CONDIVIDI</b> .....	18
3.1 e-Flinkster: integrare l'e-car sharing nel portfolio di mobilità aziendale.....	20
3.2 E:Sharing, la mobilità nuova.....	22
3.3 Car Sharing GuidaMi: promuovere l'e-Car Sharing attraverso il web 2.0.....	24
3.4 Caruso carsharing: facilitare l'e-Car Sharing Peer-to-Peer nelle aree rurali.....	27
3.5 Le scoperte chiave.....	30
<b>4. TOOLKIT CAMBIA</b> .....	33
4.1 Aumentare la visibilità della tua flotta: veicoli brandizzati.....	34
4.2 Raggiungere gli utilizzatori: eventi dimostrativi con i veicoli elettrici.....	36
4.3 Rendere più familiari i veicoli elettrici: training agli automobilisti.....	37
4.4 Conoscere i veicoli elettrici: workshop ed eventi.....	39
4.5 Rendere normale l'uso dei veicoli elettrici: i messaggi prescrittivi.....	41
4.6 Esercitare un ruolo guida: i modelli di ruolo.....	42
4.7 Migliorare il tuo servizio: software di gestione della mobilità.....	43
4.8 Interazione con il cliente: la comunicazione web 2.0.....	45
4.9 Incrementare l'impatto della tua flotta: cooperare con partner importanti.....	47
4.10 Ottenere nuovi clienti: pubbliche relazioni e agenti di commercio.....	49
4.11 Incrementare la notorietà dei veicoli elettrici: materiale promozionale mirato.....	50
4.12 Promuovi il tuo successo: il comunicato stampa.....	52
<b>Il progetto eBRIDGE</b> .....	54
<b>I partner di eBRIDGE</b> .....	55

# 1

## IL TOOLKIT DI eBRIDGE

Se stai considerando la possibilità di utilizzare veicoli elettrici, questo Toolkit fa per te: può cambiare la tua opinione sulla mobilità elettrica.

Il progetto eBRIDGE (potenziare le flotte elettriche nelle città, per viaggi di lavoro e privati) è l'unione di 7 pionieristici pilot che dimostrano che i veicoli elettrici possono contribuire a una mobilità più sostenibile nelle piccole e grandi città europee.

Suo obiettivo è rendere la mobilità più efficiente e meno inquinante attraverso l'innovazione e le nuove tecnologie.

I 7 pilot, conosciuti anche come "Driver of Change", creano azioni volte a migliorare le prestazioni delle flotte d'auto, a testare e a lanciare soluzioni che incrementano la convenienza e la facilità d'uso del car sharing e a far conoscere ai responsabili delle flotte automobilistiche e agli automobilisti la convenienza della mobilità elettrica per il trasporto quotidiano e pendolare.

Il Toolkit ti offre una serie di raccomandazioni basate sulle scoperte chiave fatte nel corso dei pilot di eBRIDGE.

È d'ispirazione e fonte di buone pratiche per chiunque sia interessato alla mobilità elettrica e attivo nel settore dei trasporti e della mobilità, in particolare pubbliche amministrazioni, provider di mobilità, aziende di trasporto pubblico, operatori di car sharing, aziende, associazioni, solo per nominarne alcuni.

### 1.1 Come utilizzare il Toolkit

Il Toolkit è suddiviso in 3 sezioni, PARTI – CONDIVIDI - CAMBIA, in accordo al tipo di flotta e al suo utilizzo, e dà una serie di suggerimenti per le attività adatte al profilo delle flotte.

PARTI offre misure e azioni per aiutare le aziende e le amministrazioni locali che utilizzano auto in condivisione soprattutto per spostamenti di lavoro. Fa per te se sei una pubblica amministrazione, un'azienda o un'organizzazione che vuole iniziare a disporre di una flotta elettrica o a integrare veicoli elettrici nel proprio parco auto in condivisione, per gli spostamenti di lavoro dei dipendenti.

CONDIVIDI aiuta i responsabili delle flotte a trovare metodi per aumentare il rendimento dei veicoli attraverso un utilizzo combinato, che coniuga spostamenti privati e di lavoro. Per incrementare significativamente l'uso delle auto, per esempio, basta offrire ai professionisti delle tariffe interessanti durante le ore lavorative e poi estendere il servizio alle ore del tempo libero. In questa sezione puoi scoprire le possibilità delle flotte elettriche condivise come il car sharing elettrico (e-car sharing) e il car sharing peer-to-peer (P2P e-CS).

CAMBIA offre spunti utili sugli aspetti comportamentali e una selezione di metodi efficaci per superare le resistenze e le percezioni errate delle persone rispetto ai veicoli elettrici.

La sezione fa per te se sei un fleet manager che deve affrontare le titubanze dei clienti, se vuoi avere una flotta elettrica o se già ne dirigi una. I suggerimenti possono aiutare a migliorare l'attitudine della clientela rispetto alle auto elettriche.



## I VANTAGGI DELLA MOBILITÀ E DEI VEICOLI ELETTRICI

### AMMINISTRAZIONI LOCALI

- Miglior qualità della vita nella tua città grazie a emissioni ridotte di gas serra (GHG), minor inquinamento dell'aria e acustico.
- Miglioramento dell'immagine: amministrazione proattiva, votata all'innovazione e alla sostenibilità.
- Competitività rafforzata da un quadro di politiche favorevoli allo sviluppo della mobilità elettrica, che stimola l'economia locale con nuove opportunità di business e attrae investitori e start up.
- Indipendenza energetica dai combustibili fossili, promuovendo la sicurezza energetica e dando inizio a un percorso verso risorse energetiche alternative.

### AZIENDE

- Ridotte spese di mantenimento della flotta dovute a una migliore gestione dei viaggi, alla tracciabilità dei costi e al minor costo del carburante.
- In caso di car sharing, ridotti i costi legati al possesso delle auto.
- Diventare un'azienda di riferimento nell'ambito della Responsabilità Sociale, della sostenibilità e dell'innovazione. Maggior competitività e investimenti che puntano a una potenziale crescita.
- Beneficiare di politiche incentivanti come, per esempio, detrazioni fiscali, incentivi d'acquisto, privilegi d'accesso a zone a traffico limitato e d'utilizzo di parcheggi.
- Miglioramento degli stili di guida e razionalizzazione degli itinerari, poiché chi usa auto elettriche tende a ridurre la velocità e ad adattare il percorso alla carica della batteria.
- Ridotte emissioni di gas serra (GHG), in linea con gli impegni di efficienza energetica e climatica dell'azienda.

### AUTOMOBILISTI (impiegati e clienti di e-car sharing)

- Positiva esperienza di guida: corsa silenziosa, accelerazione dolce.
- Nessun costo d'acquisto e manutenzione in caso di car sharing.
- Accesso alle zone a traffico limitato/a basse emissioni.
- Poche preoccupazioni di parcheggio: spazi dedicati ai veicoli elettrici.
- Lo stile di vita "green" è incentivato e rispetta l'ambiente.

## 1.2 Gli strumenti di eBRIDGE

### PARTI

I veicoli della flotta sono usati solo di giorno, per spostamenti di lavoro e per viaggi aziendali. Alla fine dell'orario lavorativo restano parcheggiati in azienda.

- Sei un'azienda, un'associazione o un'amministrazione locale?
- Vorresti trarre il massimo vantaggio dalla mobilità elettrica?
- Vorresti ridurre l'impatto ambientale dei viaggi aziendali?
- Pensi di rendere elettrica la tua attuale flotta?

**Tavola 1 • Flotte e attività PARTI**

PARTI Flotte elettriche	Obiettivo	Target Group	Azioni
Galician Automotive Cluster (CEAGA - Cluster de Empresas de Automoción de Galicia) CEAGA e car Sharing (Vigo, Spagna)	Testare la convenienza dei veicoli elettrici per gli spostamenti di lavoro delle aziende di CEAGA	Aziende degli attuali stakeholder di CEAGA Stakeholder locali	Sviluppo di una cornice per la cessione dei veicoli e per il controllo del caso di studio Esplorazione del potenziale dei VE per spostamenti di lavoro Agevolazione delle misure per incrementare l'uso dei VE Reporting d'azienda sui veicoli, monitoraggio, interviste agli utilizzatori
Flotta municipale di Lisbona (CML - Câmara Municipal de Lisboa) (Lisbona, Portogallo)	Ottimizzare la configurazione della flotta di auto comunali convenzionali ed elettriche usate in condivisione Testare la convenienza dei nuovi modelli elettrici e combinarli con attività e compiti reali del comune	Impiegati del Comune di Lisbona Business locali Cittadini	Definizione del piano di rinnovamento della flotta Utilizzo del monitoraggio e della convalida Ottimizzazione dell'efficienza energetica della flotta Valutazione dell'impatto ambientale dei VE
Carmarthenshire County Council Fleet (Carmarthen, UK)	Ridurre l'impatto economico (costi/km), ambientale (emissioni CO <sub>2</sub> ) e degli spostamenti dello staff aziendale	Impiegati della Contea del Carmarthenshire Altre Autorità Locali	Monitoraggio della flotta e comparazione dei veicoli diesel ed elettrici comunali usati in condivisione Valutazione degli ostacoli e delle potenzialità per l'espansione delle auto elettriche nelle flotte comunali convenzionali Trasmissione di conoscenze agli stakeholder



## CONDIVIDI

La flotta di veicoli può essere prenotata per viaggi di lavoro e privati. Gli utilizzatori dell'e-car sharing sono sia i dipendenti sia persone comuni. Le aziende e le organizzazioni possono includere l'e-car sharing nel loro portfolio di mobilità e i clienti possono beneficiare della mobilità a richiesta, evitando gli inconvenienti dell'auto di proprietà.

- Sei un fornitore, un operatore di car sharing o un amministratore locale interessato o che gestisce già una flotta di auto elettriche?
- Stai pianificando di inserire l'e-car sharing nel tuo portfolio aziendale di mobilità?
- Stai pianificando il lancio di un piccolo servizio di P2P e-CS?
- Stai valutando di offrire l'e-car sharing ai tuoi clienti?
- Sei un'amministrazione locale interessata a creare un'alleanza multi-stakeholder che promuova la mobilità elettrica nella tua regione?
- Vuoi conoscere il potenziale dell'e-car sharing in città?

**Tavola 2 • Flotte CONDIVIDI e loro attività**

CONDIVIDI Flotte elettriche	Obiettivo	Target Group	Azioni
e-Flinkster (Berlino, Germania)	Analizzare il potenziale dell'e-car sharing per completare l'offerta di mobilità aziendale	Aziende dell'EUREF campus Altre aziende Utilizzatori privati	Modelli di e-car sharing per motivi professionali Valutazione delle potenzialità di cambiare l'atteggiamento degli utilizzatori di e-car sharing Gestione della mobilità aziendale Marketing per l'e-car sharing
Caruso Carsharing (Austria)	Rispondere alla mancanza di concetti e di modelli di business per P2P e le flotte CS	Dipendenti (viaggi di lavoro e privati) Cittadini Altri comuni e organizzazioni	Valutazione di modelli di mobilità multimodale con un focus sull'utilizzo combinato Marketing e campagne informative per stakeholder esterni Monitoraggio dell'utilizzo di misure adattative Indagini fra gli utilizzatori per valutare potenzialità e ostacoli
E:Sharing (Valencia, Spagna)	Ottimizzazione del sistema di E:Sharing	Professionisti Privati	Monitoraggio dei veicoli Ottimizzazione del modello di business dell'E:Sharing Integrazione dell'e-car sharing con il trasporto pubblico
Governo Regionale delle Isole Baleari (CAIB – Comunitat Autònoma de les Illes Balears) (Palma di Maiorca, Spagna)	Creare un appropriato quadro di politiche per promuovere la mobilità elettrica nelle Isole Baleari	Stakeholder locali e regionali	Istituire il Comitato del Car Sharing Elettrico delle Isole Baleari
GuidaMi (Milano, Italia)	Promuovere l'e-car sharing e i veicoli elettrici presso i clienti GuidaMi	Utilizzatori business Privati	Monitoraggio dell'utilizzo della flotta Questionari online per le opinioni degli utilizzatori



## CAMBIA

In questa sezione trovi le operazioni di marketing e promozionali usate nel corso del progetto eBRIDGE. Le attività erano tese a promuovere presso diversi target l'uso delle flotte elettriche e a diffondere a livello locale l'operato dei 7 pilot.

- Sei un fornitore di mobilità, un operatore di car sharing o un'amministrazione locale interessato a potenziali e a esistenti utilizzatori di veicoli elettrici?
- Vuoi aumentare la notorietà e la conoscenza dei veicoli elettrici?
- Vuoi attrarre nuovi clienti business e privati?
- Vuoi aiutare i tuoi clienti o dipendenti a usare in modo più efficiente i veicoli elettrici?
- Vuoi far conoscere a un vasto pubblico le tue attività nell'ambito della mobilità elettrica?

