



# Mister FlixBus: “È solo l’inizio cresceremo sui treni e sulle rotte aeree”

Schwämmlein  
“Porto FlixBus  
ad alta quota”

Roberto Brunelli a pag. 6

ANDRÉ SCHWÄMMLEIN,  
FONDATORE DELLA  
COMPAGNIA DI PULLMAN  
LOW COST CHE ATTRAVERSA  
TUTTA EUROPA  
HA IMPORTANTI  
PIANI DI SVILUPPO  
BASATI SU NUOVE INIZIATIVE  
CHE VANNO OLTRE  
IL TRASPORTO SU GOMMA

Roberto Brunelli

Sembra che la prima parola che il piccolo André abbia pronunciato, da bébé, sia stata «bus»: forse è una leggenda familiare, ma è quello che sostiene con forza la sua mamma, senza dubbio una fonte autorevole. Fatto sta che il bus è certamente il suo destino: perché quella di André Schwämmlein, oggi trentasettenne, è la storia di un uomo che ha iniziato a rivoluzionare, a partire dalla Germania, il modo di viaggiare in Europa, e che sta cominciando a terremotare pure gli Stati Uniti, fino a insidiare il dominio - iconico, se avete presente le infinite strade del Midwest - di Greyhound. Perché il nome di Schwämmlein è sinonimo di FlixBus: è lui che ha inventato, cinque anni fa, la start-up degli autobus verdi che vedete comodamente scivolare a prezzi molto bassi sulle autostrade del Vecchio Continente e che ormai sono parte integrante del nostro panorama urbano ed extraurbano.

## La prima partenza

Il primo FlixBus è partito da Monaco di Baviera con destinazione Erlangen nel febbraio 2013, oggi la società messa insieme da André insieme a due amici collega 1700 destinazioni in 28 Paesi, occupa 8000 posti di lavoro, tra diretti e indiretti (comprendendo, cioè, 300 aziende partner), di cui 1500 in Italia, con 300 città raggiunte e 6000

agenzie di viaggio affiliate. Più di 100 milioni di viaggiatori in tre anni a livello globale, in Italia oltre 10 milioni, con un aumento dei passeggeri nell'ultimo anno è stato del 100%. Per capirsi: è quasi tutta gente che ha prenotato il proprio viaggio tramite un'app con il proprio smartphone.

Se c'è uno che ha il physique du rôle da startup, quello è Schwämmlein: giovane, biondo, sportivo e sorridente, con l'aria di uno perennemente entusiasta, convinto sostenitore della mobilità alternativa. Ha fondato FlixBus e FlixBus - di cui è attualmente il ceo, supervisionandone le unità di business development e public affairs - insieme agli amici e compagni studi Daniel Krauss e Jochen Engert. Nato a Norimberga nel 1981, i genitori impegnati nel partito dei Verdi tedeschi, lui stesso con alle spalle - giovanissimo - una breve carriera politica come presidente di circoscrizione del partito ambientalista tedesco, ha studiato in Germania e a Shanghai, poi ha lavorato presso la Porsche, un passaggio come consulente strategico alla Boston Consulting Group di Monaco e infine un'altra start-up in ambito digitale. Di sicuro è uno a cui piace correre: per dire, lo scorso giugno è partito un nuovo treno «verde» che fa la tratta Stoccarda, Francoforte, Hannover e Berlino, e questo con un mese di anticipo rispetto a quanto annunciato dalla società quando aveva inaugurato la sua espansione ferroviaria, ossia a marzo. «Ad appena tre mesi di distanza, i risultati di FlixBus sono travolgenti, le tratte sono quasi sempre sold out», esulta Schwämmlein. Non ha dubbi: raddoppiare, in Germania, l'offerta su binario. «Il nostro obiettivo di 500 mila passeggeri sui nostri treni lo supereremo netta-

mente», giura. Piccolo dettaglio: la Deutsche Bahn, ossia le ferrovie di Stato tedesche, sono state monopoliste assolute, su rotaie. Chi aveva tentato di modificare lo status quo, aveva fallito. Finora.

Per quel che riguarda l'allegra André, c'è da credere che gli riuscirà di tenere il passo, vedendo l'ascesa di FlixBus in pochi anni. Nel 2013 i primi bus in Germania, nel 2015 il lancio del network domestico in Francia (con tanto di nuovo quartier generale a Parigi), l'anno dopo l'apertura della sede a Zagabria e l'espansione in buona parte dell'Europa centro-orientale, l'anno scorso la rete si allarga a Danimarca e Svezia, lo scorso marzo partono i primi FlixBus-E-Bus, ossia i primi autobus completamente elettrici di lunga percorrenza, due mesi fa l'inizio della campagna americana, con base a Los Angeles.

André sa bene che è una prova di forza. Ma sembra avere le idee chiare. «Il mercato americano ha più o meno le stesse dimensioni di quello europeo», ha raccontato alla Luzerner Zeitung. «Con la differenza che presenta una rete ferroviaria relativamente debole. La vera sfida negli Usa è tirare fuori la gente dalle automobili. Dobbiamo riuscire a convincere la gente che viaggiare in autobus è cool. Oggi non è così. Il bus è ancora considerato il mezzo di trasporto per persone con pochi soldi. Non a caso, Greyhound - leader incontrastato del mercato americano - ha un'immagine tremenda». L'altro grande fronte di FlixBus consiste ovviamente nella competitività dei prezzi. «Per noi è ancora un criterio che fa la differenza. Altri, quando battono una tratta molto frequentata, tendono a far crescere il costo dei biglietti. Non è il nostro obiettivo: si diventa pigri, attaccabili.

