



POLITECNICO
MILANO 1863

DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA
E STUDI URBANI

LABORATORIO DI POLITICA DEI TRASPORTI
TRASPOL
RESEARCH CENTRE ON TRANSPORT POLICY

TRASPOL report 2/17

RAPPORTO SUL MERCATO DELLE AUTOLINEE A LUNGA PERCORRENZA IN ITALIA | SEMESTRE I - 2017

ITALIAN LONG-DISTANCE COACH TRANSPORT MARKET REPORT | SEMESTER I - 2017



In collaboration with:

IL MERCATO DELLE AUTOLINEE A LUNGA PERCORRENZA IN ITALIA (*Italian long-distance coach transport market report*)

Primo Semstre / *First semester 2017*

Autori: Paolo Beria, Dario Nistri

Il presente rapporto viene pubblicato periodicamente in collaborazione con **Checkmybus.it**, sulla base dei dati raccolti sulla piattaforma. La collaborazione rientra nelle attività del progetto QUAINTE (MIUR rif.: RBSI14JR1Z), di cui il prof. Paolo Beria è titolare.

The report is published in collaboration with Checkmybus.it based on the data available on Checkmybus.it website. This partnership is part of the activities foreseen in the project QUAINTE (MIUR rif.: RBSI14JR1Z) under the scientific responsibility of prof. Paolo Beria.

Please quote as follows:

Beria P., Nistri D. (2017). *Rapporto sul Mercato delle Autolinee a Lunga Percorrenza in Italia / Semester I 2017*. TRASPOL Report 2/17 & Checkmybus. Milano, Italy.

Photo by Scott Webb on Unsplash

TRASPOL – Laboratorio di Politica dei Trasporti
Dipartimento di Architettura e Studi Urbani, Politecnico di Milano
Via Bonardi 3, 20133, Milano, Italy.

www.traspol.polimi.it

LABORATORIO DI POLITICA DEI TRASPORTI
TRASPOL
RESEARCH CENTRE ON TRANSPORT POLICY

SOMMARIO

1	Introduzione <i>Introduction</i>	4
2	Gli utenti dei bus di lunga percorrenza <i>Long distance coach users</i>	6
3	Andamento del mercato <i>Market trends</i>	7
4	Indice dei prezzi <i>Price index</i>	15
5	La piattaforma Checkmybus.it <i>Checkmybus.it platform</i>	21
6	Metodologia <i>Methodology</i>	23
7	Conclusioni <i>Final remarks</i>	25

1 INTRODUZIONE | INTRODUCTION

Questo rapporto, preparato in collaborazione con Checkmybus.it, è la terza uscita di **una serie di studi semestrali sull'andamento del mercato degli autobus di lunga percorrenza in Italia**. Il rapporto è dedicato al monitoraggio dell'evoluzione del settore fino al primo semestre 2017, utile sia per le aziende che per il settore pubblico, con un particolare focus sui prezzi.

Come è ormai noto¹, l'apertura del mercato del 2014 si è rapidamente tradotta in nuove relazioni servite e/o l'aumento delle frequenze settimanali, la proposta di nuovi modelli di offerta (intercity, notturno tra grandi città, etc.) ed un marcato utilizzo di tariffe differenziate soprattutto sulle tratte in competizione con la ferrovia. Già dopo pochi mesi, il settore ha subito un ulteriore cambiamento, con l'acquisto da parte di Flixbus di tutte le attività europee di Megabus, compreso il mercato italiano. Nei primi mesi del 2017, il mercato cambia ancora: Ferrovie dello Stato, compagnia ferroviaria statale dominante, analogamente a quanto accaduto in altri paesi (Germania, Francia, Austria), ha avviato la propria compagnia di trasporto passeggeri di lunga percorrenza, Busitalia Fast, fondendosi con l'operatore storico calabrese SIMET.

I dati di un anno e mezzo di osservazione dei prezzi (raccolti grazie alla piattaforma Checkmybus.it) offrono l'immagine di un settore che sta facendosi apprezzare e conoscere dall'utenza, ma che dalla parte dell'offerta risulta ancora in evoluzione. Ultimo il recente ingresso di Busitalia Fast SIMET (maggio 2017) che sembra preannunciare un ulteriore cambio di assetto (ma non ancora rilevabile dai dati del primo semestre).

L'andamento mensile dei prezzi del primo semestre 2017 sembra seguire solo in parte un andamento analogo a quello del primo semestre 2016. Complessivamente i prezzi al km risultano più elevati nel 2017 rispetto all'anno precedente (con alcune eccezioni su singole rotte). Nel periodo gennaio-febbraio l'abbassamento dei prezzi è confermato, mentre già a marzo i prezzi riprendono quota, forse trascinati dal successivo periodo vacanziero di aprile (Pasqua, Festa della liberazione, Primo Maggio e relativi "ponti"). Maggio e giugno 2017 mostrano un'ascesa dei prezzi senza precedenti, superando addirittura il picco di dicembre 2016, e lasciando presagire un'estate di prezzi ancora in crescita.

Da segnalare, infine, che il livello di penetrazione del mercato della piattaforma Checkmybus.it sempre più consistente, garantendo al dato utilizzato nel presente rapporto una solidità sempre maggiore.

Approfondimenti / Further material

Per approfondire il settore prima e dopo la liberalizzazione, è possibile scaricare e consultare i seguenti rapporti, preparati per ANAV:

- 2011. STUDIO SUL SERVIZIO AUTOBUS DI LUNGA PERCORRENZA IN ITALIA

[Beria P., Grimaldi R., Laurino A. \(2013\). *Long distance coach transport in Italy. State of the art and perspectives.*](#)

- 2013. IL TRASPORTO PASSEGGERI SU AUTOBUS PER LE LUNGHE DISTANZE. CONFRONTO MODALE, ANALISI SPAZIALE E SCENARI DI SVILUPPO

[Beria, P. et al. \(2014\). *Spatial and scenario analyses of long distance coach transport in Italy*](#)

- 2015. AUTOLINEE STATALI: GLI EFFETTI DELLA RIFORMA. RISULTATI, OPPORTUNITÀ E CRITICITÀ DELL'APERTURA DEL MERCATO



¹ Beria et al. (2015), Autolinee statali: gli effetti della riforma. Risultati, opportunità e criticità dell'apertura del mercato. Report preparato per ANAV

Beria P., Laurino A., Bertolin A., Grimaldi R. (2015). *Long distance coach services: the effects of the reform. Results, opportunities and critical aspects following the opening of the market.*

- RAPPORTO SUL MERCATO DELLE AUTOLINEE A LUNGA PERCORRENZA IN ITALIA.

Beria P., Laurino A. (2016). *Italian Long-Distance Coach Transport Market. Report I° semester 2016.*

Beria P., Nistri D., Laurino A. (2017). *Italian Long-Distance Coach Transport Market. Report full year 2016.*

- INTERCITY COACH LIBERALISATION. THE CASES OF GERMANY AND ITALY

Grimaldi R., Augustin K., Beria P. (2017). *Intercity coach liberalisation. The cases of Germany and Italy. Transportation Research Procedia, 25, 474-490.*

Il rapporto è disponibile gratuitamente su www.traspol.polimi.it e su www.checkmybus.it ed è basato sul campione di dati raccolti dalla piattaforma di vendita Checkmybus.it da gennaio 2016 a giugno 2017. Grazie a questa base dati è possibile studiare il **profilo degli utenti** delle autolinee e della piattaforma, i **prezzi** praticati, il **livello di concentrazione del mercato**, le **rotte principali**.

Tutte le specifiche metodologiche sono raccolte nell'ultimo capitolo.

This report, prepared in collaboration with Checkmybus.it, is the **third of a biannual series of studies on the long-distance coach market trends in Italy**. The current issue summarizes 2016 data and trends that came up as a relatively liberalized mature market.

The report is aimed at becoming a useful tool to monitor the evolution of the market, both for the companies and the public regulator.

As it is widely known, the market opening has turned into new routes, increased frequencies and new offer models (intercity, night services between big cities). Furthermore, it turned out that companies adopted a different strategy when the competition with railway services occurred. A few months later, the market has changed again since Flixbus acquired the European business from Megabus, Italian market included. During the first semester of 2017, the market has changed again. Similarly to what we have seen in other European countries (Germany, France, Austria), FS Italiane (the state-owned rail company) established a new company, Busitalia Fast-SIMET, a long distance coach passenger service provider. The new company originates from a merger between Busitalia and SIMET, a historic southern-Italy coach operator.

After one year and half of price monitoring, based on Checkmybus datasets, the sector proved to be appreciated by an increasing number of users although the supply side it is still evolving. The recent Busitalia Fast-SIMET market entry (May 2017) seems to predict a further change that is not yet measurable in terms of figures.

During the first semester 2017, statistics showed a trend only partially similar to the first semester 2016. Overall, prices per km are higher in 2017 than in 2016 (with some geographical exceptions). During January-February, we observed a similar trend to 2016 (a downward slope), when in March a price recover occurred probably due to April bank holidays period (Easter, Liberation day, First of May and related bank holidays). In May and June 2017 prices demonstrated a skyrocketing dynamic reaching the highest average price per km in absolute value. Finally, it is important to note the improved market penetration of Checkmybus that offers a solid background for the analysis of the current Report.

The report is available for free at www.traspol.polimi.it and www.checkmybus.it. It is based on a sample of data collected by the Checkmybus.it platform. Thanks to this database, it is possible to study the **profile of platform users**, the **prices**, the level of **market concentration**, the **main routes**.

All methodological specifications are given in the last section.

2 GLI UTENTI DEI BUS DI LUNGA PERCORRENZA | *LONG DISTANCE COACH USERS*

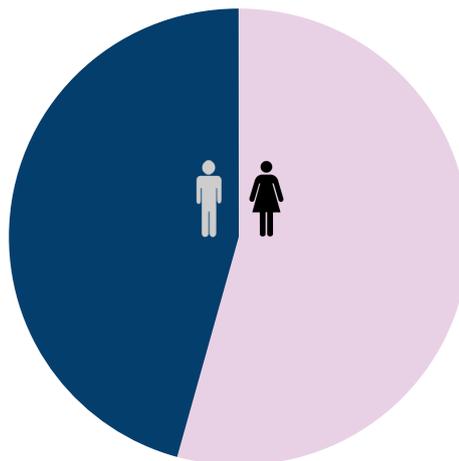
Il dato del primo semestre 2017 conferma il dato annuale 2016: la ripartizione del campione per genere già osservata vede la componente femminile prevalere leggermente con il 56% del campione osservato. Questo dimostra come l'autobus sia considerato un mezzo **sicuro e affidabile**.

