

La mobilità sostenibile come leva strategica in impresa

Integrare la sostenibilità nei modelli aziendali delle aree maggiormente urbanizzate.

Il contesto in cui viviamo è ormai da tempo segnato dalla necessità di dare nuove risposte alla crisi climatica e di **ridurre l'impatto ambientale** delle attività antropiche, questo è il motivo principale per cui il tema della mobilità sostenibile sta assumendo sempre più centralità nel **dibattito pubblico** sulla sostenibilità. In particolare, le **aree maggiormente urbanizzate** devono superare le sempre maggiori difficoltà derivanti dall'aumento del traffico, dall'inquinamento atmosferico e dalla pressione sulle infrastrutture territoriali, che rendono necessario un ripensamento delle modalità con cui merci e persone si muovono sul territorio.

Di fronte a queste difficoltà, le imprese, che costituiscono il DNA dei territori, sono sempre più chiamate a interrogarsi sul **proprio ruolo e sulla propria responsabilità** nel contribuire a un sistema di mobilità più equilibrato e sostenibile, in risposta alle nuove necessità non solo ambientali e sociali, ma anche normative e di mercato. In particolare, i modelli di mobilità attuali impattano sistematicamente sulle **emissioni di Scope 1, 2 e 3** oltre che sulla possibile **attrattività per i talenti del mercato del lavoro**.

Questo comporta una riflessione sempre più approfondita e ad hoc sui modelli di mobilità sostenibile all'interno del contesto di impresa, attraverso una **prospettiva olistica e integrata** del proprio modello organizzativo, tenendo conto della mobilità sostenibile come parte integrante della strategia, e non come elemento singolo e distinto. Una visione che richiede quindi il riconoscimento da parte dell'impresa non solo di una lettura ambientale del tema, ma che consideri anche l'impatto sulla **qualità della vita e sul benessere della comunità di riferimento**.

In questo senso risulta necessario ripensare i modelli di spostamento su due diverse direttrici: da un lato gli **spostamenti casa-lavoro** dei e delle dipendenti e dall'altro gli **spostamenti all'interno dei propri processi produttivi e di impresa**, riconoscendo che entrambe le dimensioni richiedono strategie e strumenti differenziati. In questo percorso, un ruolo centrale è ricoperto dalla capacità delle organizzazioni di garantire azioni e progetti specifici, come l'implementazione di **soluzioni di mobilità elettrica** o a **basso impatto ambientale**, come ad esempio le biciclette, oppure nuove forme di **flessibilità lavorativa** che possono includere maggiore smart working e/o autonomia di gestione del lavoro.



Interrogarsi quindi sull'insieme di questi aspetti pone la mobilità sostenibile come un'ulteriore tematica che riconsegna all'impresa il ruolo di **soggetto attivo all'interno del contesto territoriale** in cui opera, riconoscendo l'impatto che può generare sul territorio e a lungo termine, e la capacità di **promozione culturale** di nuove abitudini individuali e comunitarie, influenzando positivamente i comportamenti delle persone anche al di fuori del contesto lavorativo, contribuendo così a un più ampio processo di trasformazione che coinvolge l'intera comunità.

Per contribuire a tale cambiamento le imprese devono essere in grado di analizzare il proprio approccio al tema, riunendo sotto un unico cappello gli aspetti ambientali, normativi e sociali, evitando che le iniziative in materia di mobilità restino isolate e scollegate dalla più ampia strategia di sostenibilità aziendale.

Le principali sfide e leve abilitanti.

