



**Beria P., Laurino A. (2016)**

Presentazione del Rapporto  
TRASPOL-Checkmybus sulle mercato  
della lunga percorrenza



# Presentazione del Rapporto TRASPOL-Checkmybus sulle mercato della lunga percorrenza

LABORATORI O DI POLITICA DEI TRASPORTI  
**TRASPOL**  
RESEARCH CENTER ON TRANSPORT POLICY

**Paolo Beria**

**Antonio Laurino**

Dipartimento di  
Architettura e Studi Urbani  
**Politecnico di Milano**  
Milano, Italy

In collaborazione con





## contenuti



Il Rapporto TRASPOL



Un aggiornamento sull'Europa



Alcune riflessioni sull'Italia



*Verso un Osservatorio sul Trasporto di Lunga Percorrenza*



Rispetto ad altri paesi, il mercato italiano e l'evoluzione della liberalizzazione rimangono praticamente **sconosciuti!** Servirebbe una maggiore conoscenza di tre aspetti, possibilmente **indipendente** dagli operatori:

### 1. Volumi e quote di mercato

### 2. Competizione e prezzi

intramodale

intermodale

### 3. Geografia dei servizi

Inoltre, l'Italia presenta alcune **particolarità** rispetto ad esempio a FR, DE, ...

- i. settore molto sviluppato già prima della competizione, con molte aziende ex-monopoli entro le rispettive concessioni.
- ii. differenze fortissime tra nord (vuoto + ferrovia) e sud (ben presidiato e poco ferro).



Rispetto ad altri paesi, il mercato italiano e l'evoluzione della liberalizzazione rimangono praticamente **sconosciuti!** Servirebbe una maggiore conoscenza di tre aspetti, possibilmente **indipendente** dagli operatori:

### 1. Volumi e quote di mercato

### 2. Competizione e prezzi

intramodale

intermodale



+



### 3. Geografia dei servizi

Inoltre, l'Italia presenta alcune **particolarità** rispetto ad esempio a FR, DE, ...

- i. settore molto sviluppato già prima della competizione, con molte aziende ex-monopoli entro le rispettive concessioni.
- ii. differenze fortissime tra nord (vuoto + ferrovia) e sud (ben presidiato e poco ferro).



Attraverso l'analisi dei biglietti cercati e cliccati sulla piattaforma Checkmybus.it abbiamo ricostruito gli **andamenti nel tempo** e le **caratteristiche dei prezzi** tra rotte e operatori (ma non i volumi assoluti, naturalmente!).



Il rapporto contiene solo **informazioni anonime**, non essendo riconoscibili le aziende e le singole strategie di prezzo, e fornisce chiavi interpretative del mercato.

Il rapporto uscirà **ogni 6 mesi** (gen – giu + lug – dic). Dopo il primo anno la disponibilità di andamenti temporali più lunghi permetterà **ulteriori contenuti** rispetto a quanto presentato oggi.

Il rapporto è destinato alle **aziende**, ai **pianificatori** e ai **regolatori** del settore e si caratterizza per **indipendenza** e **terzietà**. Il rapporto è infatti un'attività **auto-finanziata** e rientra nelle attività di ricerca di TRASPOL sul trasporto di lunga percorrenza.



## contenuti



Il Rapporto TRASPOL



Un aggiornamento sull'Europa



Alcune riflessioni sull'Italia



*Verso un Osservatorio sul Trasporto di Lunga Percorrenza*



## Un aggiornamento sull'Europa Caratteristiche

1. Non c'è una **definizione** unica di LP (300 km, 100 km, 3 regioni...), né obbligo di distinguere tra OSP e servizi a mercato.
2. Non c'è obbligo per gli stati membri di fornire **statistiche**, dunque tracciare un quadro del settore a livello continentale è arduo.
3. I livelli di **liberalizzazione** sono piuttosto vari, anche se molti dei paesi principali hanno completato il processo nella medesima direzione.
4. Attorno al trasporto con autobus, analogamente a quanto già accaduto col trasporto aereo e TPL, sono comparsi molti servizi di supporto al mercato, tra cui i GDS e i **meta-motori di ricerca**.
5. In molti paesi (DE, FR, IT) c'è una discreta **attenzione dei media** verso il settore, come non c'è mai stata!