**Tavola 3 • CAMBIA**

Misure CAMBIA	Obiettivi	Target Group	Azioni
e-Flinkster (Berlino, Germania)	Analizzare le potenzialità del car sharing per completare l'offerta business di mobilità	Aziende dell' EUREF campus Altre aziende Utilizzatori privati	Modelli di marketing per l' e-car sharing Consulenze sulla mobilità e marketing per le aziende
Caruso Carsharing (Austria)	Rispondere alla mancanza di modelli e idee di business per le flotte elettriche	Dipendenti (viaggi professionali e privati) Cittadini Altri comuni e organizzazioni	Campagne informative e di marketing per stakeholder esterni e interni
CEAGA e-car Sharing (Vigo, Spagna)	Incoraggiare l' e-car sharing per spostamenti professionali attraverso azioni di marketing	Dipendenti delle aziende del cluster CEAGA Risorse umane e dirigenti delle aziende del cluster	Misure e incentivi per aumentare l'utilizzo delle auto elettriche Indagini presso gli utilizzatori Interviste ai dirigenti
E:Sharing (Valencia, Spagna)	Promuovere l'e-car sharing presso autorità locali, professionisti, utilizzatori privati	Professionisti Utilizzatori privati	Indagini e interviste agli utilizzatori Attività promozionali
GuidaMi (Milano, Italia)	Testare la comunicazione digitale per coinvolgere gli utilizzatori	Professionisti Cittadini	Marketing e campagne per aumentare la notorietà attraverso mezzi di comunicazione digitali e comunicazione 2.0
Flotta del Comune di Lisbona (Lisbona, Portogallo)	Promuovere la mobilità elettrica presso professionisti, cittadini e il Comune	Dipendenti Professionisti Cittadini	Attività di comunicazione che coinvolgono i cittadini e le amministrazioni locali
Flotta dell'Amministrazione della Contea del Carmarthenshire (Carmarthen, UK)	Coinvolgere i dipendenti e altre istituzioni sulla mobilità elettrica	Dipendenti dell'Amministrazione della Contea del Carmarthenshire Altre autorità locali	Promozione dei veicoli elettrici per uso professionale e privato Trasferimento delle conoscenze agli stakeholder

## TOOLKIT PARTI

Le flotte elettriche PARTI sono flotte aziendali e comunali a uso dei dipendenti, per spostamenti di lavoro. I casi di studio di eBRIDGE corrispondenti alle caratteristiche PARTI sono quelli di Vigo, Lisbona e della Contea del Carmarthenshire.

### 2.1 e-Car Sharing CEAGA: aiutare le aziende a conoscere i veicoli elettrici

CEAGA è stata fondata nel 1997 da un piccolo cluster di produttori di accessori a Vigo. Il numero di aziende del cluster è cresciuto sino a 106.

L'e-car Sharing CEAGA è una flotta aziendale composta da 4 veicoli elettrici (Citroën C-Zero e Peugeot iOn) gestiti dai partner del progetto eBRIDGE Fondazione CEAGA e l'azienda tecnologica INOVA (I Nova Consultores en Excelencia e Innovación Estratégica).



Flotta dell'e-car sharing CEAGA. Credit: CEAGA

## ATTIVITÀ DEL PROGETTO

Il pilot di Vigo ha analizzato il potenziale dei veicoli elettrici per spostamenti di lavoro fra le 35 aziende di CEAGA, nelle quali l'82% dei dipendenti non aveva mai guidato un'auto elettrica. Obiettivo generale era superare questo gap, aiutando le aziende a conoscere i benefici e i vantaggi dei veicoli elettrici per gli spostamenti professionali.

Le aziende iscritte al test avevano prenotato le auto con oltre 6 mesi di anticipo, il che dimostra l'elevato interesse per questa nuova tecnologia. Le aziende hanno ricevuto un libretto di istruzioni e il supporto necessario per gestire autonomamente i veicoli.

I veicoli potevano essere prenotati gratuitamente per gli spostamenti professionali. Alla fine dell'orario lavorativo venivano parcheggiati e ricaricati nel parcheggio aziendale. L'utilizzo delle auto era monitorato ogni mese.

I dipendenti erano sottoposti a questionari e interviste, per valutare la loro esperienza di guida e per aiutarli a superare le principali barriere psicologiche.

Insieme alle aziende sono state create azioni ad hoc e incentivi per incrementare l'uso dei veicoli.

È stato analizzato l'impatto delle auto elettriche condivise in termini di risparmio delle emissioni di CO2 ed economico.

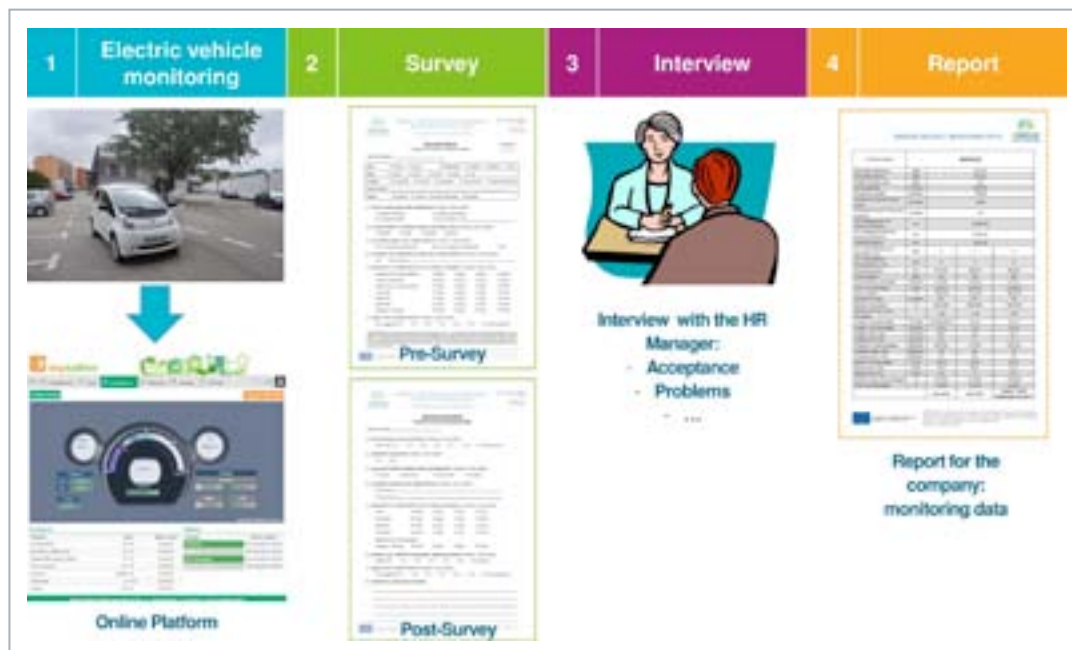
Tutte le informazioni sono state raccolte in un rapporto, poi inviato alle aziende.



I seguenti documenti sono disponibili in Spagnolo e in Inglese e possono essere scaricati da [www.ebridge-project.eu](http://www.ebridge-project.eu):

- Contratto di cessione del veicolo con l'azienda test
- Breve guida all'uso e alla ricarica del veicolo elettrico
- Registrazione delle prenotazioni
- Intervista agli utilizzatori

**Figura 1** • Step per l'avvio del car sharing elettrico aziendale. *Credit: INOVA*



Il pilot ha contribuito a: aumentare la notorietà dei veicoli elettrici fra i dipendenti e gli stakeholder del cluster automobilistico; incrementare il numero di aziende e di dipendenti a loro agio con le auto elettriche; ridurre il chilometraggio per gli spostamenti di lavoro con auto di proprietà; aumentare il numero di aziende che hanno provato i veicoli elettrici.

## RACCOMANDAZIONI

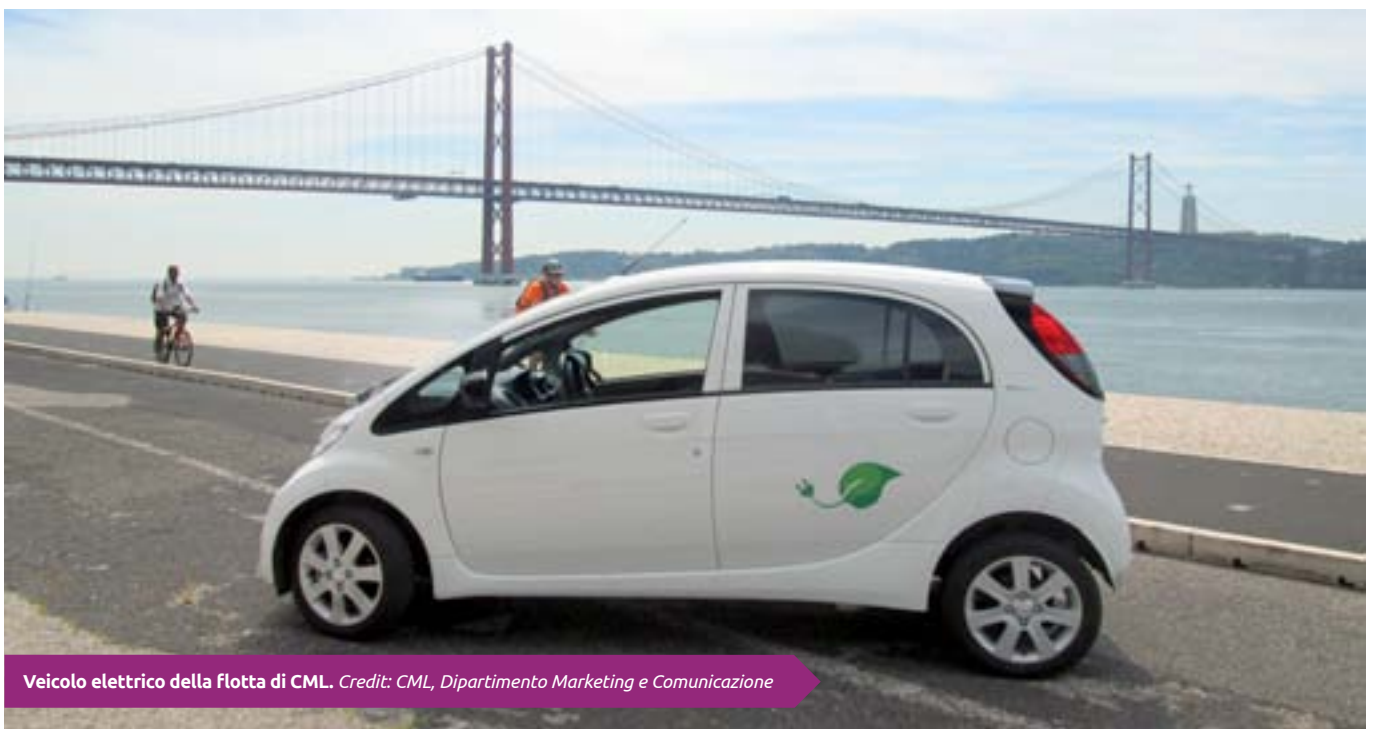
I risultati del pilot di Vigo dimostrano che le aziende che condividono i viaggi di lavoro sono soddisfatte dei veicoli elettrici, hanno benefici economici, poiché risparmiano sui costi e fanno bene all'ambiente, grazie alla riduzione delle emissioni.

Sulla base di questo, le conclusioni di eBRIDGE sono:

- Un'analisi iniziale del numero e tipo di veicoli elettrici, la disponibilità delle stazioni di ricarica e la raccolta dei dati (selezione degli indicatori di controllo e delle piattaforme online) contribuiscono a comprendere le necessità dell'azienda.
- Un'esplicativa "Guida all'utilizzo dei veicoli elettrici", con informazioni tecniche accompagnate da illustrazioni su come far funzionare e ricaricare il veicolo è utile per un primo approccio all'auto elettrica.
- L'ostacolo del lungo tempo di ricarica può essere ridotto dotando le aziende di stazioni di ricarica (includendo la ricarica veloce) e consentendo ai dipendenti di ricaricare il veicolo a casa. Questo significa consentire l'uso privato dell'auto elettrica.
- I veicoli elettrici comportano un risparmio economico del carburante e la riduzione delle emissioni legate agli spostamenti di lavoro, specialmente quando la rete di ricarica è a energia rinnovabile.

## 2.2 Comune di Lisbona : rendere più verde la flotta dell'amministrazione locale

Il Comune di Lisbona vuole essere d'esempio per l'utilizzo della mobilità elettrica e per l'approvvigionamento energetico verde. Per questo si è impegnato a introdurre nella sua flotta almeno il 20% di veicoli elettrici.



Veicolo elettrico della flotta di CML. Credit: CML, Dipartimento Marketing e Comunicazione



La flotta elettrica comunale ha 57 auto elettriche (Peugeot iOn, Renault Fluence, Mitsubishi iMiEV, e Fiat Seicento Elettra) su un totale di 834 veicoli. Le auto elettriche sono usate da circa 200 dipendenti di diverse divisioni del Comune, così come dai dirigenti.

### ATTIVITÀ DEL PROGETTO

CML e Occam, partner locali di eBRIDGE, hanno testato le potenzialità dei veicoli elettrici per lo svolgimento dei servizi municipali e come questo abbia contribuito alla promozione delle auto elettriche all'interno del Comune, facilitandone l'ingresso nel mercato.

Il pilot ha consentito di integrare con successo i veicoli elettrici nella flotta comunale.

Dal 2011 CML ha progressivamente aumentato la quantità dei veicoli elettrici sostituendoli alle auto convenzionali, il cui numero totale è diminuito del 17%.

La strategia del Comune prosegue con una nuova gara per l'acquisto di ulteriori veicoli BEV e PHEV.

Sono state create due flotte dalla diversa configurazione (flotta di veicoli in condivisione confrontata con flotta



I veicoli elettrici si sono dimostrati affidabili ed efficaci per lo svolgimento delle attività dei servizi comunali. Il Comune ha installato 105 nuove prese a fase singola nei diversi dipartimenti, facendo in modo che i momenti di ricarica dei veicoli non interferissero con il loro rendimento.



La stazione di ricarica comunale. Credit: CML, Dipartimento di Marketing e Communication

di veicoli per un solo utilizzatore) per capire quale fosse l'offerta più efficace e dall'impatto più rilevante.

Per le necessità operative del Comune, i veicoli più usati erano quelli in condivisione.

Le attività sviluppate per testare l'adeguatezza dei veicoli e il loro funzionamento hanno consentito di aumentare l'efficienza energetica della flotta e di ridurre le

emissioni di CO<sub>2</sub>.

Il risparmio era dovuto ai minori costi del carburante dei veicoli elettrici, a un miglior stile di guida e alla razionalizzazione dei percorsi fatti dagli automobilisti.

Comportamenti e attitudini sono stati esaminati con sondaggi e interviste ai gestori delle flotte, per capire le opinioni di chi guidava i veicoli elettrici e se questi erano in grado di svolgere le loro attività quotidiane.

