



Giornata seminariale - Promotori mobilità ciclistica e mercato del lavoro; ambiti di remunerazione e di volontariato - giornata di autoformazione

(... verso un osservatorio di lavori per la mobilità ciclistica remunerati dignitosamente)

Sabato 12 novembre 2016 - Peschiera del Garda – Hotel Dolci Colli

Risultati dell'incontro

Indice:

A - Obiettivi dell'incontro	pag. 1
B - Svolgimento della giornata	pag. 3
C - Documento di sintesi finale	pag. 4
D – Immagini dell'incontro	pag. 6

A - Obiettivi dell'incontro

Esplorare il mercato del lavoro per la mobilità ciclistica, individuando ambiti di sviluppo e ambiti di immobilismo-assenza di offerta di lavoro.

Produrre una prima ricognizione dei settori che possono prospettare lavoro imprenditoriale remunerato o dipendente e di quelli che si ritengono strategici per il cambiamento ma sembrano non prospettare lavoro remunerato per mancanza di committenza.

Trasmettere questa prima indagine ai media ed alla politica per dire forte e chiaro che **senza investimenti e professioni specifiche il cambiamento degli stili di vita e lo sviluppo economico potenzialmente connesso non avranno le velocità desiderate.**

Verso un osservatorio permanente partendo da quello che possiamo fare oggi

Nei contesti di cicloturismo e di E-bike il valore economico deriva prevalentemente da imprenditorialità di piccole dimensioni. Sarebbe necessario conoscere i dati relativi ai fatturati e al numero di persone che vi lavorano su base annua impostando una ricerca in tal senso, nella prospettiva di diventare un vero Osservatorio che consenta di confrontare la realtà italiana con quella degli altri paesi europei. Disponendo di finanziamenti si potrebbe dedicare una persona almeno part time per alcuni mesi per studiare questi mercati. Chi ci potrebbe finanziare? ECF, ANCMA, uno grande sponsor specifico? Anche il ricercatore dovrebbe avere requisiti e capacità che garantiscano un risultato.

In attesa che si riesca ad avere i fondi per sviluppare questa ricerca, l'Università di Verona – Corso promotore Mobilità Ciclistica assieme a FIAB **ha organizzato questa giornata seminariale come autoformazione**, cioè sono prevalentemente i partecipanti che hanno raccontato la loro storia **delineando il mercato nel quale si trovano con le sue potenzialità e criticità.**



Raccolta dati preliminare

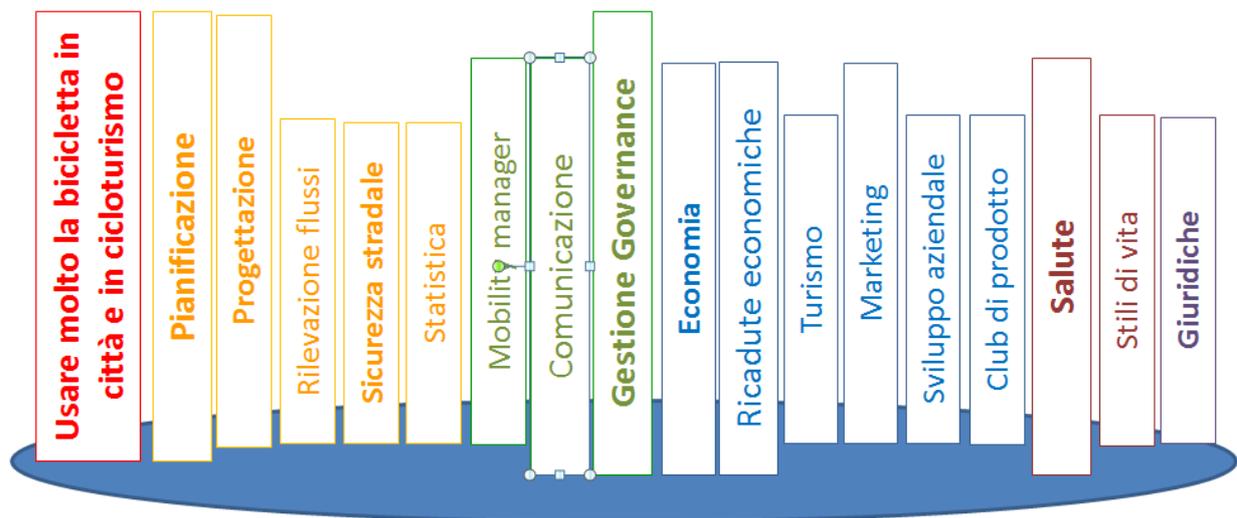
Dei 53 Promotori della mobilità ciclistica diplomati negli anni 2013, 2014, 2016, 19 descrivono attività avviate in ambito profit e 8 descrivono attività avviate nel campo del no profit. (allegato 1)

