

Paolo Gila

100 IDEE 100 X START UP

**Storie esemplari di imprenditori
che innovano per vincere la crisi**

Quando il Circolo ricreativo aziendale diventa un business

Le città crescono, il traffico aumenta e la circolazione risulta sempre più congestionata. In periferia si moltiplicano i quartieri dormitorio, mentre nei paesi dell'hinterland urbano si addensa la popolazione. Risultato: aumentano i pendolari, gli utilizzatori di treni e mezzi di trasporto pubblico per recarsi al lavoro. Sui bisogni e sulla complessità di questo nuovo stile di vita, contraddistinto dai tempi per raggiungere

la sede dell'attività, è nata un'impresa particolare. L'idea è venuta a due giovani, Federico Isenburg e Federico Bianchi, due milanesi che in fatto di stress da trasporto la sanno lunga, un po' perché lo hanno vissuto e lo vivono quotidianamente e un po' perché hanno studiato i modelli di gestione

degli abbonamenti che vengono adottati all'estero. Nel 2007, da poco laureati e con una breve ma intensa esperienza in multinazionali, i due giovani hanno deciso di aprire con quote paritetiche Muoversi, una srl specializzata nella gestione di ciò che viene tecnicamente chiamato Mobility Management e che riguarda tutti gli aspetti della mobilità urbana per conto delle grandi aziende. «Diciamo – precisa Federico Isenburg, il presidente di Muoversi – che abbiamo sviluppato adeguate competenze sulla complessità degli spostamenti dei lavoratori verso le imprese. Così, per esempio, abbiamo creato una piattaforma su Internet per gestire direttamente gli abbonamenti dei pendolari per conto delle aziende che aiutano o sovvenzionano in tutto o in parte il costo dell'operazione annuale».

Il campo di attività della società è tutto il territorio nazionale e la clientela è scelta tra i grandi gruppi che hanno migliaia di dipendenti. Di fatto, Muoversi funziona come una via di mezzo tra il Cral aziendale e società di consulenza come Accenture, che si occupano analiticamente di tutti gli aspetti del problema. «Abbiamo una quindicina di dipendenti dopo neanche 5 anni di attività – spiega Isenburg – e ci siamo orientati anche ai servizi di car pooling, che consistono nell'individuare e nel far dialogare tra loro le persone che per ragioni di lavoro si spostano ogni giorno sugli stessi percorsi.

In tal modo possono utilizzare un'auto sola anziché due. I nostri servizi sono pagati dalle aziende sul modello della convenzione annuale e così registriamo un giro d'affari medio annuo intorno ai 3 milioni di euro con esperienze in numerose province di tutta Italia».

Muoversi è una realtà che potrebbe consentire anche linee di sviluppo in altre direzioni, come la specializzazione sull'osservazione dei flussi migratori dei pendolari, la razionalizzazione dei sistemi di trasporto, la ricerca di una migliore efficienza delle reti di viabilità: ma a questi argomenti per il momento i due soci non sono particolarmente interessati.

«Piuttosto – dice Isenburg – stiamo cercando di inserirci nel segmento di ciò che viene definito comunemente welfare aziendale. Vogliamo prendere in mano la gestione di tutte le attività che le aziende offrono ai propri collaboratori: palestre, piscine, asili nido, assicurazioni, biglietteria di teatri e cinema, insomma tutto quello che è oggetto di convenzione tra l'azienda e fornitori esterni».

Insomma, Muoversi ha deciso di rendersi interprete dell'outsourcing dei servizi che comunemente venivano affidati al Circolo ricreativo aziendale, per dare alle imprese un servizio ampio abbattendone i costi fissi ma cercando di migliorare il rapporto con i dipendenti, che in un'azienda sono i primi clienti dalla cui soddisfazione dipende gran parte della produttività. «Per il futuro – conclude Isenburg – pensiamo di sviluppare un modello di lavoro e di servizio che tenga in considerazione le evoluzioni della società e la nascita dei gruppi che si collegano in rete. Fenomeni come Facebook e Twitter sono oggetto della nostra attenzione per capire quanto e come sarà possibile creare comunità di interessi che consentano di essere a loro volta soggetti di interessi, convenzioni, accordi. Dobbiamo guardare a questa dinamica sociale, oltre che seguire i trend evolutivi delle aziende che intendono mantenere stretti legami di qualità con i propri collaboratori. Mentre, per quanto riguarda la compagine societaria, siamo disponibili a valutare sia il possibile ingresso di nuovi partner finanziatori, sia la crescita per linee interne, perché il mercato ha ancora molto da dire e bisogna essere preparati all'appuntamento».