Nel corso del pilot i dipendenti si sono sentiti più a loro agio e hanno superato ostacoli tipici come l'ansia da ricarica della batteria.

## RACCOMANDAZIONI

Il pilot di Lisbona dimostra che l'integrazione dei veicoli elettrici nella flotta comunale ha avuto successo e ha contribuito a promuovere questo tipo di mobilità.

Partendo da questa esperienza, le raccomandazioni di eBRIDGE sono:

- Dare l'esempio rende i veicoli elettrici familiari al pubblico ed è d'ispirazione per le istituzioni, affinché introducano le auto elettriche nelle loro flotte di veicoli in condivisione.
- La durata limitata della batteria, particolarmente problematica per i servizi attivi 24 ore su 24, può essere ovviata con l'installazione di punti di ricarica veloce e l'utilizzo di PHEV.
- Si raccomandano lezioni di guida per far abituare le persone a uno stile di guida adatto ai veicoli elettrici. Questo evita che la batteria si scarichi velocemente, i comportamenti aggressivi, fa diminuire la velocità su strada e razionalizzare i percorsi dei viaggi di lavoro.
- Gli eventi sono il modo migliore per trasmettere conoscenze e informazioni, per chiarire i dubbi e per ottenere suggerimenti su come migliorare i servizi.

## 2.3 Amministrazione della Contea del Carmarthenshire: guidare il passaggio alle flotte elettriche nel servizio in condivisione del governo locale

L'Amministrazione della Contea del Carmarthenshire è stata la prima autorità locale a introdurre i veicoli elettrici nel suo sistema di auto in condivisione nel 2011.

Fra le auto in condivisione c'erano 6 BEV (Mitsubishi iMiEV e Peugeot iOn) che sono state molto utilizzate portando benefici all'ambiente e un considerevole risparmio al Comune.

Parcheeggiati in centro, nel Parco Myrddin in Carmarthen, i veicoli sono stati usati dai dipendenti comunali per i loro spostamenti quotidiani e si sono dimostrati utili per qualunque compito.



## ATTIVITÀ DEL PROGETTO

In collaborazione con l'Università di Cardiff, partner del progetto eBRIDGE, il Comune ha lavorato per conseguire 3 obiettivi:

- a. Ottenere informazioni sulle prestazioni dei veicoli elettrici rispetto a quelle delle auto diesel, monitorando la flotta e l'esperienza di guida.
- b. Promuovere l'uso dell'auto in condivisione, specialmente elettrica, presso i dipendenti.
- c. Valutare l'esperienza nel suo complesso e condividere le conoscenze con altre autorità pubbliche.

L'analisi delle prestazioni della flotta ha evidenziato che i veicoli elettrici sono preferiti ai diesel per gli spostamenti brevi, fino a 20 miglia (32 km). In caso di tragitti più lunghi di 60 miglia (96 km) il rapporto si inverte, sebbene la batteria delle auto elettriche li permetta.

Molti dipendenti hanno preferito i veicoli elettrici per gli spostamenti brevi rispetto alle auto diesel. Altri erano riluttanti.

Sondaggi e interviste sono stati usati per identificare i potenziali ostacoli all'uso dell'auto elettrica. I più citati erano: ansietà, inadeguatezza per alcuni compiti (trasporto di bagagli pesanti), elevato prezzo d'acquisto.

Una delle maggiori barriere all'espansione dell'auto elettrica in condivisione era la mancanza di infrastrutture di ricarica nella Regione.

Per abbattere alcuni di questi ostacoli, ad Aprile 2015 è stata inserita nelle auto una cartolina informativa dedicata ai vantaggi di guidare un veicolo elettrico rispetto a uno diesel e alla reale tenuta della batteria.

L'operazione ha attirato l'interesse di altre autorità locali, che puntavano a iniziative simili. Contatti formali e informali sono culminati in un evento tenuto a Novembre 2015 insieme a CarPlus, associazione non profit del Regno Unito, leader nel car sharing e nel trasporto sostenibile.

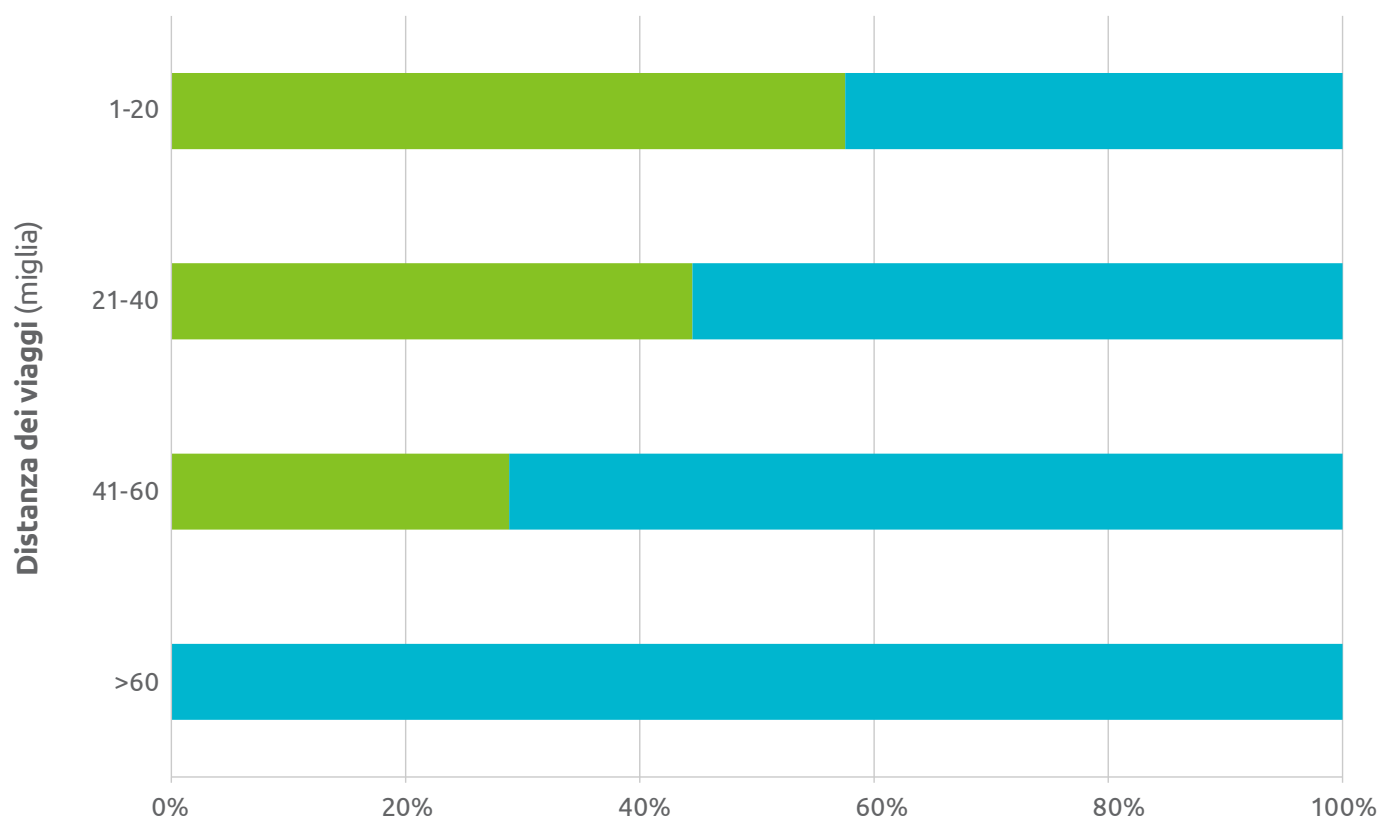


Scopri di più  
sull'evento [qui](#)



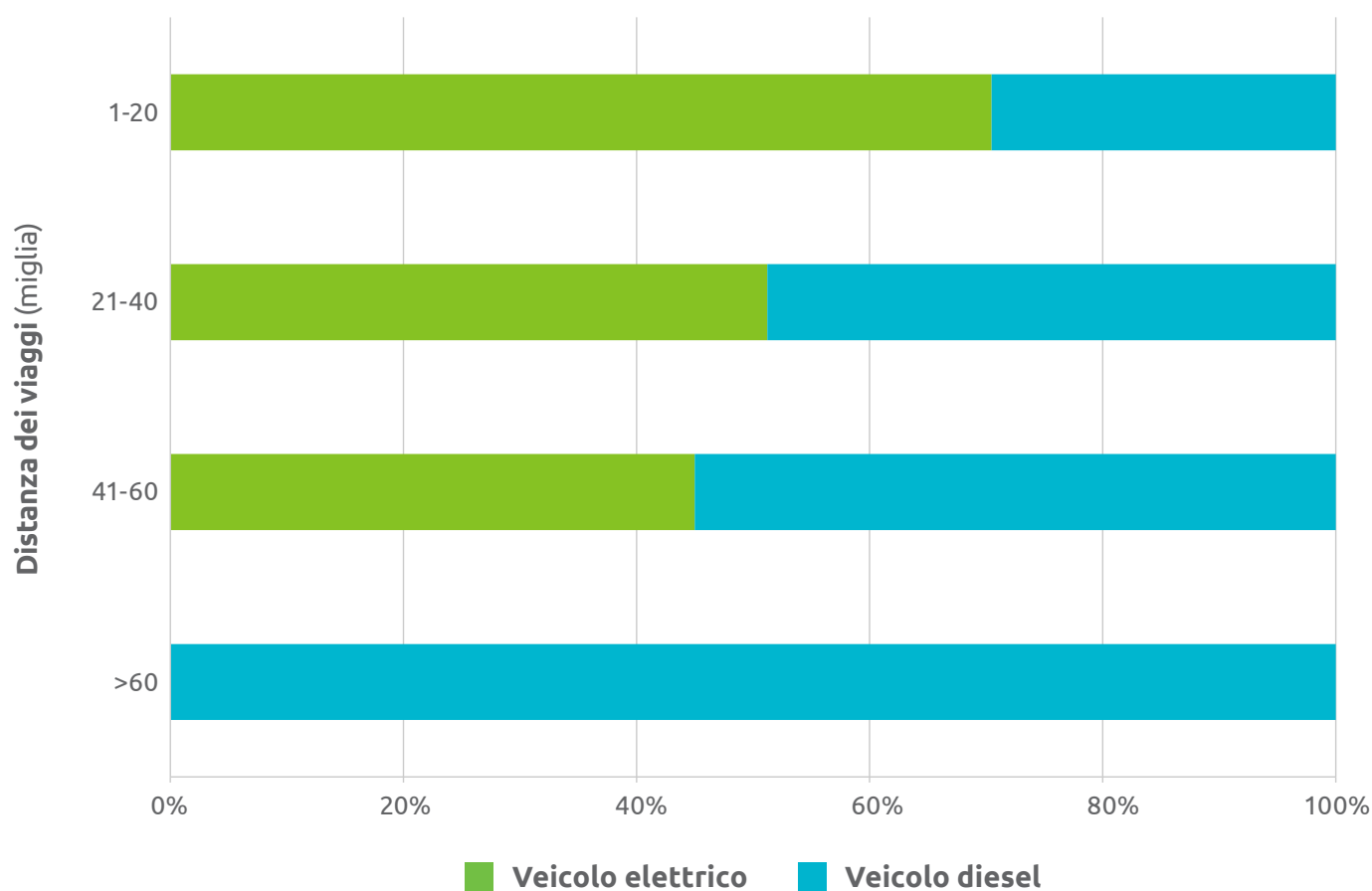
**Figura 2a** • Distribuzione dei viaggi fra tipo di veicolo e distanza (Giugno 2013).

*Credit: Lavoro in proprio basato su dati dell'Amministrazione della Contea del Carmarthenshire*



**Figura 2b** • Distribuzione dei viaggi fra tipo di veicolo e distanza (Giugno 2015).

*Credit: Lavoro in proprio basato su dati dell'Amministrazione della Contea del Carmarthenshire*



## RACCOMANDAZIONI

Il pilot della Contea del Carmarthenshire mostra che l'espansione dell'auto elettrica in condivisione ha portato benefici ambientali ed economici e che questi veicoli sono adatti a una flotta comunale.

Partendo da questo, le raccomandazioni di eBRIDGE sono:

- Introdurre i veicoli elettrici nel sistema comunale di auto in condivisione porta benefici economici (costo del carburante, servizi) e ambientali (emissioni CO<sub>2</sub>).
- Comprendere le necessità e le abitudini di mobilità dei dipendenti, così come le qualità dei veicoli elettrici e delle auto convenzionali è la chiave per pianificare al meglio futuri investimenti nelle stazioni di ricarica e misurare l'impatto economico.
- Lezioni con istruttori professionisti aiutano chi guida per la prima volta un veicolo elettrico.
- Informazioni specifiche per ogni target aiutano a superare ostacoli e false percezioni.
- I progetti EU (ad esempio Clean Fleet) danno informazioni su come ottenere risorse di finanziamento da aggiungere a quelle del governo.

# 3

## TOOLKIT CONDIVIDI

Il Toolkit CONDIVIDI riguarda le flotte elettriche condivise per spostamenti di lavoro e privati, in particolare il car sharing e il P2P e-CS.

I pilot di eBRIDGE di riferimento sono Berlino, Valencia, Milano e alcuni comuni austriaci.

La sezione CONDIVIDI è per gli operatori di car sharing, i Comuni e le aziende che vorrebbero avviare flotte elettriche per qualunque destinazione d'uso.



Mobilità elettrica per tutti. Credit: Caruso Carsharing



## BENEFICI E OPPORTUNITÀ DELL'E-CAR SHARING

### ECONOMICO

- Gestione organizzata e ottimizzata dei viaggi e tracciabilità dei costi .
- Risparmio dei costi fissi (acquisto, tasse, parcheggio, assicurazione).
- Risparmio dei costi di carburante (conto in base ai km o al tempo).
- Accesso libero alle zone a bassa emissione (LEZ) di molte città (congestione, rumore).