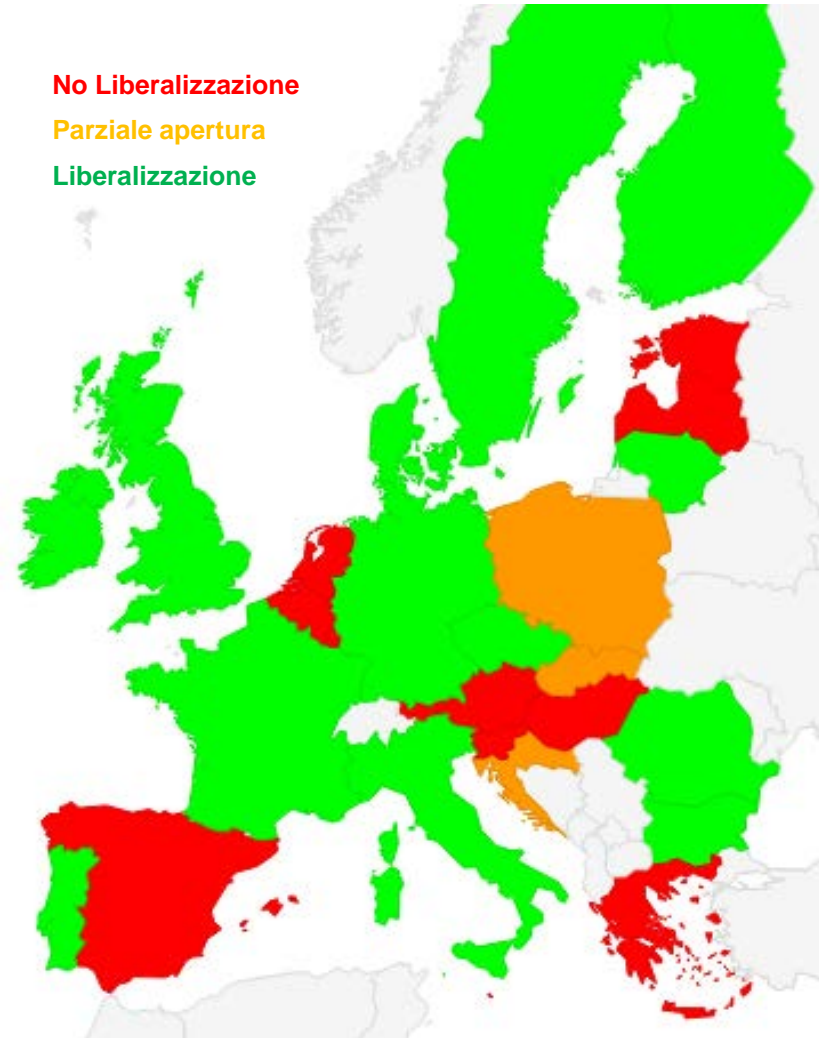


# Un aggiornamento sull'Europa

## Liberalizzazione in Europa

Ciascuno stato ha introdotto un suo sistema di regole e di definizioni per individuare e normare i servizi domestici:

- **Spagna** ha un sistema di concessioni che prevede gare per l'affidamento in esclusiva;
- **Belgio** concessione affidate direttamente ai due operatori pubblici regionali;
- **Austria** solo contratti di servizio o concessioni di cinque anni;
- **Francia, Italia e Germania** hanno liberalizzato, ma previsto dei vincoli da rispettare per concedere l'autorizzazione (es. 3-regioni);
- **Bulgaria, Romania e Portogallo** non prevedono vincoli alla competizione nel mercato;
- **Slovacchia** ha liberalizzato i servizi interurbani con tutele in presenza di PSO.







# Un aggiornamento sull'Europa Francia

## Fino ad Agosto 2015

Mercato era **strettamente regolato** con il cabotaggio consentito solo sui servizi internazionali, a particolari condizioni.

## Da Agosto 2015

### Apertura del mercato

#### Condizioni

- mercato liberalizzato su distanze tra fermate **superiore ai 100km**;
- per le relazioni inferiori alla soglia spetta al regolatore valutare (ARAFER) se i servizi rappresentano una minaccia per i PSO ferroviari o stradali esistenti.



Analyse du marché libéralisé  
des services interurbains par autocar

Bilan du 2<sup>e</sup> trimestre 2016



arafer

autorité de régulation des activités  
ferroviaires et routières



# Un aggiornamento sull'Europa Francia



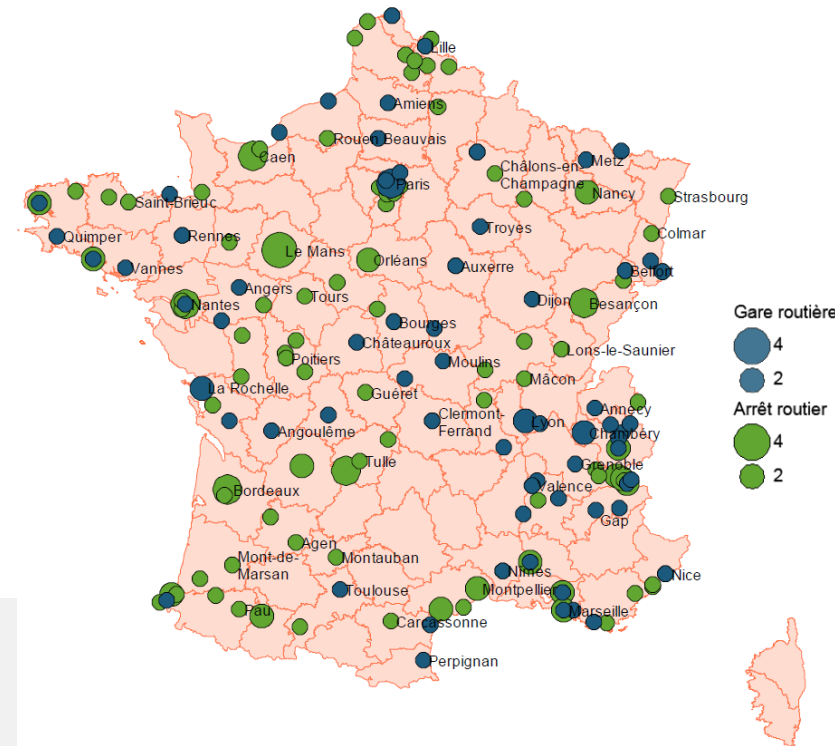
110.000 pax → 1M pax!