Among 2017's first semester Checkmybus.it users in Italy, women slightly prevail over men (more than 56%) such as in the first semester. This fact shows how the coach transport is perceived as a **safe and secure** transport mode.

Gender distribution

(Source: elaborations on CheckMyBus data)

■ female ■ male



I giovani si confermano i principali utenti dei servizi di lunga percorrenza con autobus. Metà degli utenti di Checkmybus.it, più abituati alle *app* e ai sistemi di bigliettazione tramite smartphone, si concentra sotto i 34 anni. Tuttavia, l'uso di tali servizi è in aumento anche tra i viaggiatori più anziani. Il trasporto su autobus è una modalità per tutti poiché garantisce un viaggio economico e confortevole da **porta a porta**, anche con molti **bagagli**.

The majority of coach users are young people. Half of the Checkmybus.it users is concentrated below 34 years old. They are more used to apps and mobile ticketing. However, the use of new technologies is growing also among older travellers. Coach transport is a mode for everybody because guarantees a cheap and comfortable trip, form **door to door**, even with many **luggage**.

Il mercato di lunga percorrenza, come già accaduto in Germania e USA, ha visto nel 2016 una prima fase di importante espansione e successivamente un'ulteriore crescita nei primi mesi del 2017. A conclusione del primo semestre 2017, la piattaforma Checkmybus ha registrato un numero di biglietti ricercati (riferiti ai soli servizi di lunga percorrenza in tutta Italia) di quasi **11 volte** le quantità di gennaio 2016, quando molte compagnie non erano ancora presenti e la piattaforma stessa era meno nota.

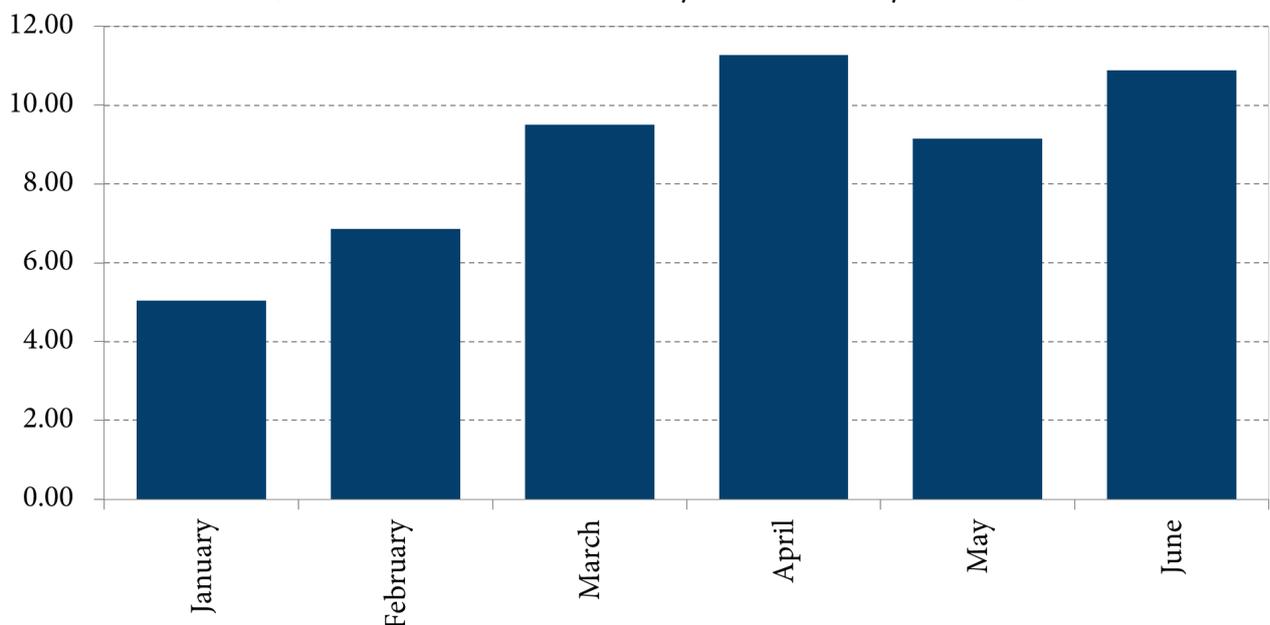
Nel grafico che segue si può vedere come i mesi con più ricerche nel primo semestre 2017 sono aprile e giugno. Il primo è probabilmente dovuto ai numerosi "ponti" primaverili, mentre il secondo corrisponde, in analogia con il 2016, all'inizio del picco estivo.²

Similarly to what happened in Germany or the US, long distance coach service market in Italy, has grown dramatically in 2016, followed by an even stronger increase during 2017 first semester.

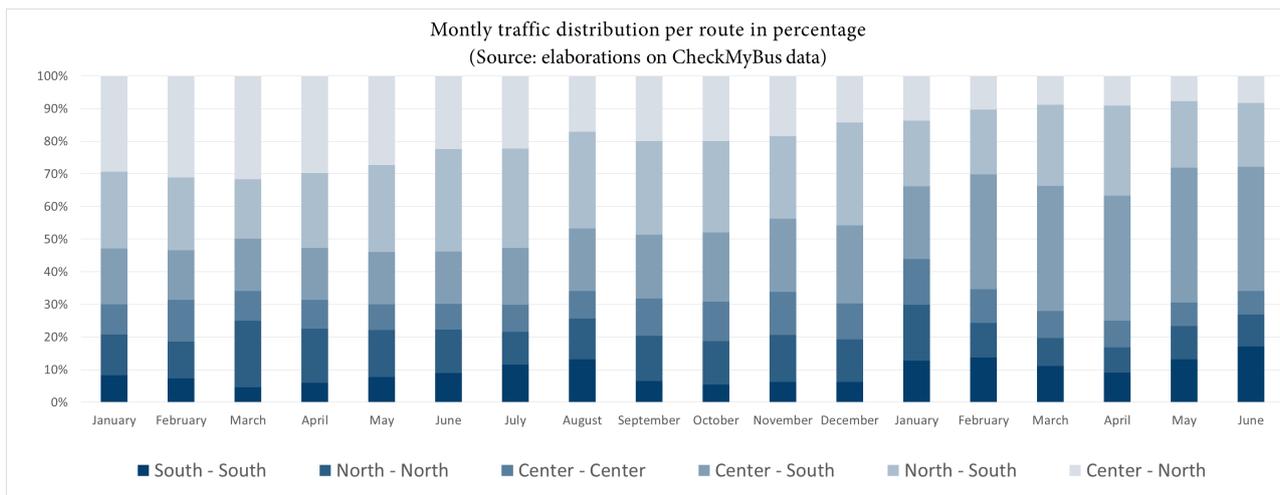
At the end of the first semester 2017, Checkmybus booking figures of long distance coach service in Italy were **11 times higher** than January 2016, when the several companies did not offer their ticket on Checkmybus.it. The peak occurred during April and June. If we exclude the winter seasonal low demand, since March 2017 the number of researched tickets went back to the summer 2016 and in a short time exceeded achieved a price level between 9 and 11 times January records.

In the following graph, it is possible to observe that Checkmybus.it recorded the highest number of researched tickets in April and June. Probably, the number of bank holidays occurred during springtime explains the April records, making their statistics similar to the summertime peak in 2016.

Total Checkmybus monthly traffic evolution index, national service only
(Source: elaborations on CheckMyBus data. January 2016 = 1)



² E' utile ricordare che questa dinamica deriva sostanzialmente da tre fattori: la stagionalità, l'effettiva crescita della domanda, ma anche l'aumento della penetrazione nel mercato della piattaforma. Questo indicatore non è dunque da intendersi, in questa fase iniziale, come una misura assoluta della crescita del mercato.



Nell'arco di 18 mesi, la **composizione geografica dei biglietti cercati** ha visto cambiamenti importanti, dovuti in parte all'ingresso di aziende nuove ed in parte alla stagionalità.

Le relazioni centro-sud, ad esempio, sono passate da un peso relativo del 17% di gennaio 2016 al 33% dell'anno successivo, fino al 35% di giugno 2017. Le relazioni centro-nord che originariamente contribuivano per il 29% del campione (gennaio 2016), un anno dopo (gennaio 2017) si sono dimezzate fino al 12% e raggiungere livelli di giugno 2017 al 9%. Da registrare una relativa stabilità delle relazioni nord-nord (13%-10%), nord-sud (24%-20%) e centro-centro (9%-8%), ma comunque tendenti alla riduzione. Al contrario le rotte interne al sud sono cresciute dall'8% (gennaio 2016) al 18% (giugno 2017).

