

Gtt, il trasporto locale torinese migliora i conti e va sul mercato



CRESCONO RICAVI E MARGINI NONOSTANTE IL CALO DEI CONTRIBUTI PUBBLICI. UNA RIGOROSA OPERA DI TAGLIO DEI COSTI SENZA INTACCARE IL SERVIZIO. PUÒ ESSERE IL PRIMO PASSO PER CREARE UN "CAMPIONE NAZIONALE"

Diego Longhin

Torino

Potrebbe essere l'operazione clou del 2013 nel settore del trasporto pubblico, dopo il primo tentativo del 2012, che aveva già attirato l'interesse di Trenitalia e del gruppo anglo-tedesco Arriva-Deutsche Bahn. Gtt, il Gruppo Torinese Trasporti, che nell'area metropolitana di Torino gestisce bus, tram, metro, sosta a pagamento e due linee ferroviarie, è tornato sul mercato. Il socio, il Comune di Torino, ha deciso di tentare di nuovo la strada della valorizzazione, ma in maniera diversa rispetto allo scorso anno, quando l'operazione si arenò su problemi di prezzo: nelle prossime settimane verrà scorporato il settore parcheggi, ceduto interamente a privati, e poi si venderà il 49% del trasporto pubblico locale. La Città rimarrà socio di maggioranza, mala gestione passerà al nuovo partner. L'occasione Gtt è ghiotta per il mercato, perché nonostante il quadro economico difficile, trattati dei contributi pubblici e aumento dei costi, in primis del carburante, la società torinese può presentare risultati in controtendenza. Il Gtt non è immune dalle difficoltà ma ha saputo sviluppare per tempo delle contromisure che oggi la rendono una delle aziende più solide. Basta guardare l'ultimo bilancio firmato dall'ad Roberto Barbieri, che lo scorso

mercoledì è stato riconfermato alla guida del gruppo. L'esercizio si è chiuso con un utile netto di 5,88 milioni di euro, in crescita di oltre 4 milioni rispetto al bilancio 2011 e un margine operativo lordo di 44 milioni di euro: più 31,8% sull'anno precedente. Valore produzione da 469 a 491 milioni. Numeri da record, soprattutto se si confronta con quelli medi del settore, rilevati dall'Asstra, l'associazione delle imprese del trasporto pubblico locale: margine operativo lordo in calo in media del 23%; valore della produzione, ossia ricavi più compensazioni pubbliche, sceso del 2%. I risultati a Torino sono stati raggiunti facendo i conti con un taglio delle risorse pubbliche, meno 13,6 milioni, e una crescita dei costi stimabile in più di 21 milioni, tra carburante, energia per trazione e assicurazioni. E l'azienda ha incassato solo il 65% dei corrispettivi dovuti dagli enti pubblici e vanta un credito complessivo pari a 280 milioni.

Per compensare Gtt ha stimolato la domanda, registrando un balzo in avanti consistente di passeggeri, anche questo un dato in controtendenza rispetto alla media: «Abbiamo incrementato significativamente la vendita da biglietti e abbonamenti, più 11,8%, e i passeggeri trasportati nell'anno, più 8 milioni, raggiungendo la cifra record di oltre 201 milioni di persone — spiega Barbieri — il tutto associato ad un taglio dei costi incisivo: meno 46% di spese per le consulenze e prestazioni professionali, meno 41% di costi per gli organi sociali e costo del lavoro dei dirigenti in calo del 28%». Tagli anche alla telefonia fissa (—16%) e mobile (—11%).

Incrementi e limature che han-

no permesso di centrare gli obiettivi, senza cassa integrazione, oggi Gtt conta 5.142 addetti, e senza rinunciare agli investimenti: acquistati 114 nuovi bus a basso impatto ambientale e programmato l'inserimento di altri 138 mezzi. E poi la lotta all'evasione, anche per una questione di equità: ritorno dei controllori a bordo, installazione di macchinette automatiche per la distribuzione dei biglietti sui mezzi, sperimentazione dell'incarrozzamento anteriore, come avviene in Europa, rafforzamento dei controlli e, fra poche settimane, il primo test su alcune linee extraurbane di tornelli per il controllo dell'accesso. Varata anche una riorganizzazione della rete, in sinergia con il Comune, riducendo la quantità di chilometri, eliminando linee doppie, cadenzando le frequenze, puntando su alcune linee "forti". L'impatto per l'utenza è stato minimo: «Soprattutto in un momento di crisi e di difficoltà generale, il trasporto pubblico è un servizio essenziale per la comunità — sottolinea Barbieri — un servizio al pari di quello sanitario. Piuttosto che ridurre in maniera indiscriminata i fondi, sarebbe necessario legare l'erogazione dei soldi a parametri di efficienza e di gestione».

Il problema è il mercato italiano, troppo frammentato, con più di 300 imprese sparse nel Paese, non come negli altri Stati europei dove esistono due-tre grandi gruppi, la maggior parte a capitale solo pubblico, per la gestione dei servizi. E l'operazione vendita Gtt potrebbe essere il primo passo in Italia per la nascita di un campione nazionale che abbia la forza di aggregare altre imprese del comparto. Non solo una valorizzazione, ma un'operazione di politica industriale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA