

UN PROGETTO CHE RISALE AL 2003



di Aristide Ricci

Ticket-trasporto idea troppo innovativa?

E se riparlassimo di ticket-trasporto, di quel buono che richiama alla mente il più fortunato ticket-pasto, universalmente noto ai lavoratori dipendenti che lo usano ormai da anni nella pausa pranzo?

In tempi di crisi economica pesante che ha colpito l'economia mondiale, quale è quella che stiamo vivendo, la mobilità collettiva è una specie di cartina di tornasole delle abitudini degli italiani, uno dei quei settori che rivelano in modo molto attendibile quanto e come si stringa la cinghia in Italia anche per gli spostamenti per lavoro o per studio. E le misure per risparmiare dovrebbero riscuotere un'attenzione ed un interesse particolari anche e soprattutto da parte di chi eroga un servizio che tra il 2007 ed il 2008 presenta un incremento netto di viaggiatori in termini percentuali pari a +10,1%, secondo le rilevazioni AUDIMOB 2008, dell'Isfort che ha redatto il rapporto congiunturale sulla mobilità.

Il ticket-trasporto nacque nel 2003 grazie ad un'idea innovativa sostenuta da *Asstra* e da *Eurromobility* che stipularono un accordo con *Accor Service Italia* per erogare ai lavoratori di aziende e di enti pubblici un buono valido per l'acquisto di abbonamenti ai servizi pubblici di trasporto. Un benefit che faceva risparmiare sull'acquisto di titoli di viaggio utilizzabili presso quelle aziende che avevano dato la loro adesione al protocollo stilato tra i soggetti proponenti. La spesa per acquistare i ticket sarebbe stata a totale carico delle aziende ed i costi sostenuti sarebbero stati deducibili ai fini fiscali. Un incentivo per consolidare e fidelizzare gli utenti abituali dei mezzi pubblici e catturarne dei nuovi attraverso un benefit che non prevedeva alcun onere fiscale né previdenziale, così come avviene con il buono pasto. Il ticket trasporto alla sua presentazione riscosse un consenso ampio ed unanime da parte di

Parla
Monica Boni,
Direttrice
Marketing
di **Accor
Services Italia**

quelle organizzazioni che a diverso titolo spingevano e spingono ancora per promuovere il sistema di mobilità collettiva come alternativa all'auto privata.

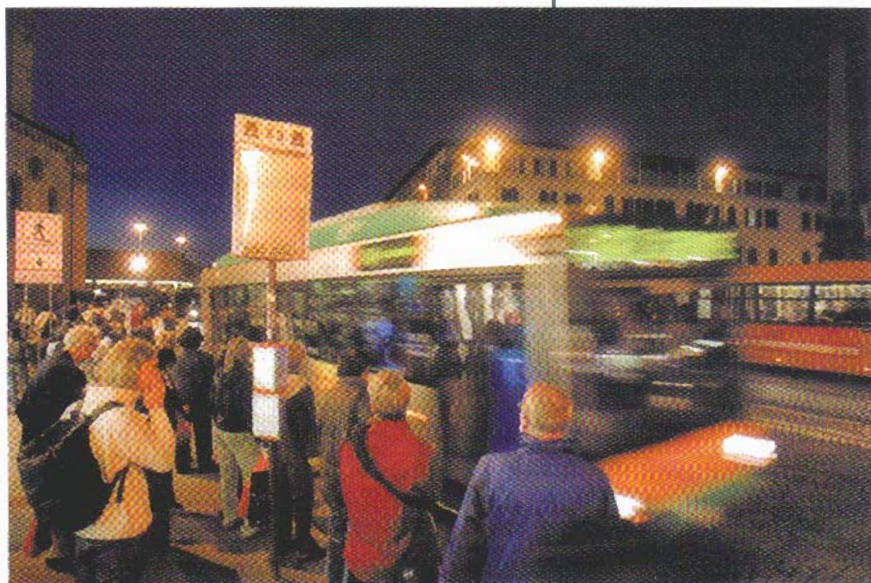
Sindacati confederali, associazioni ambientaliste, associazioni di consumatori, fondazioni culturali, tutti insieme si mobilitarono per una causa comune, promuovere la mobilità urbana sostenibile riequilibrando il rapporto tra domanda ed offerta di trasporto a favore del sistema collettivo.