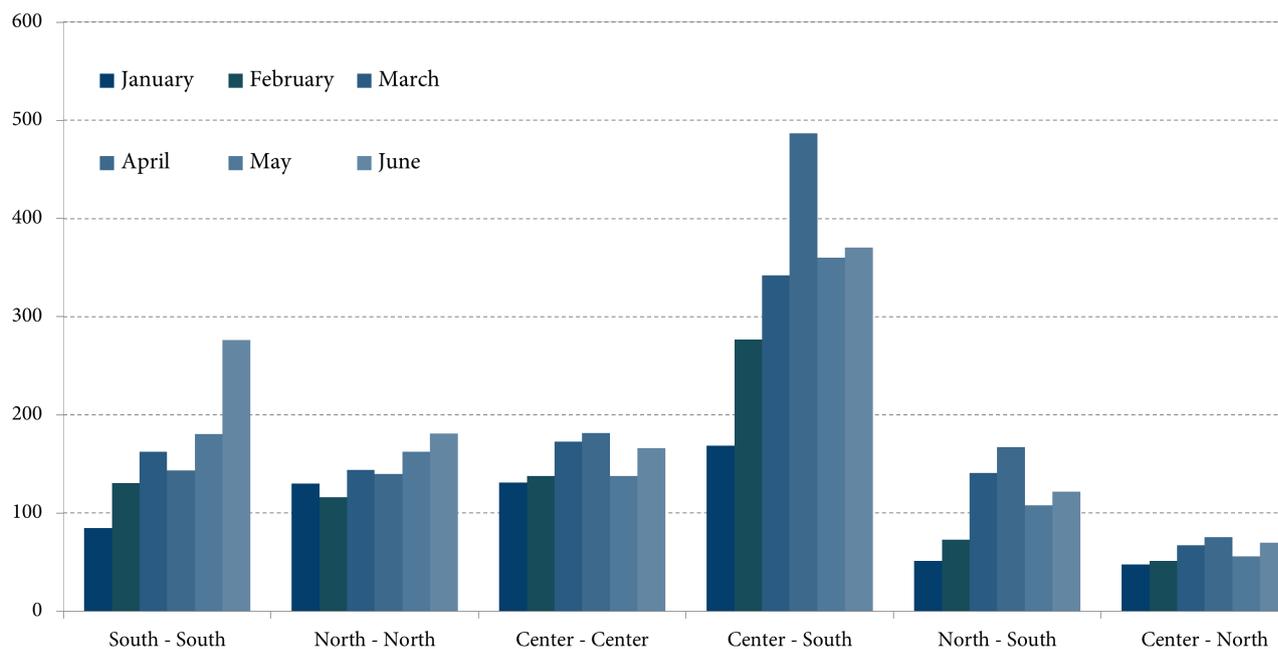
Al di là delle fluttuazioni e del dato quantitativo, si conferma che il mercato storico mantiene la propria importanza, con le relazioni sud-sud e centro-sud che acquisiscono un peso addirittura più rilevante che in passato, rappresentando fino al 53% di ricerche a giugno 2017. Questo fatto è importante perché dimostra che le relazioni storiche non si sono ridimensionate con la liberalizzazione in favore di mercati potenzialmente più ricchi e hanno anzi continuato a crescere.

In 18-month observation period, the share of the different routes faced a notable change, mostly due to new companies that joined the web search engine and seasonality effects.

Looking at the South-South researches, they have improved their weight from 17% (January 2016) to 35% (June 2016). On the contrary, the connections between Centre and North, that at the beginning were the 29% (January 2016), one year later halved their importance down to 12% and further in June 2017 to just 9%. A slight reduction of weight has concerned the North-North (13%-10%), North-South (24%-20%) and Centre-to-Centre (9%-8%). Finally, the southern routes (South-South) have raised their share from 8% (January 2016) to 18% (June 2017).

In summary, beyond fluctuations and weighted figures, the historical market (north-south) maintains a relevant role, with the southern and the Center-South routes that increased their share up to acquire the 53% of the overall share of researched tickets in June. This fact provides the evidence the market opening has not affected negatively the historical markets. On the contrary, it appears to have generated a new market growth.

Monthly traffic evolution index between Italian macroareas, national services only
(Source: elaborations on CheckMyBus data. July 2016= 100)



L'indice per direttrice mostra le diverse dinamiche relative ai diversi mercati geografici. La crescita maggiore si ha, come già anticipato, nelle rotte centro-sud e sud-sud, ma uno sviluppo marcato c'è anche nelle rotte nord-nord. Gli altri mercati risultano meno dinamici e le variazioni appaiono riconducibili soprattutto alla stagionalità.

Il grafico alla pagina precedente, però, ci ricorda che si tratta di fenomeni di diversa entità. Ad esempio, nonostante a giugno 2017 la relazione sud-sud dimostri una crescita di 2.76 volte rispetto al mese di luglio 2016, in realtà il suo un peso relativo (rispetto al totale dei biglietti cercati) è quasi equivalente ai biglietti cercati per le rotte nord-sud nello stesso mese. La crescita delle rotte centro-sud, invece, non solo crescono in modo esplosivo ma risultano dominanti anche in valore assoluto e quindi costituiscono la vera novità dei dati di questo semestre.

Rispetto al tema dei "nuovi mercati", le rotte nord-nord già cresciute molto nei mesi scorsi, risultano ora meno "esplosive".

Il fenomeno, tuttavia, potrebbe essere dovuto ad una varietà di fattori. Primo di tutti, potrebbe essere emersa con maggior chiarezza la preponderanza del mercato storico, radicato soprattutto nel sud Italia. Qui il servizio ferroviario storicamente ha un'offerta meno competitiva, e il trasporto

The "monthly traffic index between macroareas" shows how different markets evolve according to different trends.

As aforementioned, the most relevant growth regarded the centre-south, the South-South and the North-North routes. The other routes, instead, grew steadily.

However, the index must be explained further, since it represents phenomena of different sizes.

For instance, the June 2017 connections South-South were 2.76 times the July 2016 index, however their weight was equivalent to the number of researched tickets on North-South routes in the same month. On the contrary, the boost of the centre-south routes is both in relative and in absolute value. Actually, they are the novelty of the current report.

Looking at the topic of the "new markets", the northern routes, which strongly grew in the previous months, showed a steady increase.

Overall, those estimates are likely to be influenced by a number of factors. The most important is the fact that the actual importance of the historical market may be emerged in full, especially in the southern

su gomma ha un *appeal* maggiore nei confronti dei viaggiatori.

Tra le **principali origini e destinazioni** sono presenti le grandi città e alcuni dei centri intermedi, come nei precedenti Report. Sono confermate le assenze delle città venete a cui si aggiungono Bergamo, Pescara e Genova che escono dalla top 10 (rispetto al 2016). Non sorprende che Roma, Milano e Napoli siano i poli principali per numero di biglietti ricercati. Nella parte bassa della lista compaiono invece per la prima volta importanti centri del centro-sud, come ad esempio Matera e Taranto, ma anche centri più piccoli come Fisciano (Salerno), sede universitaria. Da segnalare Bari che scala la classifica dei viaggi “originati” passando dall’ottavo posto del 2016 al quinto del 2017. La città pugliese non compariva affatto fra le destinazioni nel 2016, mentre nei dati attuali Bari è la sesta città “destinazione” del 2017.

Italy. Here the railway offer is less competitive than in the rest of the country, therefore the long distance coach service results having an enhanced approval degree.

The main origins and destinations are the main cities as in the previous reports. Similarly, important missing cities of the Northeast does not appear in the top 10. In addition, also Bergamo, Pescara and Genova left the top10 list (in 2016 they were in). Not surprisingly, Rome, Milan and Naples are the main city in terms of researched tickets on the website. For the first time since the beginning of our monitoring, at the bottom of the list we find some of the main cities of centre and south Italy, such as Matera and Taranto. In addition, Fisciano (Salerno) recorded a relevant number of ticket researched, probably due to the University campus. Interesting to note, that Bari climbed the list of the city of origin of the trips from the 8th to the 5th place. Bari, instead, was not at all among the top 10 destinations in 2016 and in 2017 resulted in the 6th place as a researched destination.

Rank	Top Domestic origins 2017 – I	Top domestic destinations 2017 –I
1°	Roma	Milano
2°	Milano	Napoli
3°	Napoli	Torino
4°	Torino	Bologna
5°	Bari	Firenze
6°	Firenze	Bari
7°	Bologna	Fisciano (SA)
8°	Fisciano (SA)	Taranto
9°	Pescara	Matera
10°	Taranto	Fiumicino

Per quanto riguarda la lunghezza tipica del viaggio, mentre nel 2016 la **distribuzione dei biglietti ricercati** mostrava una prevalenza di viaggi di distanza compresa

Looking at the typical length of the trips, the **distribution of researched tickets** showed that the typical distance in 2016 was comprised between 400

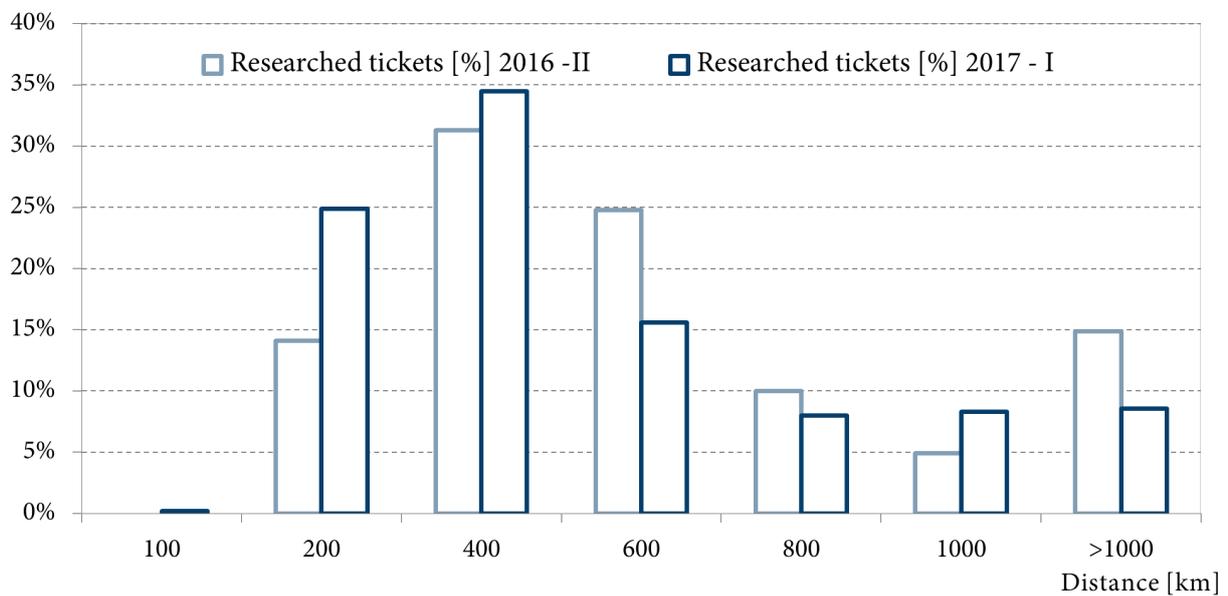
fra 400 e 600 km, nel primo semestre del 2017 quasi il 60% si concentra fra i 200 e i 400 km. I viaggi brevissimi (entro i 100 km) sono del tutto residuali sia come offerta che come numero di ricerche. Oltre alla significativa riduzione della percentuale di ricerche per i biglietti fra i 400 e i 600 km, nel 2017 si assiste ad una riduzione importante anche per le ricerche di biglietti oltre i 1000 km.

and 600 km, whereas in the 2017 about 60% of the researched tickets is for trips between 100 and 400 km.

The trips below 100 km are not significant.

