

Autorità trasporti. Pronto provvedimento per promuovere il digitale

Piattaforme multimodali nel futuro della mobilità 4.0

Giorgio Santilli

«I disagi ferroviari e trasportistici di questi giorni, legati a eventi «previsti», non sono dovuti solo a 150 scaldiglie mancanti in una stazione o a un investimento non fatto da un milione di euro. A causarli è un assetto dei trasporti ancora troppo verticalizzato, che non assicura una tutela effettiva dei diritti dei passeggeri. Occorre accelerare verso una mobilità 4.0 fondata su piattaforme digitali di integrazione e vendita di servizi multimodali. È la tesi di **Andrea Camanzi**, presidente dell'Autorità dei trasporti, che presto avvierà un procedimento sulla nuova generazione di piattaforme digitali favorendo l'accesso ai dati e alle informazioni e la separazione delle piattaforme dalle imprese di trasporto, nell'interesse degli utenti.

«Nel mondo di Industria 4.0 - dice - la vendita, la commercializzazione e la fatturazione di un servizio non risiedono all'attico di un edificio in cui, ai piani inferiori, si trovano la produzione o il marketing. Questo è il modo tradizionale di produrre e vendere. Nel mondo di Industria 4.0, i singoli segmenti della catena lavorano in contemporanea e la vendita di un servizio è un'attività indipendente e multipurpose. Perché - continua **Camanzi** - devo rivolgermi a un singolo operatore per acquistare un servizio ferroviario se una piattaforma digitale può mettere insieme

una grande massa di dati su orari, costi e prezzi dei singoli posti offerti da sette, otto o dieci operatori di diverse modalità di trasporto e poi estrarne un'offerta che è la migliore per me in termini di prezzi, orari, magari aggiungendo servizi integrativi come parcheggio un concerto? La piattaforma sarà tanto più forte quanto più numerosi saranno i segmenti della mobilità collegati, da Trenitalia a Ntv, da Flixbus alle compagnie aeree, dai servizi urbani di bus ai taxi, dal noleggio con conducente e al noleggio auto. Così potrà produrre una propria offerta di servizi per portarmi nel miglior modo dal punto A a B».

Ma torniamo a monte: cosa c'entrano le piattaforme digitali di vendita di biglietti multimodali con la neve che ha paralizzato l'Italia? «Vedo - risponde **Camanzi** - molta confusione nelle ricostruzioni sui disagi di questi giorni. Il gruppo Fs non sembra pienamente focalizzato sulla sua attività caratteristica e non escludo che questo defocusing sia dovuto all'allargamento orizzontale delle sue attività. Il punto fondamentale, però, è un altro e non riguarda solo le ferrovie, perché lunedì scorso a Roma non ci sono stati solo pesanti disagi a Termini, sull'Alta velocità o sui treni regionali, ma ci sono stati voli soppressi in grandi quantità a Fiumicino, la chiusura del Leonardo Express e anche i taxi erano introvabili. Il punto fondamentale - prosegue - è che

questi eventi interrompono la catena della mobilità, o la catena logistica se parliamo di merci, e fanno saltare il diritto stesso alla mobilità. Il passeggero non sa che farsene dell'informazione singola e resta piantato là. Che se ne fa di apprendere dal tabellone luminoso che il treno ha 250 minuti di ritardo? L'informazione di cui ha bisogno è sapere a che ora è il prossimo treno, se c'è un bus sostitutivo e se non c'è qualcuno che glielo organizza, deve poter fare un biglietto alternativo e ottenere compensazione per il disagio, se prevista. In altri termini, bisogna completare l'informazione con il servizio e allargare il servizio alle modalità alternative di trasporto».