Attuare questo cambiamento e integrare la mobilità sostenibile all'interno delle logiche d'impresa non è però una decisione traducibile in azioni semplici e immediate, infatti, sono presenti numerose ed eterogenee **sfide** da affrontare. Di seguito alcune tra le più rilevanti:

- **Resistenza culturale:** è possibile che si crei una diffusa resistenza all'interno delle popolazioni aziendali sulle soluzioni offerte dalle imprese in termini di mobilità sostenibile. Questo dipende dal fatto che non sia immediato abbandonare i sistemi di mobilità, soprattutto se vengono attuati da molto tempo, come ad esempio l'utilizzo della propria macchina personale per recarsi sul posto di lavoro o l'organizzazione del lavoro da remoto.
- **Investimento iniziale:** bisogna inoltre considerare un elevato investimento iniziale che per alcune realtà può risultare una sfida importante, soprattutto per quelle imprese che dispongono di attività produttive e/o servizi diffusi sul territorio, che necessitano la strutturazione di un piano capillare a largo raggio.
- **Problemi infrastrutturali:** per l'implementazione di alcune soluzioni, come ad esempio per la mobilità elettrica o gli accordi di partenariato con la mobilità pubblica, non sempre le infrastrutture presenti sul territorio risultano efficaci, ponendo un ulteriore ostacolo ad una strategia integrata di mobilità sostenibile.
- **Differenze tra imprese:** ogni impresa dispone delle sue specificità e complessità in base alla propria natura e tipologia di business, che richiedono lo sviluppo di piani personalizzati in grado di rispondere appieno non solo alle necessità del territorio e della popolazione aziendale ma anche di integrarsi all'interno dei processi organizzativi.

In risposta alle complesse sfide che il tema porta con sé, esistono anche possibili **leve abilitanti** per dare vita a nuove pratiche positive:

- **Formazione:** come per molte tematiche innovative, è necessario per le imprese iniziare a investire in nuovi percorsi formativi trasversali rivolti a tutti i livelli e funzioni, per dare vita al cambiamento culturale necessario. Da un lato per il management è fondamentale infatti comprendere ed essere consapevoli dei vantaggi sul medio-lungo periodo in termini di ritorno economico e organizzativo dell'implementazione di nuove soluzioni di mobilità sostenibile, dall'altro è fondamentale far emergere nel concreto per tutti i dipendenti i benefici individuali legati ad esse.
- **Dialogo con la Pubblica Amministrazione:** è sempre più centrale oggi costruire nuovi canali di dialogo con la PA non solo per dare vita a tavoli di confronto in grado di offrire nuove occasioni e soluzioni per la comunità, ma anche per migliorare le infrastrutture territoriali. Il dialogo tra imprese e PA può fornire il carburante necessario per avviare il motore del cambiamento culturale per una mobilità sostenibile pienamente efficace.
- **Analisi di fattibilità:** è necessario evitare di restringere lo sguardo a singole soluzioni, come ad esempio la sola mobilità elettrica o il solo smartworking, e condurre invece un'analisi approfondita della propria condizione specifica, sviluppando un piano di mobilità sostenibile in grado di rispondere alle necessità dell'organizzazione in coerenza con gli obiettivi individuati.
- **Partnership tra imprese:** è sempre più centrale in questo contesto lavorare in sinergia con altre organizzazioni per condividere esperienze, buone pratiche, costi e soluzioni, rafforzando l'efficacia degli interventi attraverso un'azione di sistema soprattutto nelle aree territoriali comuni.



La mobilità sostenibile come opportunità per le imprese.

La mobilità sostenibile ha quindi smesso di essere un mero adempimento legato a obblighi formali di legge: rappresenta oggi uno dei più potenti catalizzatori di innovazione, efficientamento e competitività per il sistema d'impresa. Dunque, riconfigurando la gestione degli spostamenti aziendali si va direttamente ad agire sulla struttura dei costi e sulla stabilità operativa dell'organizzazione.

L'opportunità si concretizza innanzitutto sul piano finanziario ed operativo in quanto l'elettrificazione progressiva dei parchi auto aziendali, associata all'adozione di piattaforme digitali di Fleet Management (ovvero software centralizzati che permettono di monitorare, coordinare e ottimizzare l'intera flotta di veicoli aziendali in tempo reale) e all'ottimizzazione dei percorsi, garantisce una drastica **riduzione del Total Cost of Ownership (TCO)** dei veicoli, abbattendo la spesa per il carburante e la manutenzione sul lungo periodo.