Furthermore, in 2017 we recorded a reduction of the share of the researches of tickets between 400 and 600 km, and beyond 1000 km as well.

Distribution of % of researched tickets between classes of distance
(Source: elaborations on CheckMyBus data)



Sul lato dell’offerta, il numero di servizi è cresciuto per nella classe entro i 200 km, è rimasto stabile nella classe fino ai 400 km e ha subito una consistente riduzione entro i 600 km. Per i viaggi sopra i 600 km, la variazione dell’offerta sembra seguire quella della domanda: l’offerta di viaggi fra 800 e 1000 km cresce, mentre fra 600 e 800 e sopra i mille diminuisce.

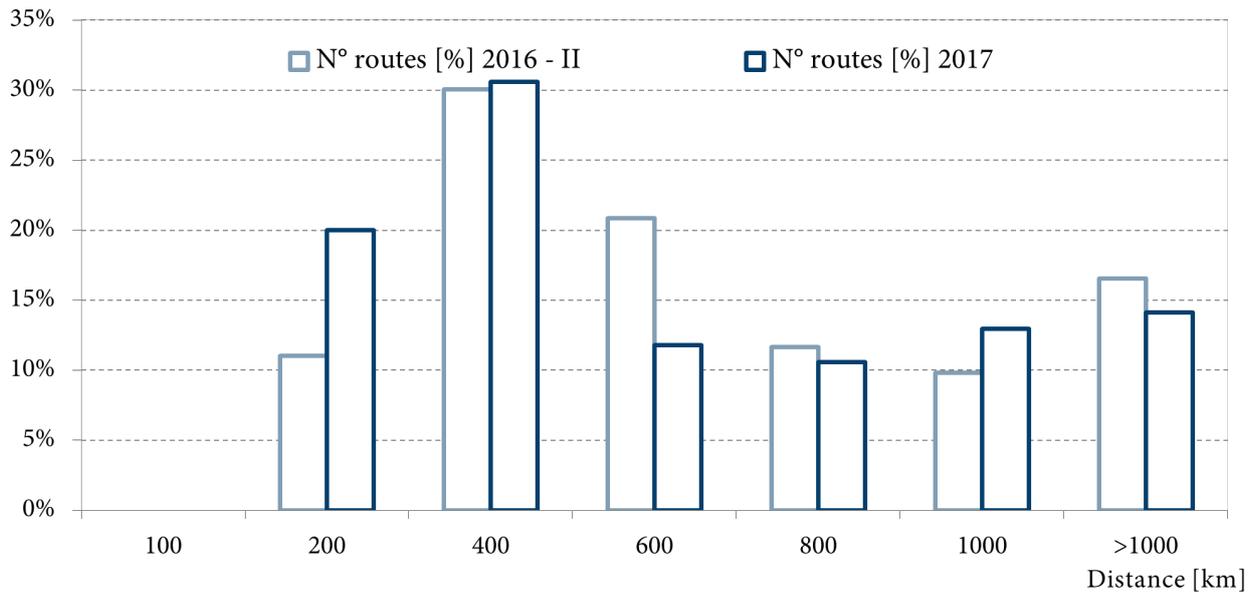
On the supply side, the number of services has increased below 200 km; it is steady for trips up to 400 km and decreased for those within 600 km.

In practice, the number of routes offered decreased coherently with the number of ticket researched on the same distance segment.

Nel complesso, per entrambi gli indicatori, si può dire che con il 2017 le relazioni brevi acquistano peso rispetto a quelle medie, mentre il mercato di quelle molto lunghe è più simile al 2016

Globally, for both indexes, in 2017 the short connections have increased their importance with respect to the average-distance ones, whilst long distance market weight has demonstrated to be similar to 2016.

Distribution of long-haul services between classes of distance
(Source: elaborations on CheckMyBus data)



In termini competitivi, il mercato italiano nei primi sei mesi del 2017 ha visto una **situazione di relativa tranquillità**. Nel 2016 l'uscita dal mercato di uno dei "new entrant", Megabus, con l'acquisizione da parte di Flixbus poteva risultare in un aumento della concentrazione del mercato. In realtà i dati raccolti dalla piattaforma Checkmybus sembrano mostrare una tendenza opposta. Nei prossimi mesi, invece, sarà interessante osservare la strategia e la performance di Busitalia Fast, la cui rete iniziale (coincidente con SIMET) ha mostrato già nei primi due mesi di attività ritmi di crescita elevati in termini di vendite di biglietti su Checkmybus.it.

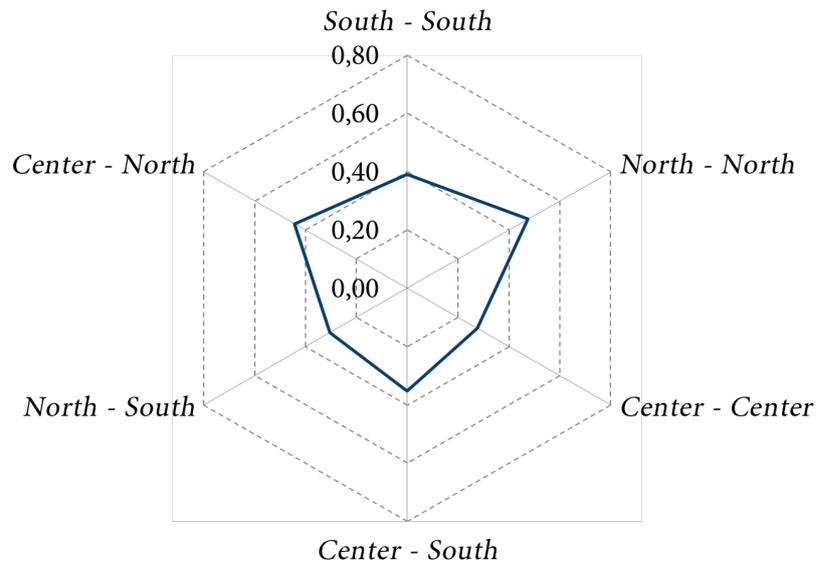
Nelle figure seguenti valutiamo la **concentrazione del settore** in termini di transazioni su www.checkmybus.it, attraverso l'Herfindal-Hirshman Index (HHI), tra le diverse direttrici prese in considerazione.

In terms of competitiveness, the Italian market in the first semester 2017 has proved to be quite stable. In 2016, Megabus withdrew from the market and Flixbus acquired the routes. It was reasonable to expect an increase of the market concentration, at least in some extent. Actually, the dataset showed that the market concentration did not occur, showing instead an opposite trend.

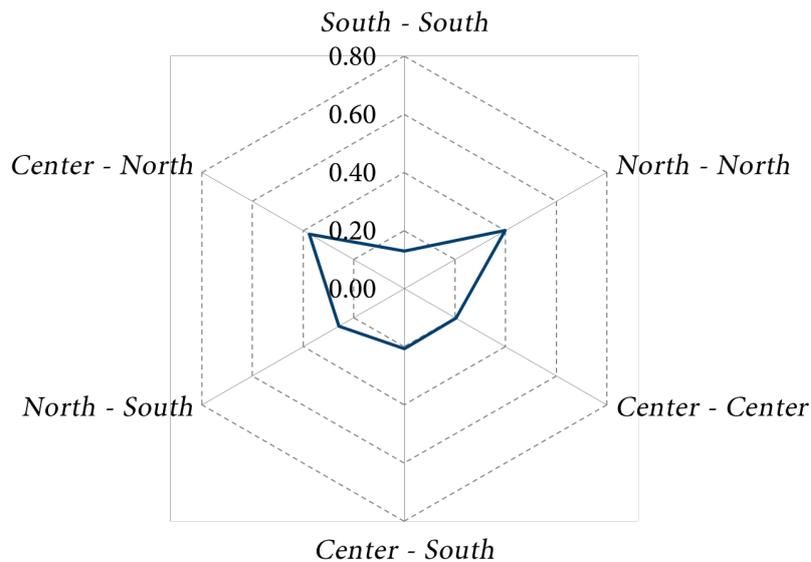
During the next months, the effects of the market entry by Busitalia-Fast (which network is inherited by SIMET) will be interesting to study. Current data, not enough yet, predict that monitoring strategies and performance of the company will help to better understand the broad market evolution of long-distance passenger services.

The following graphs show the **concentration** in terms of transactions on [Checkmybus.it](http://www.checkmybus.it), through the Herfindal-Hirshman Index (HHI) among the various routes considered

HHI - long distance services in Italy - Semester II (2016)
 (Source: elaborations on CheckMyBus data)



HHI - long distance services in Italy - Semester I (2017)
 (Source: elaborations on CheckMyBus data)



L'Herfindal-Hirshman Index (HHI) considera le quote di mercato degli operatori in termini di click su www.checkmybus.it sulle diverse rotte e risulta pari ad 1 se il mercato è concentrato e monopolistico, mentre assume valori minori in presenza di più operatori in competizione. 2016 dataset *The Herfindal-Hirshman Index (HHI) considers market shares of the producers in terms of click on www.checkmybus.it on each route and it is equal to 1 if the market is concentrated and monopolistic, while falls towards 0 if the market is equally fragmented. 2016 dataset*

Il dato del primo semestre 2017 mostra una riduzione pressoché generalizzata del livello di concentrazione del mercato. Particolarmente spiccato risulta l'effetto di riduzione (rispetto al 2016) della concentrazione sulle rotte sud-sud e centro-sud. Contenuta, ma pur sempre significativa, la riduzione della concentrazione anche sulle rotte centro-nord, nord-nord e centro-centro.

The 2017 results show an overall decrease of concentration that is not particularly disruptive, except for South-South and Centre-South connections.

The results of the South-South routes, theoretically are the most significant (the HHI index of the first semester 2017 more than halves the concentration

Il dato degli spostamenti interni al Sud, teoricamente il più significativo (l'indice HHI del I semestre 2017 più che dimezza il proprio livello di concentrazione rispetto al 2016), è però almeno in parte dovuto ad un aumentato numero di aziende sulla piattaforma e ad una generale migliore penetrazione della piattaforma Checkmybus.it in quelle aree che consente una visione migliorata rispetto all'anno precedente.