### OPERATIVO

- Meno compiti di mantenimento.
- Meno compiti di gestione.
- Esperienza di guida positiva: niente cambio, silenziosità, accelerazione dolce.

### AMBIENTALE

- Zero emissioni di scarico GHG (BEV) e ridotte emissioni (PHEVs/HEVs).
- Miglioramento dell'immagine legata alla sostenibilità.
- Riduzione dei chilometri percorsi, legata al trasporto multimodale.
- Minor tensione legata al parcheggio: spazi dedicati, agevolazioni di parcheggio e maggior accessibilità per le principali aziende.

### SOCIALE

- Dipendenti motivati, meno stressati, più in salute.
- Contributo alla Corporate Social Responsibility.
- Meno auto in strada, più spazio urbano disponibile.



### 3.1 e-Flinkster: integrare l'e-Car Sharing nel portfolio della mobilità aziendale

Flinkster è il car sharing a postazioni fisse offerto da DB FuhrparkService. Il pilot di Berlino si focalizza sulla flotta e-Flinkster, situata presso l' EUREF campus, un conglomerato di 50 aziende e istituti di ricerca, con oltre 2.000 dipendenti. La flotta elettrica presso EUREF ha 6 BEV e 4 PHEV (Citroën C-Zero, Smart e Opel Ampera).



e-Flinkster in uso. Credit: DB Rent GmbH

#### ATTIVITÀ DEL PROGETTO

Nel corso di eBRIDGE i partner locali DB FuhrparkService e choice hanno valutato le potenzialità dell'e-car sharing per spostamenti di tipo privato e a scopo professionale.

Per migliorare il sistema dell'e-car sharing e creare un'offerta interessante per le aziende sono state analizzate le aspettative del pubblico, le abitudini, le richieste dei gestori dei servizi di mobilità. Ne è conseguita una strategia globale di marketing e comunicazione per clienti business. Il continuo monitoraggio dei veicoli ha consentito di consolidare e migliorare la flotta.

Un sondaggio fra i dipendenti dell'EUREF campus che facevano brevi tragitti in città ha messo in luce le condizioni favorevoli all'uso dell'e-car sharing.

Oltre la metà degli automobilisti ha detto di aver guidato un veicolo elettrico

almeno una volta e di esserne rimasto soddisfatto. I principali ostacoli alla mobilità elettrica erano la rete di ricarica, la gamma limitata dei veicoli e il tempo necessario alla ricarica. Molte di queste barriere sono state evitate offrendo ai dipendenti l'accesso all'e-car sharing per motivi di lavoro, misura molto apprezzata. Sulla base dei riscontri avuti nei primi 2 anni del progetto eBRIDGE è stata sviluppata una campagna di marketing e comunicazione, che ha incluso dimostrazioni in loco, modifiche a richiesta e il supporto alla gestione della mobilità. Questo ha consentito di promuovere l'e-car sharing presso le aziende e di offrire consulenze per ottimizzare la pianificazione dei viaggi di lavoro.



A differenza di chi ha e opera con una flotta aziendale di veicoli elettrici, l'uso dell'e-car sharing riduce le barriere percepite dagli utilizzatori, che sono simili a quelle riscontrate dai privati. Le aziende sono state dotate di veicoli elettrici presso una stazione con possibilità di ricarica. Gli operatori hanno acquistato il veicolo e l'hanno reso disponibile all'azienda in ogni momento.



Stazione di e-car sharing presso l'EUREF campus. Fuente: InnoZ GmbH, Kai Abresch

## RACCOMANDAZIONI

I risultati del pilot di Berlino indicano che l'e-car sharing ha il potenziale per le trasferte professionali e per ridurre i costi dei viaggi e il loro impatto sull'ambiente.

A partire da questo, le raccomandazioni di eBRIDGE sono:

- Come parte di un sistema di trasporto multimodale, l'e-car sharing sviluppa il suo pieno potenziale quando è combinato con il trasporto pubblico e con quello "leggero" (camminare, andare in bicicletta.) Può essere incoraggiato mettendo stazioni di e-car sharing vicine ai nodi di trasporto intermodale. Per consolidare il successo dell'offerta di e-car sharing è d'aiuto espandere la rete delle stazioni di ricarica fino alle zone centrali per il lavoro e alle città di

destinazione dei pendolari.

- Gli operatori dovrebbero valutare la “disponibilità a pagare” dei clienti dell’e-car sharing. Se questa disponibilità è marginale, le flotte di car sharing fatte esclusivamente da veicoli elettrici sono stimolate a operare in modo efficiente rispetto alle flotte miste.
- Un operatore dovrebbe diventare partner dell’azienda nel definire e migliorare la pianificazione dei viaggi, operazione che richiede metodo, strumenti e un esperto staff di vendita.
- Offrire l’e-car sharing a scopo professionale fa familiarizzare i dipendenti con i veicoli elettrici e permette il successivo uso a scopo privato.

### 3.2 E:Sharing: la mobilità nuova

E:Sharing a Valencia è la proposta commerciale di car sharing elettrico dell’azienda di Mobilità Sostenibile Urbana (MOVUS - Movilidad Urbana Sostenible). È stata creata per soddisfare le necessità di trasporto delle aziende e dei privati e per andare incontro all’ambiente, poiché può essere usata in combinazione con il trasporto pubblico. Il numero di auto e degli utilizzatori è aumentato molto durante il pilot. La flotta attualmente ha 9 BEV (Think City, Renault Fluence e Peugeot iOn) condivise da circa 62 persone.



L'accesso a E:Sharing. Credit: MOVUS



## ATTIVITÀ DEL PROGETTO

Nel corso di eBRIDGE i partner MOVUS e CAIB hanno promosso la mobilità elettrica a Valencia e nelle Isole Baleari. Il servizio E:Sharing è stato analizzato tramite il monitoraggio dei veicoli e della propensione dei guidatori. Questo ha permesso di migliorare l'offerta e trovare nuovi strumenti per rendere più attraente il servizio. L'esperienza è stata il punto di partenza per sviluppare delle attività nelle Isole Baleari, dove CAIB ha creato un piano integrale di promozione della mobilità elettrica e del car sharing.

Dal benchmarking del mercato generale e di nicchia, MOVUS ha individuato aziende ed enti pubblici quali target rilevanti per promuovere l'e-car sharing. Ha posto la maggior parte della flotta E:Sharing all'ingresso dell'Ospedale Virgen di los Lirios in Alcoy. Utilizzatori regolari sono i dipendenti del Dipartimento di Urbanistica di Valencia.

I dipendenti dell'Unità di cura a domicilio hanno ritenuto E:Sharing una buona soluzione per i loro spostamenti di lavoro. Dopo aver familiarizzato con i veicoli elettrici dal punto di vista della guida e della ricarica, hanno pianificato i loro tragitti in modo più efficiente e il numero di visite mediche fatte con questi veicoli è aumentato.



L'Ospedale Virgen di los Lirios è la prima istituzione medica in Spagna a usare la flotta elettrica per offrire servizi di cura a domicilio.



Veicoli elettrici della flotta E:Sharing. Credit: MOVUS

Sul fronte istituzionale, CAIB ha sviluppato una strategia per promuovere la mobilità elettrica e il car sharing. Parte della strategia è stata cooperare con il Valencian Institute of Business Competitiveness (IVACE - Institut Valencià de Competitivitat Empresarial) per stabilire una cornice entro cui creare e coordinare la Commissione del Car Sharing Elettrico delle Isole Baleari.

La Commissione ha riunito rilevanti stakeholders e offerto una piattaforma comune per la discussione e la promozione della mobilità elettrica nella regione. Ulteriori sviluppi includeranno la partecipazione dei Comuni di altre città, una volta che approveranno l'introduzione di una tessera identificativa per i veicoli elettrici chiamata MELIB (Electric Mobility of the Balearic Islands - Mobilitat Elèctrica a les Illes Balears).

## RACCOMANDAZIONI

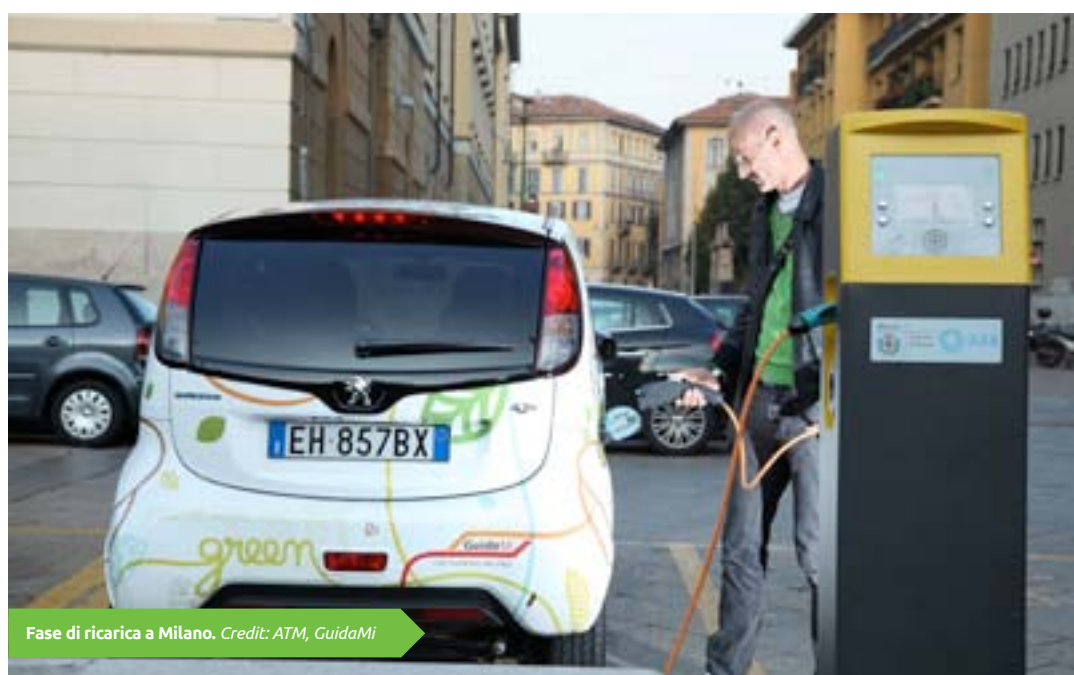
I risultati del pilot eBRIDGE di Valencia – Palma indicano un alto potenziale del car sharing elettrico presso clienti business, con ridotti costi di viaggio e un miglioramento dell'immagine dell'organizzazione.

Sulla base di questo, le raccomandazioni di eBRIDGE sono:

- Poiché il car sharing e l'e-car sharing sono servizi relativamente nuovi, è fondamentale un'intensa promozione per far conoscere ai potenziali clienti i benefici della mobilità elettrica e dell'uso dei veicoli elettrici.
- Le barriere nei confronti dei veicoli elettrici possono essere abbattute dal loro regolare utilizzo. Questo significa, per esempio, che la conoscenza degli automobilisti riguardo i veicoli elettrici aumenta, essendo loro in grado di scegliere le auto secondo le necessità di spostamento e di includere la ricarica, quando necessaria, nella pianificazione del percorso.
- Gli operatori dovrebbero essere in grado di adattarsi alle necessità e aspettative dei clienti, cambiando strategie di mercato se necessario, introducendo nuovi prodotti e cercando attivamente servizi per nicchie di mercato.
- Gli operatori di mercati competitivi dovrebbero offrire servizi di alto profilo, per fidelizzare i clienti.

### 3.3 Car sharing GuidaMi: promuovere l'e-Car Sharing attraverso la comunicazione Web 2.0

GuidaMi è l'offerta di car sharing a postazioni fisse dell'azienda di trasporto pubblico di Milano (ATM Azienda Trasporti Milanese). La rapida evoluzione del mercato del car sharing nel capoluogo lombardo e la fortissima competizione hanno causato una riduzione della flotta elettrica di GuidaMi. Attualmente ci sono 4 BEV e 5 PHEV (Citroën C-Zero e Toyota Prius) situate nella zona a traffico limitato "Area C" nel centro della città, dove l'accesso con l'auto è possibile solo pagando un ticket di ingresso oppure tramite veicoli elettrici.



Fase di ricarica a Milano. Credit: ATM, GuidaMi

## ATTIVITÀ DEL PROGETTO

I partner locali di eBRIDGE Fondazione Legambiente Innovazione (FLI) e ATM hanno visto che usare le tecnologie digitali in modo ludico attrae l'attenzione dei clienti e migliora la loro conoscenza e l'utilizzo dei veicoli elettrici.

Inoltre hanno evidenziato gli ostacoli al car sharing elettrico e contribuito a trovare nuove strategie per migliorare l'offerta di e-car sharing di GuidaMi, sulla base dei riscontri degli utilizzatori.

Hanno poi aumentato le attività di marketing e promozionali.

Per capire necessità e aspettative dei clienti è stato fatto un primo questionario interattivo con un gruppo test di riferimento. In questo modo sono stati ricevuti in tempo reale suggerimenti per migliorare l'offerta del car sharing.

Un secondo questionario su un target più allargato è stato formulato insieme a IKEA. Oltre a questo, sono state fatte varie attività promozionali: i clienti IKEA avevano la possibilità di guidare un'auto elettrica GuidaMi situata presso il negozio.

I dipendenti e possessori della tessera IKEA Family avevano diritto al 50% di sconto sull'abbonamento annuale a GuidaMi.

In più, coloro che decidevano di iscriversi in qualità di guidatori di auto elettrica ricevevano in omaggio il primo utilizzo del veicolo. Una promozione sui social media ha fatto la sua parte, invitando i clienti IKEA a postare foto che li rappresentavano dietro il cartonato di un veicolo elettrico esposto in negozio. In palio, per chi avrebbe postato più foto mostrando di essere arrivato all'IKEA con un'auto elettrica GuidaMi, biglietti gratuiti per visitare EXPO Milano 2015.



