



Editoriale

Offerta TPL che può crescere a due digit

L'iniezione di energie e maturità in questa rivista, dopo un anno, è stata confortata da una collocazione ancora più mirata nel **segmento di mercato Trasporto Passeggeri e Mobilità Sostenibile**. Il numero crescente di autorevoli lettori per copia, le email per nuovi abbonamenti ed il "posizionamento" fisico sulle scrivanie degli "influencer e decisori" nelle aziende e nelle amministrazioni pubbliche, ci stimola a svilupparci ancora di più per essere facilitatori della crescita del mercato e dell'anticipo delle decisioni sulle innovazioni da attuare.

Un anno fa, nella copertina di MLab n°11, la soluzione innovativa di ABBONAMENTO ALLA CITTA' come "**evoluzione di esperienze** che, per arrivare a TPL & City Logistics, hanno attinto in università, nel **marketing dei leader dei beni di largo consumo** e nelle tecniche di **fidelizzazione e business intelligence** dei servizi di nicchia e della distribuzione moderna" (MLab n°12, pag. 28). La nostra proposta, considerata durante l'inverno dagli esperti, presentata e dibattuta (quando richiesto anche direttamente da chi sta scrivendo) a *meetings*, seminari e convegni di settore, è poi cresciuta in primavera fino ad essere un ingrediente

de facto dell'ampliamento positivo degli interventi annunciati nelle aree urbane e nelle reti regionali.

In estate sui quotidiani nazionali, partendo anche da eterogenee *assumptions*, si arrivava comunque a considerare gli ingredienti dell'Abbonamento alla Città nelle opinioni dei decisori e degli influencers chiamati a commentare nuovi progetti innovativi.

Creare consapevolezza in chi trae benefici dall'esistenza di una mobilità efficiente – tutti: persone, attività ed autorità (MLab n°13) - per **trarre il massimo vantaggio possibile nelle operazioni quotidiane** consolidando le decisioni innovative prese (MLab n°14) produce risultati poi apprezzati anche da categorie tradizionalmente ostiche.

Novità tangibili (MLab n°15) e consapevolezza dei benefici conosciuti e condivisi (MLab n°16) ci portano di corsa ad oggi (MLab n°17: questo che state leggendo) a constatare che la nostra insistenza su contenuti corposi - esplicitati negli articoli di diversi autori e sintetizzati in slogan sintetici ma gradevoli per trasmetterne l'attrazione verso il TPL - trova fatti concreti.

E' bello, inaugurando una infrastruttura, confermare fatti che consolidano la svolta del TPL verso un posizionamento vincente rimontando dall'angolo nel quale poteva finire, parente povero del traffico privato. E' bello sentire i lavoratori che l'hanno costruita, i governanti regionali e nazionali, i managers delle aziende trasporti che ribadiscono il successo sottolineando tre fatti:

- crescita dell'offerta con un trend molto importante
- TPL come scelta conveniente, attraente e gradita.
- infrastrutture realizzate

agostino.fornaroli@mobilitylab.it

SEGUE A PAG. 27

Agostino Fornaroli,
direttore di MobilityLab,
è Ingegnere dei Trasporti
e Mobility Manager.
Ha esperienza aziendale
Piaggio, Kodak, Finish, IBM,
associativa e di ricerca
universitaria.



SEGUE DA PAG. 3

Riallacciamoci ai tre fatti:

- finalmente una dichiarata **vision positiva, crescita dell'offerta a ritmi molto ambiziosi** come nelle aziende leader di beni e servizi (rif. MLab n°12, pag. 28) ma fatto abbastanza nuovo nel trasporto pubblico, anche come annuncio;
- risposta positiva del mercato potenziale, concorrenza, win-back, ditelo come volete ma è la svolta per il **TPL come scelta consapevole, conveniente, attraente e gradita**;
- infrastrutture pronte secondo i piani, lavori con **zero incidenti e condivisione con il territorio**.

In autunno 2006 le copertine insistevano sulla **maturità dei tasselli di innovazione e di organizzazione d'avanguardia** pronti, sottolineando la necessità di **integrazione sincronizzata di orari, tariffe, modalità e pagamenti**.

Oggi il Trasporto Regionale in Lombardia (pag.16), le Modalità di Clearing per Integrazione Tariffaria in Campania (pag.36) e la Navebus Integrata a Genova (pag.10), evidenziano fatti positivi nel mercato TPL. Integrazione tariffaria prevista a breve in Lombardia accompagnata da una crescita dell'offerta a due digit, ripartizione entrate tariffarie sulla base dei passeggeri paganti ed effettivamente trasportati in Campania, ben 9 modalità possibili con un solo biglietto a Genova: vitalità del segmento trasporto passeggeri italiano.