Guardando ai volumi di click per le prime tre aziende, i dati dei primi 18 mesi mostrano nuovamente l'effetto della stagionalità sui biglietti ricercati per i tre operatori principali. Nel grafico seguente, per migliore leggibilità, è stato stabilito che la il nuovo mese base dell'indice è luglio 2016 (=100). Nel 2016, Company 2 mostra una maggiore sensibilità dell'indice che **diventa oltre 1.5 volte** in estate. In modo analogo si comportano i dati di Company 1 e 3. Il dato più interessante da rilevare, tuttavia, è che nel primo semestre 2017 l'effetto stagionalità sembra confermato, con uno spostamento verso l'alto, ovvero con un maggior numero di click rispetto all'anno precedente.

level of 2016). Partially they are due to an increased number of company that agreed to appear on the web search engine and the augmented market penetration of Checkmybus. Therefore, at present, it is possible to say that Southern submarket is better represented.

Considering, the 18 month of monitoring, the data of the first three companies for number of clicks shows again a seasonal effect.

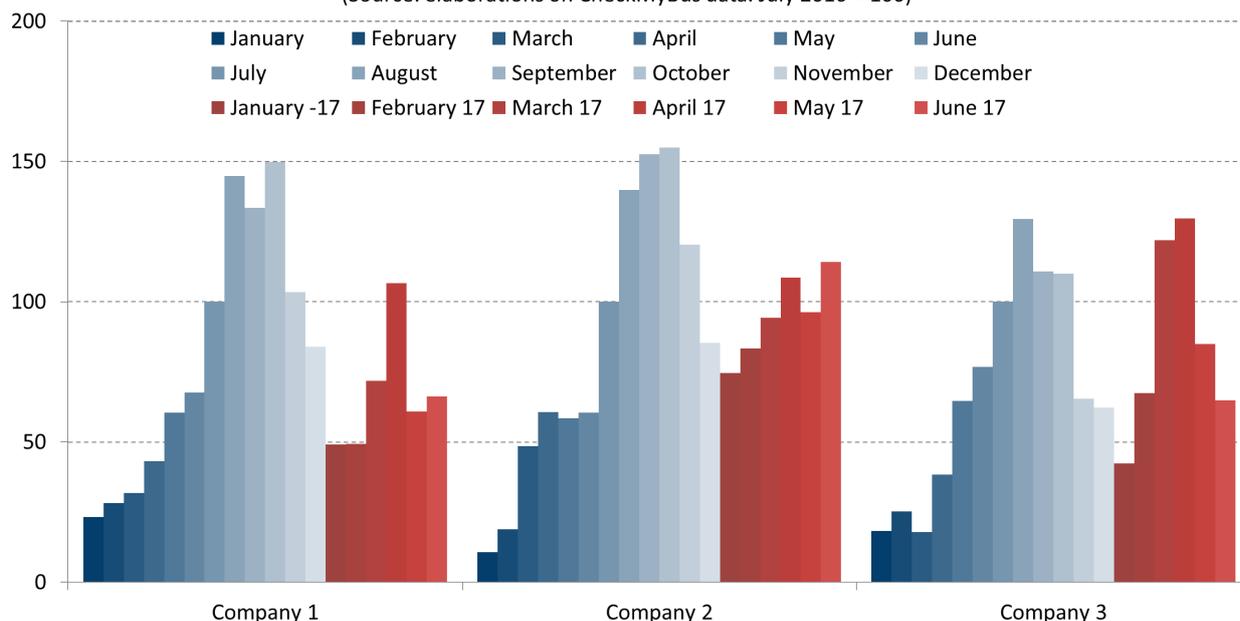
In the following chart, to better represent the data, we have moved the index month-base from January to July 2016 (=100).

In 2016, Company 2 Index shows an enhanced sensitivity that increases up to 1.5 times the quantity of July during summertime. Similar trend characterizes companies 1 and 3.

The most interesting respect to consider is that the first semester 2017 confirms that seasonal effect applies, but with an upward shift with respect to 2016.

Monthly traffic evolution index, top 3 companies in terms of long distance services in Italy

(Source: elaborations on CheckMyBus data. July 2016 = 100)



I **prezzi al chilometro** osservati utilizzando il database di Checkmybus.it nel primo semestre 2016 si sono attestati rispettivamente a 4,7 €cent/km (prezzo unitario - media di tutte le rotte osservate) e 4,0 €cent/km (valore pesato sul numero di biglietti ricercati). Nel secondo semestre 2016 i prezzi hanno visto un rialzo, su valori di 0,051 €/km (prezzo medio) e 0,049 €/km (prezzo medio pesato). Nel primo semestre 2017 la crescita dei prezzi continua raggiungendo 0.053 €/km di media e 0.052 €/km di media ponderata.³

The **prices per kilometre** observed using Checkmybus.it database during the first semester 2016 record 4.7 €cent/km (unit price - average of all lines observed) and 0.040€/km (unit price weighted - average of all lines weighted per number of tickets). During the second semester, prices increased up to 0.051 €/km (average price) and 0.49 €/km (weighted average price). During the first semester 2017, the growth of prices went ahead achieving 0.053 €/km (average price) and 0.052 €/km (weighted average price).

Long distance services	Average price €/km	Average weighted price €/km
I semester 2016	0,047	0,040
II semester 2016	0,051	0,049
I semester 2017	0,053	0,052

Nel dettaglio, nel 2016 la serie presenta un **primo periodo** (gen-giu) con un andamento mensile decrescente passando da circa 5,4 €cent al km delle ricerche di gennaio fino a 3,8 €cent/km di giugno. Nei tre **mesi estivi** (lug-set), la serie sembra invece seguire la dinamica di crescita della domanda e presumibilmente dei *load factor*, arrivando a circa 5,1 €cent al km. Infine, il **terzo periodo** da ottobre a dicembre, mostra un recupero ulteriore delle tariffe, che raggiungono la quota 6,0 €cent /km nel mese di dicembre 2016.

Nel 2017, nei primi due mesi si osserva un trend decrescente, in analogia a quanto è avvenuto nel 2016, passando da 5,0 €cent /km di gennaio ai 4,6 di febbraio. Marzo, aprile, maggio e giugno, invece, vedono un recupero importante fino ad un livello di 6,3 €cent /km.

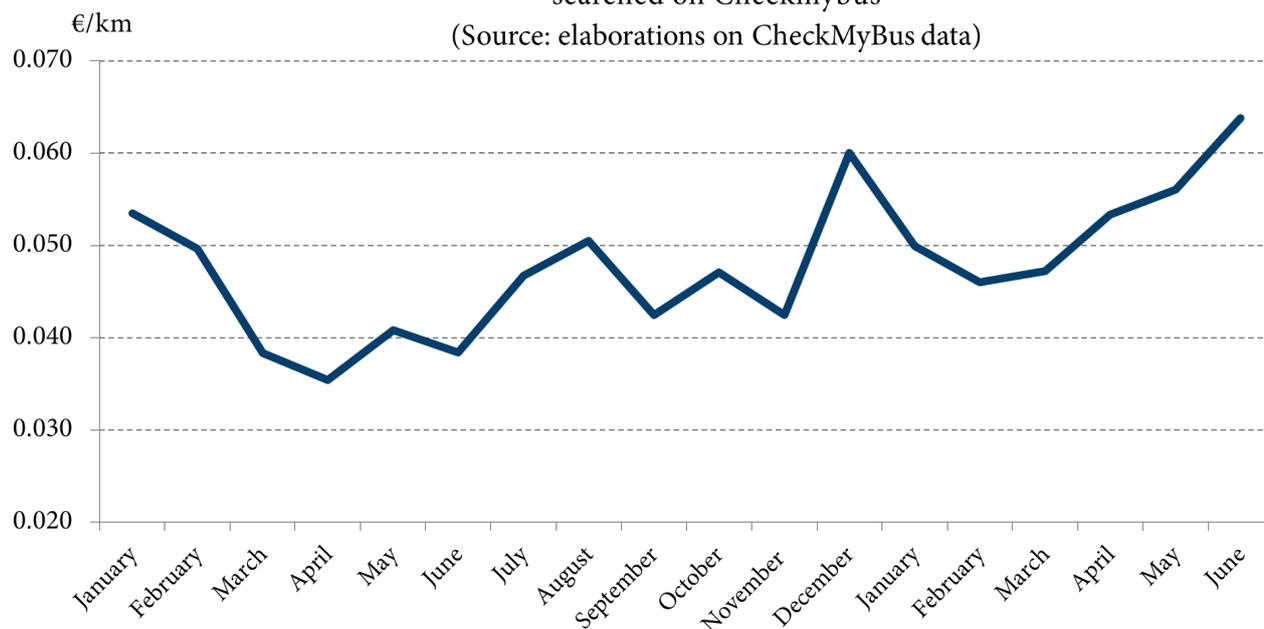
In details, during 2016 the series present a **first time span** (January to June) when prices fell from 5.4 €cent/km of January to 3.8 €cent/km of June. In the next three **Summer months** (July to September), the series appears to follow the seasonal trend of transport demand, reflecting also presumably high load factors and achieving 5.1 €cent/km. Finally, the **third period** from October to December shows a further recover of fares that reach 6.0 €cent/km in December 2016.

During 2017, in the first two months we observed a declining trend, similar to the 2016 one, that drives prices from 5.0 €cent/km of January to 4.6 €cent/km of February. March, April, May and June, instead, showed an increase up to 6.3 €cent/km.

³ I dati presentati sono stati aggiornati a settembre 2017, escludendo alcuni *reseller* esclusivamente ferroviari, precedentemente inclusi. Si noterà che le medie sono leggermente più basse rispetto ai valori dei report precedenti. Questo fatto conferma che il prezzo al km ferroviario sia decisamente più elevato rispetto al servizio su gomma.

Evolution of the average weighted price for long distance coach services in Italy
searched on Checkmybus

(Source: elaborations on CheckMyBus data)



Il dato di maggior interesse è la sensibilità del prezzo a due fattori: al numero di ricerche effettuato, quindi alla stagionalità, e alla rotta ricercata.