Al contrario, inseriamo un mezzo in più sulla tratta, portando più passeggeri sui nostri bus. Già oggi abbiamo da 4 fino a 6 persone in più a viaggio».

Si tratta di cambiare abitudini, punti di vista, strategie. La rivoluzione dei paradigmi. In questo FlixBus sembra interpretare con grande Zeitgeist la lezione della Silicon Valley. Le riviste specializzate oramai piazzano sistematicamente la foto di Schwämmlein in mezzo ai servizi su Spotify, Dropbox, Airbnb e similari. La «rivoluzione» di André e dei suoi amici è partita con la deregulation nel trasporto a lunga tratta.

## L'ambizione

L'ambizioso Schwämmlein pensa che i 100 milioni di passeggeri di adesso siano solo l'inizio, e lo dice esplicitamente: «In quei mercati in cui l'80-90 per cento della mobilità si fa con l'automobile c'è ancora molto spazio di crescita. E questo riguarda in particolare l'Italia, la Francia e i Paesi del Benelux». E ancora: «A noi non ci manca la fantasia sulle potenzialità di crescita: per questo abbiamo iniziato a sperimentare con i treni, per questo cominciamo ad immaginare di collaborare con le compagnie aeree». Raccontano che al quinto piano della sede centrale di Monaco regni ancora sovrana un'atmosfera da startup, tra mobili ultracolorati, poltrone moderne e open space. I tre fondatori, che si conoscono dai tempi dell'Università a Erlangen, dividono ancora oggi gran parte delle responsabilità aziendali. Lo storytelling di FlixBus narra che quelli che presto sarebbero diventati i tre caballeros della mobilità 4.0 volevano disperatamente trovare un'attività autonoma. Ben cinquanta diverse idee imprenditoriali vengono passate al setaccio. Poi Schwämmlein ha il suo personale

«eureka!» leggendo un giornale che il governo federale intende liberalizzare il mercato dei bus a lunga distanza: «Eravamo andati a sciare, e io dissi agli altri: ho un'idea, ha a che fare con i bus. Per noi era chiarissimo che c'era un gran bisogno di una mobilità più conveniente».

## Un brand

### [ LA SCHEDA ]

## Un biglietto unico e tanti servizi nella rete di viaggi integrata

Parola d'ordine "e-mobility".

André Schwämmlein ne è convinto: anche il trasporto su gomma di lunga percorrenza può essere ambientalista. I primi Flix-E-Bus, ossia al cento per cento elettrici, sono partiti tre mesi fa. Preventivamente sono stati effettuati test in Francia e in Germania. L'idea dell'azienda di Monaco è di investire sempre di più in forme di mobilità "totalmente sostenibile".

Presto, ma date precise ancora non ce ne sono, sarà coinvolta anche l'Italia nel progetto, come annuncia la Flixbus nella sua relazione annuale. L'altro fronte su cui lavora la società di Monaco di Baviera è quella sintetizzata nello slogan "smart mobility in a smart nation":

ovvero offrire ai propri passeggeri servizi più efficienti grazie alle tecnologie più innovative. Tra questi, il wi-fi gratis su tutti i bus, le prese elettriche per caricare i propri computer portatili, la possibilità di vedere film e ascoltare musica, un sistema di prenotazione più facile e intuitivo grazie ad un'app e ad un apposito sito internet, la possibilità di cancellare e modificare le prenotazioni fino a 15 minuti prima della partenza.

L'Europa sempre più verde, insomma: attualmente nel Vecchio Continente i Flixbus collegano 1700 destinazioni, una rete che la società intende allargare entro il 2018 del 30 per cento fino a 350 mila collegamenti al giorno. Complessivamente, la società ha messo a segno nel 2017 un

Così, come ricostruisce la Sueddeutsche Zeitung, i tre cominciano a telefonare a tutti gli imprenditori di autobus dell'elenco telefonico, presentano a tutti le loro idee e a trattare. Oggi, quello che corre sulle autostrade di tutta Europa - e, c'è da scommetterci, presto anche sulle highway dell'America profonda - è soprattutto un brand. La

possiede un solo bus: che non viaggia, però. Ovviamente André Schwämmlein la patente da guidatore di autobus non ce l'ha. E non possiede neanche un'auto, se è per questo, raramente va in treno, malvolentieri in aereo. Al lavoro ci va in bicicletta.

Al lavoro ci va in bicicletta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

fatturato di 400 milioni di euro, il valore complessivo della società è calcolato in un miliardo.

Tra i progetti per il futuro, la collaborazione con la Lufthansa. I colloqui con la compagnia aerea sono già iniziati, ma non sono esclusi interessamenti verso altri vettori. Una delle idee è di fornire un servizio per il quale sia necessario un unico biglietto, comprendendo il viaggio da casa all'aeroporto e poi dall'aeroporto alla destinazione finale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



André Schwämmlein visto da Dariush Radpour