150 comuni, 204 fermate e 71 stazioni

+80% frequenza da località come Marsiglia,  
Nantes, Rouen e Tolosa

Il *load factor* è intorno al 30%



*Fermate e stazioni al 31/03/2016*



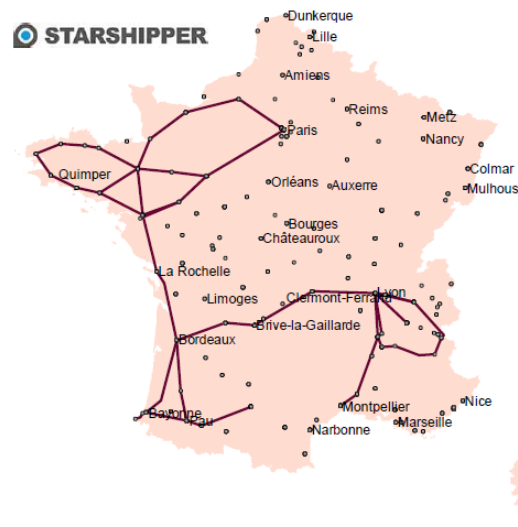
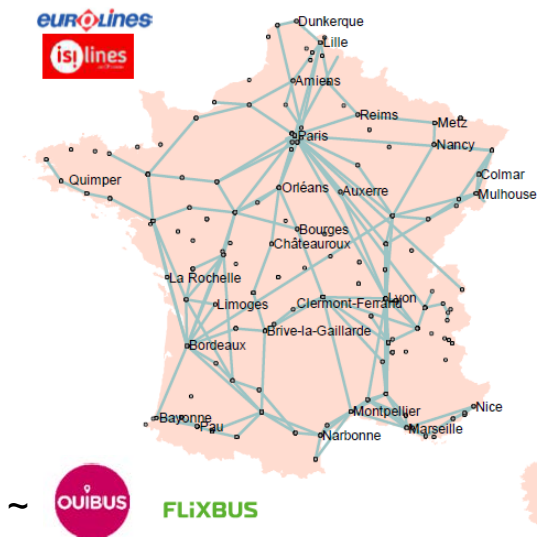
# Un aggiornamento sull'Europa Francia

La rete è in continua evoluzione.  
Il mercato è in corso di **consolidamento**. **5 gruppi**  
hanno trasportato 1.86 Mpax nei primi otto mesi  
dall'apertura.

Opérateur	Nombre de lignes commercialisées			Répartition du nombre de lignes au T1 <sup>11</sup>
	Fin T3 2015	Fin T4 2015	Fin T1 2016	
Ouibus	16	47	58	30%
Flixbus	2	28	48	25%
Eurolines/ Isilines	39	49	48	25%
Megabus	7	14	16	8%
Starshipper	9	13	21	11%
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>151<sup>12</sup></b>	<b>191</b>	<b>100%</b>



Acquisizione



In collaborazione con

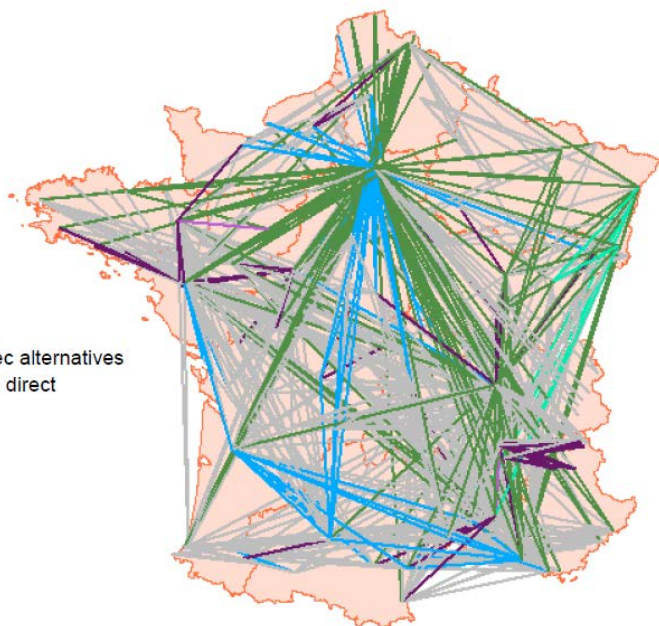




# Un aggiornamento sull'Europa Francia

**Concorrenza intermodale:** il 45% delle relazioni ha un'alternativa ferroviaria diretta disponibile

**Concorrenza intramodale:** linee in concorrenza e % di linee in competizione per operatore



Liaisons autocars avec alternatives possibles par un train direct

- TER
- TER & TGV
- TET
- TET & TGV
- Alternative TGV
- Pas de directe

Opérateur	Nombre de liaisons commercialisées en concurrence
Ouibus	83 (72%)
Flixbus	173 (45%)
Eurolines/Isilines	211 (43%)
Megabus	50 (94%)
Starshipper	50 (31%)
Total	221 (26%)