In primis, si può notare che a marzo e ad aprile 2017, in corrispondenza di un aumento di ricerche i prezzi hanno ripreso quota “anticipando” una tipica tendenza estiva. I mesi successivi hanno visto amplificarsi questo effetto. Secondo, come mostrato in precedenza, le rotte più cercate sono più brevi e quindi caratterizzate da prezzi al km più elevati. In particolare, dal punto di vista geografico, i prezzi più elevati si sono manifestati in corrispondenza di spostamenti interni alle macro-zone individuate e al più fra macro-zone contigue. Ad esempio ad aprile 2017 nelle rotte interne al sud Italia si è registrato un +77.8% rispetto a luglio 2016, seguito dalle relazioni centro-nord Italia (+44.9%), da quelle interne al centro Italia (+41.9%) e da quelle fra interne al nord Italia (+23.8%). Al contrario, nello stesso mese, le rotte nord-sud hanno visto un crollo dei prezzi rispetto a luglio 2016 (quasi -22%). Queste sono particolarmente influenzate dalla domanda stagionale (probabilmente dall’utenza storica nord-sud), come dimostra il crollo del prezzo che raggiunge a marzo quasi il 46% dei livelli di luglio 2016. Rispetto a questo andamento

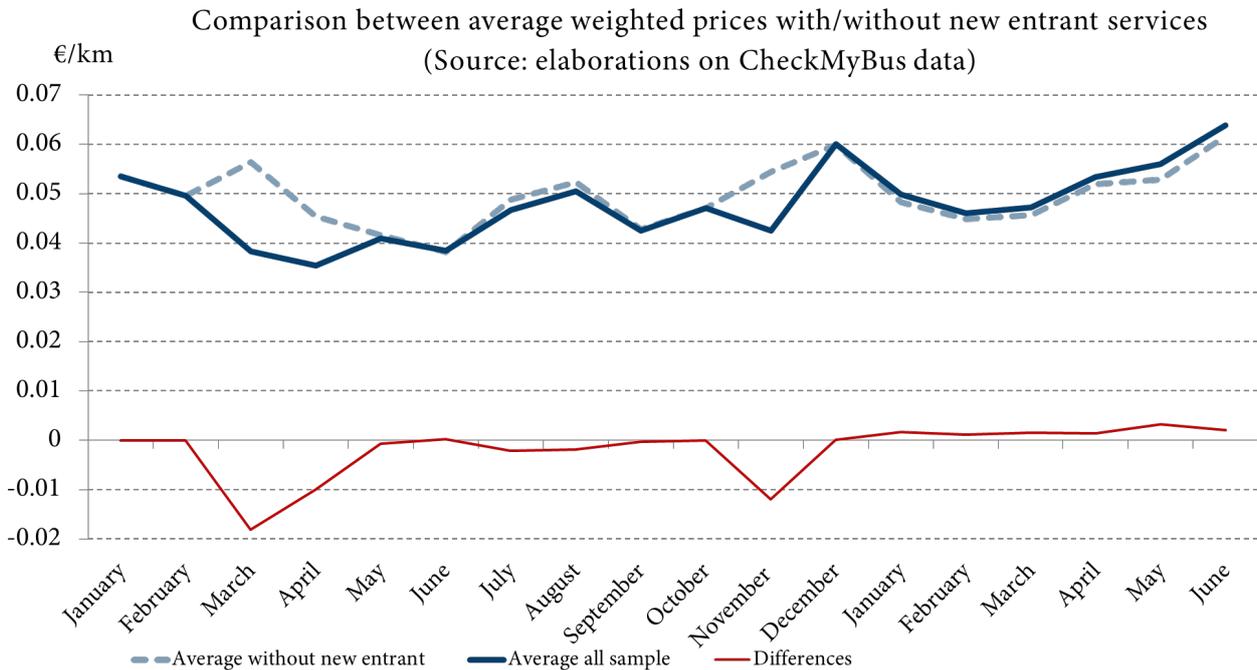
The most interesting outcome is that the price is influenced by two factors: the number of researched tickets (and seasonality) and the researched routes.

First, we notice that in March and April 2017 when the number of researches increased, the prices increased as well, anticipating a summer trend. During the next months, the effect is even stronger. Secondly, as demonstrated earlier, we observed that the most researched route are the shortest as well, therefore characterized by higher price per km. In particular, geographically, the highest prices appeared when internal trips to macro-zones or between contiguous macro-zones occurred.

For example, in April 2017 the South-South routes recorded a +77.8% with respect to July 2016, the Centre-North +44.9%, the centre-centre +41.9% and north-north +23.8%. On the contrary, during same month, the north-south routes fell by 22% and in March the price is the 46% of July 2016. In this particular case, the impact of the season is evident.

Looking at effects on the average weighted price per km, the impact of the *new entrant* pricing policy seems not disruptive.

il comportamento del *new entrant* non sembra aver determinato una variazione di prezzi di particolare rilievo.



In effetti, considerando l'andamento dei prezzi al km per operatore, è possibile separare l'effetto dei prezzi del nuovo entrante nel formare l'indice di prezzo medio ponderato. Il grafico in alto, infatti, presenta tre serie:

- La serie del prezzo medio ponderato (come nel precedente grafico);
- La serie del prezzo medio ponderato, senza i prezzi e le quantità del nuovo entrante;
- La serie "differenze" (che serve ad evidenziare le maggiori variazioni tra le due medie).

Questa analisi evidenzia piuttosto chiaramente che, da maggio fino ad ottobre 2016, non vi sono sostanziali differenze di prezzo fra l'operatore nuovo entrante e la media del mercato. A novembre si è verificato un ulteriore scostamento, ma molto limitato in dimensioni e durata. Nel primo semestre 2017 la media con il nuovo entrante risulta anzi essere più alta, rispetto alla media "senza".

Ciò potrebbe essere in parte dovuto al fatto che fino all'estate 2016 il nuovo entrante ha progressivamente lanciato i propri servizi sul mercato, offrendo prezzi promozionali particolarmente favorevoli ed inferiori alla media del settore. In autunno, invece, i load factor sono

Actually, it is possible to find an evidence of such hypothesis investigating the details of price /km per operator.

Separating out the effect of the new entrant prices from the rest of coach operators it is possible to assess the influence on the overall prices' trend.

The graph in the page shows three series:

- The series of weighted average price (as in the previous)
- The series of weighted average price without new entrant prices and tickets
- The "differences" series. It highlights the major changes between the two previous series

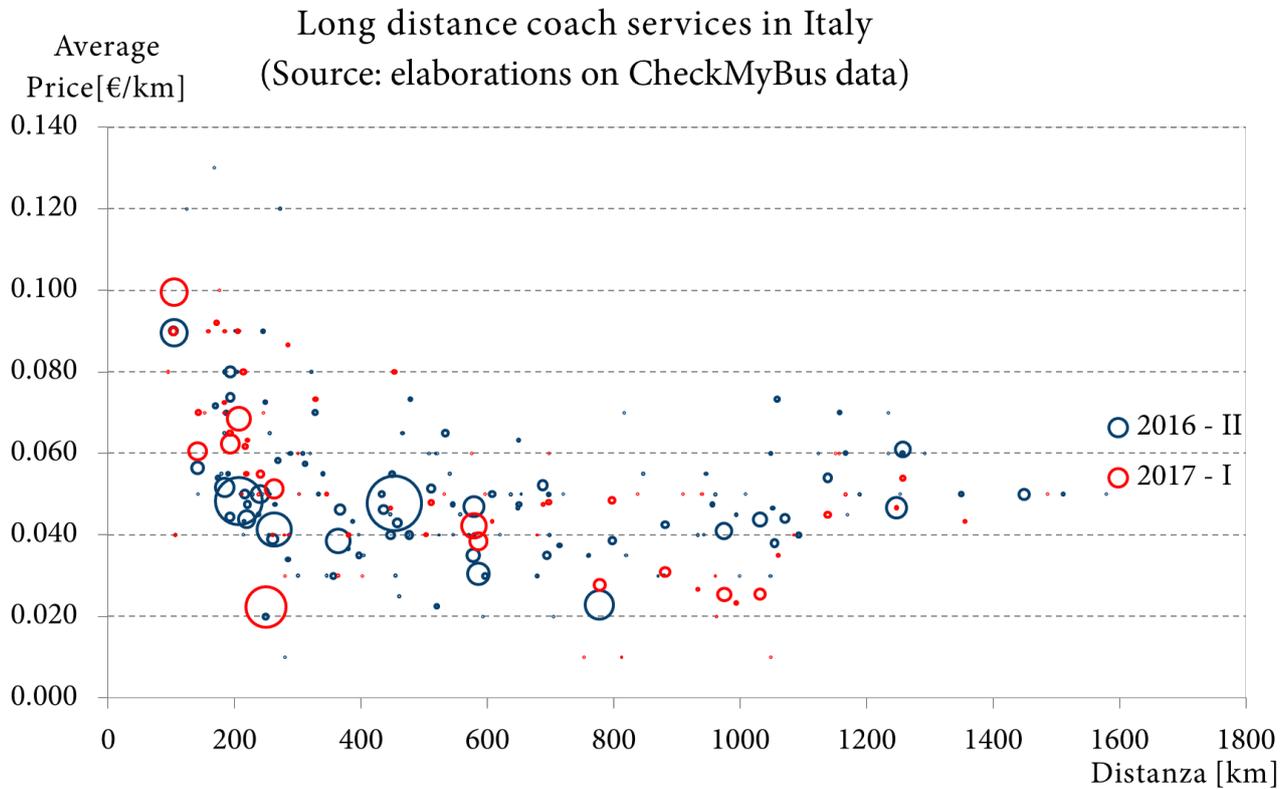
Such analysis demonstrates clearly that from May to October, there are not substantial differences between new entrant and average market prices. During November there was a new small difference in price between the two curves, but very limited.

During the first semester 2017, the curve "average with the new entrant" results slightly higher than the "average curve without".

We may explain such dynamics through the fact that before summertime the new entrant launched new services at promotional fares beyond the

inferiori e quindi compagnie che adottano sistematicamente tecniche di yield management possono aver abbattuto temporaneamente i prezzi fino al periodo pre-natalizio. A quel punto le due serie si sono allineate quasi perfettamente.

average market price. In autumn, a combination of lower load factors and companies using yield management may have lowered temporarily prices until Christmas time. Such pricing policies ended leading to the quasi-perfect overlap of the two series.



Ogni cerchio rappresenta una relazione origine-destinazione. La dimensione del punto dipende dal numero di biglietti ricercati sulla piattaforma Checkmybus.it.

Each circle represents one origin-destination relation. The dimension of the dot depends on the number of researched tickets via Checkmybus.it.