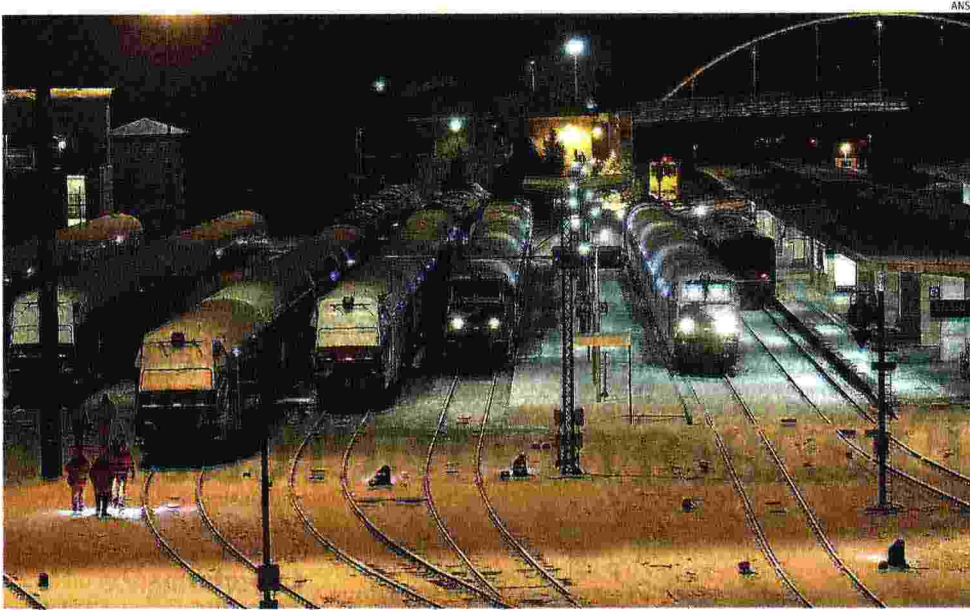
Si prospetta una riorganizzazione radicale e le piattaforme digitali ne sono il motore. «Bisogna ripensare il servizio ferroviario integrandolo con altri servizi di trasporto, urbano ed extraurbano. Non è un problema di singoli impianti ma bisogna riflettere su come queste industrie della mobilità sono organizzate e costruire un collante fra loro. Deve esserci un collegamento a monte perché altrimenti, nel momento dell'emergenza, non lo trovi. Inoltre, questa è l'unica strada per innalzare la produttività del sistema e affrontare le cause profonde dell'evento avverso. L'efficienza della catena logistica è indicatore dell'efficienza complessiva di un sistema economico».

Ma a che punto siamo con le piattaforme digitali? Vanno divise in due tipi: quelle che dipendono da operatori del trasporto e quelle indipendenti. L'attuale generazione - quella di Trainline o Mycicero - offre servizi embrionali, mettendo online gli orari dei treni e rimandando al sito dell'operatore di trasporto per acquistare il biglietto; ma in campo cominciano a scendere i colossi del web, a partire da Google. «Per consentire alle piattaforme di fornire servizi operativi - afferma **Camanzi** - dobbiamo garantire loro l'accesso ai dati dei singoli operatori di trasporto che, viceversa, tendono a difenderne un uso esclusivo. E dobbiamo passare da una misurazione dei costi nel sistema ferroviario dal treno-chilometro al posto-chilometro, come già avviene nell'industria del trasporto aereo». Le ferrovie e gli operatori di Tpl stanno pure lanciando piattaforme digitali proprie che venderanno i biglietti in chiave di integrazione con quelli di altri operatori. «Questa soluzione - dice **Camanzi** - non consente in sé di rendere indipendente chi vende il biglietto da chi fornisce il servizio. L'indipendenza è un punto chiave perché il vero business non è commercializzare servizi già esistenti, ma produrre servizi e prodotti multimodali propri». Fallita l'intermodalità vecchio stile, il futuro della mobilità è nella multimodalità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL PRESIDENTE CAMANZI

«Garantiremo agli strumenti digitali di produzione e vendita di servizi l'accesso ai dati e la separazione dagli operatori. Anche contro le emergenze»



Toscana. Un'immagine di ieri della stazione ferroviaria di Siena coperta dalla neve



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 120207