Il buono bus diventava per i sindacati materia di contrattazione aziendale per contribuire alle spese sostenute dal personale nel trasferimento casa-lavoro.

Sperimentare comportamenti alternativi per abituarsi a vivere in maniera più consapevole, era uno degli argomenti forti della "Settimana europea della mobilità sostenibile", un evento organizzato in Toscana da Cgil-Cisl-Uil per parlare di temi riguardanti il trasporto pubblico e di misure per incentivarlo. Seguirono accordi veri e propri stipulati in realtà locali per sperimentare e promuovere il ticket- trasporto, quali il protocollo stipulato dalla Cisl al comune di Roma, quello delle amministrazioni provinciali di Torino e di Rovigo per i propri dipendenti, dei Comuni di Brescia e di Bergamo, di alcune città del Trentino Alto Adige e di realtà minori del Mezzogiorno d'Italia.

Federmobilità di recente ha incluso il ticket- trasporto nel suo programma presentato al Governo nazionale per rilanciare il trasporto pubblico in Italia. L'associazione, che riunisce le amministrazioni responsabili del governo della mobilità a livello regionale, provinciale e comunale, e che annovera tra i suoi membri molte delle più popolose città, province e regioni italiane, parte da alcuni dati concreti quali la velocità commerciale dei mezzi pubblici di trasporto che si riscontra nelle nostre città pari a 21 chilometri orari, a fronte di quella di altre città europee che si attesta a 38 chilometri orari, per segnalare l'urgenza di intervenire per migliorare radicalmente il sistema di mobilità collettiva in Italia.

Nei programmi dell'ex segretario del Partito democratico Walter Veltroni ritroviamo il ticket trasporto quale misura innovativa da includere in una più generale piattaforma per la mobilità collettiva. Potremmo dire che non mancano i presupposti per una campagna in grande stile per rilancio del buono bus. Eppure, manca ancora quella spinta giusta che lo faccia conoscere



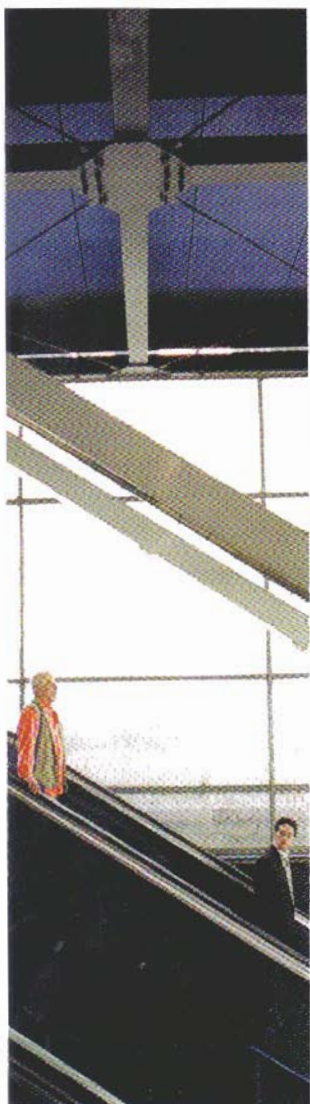
di più e meglio alle aziende, agli enti pubblici ad una platea dei potenziali fruitori, che spesso lo ignorano.

Che cosa ha condizionato e condiziona tuttora il decollo vero di una proposta avanzata che potrebbe avere un impatto positivo rilevante nella vita dei lavoratori e nella mobilità complessiva nel nostro paese?

Ne parliamo con un'addetta ai lavori. **Monica Boni**, direttrice Marketing di *Accor services Italia*.