HUB: considerazioni positive

In questo periodo si parla molto di hub come se fosse un termine aeronautico o aeroportuale. I fondamentali del trasporto passeggeri dicono che gli hub di trasporto passeggeri sono veri se **tutte le modalità concorrono win-win al raggiungimento degli obiettivi** dell'insieme. Sia Fiumicino che Malpensa quindi, per dirsi veri hub, debbono essere perfetti non solo nel principale business aereo (definiamolo **key business**, in termini di fatturato) ma anche nel sistema di collegamenti terrestri (definiamolo **crucial services**, in termini di vulnerabilità).

In numeri precedenti sono evocate queste caratteristiche, MLab n°12, che rappresentano l'effetto "hub" come strumento chiave per conquistare "nuovi abbonati", utenti che cambiano modi e luoghi di transito secondo affidabilità, convenienza e comfort. In



M. Cimino, operatore nei lavori FNM Milano (pag.16) ed A.Fornaroli, MobilityLab commentano positivamente la costruzione di un'opera complessa con il record di zero incidenti sul lavoro

questo numero c'è un esempio di Brianza S-Bahn a pag. 40. Se in Lombardia si riaprisse la Saronno-Seregno avremmo una Pedemontana di Ferro Interaeroportuale Malpensa-Seregno-Bergamo (Orio al Serio). In attesa del ferro potremmo cogliere netti miglioramenti, e non perdere gli attuali utenti stufi di code in strada. Nuove infrastrutture nel medio periodo ma anche operazioni innovative subito con "Gomma Affidabile":

Si **sottolinea affidabilità e convenienza: certezza di orari ma soprattutto di gestione degli scostamenti dalla normalità per imprevisti** sempre più sistematici e non accidentali. Per ridurre

gli imprevisti e dare certezze ci vuole ferro nuovo a medio periodo (sta arrivando). Subito sono necessari bus coraggiosamente sempre in sede propria utilizzando anche corsie autostradali (vedi le portate portate possibili in MLab n°15). Corsie aperte anche a taxi e navette aziendali.

Urgono anche informazioni comparative sulle tariffe da parte della Centrale di Mobilità (non solo da singoli vettori concorrenti): oggi solo le entità che utilizzano **gli esperti di mobility management sanno discernere nel balance costi/benefici**. Per esempio da Fiumicino per Roma fra le decine

di euro in taxi (nel traffico) ed i pochi euro per raggiungere il centro con treno normale o per arrivare all'EUR con bus suburbani.

Dalla Malpensa (vero HUB? ai rendiconti l'ardua sentenza!), ma sempre in zona, concludiamo con una chicca sugli orari. Nel 1879 partivano già a minuti fissi dai capolinea, ogni ora la MI-Saronno, ogni due ore la MI-Inverigo (dettagli in "FNM 1879-2004: Un viaggio lungo 125 anni", Circolo Ricreativo Aziendale FNM, 1° ediz., pag. 5).

Nell'hub di MI-Bovisa si poteva trovare nel 1879 coincidenza di 4' partendo a minuti fissi da una origine su una linea per una destinazione sull'altra linea. Dopo 128 anni meno di mezz'ora per una trasversale a nord di Milano possono sembrare tanti? Chiedere agli automobilisti in coda oggi negli hinterland estesi delle aree metropolitane italiane (e straniere)!

A quegli stessi automobilisti che ci auguriamo siano clienti catturati dalle novità e dalla convenienza dell'Avanguardia del Trasporto Passeggeri in Italia quando offerta con chiarezza ed attrattività.

agostino.fornaroli@mobilitylab.it

LA PIANIFICAZIONE MEDIA CI GUARDA!

Il prossimo numero, **nov-dic 2007** copre in modo mirato tutti gli eventi di novembre, nei quali sono già previste collaborazioni speciali con gli organizzatori, gli espositori ed i relatori ai convegni connessi.

Non esitate a contattarci per spazi ed azioni

**Pianificazione Media 2008**

Le possibilità sono personalizzabili, modulari e scalabili (alcuni esempi di moduli nello spazio soprastante).

Un servizio di grafica, disponibile per appuntamenti tempestivi, è già apprezzato dai nostri clienti.