Strumenti di comunicazione digitale e interattiva come i social network che usano la geolocalizzazione (Foursquare) sono molto utili a registrare in tempo reale le esperienze dei clienti.



Auto elettrica presso il negozio IKEA di Corsico, Milano. Credit: ATM, GuidaMi

Alla fine, invitato da ATM, il Comune di Milano ha preso parte a un test per capire se i veicoli elettrici rispondevano alle quotidiane esigenze di spostamento. Questi hanno rappresentato una nuova opportunità nel quadro di una strategia volta a

completare la flotta esistente di veicoli standard. Dopo un'iniziale titubanza rispetto all'affidabilità dei veicoli elettrici, i dipendenti hanno trovato aspetti positivi: motore silenzioso, facilità d'uso del sistema di ricarica, capacità di trasportare piccoli carichi e design piacevole.



Auto elettrica presso gli uffici del Comune di Milano (Via Bernina). Credit: ATM, GuidaMi

## RACCOMANDAZIONI

Il progetto di Milano usa un approccio partecipativo per far collaborare gli utilizzatori allo sviluppo e al miglioramento del sistema di e-car sharing.

Su questa base, le raccomandazioni di eBRIDGE sono:

- L'uso quotidiano di un'auto elettrica fa diventare l'operazione di ricarica più facile e meno stressante.
- Strumenti digitali via smartphone e i giochi aiutano a monitorare l'esperienza d'uso dei clienti.
- Tenere in considerazione caratteristiche innovative quali (a) un navigatore che indichi la situazione della batteria sino all'arrivo a destinazione (b) una app che dia consigli su come usare e ricaricare un'auto elettrica, (c) un servizio di assistenza telefonica per i guidatori (d) una app che mostri lo stile di guida e le emissioni CO<sub>2</sub>.
- La facilità d'uso e la disponibilità delle stazioni di ricarica sono fondamentali per introdurre i veicoli elettrici nel mercato.



### 3.4 Caruso Carsharing: facilitare il car sharing Peer-to-Peer e il Car Sharing nelle zone rurali

Il trasporto pubblico non è sempre disponibile nelle aree rurali scarsamente popolate e l'utilizzo dell'auto è spesso obbligato. Il pilot austriaco sviluppa una soluzione flessibile di trasporto all'interno di piccole città e villaggi: l'incremento del P2P e-CS.



e-CS è il processo per cui possessori d'auto noleggiano ad altri i loro veicoli per brevi periodi di tempo. Il processo è strettamente collegato all'offerta di car sharing, ma sostituisce la tipica flotta con una "virtuale", fatta da auto di privati.

#### ATTIVITÀ DEL PROGETTO

Nel corso del progetto eBRIDGE sono state avviate 29 esperienze di P2P e-CS con 38 BEV, normalmente promosse dal Comune o dall'organizzazione che acquistava i veicoli elettrici. Le auto erano condivise fra i dipendenti comunali, i cittadini e chiunque voleva aderire all'iniziativa.

Fra i partecipanti vi erano comuni e aziende come: Gaubtisch, Krumbach, Baden, Auersthal, Waidhofen/Thaya, Thüringerberg, Zwettl, Bad Aussee, Gröbming, Weißenbach, Eferding, Korneuburg, Ernstbrunn, Langenegg, Lienz, Sarleinsbach, Amstetten, Hard, St. Leonhard, St. Veit an der Glan, Thal (Sulzberg), Werfenweng e Bad Zell.



Veicolo elettrico austriaco a Waidhofen/Thaya. Credit: Zukunftsraum ThayaLand

Le persone che volevano avviare il car sharing nel loro Comune hanno affrontato varie questioni relative ad aspetti legali, finanziari e organizzativi. Il partner del progetto eBRIDGE Caruso Carsharing è stato sostenuto da stakeholder locali. Oltre alla consulenza e al know-how, Caruso Carsharing ha offerto i componenti tecnologici (unità di bordo, sistema di prenotazione), ha portato a termine la cornice contrattuale e promosso l'esperienza del car sharing presso il pubblico e i Comuni, aspirando a uno standard per i sistemi P2P e-CS. In più ha realizzato attività di monitoraggio dei veicoli, indagini, video e interviste agli utilizzatori insieme al partner di eBRIDGE Austrian Mobility Research (Forschungsgesellschaft Mobilität - FGM AMOR).



Il sito [Caruso Carsharing](#) dà tutte le informazioni per dare inizio a un'operazione di e-car sharing in Austria.



Ricaricare un'auto elettrica. Credit: illwerke vkw, Marcel Hagen

Una storia di successo è l'auto elettrica del sistema di car sharing di Baden (Bea), inaugurato nel 2014 dall'amministrazione comunale in collaborazione con il negozio di commercio equo e solidale. Bea è usato per spostamenti di lavoro e privati da 28 cittadini e 4 partner commerciali. Per i cittadini sostituisce la seconda auto e per le aziende significa guidare un veicolo elettrico funzionale. I riscontri registrati nel corso del progetto eBRIDGE sono stati molto positivi: 3 persone hanno venduto la loro prima auto e 2 famiglie sono in procinto di farlo.



Veicoli elettrici Baden ricevono il benvenuto dagli utilizzatori. Credit: Comune di Baden

## RACCOMANDAZIONI

Il pilot austriaco mostra che il P2P e-CS è il sistema per spostarsi fra i piccoli comuni delle aree rurali.

Su questa base, le raccomandazioni di eBRIDGE sono:

- Il segreto del successo del P2P e-CS è il contatto a tu per tu: il miglior modo di coinvolgere e fidelizzare le persone.
- Importante è il coinvolgimento di una persona motivata, che aiuti gli utilizzatori della comunità locale, segua la promozione del servizio e faccia da contatto.
- Per migliorare l'esperienza d'uso è necessaria la moderna tecnologia del car sharing. Poiché è abbastanza costosa, la responsabilità finanziaria del sistema dovrebbe essere presa in carico dal Comune o da un Ente.
- Per garantire la fidelizzazione e un utilizzo efficiente dell'auto, è efficace richiedere una tessera fedeltà associata a delle tariffe di utilizzo piuttosto basse.
- Poiché le persone delle piccole comunità si conoscono bene l'una con l'altra, un sistema di car sharing fa condividere un comune senso di responsabilità. Piccoli compiti come la pulizia possono essere svolti dalle persone stesse, facilitando la gestione del sistema.





## LE SCOPERTE CHIAVE

### IN SINTESI

- Le auto elettriche sono adatte a spostamenti urbani e interurbani di media lunghezza, sia per uso privato sia professionale.
- Il car sharing elettrico fa accedere in modo facile e poco costoso a una nuova tecnologia, senza che si debba acquistare un'auto.
- Il car sharing elettrico può essere facilmente integrato a un piano di mobilità multimodale, aggiungendo flessibilità e tecnologia all'avanguardia all'offerta di mobilità urbana.

### LE ORGANIZZAZIONI DOVREBBERO PRENDERE IN CONSIDERAZIONE L'E-CAR SHARING SE...

- L'azienda o l'amministrazione sono situati in un'area con altre offerte di e-car sharing
- Il bisogno di muoversi per ragioni professionali nasce spesso in maniera spontanea.
- Il servizio aziendale di auto in condivisione è sottodimensionato, usurato o datato.
- L'azienda ha problemi a offrire parcheggio.
- Il chilometraggio inquinante è elevato.
- Gli spostamenti di lavoro sono prevalentemente sotto i 100 km.
- Il chilometraggio annuale medio per veicolo è basso.
- I dipendenti viaggiano spesso combinando varie modalità di trasporto.
- I dipendenti sono interessati alle nuove tecnologie e hanno un atteggiamento positivo verso i veicoli elettrici.



## LE SCOPERTE CHIAVE

**SE L'E-CAR SHARING  
NON È UNA  
SCELTA E LA TUA  
ORGANIZZAZIONE  
OPERA CON UNA  
VETTURA AZIENDALE  
O COMUNALE IN  
CONDIVISIONE, TI  
RACCOMANDIAMO DI...**

- Sostituire o completare la flotta con offerte di e-car sharing.
- Fare un'approfondita analisi della flotta per capire la situazione e le richieste.
- Capire le abitudini di viaggio dei dipendenti e le loro necessità di spostamento.
- Conoscere le caratteristiche specifiche dei modelli di auto elettriche disponibili per confrontarli con i servizi richiesti e le esigenze.
- Monitorare le prestazioni della flotta e fare cambiamenti, se necessario.
- Fare indagini sugli utilizzatori per capire le attitudini dei dipendenti rispetto alla nuova tecnologia: quali sono le barriere alla mobilità elettrica? Quali i fattori incentivanti? Quali altri aspetti occorre considerare?
- Considerare gli incentivi locali all'adozione dei veicoli elettrici e i benefici in termini di risparmio così come i privilegi di accesso e per il parcheggio.
- Offrire informazioni sui vantaggi dei veicoli elettrici e training per far familiarizzare i dipendenti con il loro utilizzo.
- Pianificare interventi mirati per alleviare le preoccupazioni degli utilizzatori come l'ansia da batteria scarica e altri ostacoli.
- Installare punti di ricarica di proprietà in posti strategici, per alleviare l'ansia e ottimizzare le prestazioni della flotta elettrica.
- Permettere ai dipendenti di usare l'auto elettrica a scopo privato: ricarica a casa, uso più efficiente della flotta.
- Cooperare con altre autorità locali e soggetti interessati per condividere le conoscenze e le buone pratiche.



## LE SCOPERTE CHIAVE

### GLI OPERATORI DI CAR SHARING DOVREBBERO CONSIDERARE DI...

- Analizzare la “disponibilità a pagare” dei potenziali clienti del car sharing elettrico. Se la disponibilità a pagare qualcosa in più è marginale, difficilmente si può operare con una flotta completamente elettrica invece che convenzionale.
- Partendo dal fatto che il “fattore elettrico” non è decisivo per i clienti, è comunque interessante aggiungere un certo numero di auto elettriche alla flotta esistente per incrementare l’offerta ed essere più competitivi.
- L’e-car sharing è un prodotto complesso da vendere. Offrire servizi di consulenza per la gestione della mobilità e invitare a diventare partner dell’azienda per sviluppare una concreta pianificazione dei viaggi.

### I DECISORI POSSONO FARE LA DIFFERENZA...

- Considerando incentivi come privilegi per il parcheggio e per la guida dei veicoli elettrici.
- Considerando incentivi finanziari per incoraggiare la vendita di auto elettriche fra possessori di flotte e privati.
- Cooperando con i fornitori di energia locali per sviluppare una rete di ricarica adatta e sostenere la standardizzazione delle stazioni di ricarica.
- Promuovendo l’uso e l’espansione delle energie rinnovabili per assicurare energia pulita alla mobilità elettrica.
- Formando una coalizione multi-stakeholder per promuovere la mobilità elettrica.

## TOOLKIT CAMBIA

IL Toolkit CAMBIA include attività di comunicazione e promozione derivanti dai progetti pilota, rivolte a target business e privato e con lo scopo di promuovere un cambiamento di comportamento rispetto all'adozione dei veicoli elettrici.

Queste misure si sono rivelate utili per superare le principali false percezioni e per sopperire alla mancanza di conoscenza dei veicoli elettrici.

Raccomandazioni generali per la creazione e il potenziamento di attività promozionali:

- Comprendere a fondo le caratteristiche del luogo così come delle necessità di mobilità, abitudini, pratiche e preoccupazioni dei target (attraverso indagini, interviste, visite sul sito, workshop).
- Sviluppare una strategia globale a lungo termine, con una visione comune dell'integrazione della mobilità elettrica all'interno del sistema di mobilità di tutti gli stakeholders.
- Creare operazioni per ogni target specifico.
- Entrare in contatto con persone strategicamente rilevanti o con opinion leader, utili a moltiplicare l'attenzione.
- Cooperare con organizzazioni che lavorano in settori correlati, es. car sharing, bici elettriche, trasporto pubblico, per ampliare il raggio d'azione della promozione.
- Fare il passaparola attraverso attività locali di promozione come gli eventi o le fiere correlate alla mobilità sostenibile.
- Considerare l'uso di tecnologie digitali per monitorare i riscontri del pubblico sull'esperienza di guida e il grado di soddisfazione, per approntare eventuali modifiche.
- Usare la comunicazione 2.0 e piattaforme collaborative per coinvolgere i gruppi target, incrementare l'accettazione e la partecipazione.
- Utilizzare gli strumenti della psicologia sociale come i messaggi prescrittivi per motivare i gruppi target affinché adottino i comportamenti desiderati.
- Formare personale di contatto che lavori con l'organizzazione e dia consigli comprensibili e diretti, quando necessario. Questo è particolarmente importante in caso di schemi P2P e-CS.



Marketing e comunicazione sono stati creati sulla base di quanto rilevato da precedenti sondaggi e interviste sulle barriere percepite rispetto all'uso dei veicoli elettrici, alla soddisfazione degli utilizzatori, alle prestazioni complessive dei veicoli, ecc... Per ulteriori informazioni consultare gli strumenti BASE e CONDIVIDI delle sezioni precedenti.

- Essere consapevoli dell'importanza del contatto diretto per un migliore coinvolgimento del cliente e per incrementare la sua familiarità con la nuova tecnologia.
- Fare costanti attività di comunicazione, poiché occorre tempo per superare l'iniziale resistenza del pubblico.
- Puntare a un servizio di elevata qualità e quindi a clienti soddisfatti: i più potenti veicoli promozionali.

## 4.1 Aumentare la visibilità della tua flotta: veicoli brandizzati

### DI CHE COSA SI TRATTA?

Poiché le auto sono sempre visibili in spazi pubblici, sono esse stesse veicoli pubblicitari.