Dei 19 che si stanno impegnando in ambito profit 8 indicano punti di forza, di debolezza e desideri / bisogni per svilupparsi. (allegato 2)

Competenze necessarie per la promozione della mobilità ciclistica urbana e di area vasta

Dall'esame dei due decaloghi redatti da FIAB ed UniVr – **azioni che dovrebbero svolgere i Comuni** per la promozione della mobilità ciclistica urbana (allegato 3) , **azioni che dovrebbero svolgere le Regioni** per la promozione della mobilità ciclistica di area vasta (allegato 4) , e **dal loro incrocio con le competenze** che sarebbero necessarie per la promozione della mobilità ciclistica urbana e di area vasta (allegato 5), sono emerse le competenze che hanno maggior frequenza e che sono rappresentate nella figura che segue.

Per promuovere la mobilità ciclistica occorre sviluppare i seguenti ambiti che vengono approfonditi nel “Corso Promotore”



Il Corso «Esperto promotore della mobilità ciclistica» dell'Università di Verona ti da le informazioni di base e trasversali a/in tutti questi ambiti, linguaggi, specificità, approcci per consentirti di fare il coordinatore di tutte queste attività



B - Svolgimento della giornata

Introduzione

I circa 30 partecipanti alla giornata di autoformazione dopo una fase plenaria nella quale si sono riassunti i temi sopra esposti si sono organizzati in 3 tavoli di lavoro: E-Bike, Cicloturismo e Ciclabilità urbana.

Apri l'incontro **l'ing. Marco Passigato Coordinatore Tecnico Didattico del Corso** che riassume gli antefatti e gli obiettivi della giornata, presenta velocemente le esperienze imprenditoriali sviluppate dai promotori e loro punti di forza e di debolezza (allegati 1 e 2).

Interviene successivamente la **prof. Francesca Simeoni, Docente del corso, del Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Verona** che fa presente alcuni elementi su cui riflettere:

- Non aspettiamoci che qualcuno ci dia il lavoro, creiamocelo!
- La passione va bene, muove l'imprenditorialità soprattutto laddove il settore ancora non esiste, ma non è la condizione *sine qua non* e soprattutto non è sufficiente come competenza.
- Oltre a cicloturismo, e-bike e mobilità urbana ci sono altri ambiti professionali che potrebbero essere sviluppati soprattutto cercando collaborazioni con altre realtà imprenditoriali legate ad esempio al turismo in camper.
- Attenzione però alle startup! C'è un'alta mortalità dimostrabile con diversi dati pubblicati dalle camere di Commercio in più Province.
- Perché c'è questa mortalità? Tendenzialmente si potrebbe dire che c'è scarsa pianificazione dell'attività imprenditoriale e siamo spesso troppo abbagliati dai facili business. L'idea di fondo è: meglio sbagliare sulla carta pianificando che sbagliare nella realtà, quindi, senza spaventarsi e mantenendo l'entusiasmo è necessario predisporre un Business Plan.
- Necessità di un Business Plan che, attenzione, non è sinonimo di piano di marketing.
 - Cos'è un BP? È un documento che presenta in maniera organica ed efficace un'idea imprenditoriale e i risultati della sua implementazione. Sono esposte sinteticamente le informazioni chiave di un'idea imprenditoriale a beneficio dell'imprenditore e dei suoi possibili finanziatori.
 - Le funzioni del Business Plan:
 - o INTERNA, nei confronti dell'imprenditore. Vantaggi: valutazione oggettiva della convenienza del progetto, sviluppo di un processo di apprendimento, redazione di un documento di pianificazione e controllo utile per gestire;
 - o ESTERNA, nei confronti dei soggetti da coinvolgere nell'iniziativa imprenditoriale, in particolare dei potenziali investitori evidenziando capitale di rischio, modalità di credito, partner industriali o commerciali, sistema degli incentivi pubblici agli investimenti.
 - Utilità del Business Plan:
 - o strumento di pianificazione strategica e operativa utile anche dopo il lancio della nuova iniziativa. Consente in tal senso di mitigare le difficoltà di gestione nelle prime fasi di vita;
 - o punto di riferimento per confrontare periodicamente l'andamento dell'attività con le previsioni fatte e rivedere, se necessario, la formulazione delle strategie e din questo senso va costantemente aggiornato.

Il BP potrebbe essere il contenuto di un eventuale successiva giornata di aggiornamento.



C - Documento di sintesi finale

I circa 30 partecipanti alla giornata seminariale di autoformazione dal titolo “Esperti Promotori mobilità ciclistica e mercato del lavoro; ambiti di remunerazione e di volontariato”, riuniti il 12 novembre 2016 a Peschiera del Garda,

constatato che è forte e condiviso il desiderio di migliorare le città ed i territori anche attraverso l’uso della bicicletta;

considerato che:

- per sviluppare mobilità ciclistica urbana e di area vasta di qualità sono necessarie **cabine di regia** a carattere comunale, regionale e nazionale che sappiano coordinare le numerose professionalità necessarie;
- **è forte la volontà / necessità di creare nuove forme di imprenditorialità**, ma oltre alle difficoltà di avvio si riscontrano statisticamente **elevatissime mortalità aziendali** nei primi 3 anni;
- **la bici elettrica si diffonderà rapidamente** in Italia. All'estero hanno raggiunto la percentuale dell'80% tra le bici in uso per il cicloturismo, si espanderanno i territori praticabili e le fasce di popolazione che lo praticheranno, coinvolgendo anche i poco allenati su percorsi di media lunghezza. **Questo settore offrirà possibili forme di imprenditorialità ai Promotori;**
- **la mobilità ciclistica di area vasta può offrire opportunità di lavoro** per nuovi operatori economici in tema di accoglienza, ristorazione, servizi alla ciclabilità, accompagnamenti, noleggi, trasporto bagagli, transfert di rientri in bus, ecc, . Si evidenziano però **gravi criticità** come la mancanza di Governance (gestione, regia), l'inerzia delle amministrazioni pubbliche, l'improvvisazione e la frammentazione dell'offerta, lo scoordinamento tecnologico (portali web ed app distinte e non collegate tra loro). Si riscontra inoltre:
 - la **mancanza di personale** qualificato e motivato;
 - una **burocrazia complessa**;
 - la **carenza e/o inadeguatezza di normativa**, di segnaletica, di intermodalità con treno, di manutenzione, di totem informativi;
 - la **sottovalutazione del mercato cicloturistico**;
 - la **scarsa accessibilità e visitabilità** del patrimonio storico artistico come ville e chiese e la difficoltà di parcheggiare al sicuro le bicicletta durante le visite;
 - che **sono i territori (politica locale ed operatori) che devono sviluppare dinamiche di sviluppo territoriale**, il Promotore può fare da esperto nel suggerire azioni ed esempi di qualità;
- **lo sviluppo della mobilità ciclistica urbana** deve partire da un **cambiamento affinché:**
 - la **Politica dia la visione** e la strategia di lungo periodo ai cittadini ed ai propri uffici;
 - si avvii la **formazione per i decisori** politici e tecnici, avviare progetti partecipativi;
 - si disponga di **indicatori quantificabili** ed oggettivi per misurare i fenomeni;
 - venga **elevato il desiderio** di mobilità ciclistica nei cittadini;
 - i cittadini diventino **soggetti attivi** e portatori di innovazione;
 - si realizzi una **comunicazione efficace** che valorizzi i numerosi fattori razionali a sostegno della ciclabilità (salute, risparmio, ecc) e che punti soprattutto alle persone disattente con stimoli emotivi forti per cambiare la mobilità, ragionando in termini psicologici e fare un lavoro di analisi con l'aiuto di professionisti della comunicazione;
 - **vengano evidenziati i vantaggi per aumentare le alleanze** facendo percepire che con meno auto si sta meglio;