Analizzando i **prezzi chilometrici** medi per rotta in funzione della distanza del I semestre 2017, si può osservare come i prezzi medi osservati decrescano con la distanza, ma in modo meno marcato rispetto al semestre precedente.

We analyse the **average price per km**, route by route in the first semester 2017. It can be noticed how average prices decrease with distance but in a smoother downward trend respect to 2016.

Come dimostra anche il grafico nella pagina successiva, alla soglia degli 800 km i prezzi al km convergono. Oltre gli 800 km i prezzi del secondo semestre 2016 crescono, mentre i prezzi del primo semestre 2017 mostrano un andamento analogo al primo semestre 2016.

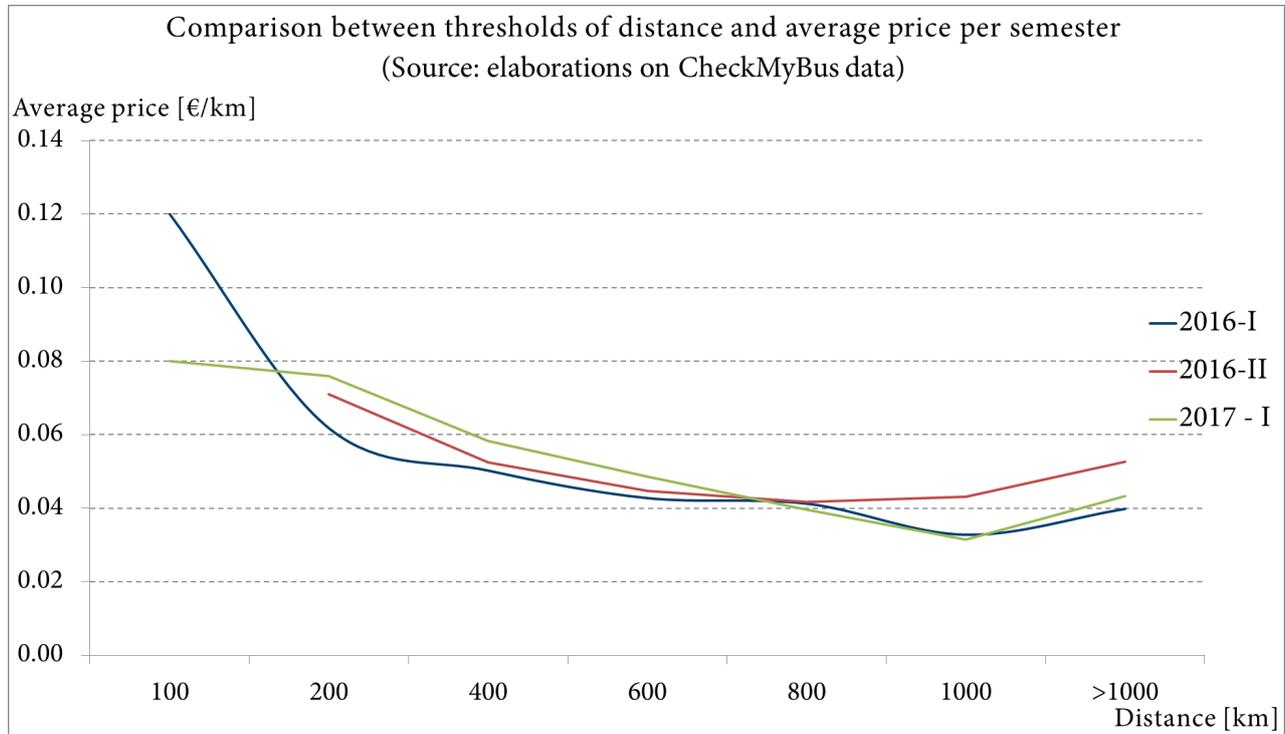
How it is possible to observe from the graph in the next page, up to 800 km prices converge. Beyond 800 km the prices of second semester 2016 increased, while 2017 prices decreased and the first semester 2016 curve as well.

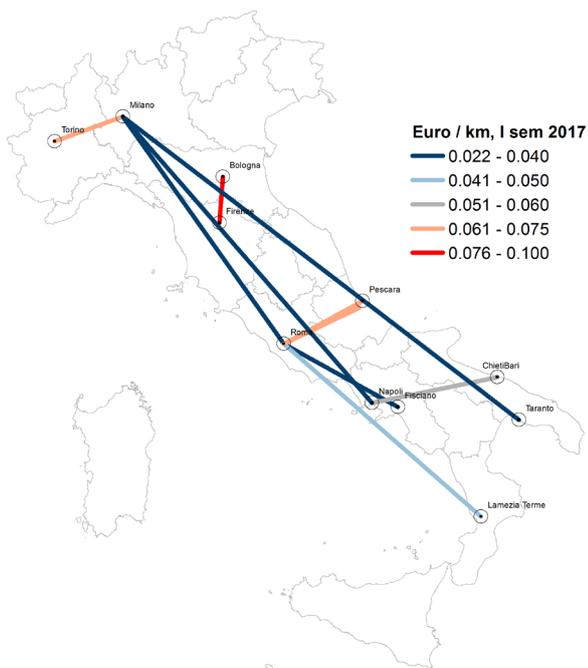
Questo conferma quanto già risulta dai precedenti report: in media le relazioni più brevi e frequenti, totalizzano prezzi medi al km fra i più elevati in assoluto (centro-centro

That outcome confirms the results of the previous reports: on average on average, shorter and more frequent connections, recorded the highest prices per km of the sample (Centre- Centre 0.073 €/km)

0,073 €/km) e con una variabilità dei prezzi significativa. Al contrario, le relazioni Nord - Sud registrano il prezzo medio al km più basso in assoluto (0,034 €/km) con una scostamento nel tempo piuttosto contenuto (0,014 €/km).

with a significant aptitude to vary. On the contrary, North-South connections scored the lowest average price/km (0.034 €/km) with a very small variance (0.014€/km).





Infine, la mappa rappresenta le prime dieci relazioni di lunga percorrenza in termini di biglietti ricercati su Checkmybus.it e il loro prezzo medio.

Nella *top-ten* sono presenti linee appartenenti sia al mercato “storico” come la Napoli – Milano, sia linee che sono il risultato della liberalizzazione, come la Milano – Torino o la Firenze – Bologna. I dati del primo semestre 2017 dimostrano che la tendenza verificatasi nel primo semestre 2016 (le nuove linee risultavano **più economiche** rispetto alle linee storiche) sembra essere quasi scomparsa. Fra le rotte più costose (rispetto alla media), si fanno notare alcune delle rotte in cui la competizione intermodale dovrebbe invece produrre un contenimento di prezzi, come Firenze- Bologna (0,099 €/km) e Torino – Milano (0,060 €/km). Si tratta di rotte brevi, ma è ipotizzabile anche una sorta di “effetto di trascinamento” dei prezzi da parte del treno, con molta domanda e più costoso.

The map represents the top-ten long distance routes in terms of researched tickets on chekmybus.it and their average price.

In the top-ten there are “historical” lines, such as Napoli – Milano, but also routes that are a consequence of the liberalization process, like the Milano – Torino, Firenze-Bologna.

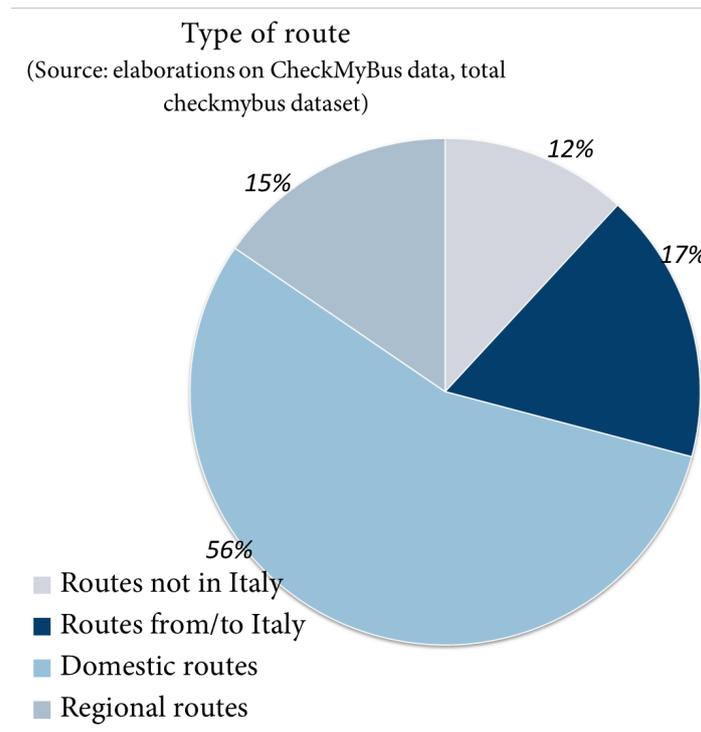
The data of the first semester 2017 demonstrates that trend of the first semester 2016 (where the new market routes were cheaper than the historical routes) seems to be disappeared. The most expensive connections (with respect to the average) are those that are expected to produce the lower prices due to intermodal competition such as Firenze-Bologna 0.099 €/km and Torino-Milano (0.060 €/km). Both of them are short distance connections whose prices are likely to be influenced by higher train fares and high level of demand.

Checkmybus.it include non solo operatori di lunga percorrenza ma anche quelli che forniscono servizi locali o aeroportuali. In termini di biglietti ricercati sulla piattaforma non vi sono differenze significative tra i nuovi entranti e gli storici operatori italiani. Ciò rappresenta un importante risultato della liberalizzazione che ha spinto le aziende storiche ad aderire ad **innovativi canali commerciali per catturare nuova domanda** oltre alla **clientela storica** che già conosce e usa i canali tradizionali (biglietterie o agenzie di viaggio) per l'acquisto dei biglietti. L'adesione alle piattaforme di ricerca e confronto dei servizi, nel medio - lungo termine costituisce un elemento importante per la crescita dell'utenza (per esempio i turisti) che ha così uno strumento utile per scegliere il tipo di servizio più adatto in un contesto di generale aumento dell'offerta.

Allo stesso tempo, è possibile analizzare i segmenti di mercato in cui Checkmybus.it risulta più presente. **Le rotte domestiche dominano sul totale di click generati** dalla piattaforma probabilmente in conseguenza della nuova offerta di servizi dovuta alla liberalizzazione che ha spinto i clienti ad utilizzare i meta-motori per conoscere i servizi disponibili. Anche le rotte fuori dall'Italia sono vendute in maniera rilevante attraverso la piattaforma italiana grazie all'app che consente l'utilizzo del servizio per qualsiasi viaggio.