Le aziende di car sharing usano questo metodo per facilitare l'identificazione delle auto e aumentare la notorietà del servizio.

I veicoli possono essere brandizzati in vari modi, sia che appartengano a una flotta o al carpooling comunale. È un modo utile, facile e poco costoso di fare pubblicità. Un logo può catturare l'attenzione in un attimo e iniziare a comunicare qualcosa sulle caratteristiche dell'auto, sull'esperienza di guida e altro.

### CHE COSA PUOI OTTENERE?

- Incrementare la notorietà della mobilità elettrica.
- Incoraggiare automobilisti e aziende a una mobilità innovativa e sostenibile.
- Creando un brand per la mobilità elettrica, i suoi utilizzatori sono visti come dei pionieri.
- Far capire che i veicoli elettrici danno diritto a benefici come l'accesso ad aree a circolazione limitata e privilegi di parcheggio.

### TI RACCOMANDIAMO DI...

- Rendere visibili e attraenti i tuoi veicoli elettrici negli spazi pubblici: quando sono parcheggiati o guidati, diventano l'ideale strumento promozionale per acquisire notorietà e nuovi potenziali clienti.
- Creare il marchio insieme a un gruppo di futuri utilizzatori del veicolo, per promuovere l'identificazione del cliente e dell'utilizzatore con la flotta elettrica.
- Scegliere le dimensioni e i colori del tuo marchio in linea con il design del veicolo.
- Scegliere con cura dove mettere il marchio – preferibilmente nelle fiancate o sul retro del veicolo.
- Far mettere il tuo marchio su altri mezzi di trasporto (bus, tram) in caso di collaborazione con l'azienda locale di trasporto pubblico.

Il sistema di car sharing GuidaMi, a Milano, fornito dall'azienda di trasporto pubblico ATM ha personalizzato i veicoli di car sharing con la stessa pubblicità usata sui mezzi pubblici. Questa soluzione è molto utile se la flotta elettrica è integrata nel sistema di trasporto pubblico locale.





Veicolo dell'e-car sharing GuidaMi e tram. Credit: ATM, GuidaMi



Veicolo austriaco con il marchio "Gaubitscher Stromgleiter". Credit: Municipality of Gaubitsch

Nel pilot austriaco i comuni erano i finanziatori delle iniziative di e-car sharing. Per coinvolgere il pubblico e creare un senso di appartenenza, i membri del gruppo di e-car sharing hanno contribuito a creare il marchio del veicolo. Le auto del sistema di car sharing erano contraddistinte da un nome (es. Stromgleiter, e-Go, Flugs) creato dagli stessi utilizzatori. Il design del marchio e altri materiali di comunicazione, invece, sono stati creati da un art director locale.

## 4.2 Raggiungere gli utilizzatori: eventi dimostrativi con i veicoli elettrici

### DI CHE COSA SI TRATTA?

Gli eventi dimostrativi sono occasioni perfette per far familiarizzare con la tecnologia della mobilità elettrica. I veicoli possono essere provati, così come i loro benefici e potenzialità. Le dimostrazioni permettono alle persone interessate di farsi un'idea delle auto, informarsi e provare a guidare.

In genere destano molto interesse e coinvolgono persone alla loro prima esperienza di guida di un veicolo elettrico.

Puoi declinare la tua dimostrazione in accordo al target: gestori di flotte, dipendenti, autorità pubbliche, stakeholder rilevanti, pubblico generico.

### CHE COSA PUOI OTTENERE?

- Sessioni informative e pratiche sui veicoli elettrici.
- Illustrare la piacevolezza della guida nella vita reale, ad esempio la silenziosità del veicolo e l'assenza di emissioni.
- Aiutare a superare fraintendimenti e mancanza di informazioni.
- Coinvolgere le persone con la mobilità elettrica, poiché i partecipanti generalmente gradiscono l'esperienza di guida.

### TI RACCOMANDIAMO DI...

- Includere test di guida laddove possibile in eventi, per raggiungere un vasto pubblico.
- Accompagnare questo intervento con altre attività promozionali, ad esempio volantaggio, comunicati stampa sull'evento.
- Ripetere periodicamente le dimostrazioni come parte di una strategia globale per promuovere la mobilità elettrica.

### GLI ESEMPI eBRIDGE

L'EUREF campus a Berlino è un agglomerato di business e ricerca con oltre 50 organizzazioni e 2000 dipendenti. Presso la piattaforma di mobilità elettrica, DB FuhrparkService mostra vari modelli di veicoli elettrici, fra cui auto elettriche e biciclette a pedalata assistita.

Questo è parte di un laboratorio dimostrativo, visitato frequentemente da aziende e delegazioni nazionali. Durante eventi specifici, per esempio la Conferenza eBRIDGE Urban eMobility 2020 organizzata a Ottobre 2014, i partecipanti ebbero l'opportunità di provare le auto elettriche nel campus.

Per promuovere lo schema E:Sharing a Valencia e nell'area circostante, MOVUS ha organizzato dimostrazioni sui veicoli elettrici in occasione di vari eventi sulla mobilità sostenibile, come durante la Settimana Europea della Mobilità in oltre 10 città. Questo ha permesso alle persone interessate di provare i veicoli il giorno stesso. Auto elettriche, inoltre, sono state offerte in diverse occasioni ai sindaci, ai dirigenti e a esponenti politici.





Test di guida alla conferenza di Berlino. Credit: choice GmbH, Benjamin Häger



Test di guida all'Ospedale Virgen di los Lirios in Alcoy. Credit: MOVUS

### 4.3 Rendere più familiari i veicoli elettrici: training agli automobilisti

#### DI CHE COSA SI TRATTA?

Le esercitazioni sono state fondamentali per correggere e mitigare le preoccupazioni dei dipendenti e di tutti coloro che hanno guidato per la prima volta i veicoli elettrici.

Informazioni sulle speciali caratteristiche del veicolo e su come guidarlo hanno aiutato gli automobilisti ad acquisire familiarità con la tecnologia dei veicoli elettrici, (accensione, informazioni sullo schermo dell'auto, cambio automatico, processo di ricarica.) In più, essere istruiti sulle auto elettriche (guida ecologica, uso dell'aria condizionata, del riscaldamento e di altri servizi ausiliari) contribuisce a migliorare lo stile di guida, a ottimizzare le prestazioni generali dell'auto, a fare viaggi più lunghi con una sola ricarica.

Il training può essere svolto da istruttori professionisti o da dipendenti esperti (es. gestori di flotte). Così eventuali preoccupazioni, fraintendimenti e domande possono trovare risposta. In sostituzione del rapporto diretto, è utile dotare gli automobilisti di istruzioni scritte.

### CHE COSA PUOI OTTENERE?

- Alleviare le preoccupazioni e migliorare la propensione verso una tecnologia sconosciuta in un ambiente protetto.
- Assicurare che le auto siano usate in modo consono, ad esempio ricaricate adeguatamente, guidate in modo efficiente, affinché le loro prestazioni siano ottimizzate in relazione alla lunghezza degli spostamenti.
- Contenere i costi grazie all'incremento della conoscenza sul mantenimento e il funzionamento dei veicoli elettrici.

### TI RACCOMANDIAMO DI...

- Organizzare training che permettano la partecipazione di molti automobilisti.
- Pianificare training che permettano di spiegare dettagliatamente la tecnologia dei veicoli elettrici e di rispondere a tutte le domande.
- Dotare gli automobilisti di una guida all'utilizzo, nel caso non siano possibili training in loco.
- Dare istruzioni semplici, evitando termini difficili e includendo foto esplicative.

### GLI ESEMPI eBRIDGE

I dipendenti delle aziende di CEAGA, a Vigo, al momento della prenotazione del veicolo hanno ricevuto insieme alle chiavi dell'auto una guida all'utilizzo e alla ricarica del veicolo. I dirigenti delle risorse umane incaricati di occuparsi della flotta, (prenotazioni dei veicoli, restituzione, etc...) sono stati istruiti su come usare le auto in modo adeguato ed essere d'aiuto ai guidatori.

Nella Contea del Carmarthenshire i dipendenti hanno frequentato un programma di formazione che li ha abilitati a guidare i veicoli elettrici. Questo requisito di sicurezza richiesto dall'Amministrazione della Contea ha permesso loro di acquisire familiarità con le auto grazie a un istruttore.

I guidatori di CML hanno fatto esercitazioni sulle tecniche di guida e sugli aspetti generali dei veicoli elettrici. Hanno ricevuto informazioni dai gestori della flotta. In Austria sono stati dati consigli per una guida efficiente, ad esempio guidare a una velocità più bassa fa razionalizzare i consumi degli apparecchi elettrici (stereo, navigatore GPS) e dei sistemi di aria condizionata.

**Figura 3 • Breve guida all'utilizzo per i guidatori di Vigo. Credit: CEAGA; INOVA**

**EBRIDGE: "EMPOWERING E-FLEETS FOR BUSINESS AND PRIVATE PURPOSES IN CITIES"**  
WP3 Demonstration (Vigo Pilot)


**INOVA**  
CEAGA **ES2**  
Fundación Cluster de Empresas de Administración de Gestión

**EBRIDGE: "EMPOWERING E-FLEETS FOR BUSINESS AND PRIVATE PURPOSES IN CITIES"**  
WP3 Demonstration (Vigo Pilot)


**INOVA**  
CEAGA **ES2**  
Fundación Cluster de Empresas de Administración de Gestión

**1. Instructions for the use of electric vehicles: Ignite**

The ignition of the Citroen C-Zero and Peugeot iOn is very quiet and fully automatic so the user must follow the instructions exactly.



The gear lever is placed in position "P"




To turn on, hold the key turned in the ignition until the end for 2 seconds, you will hear a sound and an indicator light will "READY". The vehicle is on.

**2. Instructions for the use of electric vehicles: Automatic changing gear**

Citroën C-Zero and Peugeot iOn are fully automatic, both the gearshift and in its operation.

The shift lever has 4 positions:

- "P": Parking position. Used to park the vehicle. If you want to remove the ignition key, it is only possible in that position.
- "R": Position to get the vehicle moving backwards.
- "N": Coasting of the vehicle.
- "D": Position to get the vehicle moving it forward.



To start, depress the foot brake and release the parking brake. Far shift lever position "P" to "D" and go releasing the foot brake progressively, causing their movement was ahead.

## 4.4 Imparare la mobilità elettrica: workshop ed eventi informativi

### DI CHE COSA SI TRATTA?

I workshop sono utili per rispondere direttamente ai tuoi target, siano automobilisti o manager flotte, offrire informazioni specifiche e favorire discussioni fra esperti. Possono far parte di eventi locali o essere organizzati insieme ad altri partner in concomitanza del lancio di una flotta elettrica, dell'inizio di un progetto locale, ma anche per superare potenziali difficoltà.

Per superare eventuali ostacoli è utile organizzare i workshop in loco. Operazioni di questo tipo permettono lo scambio di esperienze e di dare risposta a precise preoccupazioni. Inoltre facilitano il rapporto con il pubblico e permettono di ascoltare le sue opinioni.

### CHE COSA PUOI OTTENERE?

- Tarare la promozione della mobilità elettrica in base al target.
- Riaffermare i comportamenti e le motivazioni degli utilizzatori di veicoli elettrici grazie allo scambio di conoscenze e alla condivisione di esperienze positive.
- Dare risposte alle preoccupazioni e alle false percezioni tramite una comunicazione a tu per tu.
- Dimostrare una forte presenza locale ed essere d'aiuto con consigli e indicazioni, quando richiesti.

- Dare valore aggiunto al lavoro e sviluppare la confidenza rispetto alla tecnologia dei veicoli elettrici.

### TI RACCOMANDIAMO DI...

- Organizzare il workshop insieme a stakeholder, per avere potenzialmente più partecipanti.
- Promuovere il workshop tramite vari canali (notiziario aziendale, mailing)
- Offrire i workshop in momenti diversi, per consentire la partecipazione di molte persone.
- Modulare il tema della discussione o del workshop secondo gli interessi dei vari target.
- Coinvolgere esperti esterni, in modo da offrire informazioni oggettive e una visione pratica del tema.
- Coinvolgere utilizzatori entusiasti, che raccontino le loro personali esperienze di guida.
- Creare un'atmosfera positiva e inclusiva in cui ognuno possa condividere le proprie idee.
- Trascrivere gli elementi più importanti in un rapporto del workshop, per promuovere l'evento fra i non presenti.
- Partecipare a workshop di altri enti per entrare in contatto con nuovi attori del settore e allargare la rete di conoscenze.

### GLI ESEMPI eBRIDGE

Nel pilot austriaco i contatti personali sono stati molto importanti, viste le piccole dimensioni dei siti dove hanno avuto luogo le dimostrazioni.

I workshop possono aiutare a stabilire forti relazioni locali, specialmente se organizzati insieme a partner con una loro rete di contatti.

Il pilot austriaco dimostra l'utilità dei workshop per comunicare con il pubblico, avere la sua opinione e comprenderne il comportamento. Attraverso lo scambio di esperienze, i partecipanti hanno acquisito la familiarità necessaria a superare ogni ostacolo. Persone motivate e soddisfatte sono il miglior modo di promuovere l'e-car sharing.

L'Università di Cardiff e l'Amministrazione della Contea del Carmarthenshire hanno organizzato un workshop insieme a Carplus, ONG del Regno Unito leader nel car sharing e trasporto sostenibile. All'evento hanno partecipato le autorità locali del Galles e dell'Inghilterra Sud Occidentale, così come operatori privati di car sharing. Durante il workshop i dirigenti hanno condiviso con il pubblico le loro esperienze e buone pratiche.

I principali contributi sono raccolti in un meeting report disponibile [qui](#).