Parallelamente, l'integrazione di piani di **Corporate Mobility Management** come la promozione del trasporto pubblico, l'introduzione di incentivi alla micro-mobilità (quindi biciclette o monopattini, pensati per gli spostamenti brevi) e la gestione flessibile del lavoro, ottimizza gli spazi fisici riducendo il fabbisogno di parcheggi aziendali e l'impronta carbonica dell'organizzazione.

Sul fronte della governance e del posizionamento sul mercato, abbracciare la mobilità green migliora in modo misurabile le metriche ESG. Questo elemento si traduce in una **maggiore facilità di accesso al capitale di debito**, a condizioni finanziarie più vantaggiose erogate da istituti di credito sempre più vincolati a criteri di **finanza sostenibile**, e in una **preferenza** accordata nelle gare d'appalto pubbliche e private.



Infine, la **dimensione umana ed etica** rappresenta un pilastro non trascurabile, perché offrire soluzioni di mobilità integrata e flessibile costituisce una componente

primaria del welfare aziendale moderno. Ad esempio, la riduzione dei tempi e dello stress da pendolarismo migliora la qualità della vita dei lavoratori, diventando una leva decisiva di **attrazione e retention dei talenti** nei confronti delle nuove generazioni e non solo.

È evidente quindi come la mobilità sostenibile non si limiti a de-carbonizzare i trasporti, ma contribuisce a ridisegnare l'azienda moderna rendendola più efficiente, attraente e resistente di fronte alle sfide dei mercati futuri.

Mobilità sostenibile nel settore finanziario.

Nel settore finanziario, la mobilità sostenibile ha assunto un ruolo centrale, trasformandosi nel tempo da semplice tema di responsabilità sociale d'impresa a vero e proprio elemento strategico di valutazione del rischio e di sviluppo dell'offerta commerciale. Anche per gli istituti di credito, l'impatto della mobilità si gioca su un doppio binario: quello **interno**, legato alla gestione della **propria impronta ecologica**, e quello **esterno**, connesso al **ruolo di finanziatori della transizione energetica** dell'economia reale.

Sul fronte dell'operatività creditizia, l'integrazione dei criteri ESG nei processi di credit scoring fa sì che la sostenibilità della flotta e della logistica di un'azienda cliente influenzi direttamente il suo profilo di rischio e la sua bancabilità. Molte banche supportano attivamente questo cambiamento sviluppando prodotti di finanza sostenibile dedicati, come i **finanziamenti a tassi agevolati per l'acquisto di veicoli a basse emissioni**, il **leasing di flotte elettriche** o **l'installazione di infrastrutture di ricarica**.

Parallelamente, dal punto di vista della rendicontazione non finanziaria, gli istituti sono chiamati a monitorare e **ridurre le proprie emissioni indirette** (Scope 3), la cui quota principale deriva proprio dal portafoglio di crediti concessi e dai flussi di spostamento casa-lavoro del personale. Promuovere la mobilità dolce, recandosi ad esempio al posto di lavoro a piedi, in bicicletta o con il monopattino, e piani di Corporate Mobility Management all'interno del proprio organico consente quindi al settore finanziario di dimostrare coerenza strategica, riducendo l'impatto ambientale aziendale e prendendo una posizione molto chiara e netta rispetto alla transizione verso modelli di trasporto a zero emissioni.



La mobilità sostenibile in impresa rimane dunque un tema molto complesso, che richiede un approccio integrato capace di coniugare le soluzioni tecniche con la sensibilizzazione culturale, la sostenibilità economica e il dialogo con il territorio. Tematiche come questa giovano profondamente dal confronto e dallo scambio di esperienze tra organizzazioni che hanno trovato delle vie per disegnare nuovi modi di pensare la mobilità, proprio per questo Impronta Etica continuerà a promuovere spazi di discussione e condivisione che alimentino la consapevolezza delle aziende verso le possibilità di sviluppo che questa tematica porta con sé.

*A cura di Impronta Etica**

[*Impronta Etica](#) è un'Associazione senza scopo di lucro costituita nel 2001 per la promozione e lo sviluppo della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa (RSI).