Checkmybus.it includes both long distance operators and those providing local or airport services. The amount of researched tickets is relatively similar between foreign newcomers and Italian companies. This represents an important result of the liberalization that has pushed legacy Italian companies to join **innovative commercial channels to attract new passengers** in addition to their historical **customer base**, which already knows and uses traditional commercial channels (ticket offices or travel agencies). Joining these meta-engines for searching and for comparing the services, in the medium - long term represents an important element to increase the demand (for example the tourists) which can thus enjoy an useful tool to choose the best service in a context with an increasing level of supply.

At the same time, we can analyse the segments of the market in which Checkmybus.it is more present. **Domestic routes dominate the total traffic generated** by the platform, probably because of the new supply resulting from the liberalization, which has pushed customers to use meta-search engines to know the available services. Also routes outside Italy are massively sold via the Italian platform, thanks to the app which allows using the service for any trip.



Il dato della distribuzione dei biglietti ricercati su Checkmybus.it mostra che le rotte esaminate nel presente report sono prevalentemente in Italia. Solo il 12% delle rotte del campione è estero e il 17% circa sono rotte internazionali da e per l'Italia . Molto interessante anche una presenza del 15% di rotte regionali.

The distribution of researched tickets via Checkmybus.it shows that most of the routes included in our dataset are Italian. Only 12% of the routes are abroad, while the 17% are international routes from and to Italy. Interesting to note that about 15% of the routes are at regional level.

6 METODOLOGIA | *METHODOLOGY*

Le elaborazioni presentate in questo documento sono state sviluppate a partire dal **database mensile** fornito da Checkmybus.it. Il dato si riferisce ai “click” (biglietti ricercati) effettuati sul motore di ricerca Checkmybus.it ogni mese e reindirizzati verso i siti dei singoli operatori che forniscono il servizio. Comunemente al click corrisponde un acquisto. Nel dettaglio il database contiene:

- Nome della rotta tra città e città
- Operatori attivi sulla rotta
- Numero di biglietti ricercati attraverso Checkmybus.it per rotta, nel mese
- Prezzo medio, per rotta o operatore

The elaborations presented in this document have been developed starting from the **monthly database** provided by Checkmybus.it. The data refer to the “clicks” (researched tickets) made on the website Checkmybus.it every month, which are then redirected towards the website of the single operators serving the route. Usually the process ends with the purchase of the ticket. In detail, the database includes:

- City to city route name
- Operators serving the route
- Number of researched ticket on Checkmybus.com per route, per month
- Average price paid, per route and company

Product	Operator	Quantity	Total revenues	Average price	Month	Year
Venice – Istanbul	OrientExpress	100	8000,00	80,00	3	2016

Per le analisi sulla concentrazione, i click relativi a *reseller* sono stati ricodificati associandoli alla compagnia che opera effettivamente la tratta.⁴

A partire da questi dati è stato costruito un ulteriore database contenente altri attributi tali da consentire differenti analisi. In particolare, ad ogni record nel database sono state attribuite informazioni su:

- Codice ISTAT delle città di origine e destinazione
- Nome delle regioni di origine e destinazione
Area del paese tra cui viene offerto il servizio (es. Nord – Sud, Nord – Nord, etc.)
- Individuazione dei servizi aeroportuali
- Tipi di servizi (cioè rotte fuori dall’ Italia, rotte da/per l’Italia, rotte domestiche, rotte regionali)
- Distanze tra città (costruito a partire dalla matrice delle distanze tra comuni fornita dall’ISTAT)
- Prezzo al chilometro per ogni rotta

In order to perform concentration analysis, we have coded and assigned the resellers’ records to the actual companies that really operates the route.

Starting from these data, we built another database containing other attributes that allows different analysis. In particular, each record in the database has information on:

- Zip code of the origin and destinations cities
- Name of the origin and destination regions
- Areas of the country the service is provided (i.e. North – South, North – North, etc.)
- Identification of airport services
- Types of services (routes not in Italy, routes from/to Italy, domestic routes, regional routes)
- Distance between cities (built from the matrix of distances among municipalities provided by the Italian National Institute of Statistics)
- Price per km for each route
- Typology of operators divided between non-Italian bus companies, Italian bus companies or reseller

⁴ ad es., *Ibus-Marino* è diventato *Marino*.

- Tipi di operatori suddivisi tra aziende non italiane, aziende italiane e piattaforme di rivendita di biglietti.

Questo rapporto, preparato in collaborazione con www.checkmybus.it, raccoglie e analizza l'**andamento del mercato degli autobus di lunga percorrenza in Italia nel primo semestre 2017**. Il rapporto è basato sul campione di prezzi raccolti dalla piattaforma di vendita e descrive il **profilo degli utenti** delle autolinee, i **prezzi praticati**, il **livello di concentrazione del mercato**, le **rotte domestiche principali**.

Ad un anno e mezzo dall'avvio del monitoraggio è possibile tracciare un quadro che consente di mettere a fuoco alcune caratteristiche fondamentali di questo mercato. Il primo semestre 2016 si è caratterizzato per la dinamicità del mercato con l'apertura di nuove rotte, l'entrata di operatori e l'affermarsi di nuove logiche commerciali e di marketing. Il secondo semestre del 2016 ha mostrato alcuni segnali verso una possibile stabilizzazione e consolidamento del mercato, pur ancora in espansione.

Il primo semestre 2017 ha confermato alcuni trend dell'anno precedente, mostrando però un aumento generalizzato dei prezzi e per una stagionalità anticipata nel mese di aprile, che lo hanno reso più simile ad un mese estivo che ad uno primaverile.

In sintesi, è possibile evidenziare alcuni fatti principali:

- ✓ Nel primi sei mesi del 2017, il numero di transazioni registrate è **umentato ulteriormente rispetto al 2016**. Inoltre, l'importanza relativa dei singoli sotto-mercati geografici cambia in maniera piuttosto consistente. Questo fenomeno è però dovuto sia ad un effetto stagionale, sia all'espansione del mercato, che ad una maggiore penetrazione della piattaforma Checkmybus.it.
- ✓ **Milano, Roma e Napoli sono i tre poli** che disegnano la cartina delle ricerche a livello nazionale. Milano e Napoli sono le due metropoli origine e destinazione del maggior numero di ricerche su Checkmybus.it, mentre Roma appare sempre di più un nodo di interscambio. Tra le rotte più cercate, la Torino-Milano, in diretta competizione con i servizi ferroviari.
- ✓ Il livello di concentrazione del mercato, rispetto all'anno precedente, presenta una **riduzione generalizzata del livello di concentrazione** in tutti i sotto-mercati. Una maggiore disponibilità di dati offre uno spaccato più dettagliato delle relazioni interne al sud che, su base semestrale, appaiono meno concentrate che a livello nazionale.
- ✓ L'**indice dei prezzi calcolato sul campione del I semestre 2017 è di 0.053 €/km** sull'anno, con una **tendenza all'aumento** (la media registrata nel II semestre 2016 è stata 0,051 €/km). In particolare la dinamica di crescita dei prezzi si è manifestata nel periodo marzo- giugno 2017, con punte mai raggiunti dal mercato dall'inizio del monitoraggio (0.10 €/km).
- ✓ L'analisi dell'indice dei prezzi medi nazionali con e senza il nuovo entrante suggerisce che, nel semestre in esame, l'**offerta da parte del new entrant di tariffe promozionali inferiori a quelle medie del mercato, non ha prodotto condizionamenti apprezzabili del prezzo di mercato, se non in alcuni limitati periodi dell'anno**.
- ✓ L'**andamento dei prezzi in funzione della distanza della relazione è decrescente fino a 800 km**. Oltre questa soglia si notano differenze interessanti tra i primi semestri e il secondo. In estate, infatti, i prezzi tornano a crescere per le relazioni più lunghe, probabilmente a causa della domanda turistica, mentre in inverno questo effetto non si verifica.

This report, prepared in collaboration with Checkmybus.it, summarizes and analyses the market trend of **the long-distance coach market in Italy in the first semester 2017**. The report is based on the sample of prices collected by the meta-engine platform and describes the **profile of the users** of these services, the **prices**, the **level of market concentration**, and the **main domestic routes**.

Thanks to about one and a half year of monitoring, it is possible to draw an overview that defines the main features of this market sector. A lively market characterized the first semester 2016, with the opening of new routes, the entry of operators and the emergence of new business logic and marketing. The second semester of 2016 showed a trend towards a possible stabilization of the market even though not steady. The first semester 2017 data showed a similar trend to the previous year, modified by a general price increase (except for January and February) and an anticipated seasonal effect in April (so April data looks like a summer time records).

In summary, it is possible to highlight some facts about the current semester:

- ✓ In the first semester 2017, the number of transactions on the website has **increased** with respect to 2016. Furthermore, the importance of the geographical submarkets has changed significantly. This indicates either a seasonal effect, an expansion of the overall market and an increasing penetration of Checkmybus.it.
- ✓ Milan, Rome and Naples are the three poles that determine the map of researches at nationwide level. Milan and Naples are the main origin and destination in terms of researched tickets on Checkmybus.it, whereas Rome is acquiring a role of “interchange station”. Among the most researched routes appears Milan- Turin, although there is a competition with rail services.
- ✓ The first semester 2017 data on researched tickets shows a homogenous reduction of market concentration between types of relationships. A wider dataset offered a more detailed and enhanced view of the Southern connections that do not divert from national level;
- ✓ **The price index calculated on the whole sample (2017) is 0,053 €/km**, with a **clear growing trend** (it was 0.051 €/km in the first semester). In particular, during the period March-June 2017, the price increase appears even stronger, reaching the highest level since the beginning of our monitoring.
- ✓ **The analysis of the average national index prices with or without the new entrant suggests that in the current semester the promotional fares (below the market level) of the new entrant have not influenced significantly the market price.**
- ✓ **The average price trend decreases as the distance increases up to 800 km. Beyond that threshold, the average price per km of the second semester 2016 significantly diverges by the first semester of 2016 and 2017 (that quasi perfectly overlap). During summertime, indeed, prices normally grow for long distance connections, probably because of the additional tourists’ demand.**