



FLIXBUS E I SUOI FRATELLI

Generazione pullman low cost
E ora l'Europa sfida il mito Usa

Flixbus e i suoi fratelli In Europa a passo di pullman «Prezzi stracciati e wifi» Ma servono più autostazioni

Scordatevi il vecchio torpedone. Gli autobus a lunga percorrenza copiano le startup tech: i viaggi si prenotano sulle piattaforme di e-commerce e a bordo si trovano wi-fi gratuito, porte usb, schermi incorporati e bevande. «Ora però serve la piena liberalizzazione», dice Oliviero Baccelli, docente di trasporti alla Bocconi.



«In Italia giocano a sfavore la geografia e la politica di sussidio ai trasporti tipo intercity ferroviario»

OLIVIERO BACCELLI
Bocconi

Francesco Gerardi
MILANO

DA QUALCHE anno in tutta Europa è esploso il mercato delle compagnie *low cost* di autobus che collegano regolarmente le città a pochi euro. Un modo di viaggiare che non era certo nuovo, si dirà, specialmente in alcune nazioni del continente.

Vero. Ma è indubbio che questo tipo di servizio sia riuscito nell'impresa di svecchiarsi, riproponendosi massicciamente e con un volto completamente cambiato e più attraente rispetto al passato, grazie alle nuove tecnologie digitali, a prezzi estremamente competitivi, a nuovi standard di comodità e sicurezza nelle dotazioni di bordo e all'ampliamento delle rete di collegamenti.

TANTO CHE VIAGGIARE per l'Europa in bus adesso fa tendenza tra i giovani come alternativa all'aereo e al treno, e quasi sempre è più conveniente.

Il rapporto di Traspol - laboratorio del Politecnico che si occupa del settore dei trasporti e delle infrastrutture - sui dati 2017 raccolti da CheckMyBus, il motore di ricerca interna-

zionale per gli autobus, mostra una complessiva tendenza all'aumento del prezzo medio 'pesato' al chilometro (da 0,038 a 0,058 euro), segno della crescita della domanda e della fine della fase commerciale più aggressiva. I prezzi scendono con la distanza fino a circa 800 chilometri. In Italia tra le rotte più cercate sono più brevi: la Torino-Milano e la Firenze-Bologna, in diretta competizione con i servizi ferroviari e la Torino-Bergamo, sostenuta dalla domanda aeroportuale di Orio al Serio. «Le precondizioni di questo successo sono l'evoluzione della normativa, con la piena liberalizzazione del quadro regolatorio su scala europea, e le nuove tecnologie, che hanno reso possibile un modello organizzativo veloce e dinamico, con prenotazioni online, eccetera», spiega il professor Oliviero Baccelli, direttore del centro di ricerca sui trasporti della Bocconi.

IN SOSTANZA il vecchio torpedone è risorto nell'epoca dei voli *low cost*. Come? Iniettando nelle imprese tradizionali di trasporti la nuova linfa delle *startup tech* e delle piattaforme di *e-commerce*, e offrendo *wi-fi* gratuito, porte usb, schermi incorporati, bevande e piattaforme multi-

mediali.

La tedesca Flixbus ne è l'esempio più recente e paradigmatico, ma ce ne sono molte altre, grandi e piccole, antiche e nuove. Come la rete Eurolines, che ha sede in Belgio e opera in Italia con i marchi Baltour e Sena, nel Regno Unito con National Express e in Francia con Veolia. O la britannica Megabus, che si è aperta un sentiero nella giungla del mercato continentale a colpi di machete con biglietti da 1 euro. O la ceca Student Agency e la polacca Polsky Bus. In Italia anche gli operatori storici, come Marinobus, sono stati costretti a cambiare pelle per restare competitivi e il nuovo modello di business non è passato inosservato nemmeno al Gruppo Ferrovie dello Stato, che dopo aver fiutato l'aria qualche anno fa ha fondato Busitalia.

«**IL MERCATO** - prosegue Baccelli - rispetto a quello ferroviario è ancora marginale, in modo particolare in Italia, dove giocano a sfavore la conformazione geografica e la concorrenza tra modalità di trasporto legato a una politica generale di mantenimento di forme di sussidio statale a servizi di tipo *intercity* ferroviario, mentre i bus non sono sovvenzionati. In più - continua l'esperto - da noi c'è un problema infrastrutturale legato alle autostazioni, su cui pochissime città, come ad esempio Bologna, hanno investito, e che sono relegate in periferia, penalizzando domanda e qualità del servizio. A Firenze, ad esempio, non è permesso ai bus a lunga percorrenza di entrare in centro in orari diurni».

Tra i giovani il viaggio in bus fa tendenza come alternativa all'aereo e al treno. E quasi sempre è più conveniente

SFIDA APERTA IN STRADA

La tedesca Flixbus è il colosso, ma sono forti anche Eurolines (Belgio), la britannica Megabus (con biglietti da 1 euro) e in Italia Busitalia del Gruppo Ferrovie



SCONTO CON LINEE PRIVATE

L'Europa dell'Est si appella alla Ue

L'arrivo di Flixbus e delle sue tariffe ultraridotte crea tensioni commerciali in molti paesi europei.

L'ultimo caso nella Repubblica Ceca, dove Flixbus è finito nel mirino Regiojet, il principale operatore di autobus e treni interurbani non statali dell'Europa centrale, che ha il marchio di bus Student Agency. L'azienda ceca ha infatti ha inviato una sfida pre-contenzioso a Flixbus, perché «per oltre 9 mesi ha condotto una concorrenza sleale sul mercato ceco con prezzi sottocosto che coprono solo il 55% dei costi sostenuti». Nel contenzioso è stata coinvolta la commissaria alla Concorrenza della Ue Margret Vestager, sollecitata dai cechi a investigare sulla condotta del colosso tedesco.

PREZZO MEDIO A CHILOMETRO

5,2
CENTESIMI

PRINCIPALI METE IN ITALIA

Roma
Milano
Napoli
Lamezia Terme
Pescara

ROTTE PIÙ CERCATE IN ITALIA

Torino-Milano
Firenze-Bologna
Torino-Bergamo

AUTOBUS LOW COST



Numero viaggiatori di Flixbus (2017)

40 milioni
in Europa

7 milioni
in Italia

