

SCHEDA 4

Rendere trasporti e logistica più efficienti risparmiando e migliorando l'impatto ambientale

Descrizione dell'azione

Per le imprese che si occupano di logistica, ridurre l'impatto della propria attività sull'ambiente è particolarmente importante. L'azione descritta è relativa alle iniziative che rispondono a questo obiettivo, ma il problema della movimentazione e del trasporto di merci e persone riguarda qualsiasi tipo di impresa. Si riferisce al percorso che ogni organizzazione può prevedere per ridurre questo impatto: dalle soluzioni tecniche, come la scelta dei mezzi di trasporto da utilizzare, agli aspetti che incidono sul modo di lavorare e di pensare delle persone.

Obiettivi dell'azione

Un'azione finalizzata a ridurre l'impatto ambientale dei trasporti si pone alcuni precisi obiettivi. Tra gli altri:

- migliorare la qualità dell'area riducendo le emissioni generate dalla flotta aziendale e dall'utilizzo di mezzi per il trasporto
- ridurre i costi attraverso un minor consumo di combustibili e una razionalizzazione dei percorsi, degli itinerari e dei carichi
- rispondere alle esigenze di stakeholder sensibili agli aspetti ambientali migliorando anche l'immagine dell'impresa.

Un obiettivo indiretto, ma importante, è il coinvolgimento attivo dei dipendenti e l'avvio di un processo di maggior consapevolezza di tutte le persone che nell'impresa lavorano.

Quali soggetti può coinvolgere

L'iniziativa coinvolge soggetti diversi: dipendenti, clienti, fornitori, istituzioni ma anche altri partner con cui stipulare accordi e condividere strategie per razionalizzare il sistema dei trasporti. L'azione, se comunicata attraverso i media, può coinvolgere anche altri stakeholder dell'impresa fino ad arrivare al grande pubblico.

Come organizzare l'azione

Ogni azienda, non solo chi ha fatto del trasporto il proprio business, utilizza numerosi mezzi per il trasferimento delle materie prime, dei semilavorati e del prodotto finito, può avere una propria flotta aziendale o preoccuparsi dei mezzi con i quali i dipendenti raggiungono il posto di lavoro. Il tema della logistica e dell'impatto che i mezzi di

trasporto hanno sull'ambiente riguarda quindi tutte le imprese. Per rendere il sistema più efficiente, più economico e per ridurre l'impatto ambientale possono essere messe in atto azioni concrete definendo un preciso piano di intervento.

1. L'impresa crea un gruppo di lavoro interno con l'obiettivo di individuare le principali aree di intervento. Nel gruppo possono essere inseriti anche alcuni esperti esterni in grado di portare contributi tecnici specifici
2. Il primo compito del gruppo di lavoro, in collaborazione con il management dell'impresa, è valutare le aree di criticità e di possibile miglioramento: per esempio, se la flotta aziendale va rinnovata perché i mezzi sono inquinanti, se il sistema degli approvvigionamenti e delle consegne è ottimale o può essere migliorato
3. Nel predisporre il piano, il gruppo di lavoro diversifica azioni e obiettivi in funzione dei tempi: alcune attività possono essere previste nel breve termine altre nel medio/lungo periodo. Il piano tiene conto di tutti i problemi emersi in fase di analisi: per esempio, se è necessario il rinnovo parziale della flotta aziendale, se è opportuno introdurre alcuni mezzi di trasporto a basso impatto ambientale, se è utile procedere con la razionalizzazione delle tratte e dei percorsi della flotta
4. Nel piano sono previste anche azioni per coinvolgere i dipendenti in modo articolato per renderli partecipi del cambiamento in atto: dalla creazione di materiali di comunicazione per la intranet aziendale, alla organizzazione di corsi di guida efficiente sotto il profilo dei consumi
5. Il gruppo di lavoro, in accordo con l'impresa, decide come organizzare la campagna di sensibilizzazione per coinvolgere gli altri stakeholder, importanti per la buona riuscita dell'azione: tra gli altri, fornitori, partner e clienti
6. Il piano può prevedere anche la realizzazione di strumenti di comunicazione per dipendenti: per esempio, pieghevoli destinati anche alle famiglie dei collaboratori per spiegare loro l'importanza di scegliere mezzi di trasporto più sostenibili per raggiungere il posto di lavoro, suggerimenti su come risparmiare energia in casa e in ufficio o iniziative di car policy
7. Il gruppo di lavoro, in accordo con l'impresa, procede con il monitoraggio costante dell'azione e con la comunicazione dei primi risultati ottenuti. In questa fase potrebbe essere utile partecipare a iniziative di sensibilizzazione sulla salvaguardia dell'ambiente promosse da altri soggetti (per esempio, *La Settimana Amica del Clima*