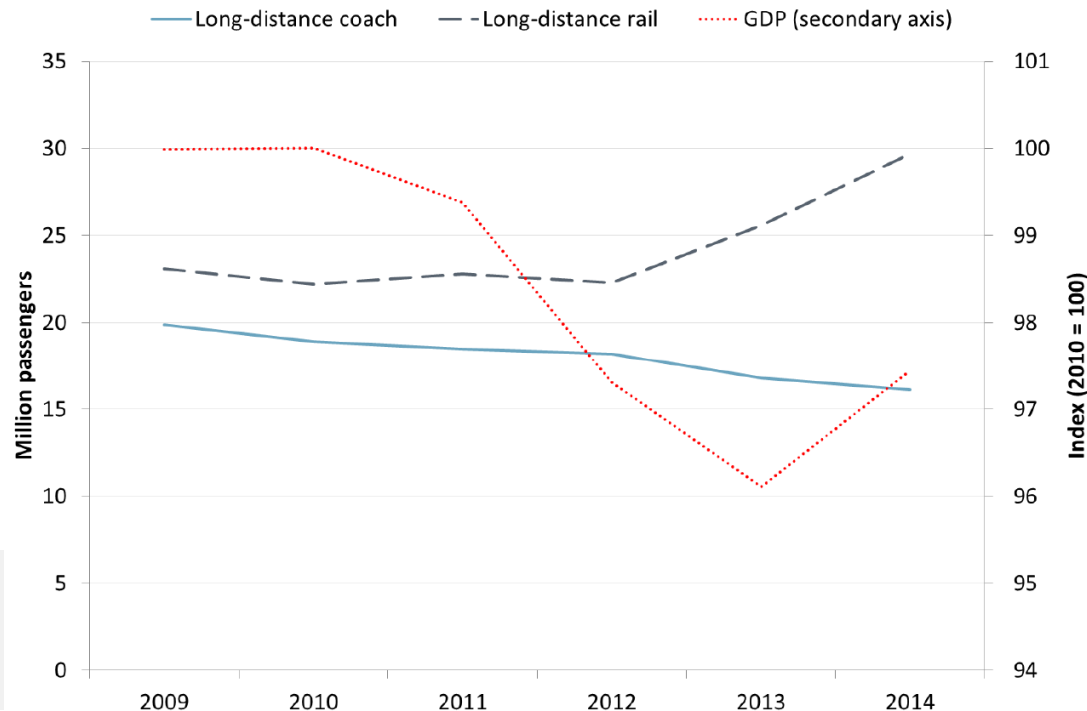


# Un aggiornamento sull'Europa Spagna



Sistema di **concessioni** per l'assegnazione di un monopolio temporaneo per un massimo di 10 anni estendibile del 50% se necessario ad ammortizzare l'investimento fatto dall'operatore.

Il mercato della media lunga percorrenza in concessione è passato da 45M nel 2009 a 29M di passeggeri nel 2014 probabilmente per effetto del **pricing aggressivo di RENFE.**



SDG (2016), Comprehensive Study on Passenger Transport by Coach in Europe | Final Report