L'ex segretario del Pd Walter Veltroni di recente e l'associazione Federmobilità l'estate scorsa hanno riparlato di ticket- trasporto come una delle misure per rilanciare la mobilità





collettiva. A circa sette anni dal suo varo, è possibile un bilancio complessivo di questa idea sicuramente innovativa?

Con una certa dose di ironia potremmo dire che l'idea forse è stata "troppo" innovativa per il sistema dei trasporti italiano. A sette anni dal suo lancio, fortemente sostenuto da ASSTRA in collaborazione con Euromobility e con la nostra azienda, il Ticket Trasporto è un servizio ancora poco diffuso e poco capito, mentre le sue potenzialità potrebbero essere estremamente interessanti per le aziende e per i lavoratori italiani, nonché per la promozione del trasporto pubblico.

A suo giudizio, quali sono stati gli ostacoli che non hanno permesso al ticket trasporto di affermarsi non proprio come i buoni pasto, ma comunque ad un livello adeguato ad un'innovazione importante quale è quella che rappresenta?

I fattori dello scarso successo sono stati senz'altro molteplici.

Innanzitutto il quadro normativo ancora incerto per quanto riguarda gli impatti fiscali del Ticket Trasporto, questo risulta sicuramente poco incentivante e rallenta il processo decisionale all'interno delle aziende. Senz'altro sarebbe opportuno un intervento del legislatore per chiarire meglio gli ambiti di applicabilità di un sistema che presenta vantaggi per tutti gli attori coinvolti. Per quanto riguarda invece l'offerta e cioè i vettori che si affiliano al Ticket Trasporto, il sistema ha risposto in modo molto disomogeneo. A fronte dell'interesse dimostrato da alcuni, soprattutto nel Nord-Est, la maggior parte degli

operatori ha invece reagito in chiave "protezionistica. Invece che considerare il buono una opportunità di rafforzare la domanda di servizi e aumentare il numero di passeggeri, lo ha piuttosto visto come una mera complicazione operativo-gestionale e ha quindi scelto di non aderire.

Quante sono le aziende, pubbliche e private, gli enti, le associazioni che hanno adottato il ticket trasporto? Ed ancora: crede che la promozione del ticket sia stata adeguata e sufficientemente supportata da una campagna di informazione presso tutti gli interessati?

Le aziende che oggi utilizzano il servizio si contano sulle dita delle mani. Sono ancora veramente molto poche, anche se l'attività promozionale da parte nostra era stata a suo tempo intensa e capillare. Anche i media avevano ripreso la notizia con enfasi ed erano usciti numerosi articoli e servizi anche al telegiornale.

Non si può dire pertanto che il servizio non sia stato promosso e che non sia stata fatta informazione nei confronti dei vari stakeholder coinvolti.

La normativa emanata per il ticket trasporto è sufficientemente chiara oppure occorrono delle modifiche in tale direzione?

La normativa, come anticipato in precedenza, è un punto debole del sistema, sarebbero senz'altro opportuni interventi nelle sedi competenti per favorire un chiarimento del quadro.

Tra l'altro in un periodo di crisi economica nel quale il Governo è alla ricerca di soluzioni per aumentare il potere d'acquisto dei cittadini, il Ticket Trasporto può giocare un ruolo molto importante. Il trasporto rappresenta un capitolo di spesa notevole nel bilancio familiare e un contributo defiscalizzato finalizzato all'acquisto di abbonamenti per i mezzi pubblici sarebbe particolarmente apprezzato.

Quali sono le prospettive ed i 40 programmi futuri per un rilancio del ticket trasporto?

Stiamo valutando il da farsi anche alla luce del presente scenario economico, sicuramente siamo disponibili a riprendere le fila di un progetto che può avere secondo noi sviluppi estremamente interessanti.

Anche in altri paesi, come in Francia per esempio, si è recentemente riparlato di Ticket Trasporto e la notizia ha avuto ampia eco sui mezzi di comunicazione. Confidiamo pertanto che tutte le parti in causa dimostrino crescente sensibilità e interesse a questa importante materia.