Tavola rotonda a un workshop austriaco. Credit: NÖ Energie- und Umweltagentur



Presentazione a un workshop di Carmarthen County Council. Credit: Cardiff University, Dimitrios Xenias

## 4.5 Rendere normale l'uso dei veicoli elettrici: messaggi prescrittivi

### DI CHE COSA SI TRATTA?

Il messaggio prescrittivo è una tecnica di psicologia sociale in cui i membri e i comportamenti di un gruppo ricevono riscontri sulle prestazioni di un gruppo di confronto, per esempio il rendimento di un gruppo di padroni di casa in termini

di riciclaggio. Allo stesso modo puoi incoraggiare il tuo target a migliorare le sue prestazioni. Puoi anche incentivare il comportamento desiderato con gare, giochi motivazionali (ad esempio invitare a riciclare di più). Puoi comunicare questa operazione tramite workshop, e-mail, etc...

### CHE COSA PUOI OTTENERE?

- Migliorare le prestazioni del tuo target rispetto al comportamento desiderato, per esempio incrementare l'utilizzo dei veicoli elettrici.
- Aumentare la notorietà del comportamento desiderato presso persone meno coinvolte e interessate.
- Esercitare effetti indiretti sui target correlati, attraverso un approccio giocoso.

### TI RACCOMANDIAMO DI...

- Ideare le iniziative prescrittive con l'aiuto di professionisti.
- Presentare le iniziative in occasione di azioni rilevanti, per esempio al momento del noleggio di un'auto al banco o tramite prenotazione online.
- Comunicare i risultati in una modalità che tenga conto del profilo del target.

### L'ESEMPIO eBRIDGE

I dipendenti dell'Amministrazione della Contea del Carmarthenshire ricevevano un aggiornamento tramite e-mail riguardo il rendimento della loro flotta elettrica rispetto a quello di analoghi casi di studio del progetto eBRIDGE. La guida di un veicolo elettrico paragonata a quella di auto analoghe diventa la norma piuttosto che l'eccezione. Questo ha incrementato l'uso dei veicoli elettrici e l'idea che fosse normale usarli per spostamenti professionali.

Cartoncino informativo con messaggi prescrittivi utilizzato nella Contea.  
Credit: Cardiff University, Dimitrios Xenias



## 4.6 Esercitare un ruolo guida: i modelli di ruolo

### DI CHE COSA SI TRATTA?

Alti dirigenti o direttori dei dipartimenti comunali che guidano auto elettriche diventano un modello di riferimento per i dipendenti e per i cittadini. Rappresentano l'adesione ufficiale a una mobilità sostenibile e innovativa.

### CHE COSA PUOI OTTENERE?

- Sviluppare la confidenza nei veicoli elettrici come alternativa alle auto alimentate in modo convenzionale.

- I leader fungono da moltiplicatori per motivare il pubblico a provare un veicolo elettrico.

### TI RACCOMANDIAMO DI...

- Usare queste misure specialmente in fase di avviamento del tuo progetto.
- Coinvolgere persone conosciute o opinion leader in eventi e attività promozionali.
- Promuovere l'operazione tramite comunicati stampa, social media o e-newsletter.

### L'ESEMPIO eBRIDGE

CML sta promuovendo l'uso dei veicoli elettrici fra i suoi dipendenti e i cittadini di Lisbona. Il sindaco e vari Direttori di dipartimento usano ogni giorno le vetture elettriche ufficiali, mostrando il loro supporto alla mobilità elettrica e contribuendo ad incrementare l'abitudine ai veicoli elettrici.



Il Sindaco della città di Lisbona mentre usa un veicolo elettrico. Credit: CML, Dipartimento di Marketing e Comunicazione

## 4.7 Migliorare il tuo servizio: software di gestione della mobilità

### DI CHE COSA SI TRATTA?

Pianificare i viaggi aiuta a migliorare gli spostamenti di lavoro.

Gli Enti beneficiano di un'ampia offerta di servizi, fra i quali l'e-car sharing, adattati alle loro necessità e vincoli di spesa.

Le linee guida della mobilità business su misura danno consigli utili.

A questo scopo sono utili tecnologie come il software di gestione della mobilità,



che registra le abitudini di spostamento degli impiegati e dà una panoramica della mobilità aziendale.

Grazie a un'applicazione smartphone, per esempio, i dipendenti possono partecipare a un trial che traccia automaticamente i loro spostamenti quotidiani.

Questi strumenti aiutano gli operatori di mobilità a migliorare la loro offerta e i servizi di consulenza. Consentono di creare linee guida omnicomprensive sulla mobilità, basate sulla pianificazione della mobilità, le abitudini dei dipendenti, i limiti del budget aziendale e fattori contestuali come le politiche locali di mobilità.

### CHE COSA PUOI OTTENERE?

- Aiutare le aziende a sostituire o arricchire le loro flotte con offerte di car sharing.
- Introdurre l'e-car sharing come parte integrante dei servizi di mobilità aziendale.
- Ottenere vantaggi competitivi rispetto ad altri operatori di mobilità.

### TI RACCOMANDIAMO DI...

- Assicurarti della solidità metodologica del software.
- Sviluppare strumenti di gestione della mobilità di elevata qualità, che rendano le aziende in grado di analizzare i parametri correnti della mobilità business (comportamento degli impiegati, costi, flussi di gestione del lavoro), mostrare le potenzialità e aiutare a migliorare i piani business di mobilità.
- Far fare al tuo staff di vendita un training.

### L'ESEMPIO eBRIDGE

La modularità basata sulle richieste dei clienti è fondamentale per creare l'e-car sharing aziendale. La sfida maggiore è convincere le aziende a sostituire le loro flotte o a introdurre offerte di e-car sharing.

Basandosi sulle favorevoli condizioni dell'EUREF campus, che ospita aziende per lo più orientate a una mobilità intelligente, choice e DB FuhrparkService hanno sviluppato un'operazione di modulazione della mobilità aziendale globale, partendo dal comportamento dei dipendenti.

Hanno usato il "DB Rent Tracks", una app per smartphone simile a "InnoZ tracker", creato al di fuori del progetto eBRIDGE.

Questo strumento permette di regolare la richiesta, primo passo per sviluppare linee guida per gestire la mobilità su misura.

Lo staff di vendita di DB FuhrparkService è stato formato per includere lo strumento nei servizi di consulenza alle aziende.

Così DB FuhrparkService offre non solo i prodotti di servizi di mobilità Flinkster, e-Flinkster, Call a Bike (bike sharing), autisti e servizi di leasing auto, ma anche servizi di gestione integrale della mobilità che aiutano a determinare il miglior portfolio per le aziende.





## 4.8 Interagire con le persone: la comunicazione web 2.0

### DI CHE COSA SI TRATTA?

I social media e le tecnologie digitali sono strumenti potenti per coinvolgere i tuoi target. Con l'aiuto di strumenti di geolocalizzazione, piattaforme collaborative, l'integrazione dei social media e l'attenzione a essere sempre disponibili tramite dispositivi mobili, siti responsive o applicazioni dedicate, il pubblico può facilmente interagire con chi offre i servizi, condividere le proprie esperienze, dare suggerimenti ed esprimere precise preoccupazioni e necessità.

Siti dedicati ai differenti target (utilizzatori privati, clienti business e utilizzatori potenziali) offrono a ogni target informazioni specifiche.

I clienti privati hanno bisogno di accedere a strumenti di prenotazione tramite dispositivi mobili, mappe delle stazioni di ricarica e informazioni riguardo le flotte e le tariffe.

I clienti business, invece, richiedono strumenti di gestione professionale e il contatto diretto con uno staff di esperti che risponda a richieste collegate all'utilizzo e alla gestione dell'offerta.

Speciali campagne e micro siti dedicati ai potenziali clienti offrono loro tutte le informazioni sulle offerte e li invitano con incentivi a un primo utilizzo.

È fondamentale essere attivi e disponibili su vari social media, per restare in contatto con gli clienti attuali e rivolgersi a persone potenzialmente interessate. Uno staff esperto che segua social media come Facebook o Twitter può offrire un servizio di assistenza in tempo reale, dare informazioni e dirimere controversie in caso di lamentele o di problemi.

I clienti possono sentirsi coinvolti fra di loro, fare commenti, condividere le esperienze e allargare la loro rete di conoscenze.

Le piattaforme collaborative sono utili a coinvolgere le persone interessate a dare forma a nuovi servizi modulati sulle loro necessità.

Gli operatori della mobilità condivisa stanno usando strumenti di partecipazione basati su mappe, per valutare la richiesta di stazioni di car sharing e bike sharing o per estendere le rispettive aree di servizio.

### CHE COSA PUOI OTTENERE?

- Comunicazione personalizzata per i tuoi target.
- Riscontri degli utilizzatori e interazione personalizzata con i tuoi target.
- Attivare, invitare il pubblico a condividere le proprie esperienze in tempo reale
- Diffondere le informazioni.
- Dare informazioni a misura del target.

### TI RACCOMANDIAMO DI...

- Offrire ai vari target siti dedicati:
  - Potenziali utilizzatori: una sezione dedicata o mini siti durante il periodo di campagna, per attrarre e informare potenziali nuovi clienti.
  - Clienti esistenti: sito e applicazioni mobile che includano strumenti di prenotazione e utilizzo (es: mappa delle stazioni di ricarica).

- Aziende e amministrazioni locali: siti o sezioni dedicate che includano informazioni accurate sulla mobilità business, flotte aziendali, ecc. opportunità di contatto diretto per entrare in contatto con venditori o uno staff di consulenti.
- Usare siti responsive o applicazioni, per offrire informazioni e servizi su dispositivi mobili.
- Offrire una connessione diretta ai tuoi profili social tramite plug in sul sito.
- Considerare l'opportunità di coinvolgere gli utilizzatori attraverso piattaforme collaborative, per migliorare il tuo servizio.

## GLI ESEMPI eBRIDGE

A Milano Fondazione Legambiente Innovazione e ATM hanno sviluppato una campagna digitale dall'approccio ludico, per invitare i clienti del car sharing GuidaMi a utilizzare i veicoli elettrici e a indicarne le criticità.

Grazie ai social media e a una app per smartphone, i clienti GuidaMI potevano condividere la loro esperienza in tempo reale, così come dare suggerimenti per migliorare il servizio. I risultati sono stati utili per fornire un servizio di e-car sharing GuidaMi su misura, in accordo alle aspettative e alle necessità dei clienti.

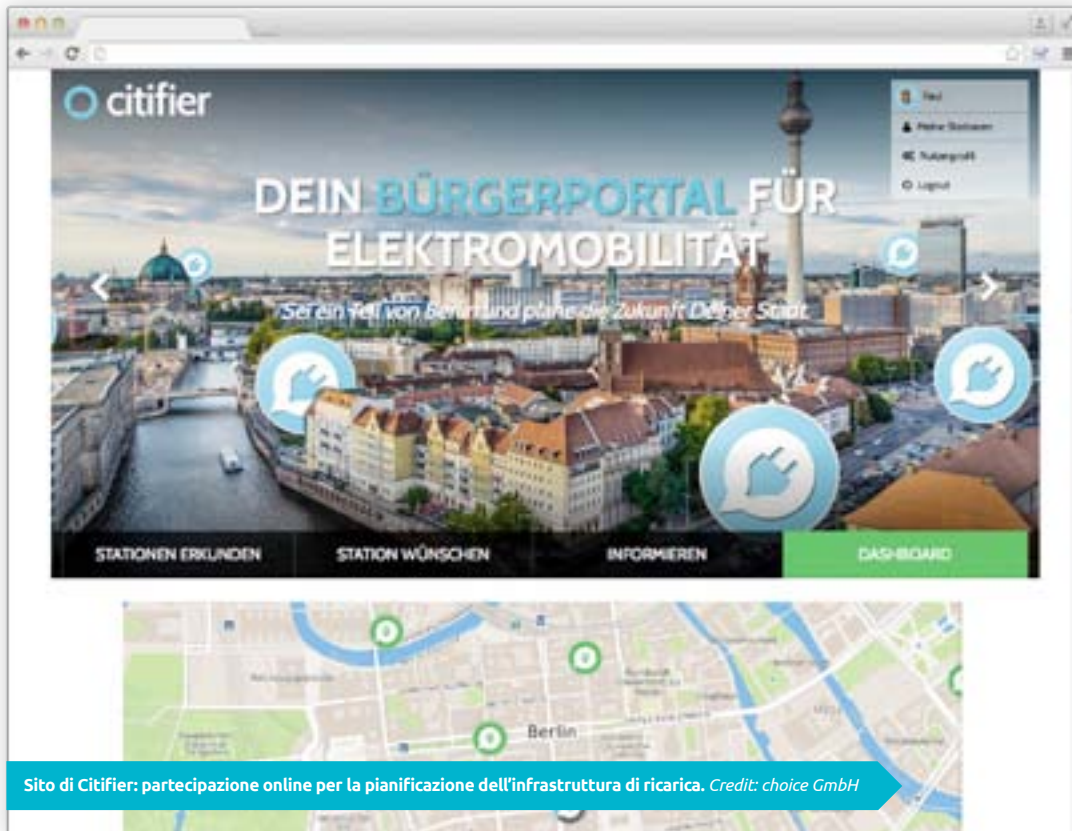
L'uso di strumenti digitali e del gioco sono stati utili a fidelizzare i clienti e a migliorare il servizio. A questo scopo è servita anche una app di geolocalizzazione.

DB Rent (la filiale vendite del Gruppo DB Fuhrpark) ha rilanciato il sito dedicato ai clienti business, basandosi sulle scoperte fatte con il progetto eBRIDGE.

Ha scelto un approccio olistico alle vendite, mostrando in modo integrato i prodotti, i servizi generali e di gestione della mobilità.



Choice collabora con la città di Berlino alla creazione e alla prova di uno strumento di geolocalizzazione che coinvolge il pubblico, per definire le postazioni delle stazioni di ricarica. Questo approccio centrato sui consumatori va a beneficio degli operatori di car sharing.



## 4.9 Aumentare l'impatto della tua flotta: cooperare con partner importanti

### DI CHE COSA SI TRATTA?

Cooperare con partner strategici consente di incrementare la notorietà dei benefici e dei vantaggi della mobilità elettrica.