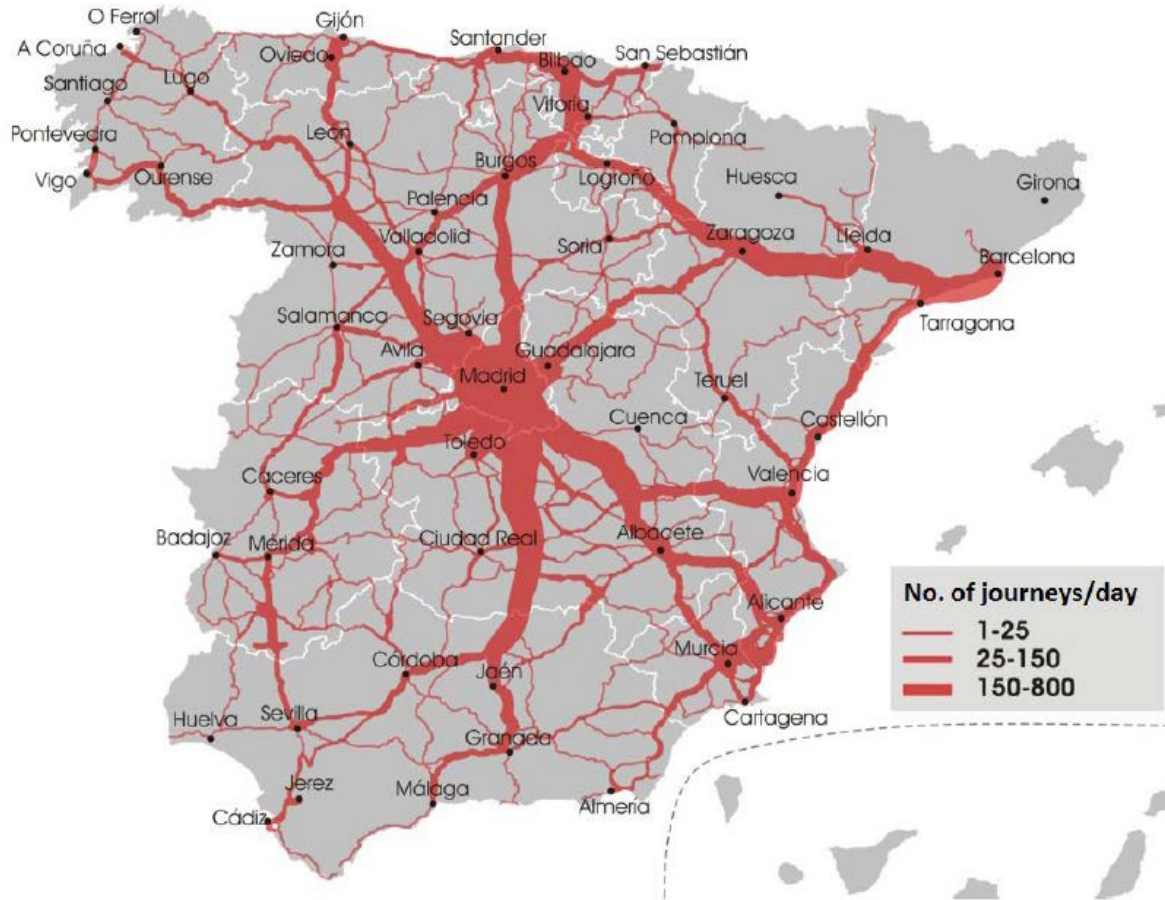
In collaborazione con





# Un aggiornamento sull'Europa Spagna

La rete dei servizi (2014) è fortemente centrata su Madrid, quindi su Barcellona, Bilbao, Murcia e Valencia.



- Il ricavo medio per pass-km varia tra **5-6 €cents**
- La distanza media per un passeggero è di 180km
- Il *load factor* medio è di 22 pax



# Un aggiornamento sull'Europa Spagna

Mercato abbastanza **concentrato** con Alsa che possiede oltre il 50% del mercato (**acquistata da National Express**), Avanza il 10% (acquistata dal **gruppo ADO**) e Samar il 6%.

Firm or group	Market share (passenger-kilometre)	Passenger-kilometre (thousands)	Passengers (thousands)	Vehicle-kilometre (thousands)	Firms in group	Concessions	Vehicles	Percentage of vehicles equipped for PRM	Average vehicle age
Alsa	53.6%	2,835,892	12,381	114,702	9	23	392	34%	4.2
Avanza	10.7%	568,216	2,582	27,570	5	10	159	16%	5.0
Samar	6.0%	318,964	4,556	19,071	2	9	181	33%	11.2
Socibus	5.7%	303,418	626	13,571	2	3	35	100%	2.4
Damas	4.2%	224,095	688	6,542	2	4	41	49%	7.5
Bilman Bus	4.1%	215,622	305	6,102	1	1	20	80%	2.2
Monbus	3.1%	161,514	771	9,047	3	5	74	50%	5.8



# Un aggiornamento sull'Europa Germania



## Fino a Gennaio 2013

Mercato **fortemente regolato** per tutelare i servizi di interesse pubblico (proteggere DB dalla competizione intermodale)

## 1 Gennaio 2013

### Apertura del mercato

#### Condizioni:

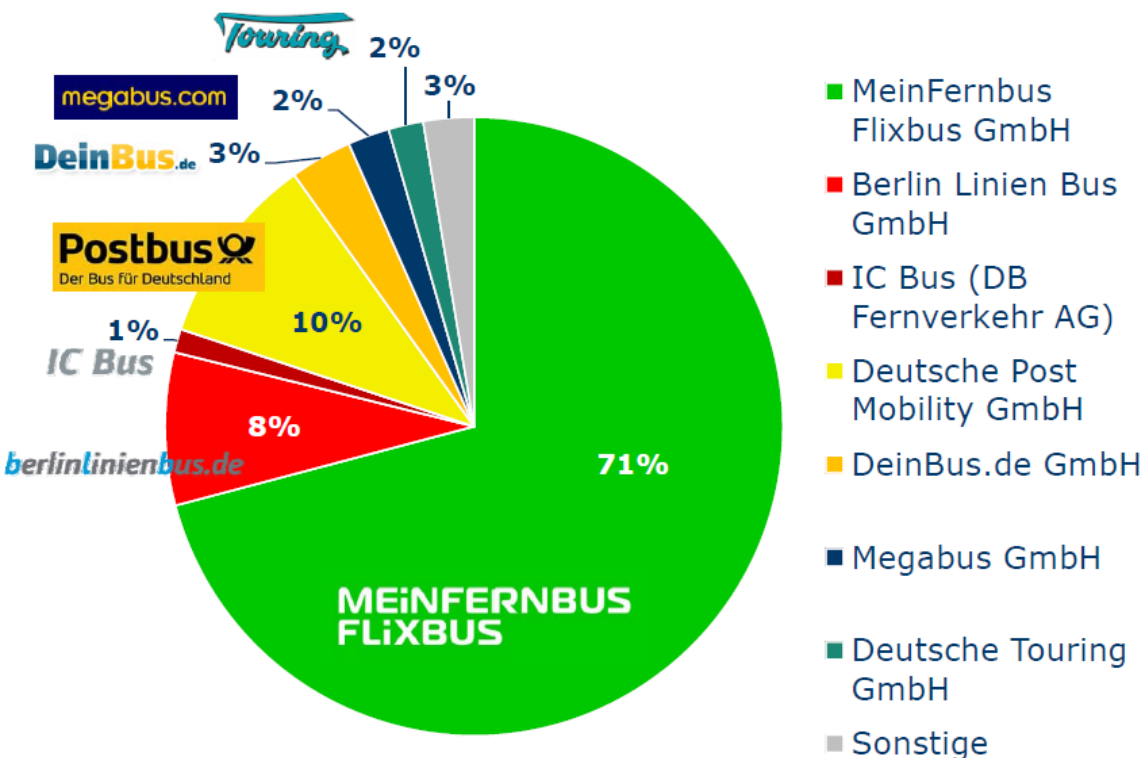
- la distanza tra due fermate deve essere **superiore ai 50 km**
- non devono esistere **servizi regionali ferroviari** che impieghino **meno di un'ora** per collegare le fermate