che si propone di accendere i riflettori sul legame tra scelte energetiche, mutamenti climatici e responsabilità sociale)

8. Se l'impresa è di dimensioni maggiori può organizzare un proprio evento dedicato ai cambiamenti climatici e alla riduzione delle emissioni di CO₂ con un approccio multistakeholder: in questo caso potrebbero essere coinvolti altri soggetti (per esempio, enti locali, opinion leader, organizzazioni no profit)
9. Raggiunti i primi significativi risultati l'azienda decide come comunicarli all'interno e all'esterno per valorizzare quanto realizzato: per esempio, il rinnovo progressivo dei mezzi attraverso convenzioni con le case produttrici, test pilota per l'utilizzo di veicoli elettrici e a metano per la distribuzione nei centri abitati, l'implementazione di sistemi di videoconferenza per ridurre i viaggi di lavoro etc. In questa occasione l'impresa annuncia anche gli sviluppi futuri dell'azione.

Quali risultati può portare

L'azione presentata è stata ispirata dall'iniziativa messa in atto da TNT*, azienda impegnata dal 2007 nel programma di riduzione delle emissioni di CO₂ denominato Planet me.

Queste le parole di Stefania Lallai, TNT Express Italy Communication & CR Manager: *“Perseguire la sostenibilità, ovvero agire nel rispetto dell'ambiente e della collettività e, più in generale, interagire con gli stakeholder di riferimento è un processo che la nostra azienda ha iniziato già da alcuni anni ed è in continuo miglioramento. In particolare un obiettivo importante del nostro programma è ridurre le emissioni di CO₂ del 40% entro il 2020. Per raggiungerlo, stiamo seguendo diverse strade: con la revisione delle tratte del nostro network ad esempio, risparmiamo 7.5 milioni di km all'anno. Rinnoviamo costantemente la flotta, così che l'età dei mezzi non superi i 5 anni: nel 2010 sono stati introdotti circa 200 nuovi mezzi e ben 20 veicoli ecologici. In Italia, infine, siamo stati i primi a realizzare forme combinate di trasporto gomma/rotaia: il mezzo viene caricato sul treno e viene scaricato solo in prossimità della destinazione. In questo modo si genera una riduzione di percorrenza su strada da 36 a 14 ore, con una mancata emissione di 2 tonnellate di CO₂ a settimana.”*

* TNT Express Italy è leader di mercato in Italia con oltre 100.000 clienti. Dispone di un network capillare sul territorio nazionale. Alcune cifre: 8.000 collaboratori tra diretti e indiretti; 121 strutture (Filiali e Hub); 5 Customer Service; circa 1.200 TNT Point. L'azienda si impegna a condurre il proprio business e a supportare i clienti con l'eccellenza del servizio: un impegno che va nella direzione dell'integrità, della governance, della trasparenza finanziaria e della sostenibilità, come testimonia l'inclusione del titolo TNT nei Dow Jones Sustainability Indexes, ottenuta per la prima volta nel 2005. Nel 2010 TNT N.V. si è aggiudicata ancora una volta il titolo di *Super-sector leader* nel settore Industrial Goods and Services (che comprende il trasporto industriale) per l'edizione 2010 del Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI). TNT ha introdotto nuovi obiettivi di efficienza energetica, con il nuovo obiettivo di elevare del 40% il proprio CO2 Efficiency Index entro il 2020.