Aziende famose, istituzioni e organizzazioni non governative (ONG) che operano in ambiti collegati alla mobilità elettrica sono partner chiave, così come le persone con una significativa rete di contatti, che svolgono il ruolo di ambasciatori della mobilità nuova.

Per le piccole flotte in aree rurali, dove il contatto personale ha grande valore, è molto importante cooperare con vari opinion leader. Politici, esperti, associazioni locali che si occupano di energia o dell'ambiente, etc. possono sostenere efficacemente le iniziative e aiutare a creare una rete promozionale, workshop ed eventi informativi.

Cooperare con partner dagli obiettivi simili, come i progetti Europei, è utile per allargare la rete di contatti e creare una base su cui sviluppare nuove attività.

### CHE COSA PUOI OTTENERE?

- Diffondere la mobilità elettrica grazie a partner famosi.

- Dare più rilevanza alla tua flotta grazie a partner credibili, veri e propri moltiplicatori di notorietà.
- Costruire la fiducia nella mobilità elettrica e promuoverne l'utilizzo.

### TI RACCOMANDIAMO DI...

- Sfruttare i canali di marketing dei partner per promuovere la mobilità elettrica presso i tuoi target.
- Co-organizzare eventi promozionali che beneficino delle conoscenze e del network dei tuoi partner.

### GLI ESEMPI eBRIDGE

Da Gennaio a Giugno 2015 ATM ha collaborato con IKEA per promuovere l'uso dei veicoli elettrici che fanno parte del sistema di car sharing GuidaMi.

La partnership prevedeva che i possessori della card IKEA FAMILY avessero sconti per iscriversi a GuidaMi e gli iscritti beneficiassero così di un viaggio gratuito.

I negozi locali avevano messo dei poster per promuovere l'iniziativa ed evidenziare i benefici della mobilità elettrica per l'ambiente.

Alcuni parcheggi erano stati assegnati ai veicoli elettrici e dotati di prese di ricarica.

I clienti venivano incoraggiati a postare foto sui social network, relative a quando facevano acquisti con il car sharing elettrico.

I profili social più attivi venivano premiati.

IKEA ha poi fatto un'indagine presso i propri clienti, per capire il loro grado di conoscenza dei veicoli elettrici e la loro esperienza di guida.



La collaborazione di ATM e GuidaMi con IKEA. Credit: ATM, GuidaMi



CML sta promuovendo la propria flotta elettrica e il lavoro sviluppato nel progetto eBRIDGE. Collaborando con progetti cofinanziati dall'Unione Europea come "Pro-E-Bike" e "Freight Electric Vehicles in Urban Europe" (FREVIEW) tramite workshop comuni, offre ai partecipanti la possibilità di condividere le esperienze e le conoscenze sui veicoli elettrici.

La campagna di mobilità elettrica di Lisbona.  
Credit: Municipal Transport and Parking Operator (EMEL)



## 4.10 Ottenere nuovi clienti: Pubbliche relazioni & Agenti commerciali

### DI CHE COSA SI TRATTA?

Le pubbliche relazioni professionali (PR) e gli agenti di vendita sono comuni fra gli operatori di car sharing. Promuovere e vendere l'offerta fa parte della loro attività commerciale, ma può essere utile anche per flotte più piccole e per attrarre nuovi clienti. Queste persone distribuiscono materiale promozionale ai canali di comunicazione e sono responsabili per la costruzione e la gestione delle relazioni con i vari target e con i partner professionali.

### CHE COSA PUOI OTTENERE?

- Avere un punto di contatto centralizzato per i mezzi di comunicazione e per le richieste dei clienti.
- Promuovere la mobilità sostenibile.
- Mettere in luce l'impegno aziendale nelle attività di comunicazione.

### TI RACCOMANDIAMO DI...

- Scegliere con attenzione i tuoi target e stabilire un contatto diretto.
- Concentrare il tuo messaggio su una visione comune e sugli specifici vantaggi della mobilità elettrica.

- Informarti sugli eventi previsti a breve su argomenti simili, durante i quali organizzare test di guida.
- Essere tenace, poiché occorre tempo prima che le persone superino gli ostacoli alla guida.

### L'ESEMPIO eBRIDGE

Il PR e agente di vendita E:Sharing a Valencia è il responsabile di tutto il servizio di promozione. Poiché la notorietà della mobilità elettrica è generalmente bassa, è fondamentale la promozione attraverso contatti personali, i media e ulteriori canali di comunicazione per promuovere i benefici della mobilità elettrica e dell'e-car sharing fra il pubblico e potenziali clienti. Il contatto diretto con Enti pubblici come le università, i Comuni e le aziende private agevola l'organizzazione di dimostrazioni e di workshop e contribuisce ad accrescere la notorietà del car sharing elettrico.



Il responsabile PR di MOVUS a Valencia. Credit: MOVUS

## 4.11 Aumentare la notorietà dei veicoli elettrici: materiale promozionale mirato

### DI CHE COSA SI TRATTA?

Brochure, poster, flyer o cartoline informative possono essere usati per offrire informazioni generali sulla mobilità elettrica e il car sharing, e specifiche sull'utilizzo dei veicoli elettrici, inclusi consigli per superare direttamente determinate preoccupazioni e false percezioni.

I video con testimonial sono utili ad attrarre nuovi clienti.

I guidatori di auto elettriche raccontano le loro esperienze, esprimono le loro opinioni e danno consigli utili a superare i più comuni ostacoli all'utilizzo dei veicoli elettrici, alleviando così le paure e le preoccupazioni dei nuovi clienti.

I materiali promozionali possono essere distribuiti in occasione di eventi o tramite canali online.

## CHE COSA PUOI OTTENERE?

- Dare iniziali informazioni per poi completare il messaggio in occasione di incontri a tu per tu.
- Promuovere il tuo progetto.
- Invitare a informarsi sulla mobilità sostenibile.
- Incoraggiare e motivare i nuovi clienti.

## TI RACCOMANDIAMO DI...

- Adattare le informazioni ai vari target.
- Dare informazioni complete, ma di facile comprensione.
- Far creare un'identità grafica unica e attraente, che accomuni tutti i materiali promozionali.
- Fare una comunicazione integrata per promuovere la mobilità sostenibile.
- Includere affermazioni di clienti entusiasti o di opinion leader che diano rilevanza al messaggio.

## GLI ESEMPI eBRIDGE

L'Università di Cardiff ha condotto indagini e interviste sull'esperienza di guida presso i dipendenti dell'Amministrazione della Contea del Carmarthenshire, che hanno identificato una gamma di ansie come prima barriera all'utilizzo dei veicoli elettrici. Per alleviare le preoccupazioni sono state inserite in tutte le auto della flotta due cartoline che illustravano le qualità dei veicoli elettrici come i bassi costi di mantenimento, la non necessità di rifornimento alle stazioni di servizio (difficoltà specifica per i guidatori di auto diesel, costretti a rivolgersi solo a specifiche stazioni), i benefici ambientali e le risposte a preoccupazioni e a convinzioni errate.

Gli utilizzatori austriaci intervistati hanno dato riscontri utili sulle loro esperienze di guida. Queste testimonianze sono state registrate in video e divulgate attraverso i canali locali. L'iniziativa è stata diffusa anche sui giornali locali e su altri mezzi di comunicazione.



Dai un'occhiata sia alla pagina web di eBRIDGE con i video sia ai siti dei partner contenenti notizie.

www.carusocarsharing.com

**CARSHARING IN DER GEMEINDE,  
CARSHARING FÜR ALLE !**

**GEHEN SIE EINEN SCHRITT IN RICHTUNG  
ENERGIEAUTONOMIE UND MACHEN SIE AUS  
IHREM GEMEINDEAUTO EIN BÜRGERAUTO.**

Info und Beratung  
Petra Schneider  
+43 699 12 37 33 27  
info@carusocarsharing.com

Folder informativo per i Comuni austriaci. Credit: Caruso Carsharing

## 4.12 Promuovi il tuo successo: il comunicato stampa

### DI CHE COSA SI TRATTA?

Il comunicato stampa è un testo che dà informazioni, in modo breve e coinvolgente, sui progressi del tuo progetto, i risultati, gli eventi o le azioni successive. Può essere diffuso ai media e ai vari target tramite diversi canali (stampa quotidiana, TV, radio, siti, liste di email.) Si rivolge a un pubblico generico ed è utile per coinvolgere persone potenzialmente interessate alla mobilità elettrica.

### CHE COSA PUOI OTTENERE?

- Informare il pubblico del tuo progetto e dei benefici della mobilità elettrica.
- Ottenere l'attenzione di stakeholder interessati.

### TI RACCOMANDIAMO DI...

- Utilizzare vari canali di comunicazione, per raggiungere target differenti.
- Accompagnare il messaggio con immagini esplicative.
- Inviare il comunicato stampa ai media e ai canali locali di notizie o alle aziende che redigono pubblicazioni specialistiche, dirette a target specifici.
- Riportare le testimonianze delle persone soddisfatte dell'esperienza di guida.



## L'ESEMPIO eBRIDGE

CEAGA ha utilizzato vari canali per promuovere il progetto eBRIDGE e per far conoscere bene le attività del pilot di Vigo agli stakeholder locali. Comunicati stampa e articoli informativi sono stati pubblicati sui rispettivi siti, nel magazine del cluster automobilistico "INFOCLUSTER" e sono stati distribuiti a testate giornalistiche regionali come La Voz de Vigo.

Actualizado: 16:13 h. miércoles, 7 de agosto de 2013.  
 Edición en Castellano

Portada • Galicia • Vigo • O Morrazo • O Val Miñor • Redondele • A Louriza • O Bazo Miño • O Condado • A Parada • Cella • Deporte vigués

Temas • Desplazamento por Vigo • Partido Judicial de Vigo • Presentación • Resultados Administrativos • Diversidad de Vigo • Preferencias

VIGO

### Empresas de Vigo testan la eficiencia del coche eléctrico

Ciudades de seis países participan hasta el 2016 en un proyecto de la UE, que quiere demostrar las fortalezas de esta flota en zonas urbanas

SOLEDAD ANTÓN  
 vigo / la voz 27 de agosto de 2013 65.00

★★★★★ 2 votos

El coche eléctrico no termina de arrancar. Los especialistas insisten en que tiene mucho futuro, pero hasta la fecha el presente es bien pobre. El dato de las ventas resulta más que elocuente. En los seis primeros meses del año apenas se han vendido en España 360 unidades de ocho marcas, entre ellas el Citroën C-Zero.

Ceaga, el clúster gallego de la automoción, ha decidido predicar con el ejemplo y participar, junto a trece empresas e instituciones de seis países de la Unión Europea, en el proyecto eBridge (Empowering e-fleets for Business and Private Purposes in Cities), que se prolongará en el tiempo hasta marzo del 2016.

El objetivo es demostrar que los planes de flota eficientes pueden contribuir a introducir los vehículos eléctricos en las zonas urbanas y mejorar las condiciones del sector de la movilidad eléctrica. En definitiva, lo que harán será testar el coche y comprobar en el día a día sus fortalezas y debilidades.

La fundación Ceaga está integrada por un total de 90 empresas además del centro tecnológico CTAG, lo que la

de una decena- por parte de las firmas de la organización

Un comunicado de Ceaga será testado el próximo mes de agosto de 2014

Screenshot di un comunicato stampa pubblicato su La Voz de Vigo. Credit: La Voz de Galicia

## IL PROGETTO eBRIDGE

eBRIDGE è un progetto cofinanziato dall'Unione Europea, che promuove le flotte elettriche per contribuire a rendere le città europee più vivibili, vitali e competitive.

Partendo dall'introduzione dei veicoli elettrici nelle flotte automobilistiche, eBRIDGE si concentra su sette città pilota, le cosiddette "Drivers of Change", che hanno testato soluzioni innovative per rendere la mobilità elettrica parte principale del loro sistema di trasporto.

Nel corso del progetto sono state avviate azioni per migliorare l'operatività delle flotte elettriche, per testare e lanciare soluzioni che aumentassero la convenienza e la facilità d'uso delle offerte di car sharing e per incrementare la notorietà e l'attrattiva della mobilità elettrica per il trasporto urbano e pendolare.

Le sperimentazioni con le flotte elettriche sono state fatte in Germania, Austria, Italia, Portogallo, Spagna e nel Regno Unito, con l'obiettivo di diventare reali vettori di cambiamento all'interno e all'esterno delle loro comunità.



## I PARTNER DI eBRIDGE

Il team di eBRIDGE è costituito da esperti tecnici, accademici, associazioni, pubbliche amministrazioni, addetti alla mobilità e al trasporto pubblico e operatori di car sharing.



[www.choice.de](http://www.choice.de)



[www.dbfuhrpark.de](http://www.dbfuhrpark.de)



[www.mobilitaetsinstitut.at](http://www.mobilitaetsinstitut.at)



[www.fgm.at](http://www.fgm.at)



[www.legambiente.it](http://www.legambiente.it)



[www.atm.it](http://www.atm.it)



[www.caib.es](http://www.caib.es)



[www.movus.es](http://www.movus.es)



[www.ceaga.com](http://www.ceaga.com)



[www.inovaportal.com](http://www.inovaportal.com)



[www.cm-lisboa.pt](http://www.cm-lisboa.pt)



[www.occam.pt](http://www.occam.pt)



[www.cardiff.ac.uk](http://www.cardiff.ac.uk)



Co-finanziato dal Programma Intelligent Energy Europe dell'Unione Europea

La sola responsabilità del contenuto di questa pubblicazione è degli autori e non riflette necessariamente l'opinione dell'Unione Europea. Né EASME né la Commissione Europea sono responsabili delle informazioni qui contenute e del loro utilizzo.

[ebridge-project.eu](http://ebridge-project.eu)

Seguici su