# Un aggiornamento sull'Europa Germania

Si è verificato un rapido **processo di concentrazione** degli operatori, a **giugno 2013** le quote di mercato erano abbastanza distribuite 25% DB, 16% MeinFernbus, 14% Flixbus, 42% altri. A **gennaio 2016** la situazione è data dal grafico



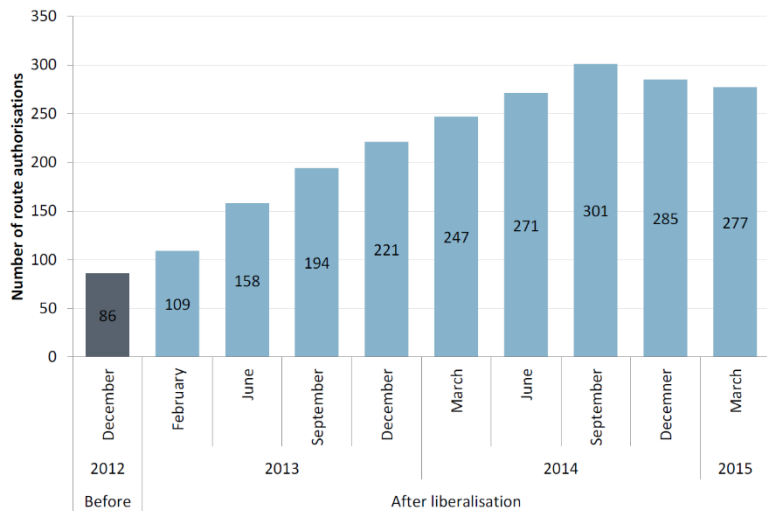
Ad **agosto 2016** Flixbus ha ulteriormente aumentato la sua posizione attraverso le acquisizioni di *Megabus* e *Postbus* raggiungendo quindi oltre l'**80% del mercato**.



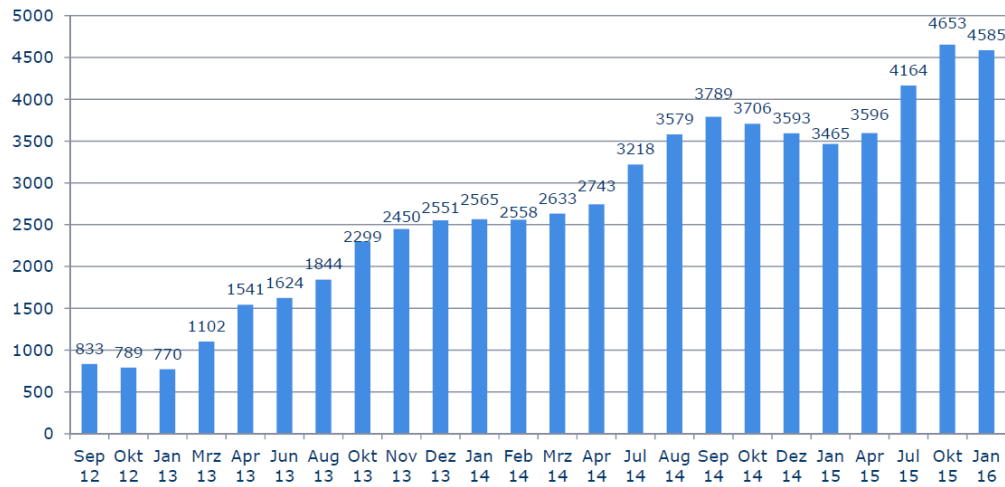
# Un aggiornamento sull'Europa Germania

Inizia il **consolidamento della rete**, anche per effetto della forte **concentrazione** realizzatasi attorno a Flixbus.

### Autorizzazioni



### Frequenze settimanali bidirezionali



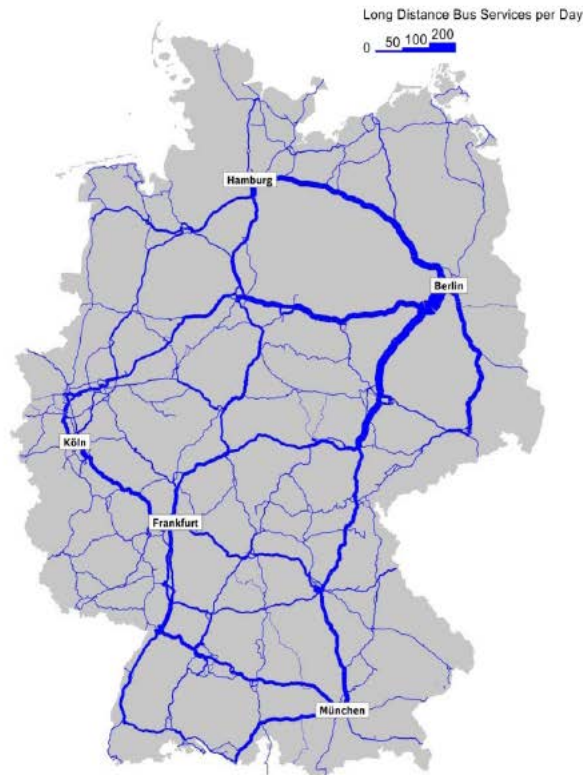
Il numero di passeggeri trasportati è passato **da 3M nel 2012 a 19,6M nel 2014**, analogamente la **quota modale del bus** è passata dal **2% nel 2013 al 14% nel 2015** sulla lunga percorrenza (Guihéry, 2016)





# Un aggiornamento sull'Europa Germania

Sviluppo della rete autobus sia dove la ferrovia è meno presente che dove è forte  
**LD Bus = 20 Million Pax p.a.** **LD Rail = 130 Mio Pax p.a.**



Source: ETC 2015.