ritengono che:

- sia necessario “far conoscere di più” la figura del Promotore perché spesso gli Amministratori pubblici sono molto distanti da questi temi ed hanno bisogno di consulenti esperti;
- sia necessario far partecipare al Corso Promotore i dipendenti degli Uffici tecnici pubblici;
- si debba creare un contesto ove il bisogno di avere un promotore sia percepito e il promotore possa essere retribuito dagli Enti pubblici per promuovere il cambiamento;
- le competenze trasversali tipiche del Promotore spesso siano indispensabili per partecipare ai bandi di mobilità sostenibile casa – scuola – lavoro. Competenza, strutture, servizi e formazione sono gli ingredienti;
- la competenza di gestione della governance è fondamentale per miscelare esperienze diverse a chi deve dare visioni d’insieme sulla mobilità ciclistica come Anci, Comuni, Regioni, Ministero.

intravedono pertanto a breve le seguenti prospettive:

- iniziare facendo accompagnamento al cambiamento nei piccoli centri urbani ove gli interventi ed i contatti sono più diretti e potrebbe essere più facile ottenere prime remunerazioni;
- diffondere la figura del Promotore a Comuni, Province, Regioni e Ministeri
- trovare modalità ed occasioni affinché l’attività del promotore sia retribuita;
- **costruire un osservatorio tra i 53 diplomati che sia un incubatore di idee e promozione per un’ ulteriore attività sui territori.**

verificato che:

- **il promotore sa interagire in ambiti diversi attinenti la mobilità ciclistica**

CHIEDONO

Alle istituzioni Comuni, Province, Regioni, Parlamento, Governo e loro rappresentanti di:

- **sviluppare una visione di mobilità ciclistica di lungo periodo** strutturata ed organica attraverso un **ufficio nazionale, regionale e locale per la mobilità ciclistica** con funzione di cabine di regia, che operino mediante tavoli di governance gestiti con forme partecipate con la presenza di decisori e portatori di interesse, associazioni ed operatori economici;
- **organizzare una comunicazione efficace** ai cittadini e decisori che illustri i vantaggi della mobilità ciclistica per la salute delle persone e delle città;
- **avviare una campagna di formazione per decisori, politici e tecnici** sulle potenzialità della mobilità ciclistica urbana e territoriale e delle azioni strutturali e gestionali per promuoverla;
- **creare occasioni di lavoro per Esperti Promotori della mobilità ciclistica** in qualità di soggetti capaci di fare sinergie tra competenze ed esperienze differenti puntando ad un pacchetto di azioni per un risultato organico, strutturato ed inclusivo;
- **supportare il Corso Promotore Mobilità Ciclistica dell’Università di Verona** promuovendo la partecipazione di decisori e portatori di interesse mediante divulgazione e sostegno economico.



D – Immagini dell'incontro



I tavoli di lavoro



Un gruppo dei partecipanti