Il prezzo medio per i servizi bus è intorno ai **5-6 €cents** per pass.km (Guihéry, 2016) ed ha spinto DB ad aumentare il numero di biglietti scontati (IGES, 2016)

In collaborazione con





# Un aggiornamento sull'Europa

## Riflessioni

1. Nei paesi dove si è aperto il mercato c'è stata una rapidissima entrata di **molti nuovi operatori**, seguita altrettanto **rapidamente da un consolidamento** attorno a pochi/pochissimi (SDG, 2016).

Nazione	Anno apertura	Struttura del mercato	Operatori principali	Quota di mercato
Regno Unito	1980	Dominato, maturo	National Express	>75%
Germania	2013	Dominato, in corso di stabilizzazione	Flixbus	>80%
Portogallo		Dominato	Rede nacional de expressos	>70%
Francia	2015	Concentrato, in evoluzione	Flixbus, Ouibus, Eurolines	>50%
Spagna		Concentrato, in calo	Alsa	>50%
Italia	2013	Concentrato (Nord) / Frammentato (Sud)	Flixbus, Baltour, Marino, ...	?

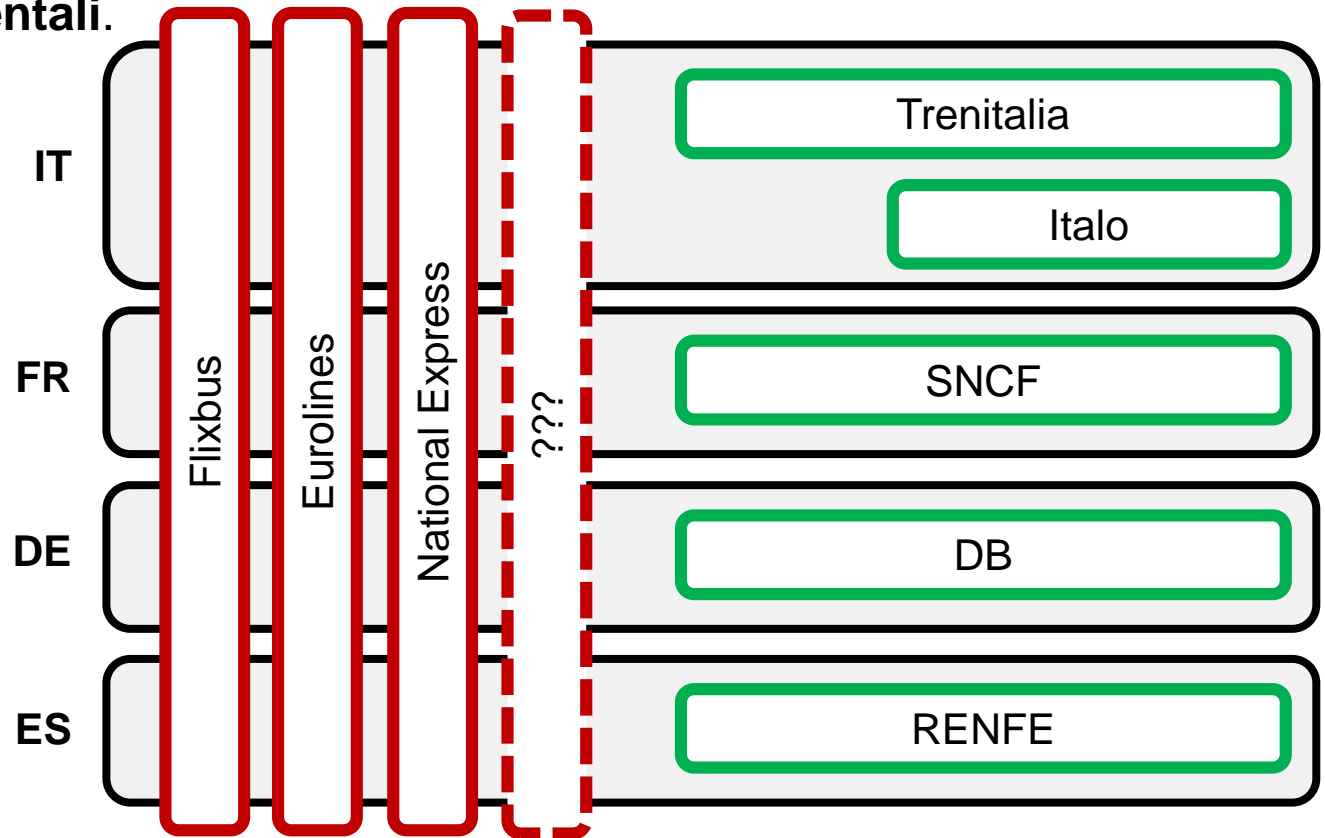
- Barriere all'ingresso e all'uscita minime
- Competizione intermodale (treno e aereo)
- Più facile competere e comunicare con marchi molto forti e reti integrate



# Un aggiornamento sull'Europa

## Riflessioni

2. Dato che il competitor principale è il treno, e che questo è saldamente in mano a monopolisti nazionali (quindi localmente molto forti) è ragionevole che nel lungo periodo i bus – svincolati dai confini nazionali – si aggregino attorno a **pochi gruppi/marchi continentali**.





## contenuti



Il Rapporto TRASPOL



Un aggiornamento sull'Europa



Alcune riflessioni sull'Italia



*Verso un Osservatorio sul Trasporto di Lunga Percorrenza*



### Esiste un'«**Italian way**» per il mercato bus LP?



- Mantenere **pluralità** e varietà del mercato, in termini di operatori e modelli commerciali:
  - Modello tradizionale (azienda verticalmente integrata) + «code sharing»
  - Modello «Flixbus» (marchio + pianificazione + marketing centralizzati)
  - Integrazione ferro-bus (*Italobus* e *Freccialink*)
  - Modello «?»
- Accedere ad un **mercato sempre più ampio**, non solo prendendolo dalla ferrovia, ma possibilmente anche dal trasporto privato;
- Aumentare la **collaborazione** tra le aziende per migliorare visibilità del settore e per richiedere politiche adeguate al settore pubblico;
- Accompagnare la crescita con **politiche** da parte del settore pubblico (es. investimento stazioni, semplificazione amministrativa a tutti i livelli, cambiamento definizione 3-regioni).



- **Adattarsi** ai cambiamenti ed **innovare**;
- La competizione diretta fa bene ai consumatori, ma anche quella potenziale: la «**minaccia credibile**» della competizione è sufficiente a tenere bassi i prezzi senza arrivare a guerre di prezzo;
- C'è ancora **tanto spazio** per inventare nuove rotte e servizi!
- La mobilità dei fattori di produzione è piuttosto alta: è più facile «**osare**» che in altri settori (es. ferroviario).
- La **competizione non si fa solo sul prezzo!** Per relazioni dove il treno è forte, sì. Ma per relazioni in cui il treno diretto non esiste o non è efficace, lo svantaggio in termini di velocità commerciale del bus si riduce. In questi casi i prezzi non devono ridursi all'osso per essere competitivi (Mi-Rm vs Ge-Bo)!





- I clienti della LP sono occasionali e molti di loro sono poco fedeli (es. turisti, giovani) → la **frammentazione** dei marchi non aiuta!
- Mantenere il modello delle PMI è *possibile* dal punto di vista industriale ma non da quello del **marketing**: è impossibile raggiungere efficacemente il cliente europeo per una piccola azienda → la **tecnologia** però aiuta → es. 
- La domanda è (e rimarrà) molto eterogenea (cfr. *low cost* aerea): dall'anziano al turista giovane. Dunque la **pluralità di canali di vendita** è importante, dalla biglietteria al meta-motore di ricerca (es.  )



## contenuti



Il Rapporto TRASPOL



Un aggiornamento sull'Europa



Alcune riflessioni sull'Italia



*Verso un Osservatorio sul Trasporto di Lunga Percorrenza*



## Verso un Osservatorio sul Trasporto di LP

### Oltre il rapporto presentato oggi

I prossimi passi, che vorrei condividere con voi per avere suggerimenti e riscontri sull'interesse, sono:

1. Mantenere la periodicità del Rapporto con Checkmybus ogni 6 mesi e utilizzare la presentazione come momento di incontro permanente per il settore.
2. Migliorare il rapporto, sia come dato (ora c'è un limite nella rappresentatività) che come estensione temporale (per dare più significato ai trend).
3. Aggiungere altre informazioni, prima di tutto misurando le **quantità** del mercato.
4. Estendere ad **altri modi!**

→ Osservatorio sui **prezzi** autobus



- Osservatorio sul **settore** autobus *con aziende e associazioni*
- Osservatorio sui **prezzi** di lunga percorrenza *con/per i regolatori*

→ Osservatorio sul **trasporto** di lunga percorrenza



... collaborare per dare una descrizione completa e affidabile del settore autobus, per **capire**, **rappresentarsi** verso l'esterno, **tutelarsi** nella competizione intermodale.

- i. Open call alle aziende per la **condivisione di orari, buskm, pax e paxkm** (senza dettagli commercialmente sensibili)
- ii. Ampliamento analisi dei **prezzi**
- iii. Costruzione di un **monitoraggio completo** che fornisca la base al settore per discutere con il livello decisionale nazionale e locale



**Beria P., Laurino A. (2016)**

Presentazione del Rapporto  
TRASPOL-Checkybus sulle mercato  
della lunga percorrenza

*Grazie per l'attenzione!!!*

paolo.beria@polimi.it

**Please quote as follows / Per favore, citare come segue:**

Beria P., Laurino A. (2016). *Rapporto sul Mercato delle Autolinee a Lunga Percorrenza in Italia | S1-2016*. TRASPOL Report 1/16 & Checkmybus. Milano, Italy.

In collaborazione con





- SDG (2016), *Comprehensive Study on Passenger Transport by Coach in Europe | Final Report*
- IGES (2016), *Economic Lessons from the Liberalization of the German Bus Market*
- L. Guihéry (2016), *New interurban coach services in Germany and France: which European perspective? The key role of bus station...but where to locate them?*
- ARAFER (2016), *Analyse du marché libéralisé des services interurbains par autocar Bilan du 1er trimestre 2016*