Comunità tariffale Ticino e Moesano/ Arcobaleno

Fabienne Bonzanigo e
Mario Zanetta,
Sezione della mobilità

foto: Ti-press / Carlo Reguzzi

Dalla sua introduzione nel luglio 1997 ad oggi il bilancio dell'attività decennale della Comunità tariffale Ticino e Moesano é stato brillante: sia le mensilità vendute che gli introiti incassati sono aumentati in maniera consistente. A fine 2006 le mensilità totali vendute erano 264.572, ovvero l'88,2% in più rispetto al 1996, anno che precede l'introduzione della Comunità tariffale.

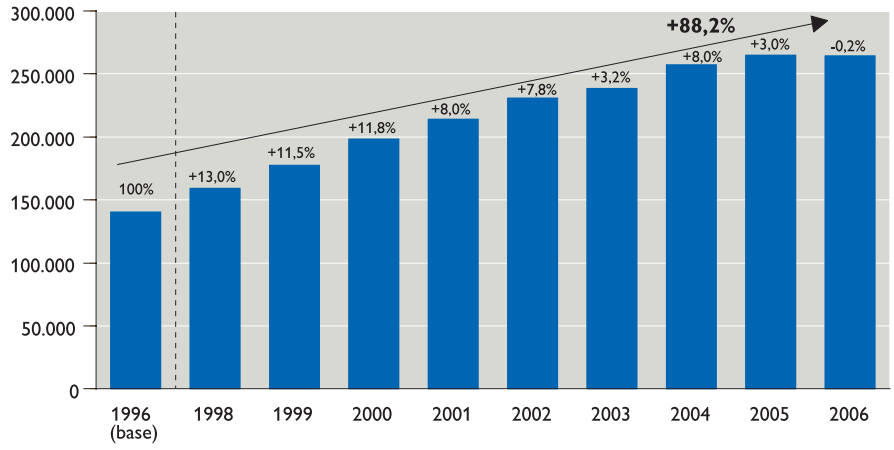
Occorre rilevare che l'incremento è stato costante, anno dopo anno, sino al 2005. Nel 2006 si è invece registrata una leggera flessione delle vendite (-0,2%). Tale dato potrebbe far anche credere che si è giunti ad un punto di saturazione del prodotto Arcobaleno. Siamo invece dell'avviso che con adeguate misure di *marketing* e di promozione e grazie al nuovo materiale rotabile ed ai miglioramenti delle prestazioni che si prospettano, il trasporto pubblico acquisterà crescente attrattiva e permetterà di raggiungere ulteriori potenziali clienti.

Già nell'intento di far conoscere il nuovo titolo di trasporto ad un numero sempre maggiore di persone, il Dipartimento del territorio ha proposto, dal 2002 ad oggi, numerose azioni relative all'abbonamento mensile e a quello annuale. È stato inoltre concepito, appositamente per le campagne di promozioni, un abbonamento Arcobaleno di durata settimanale. Di seguito sono presentati i principali risultati.

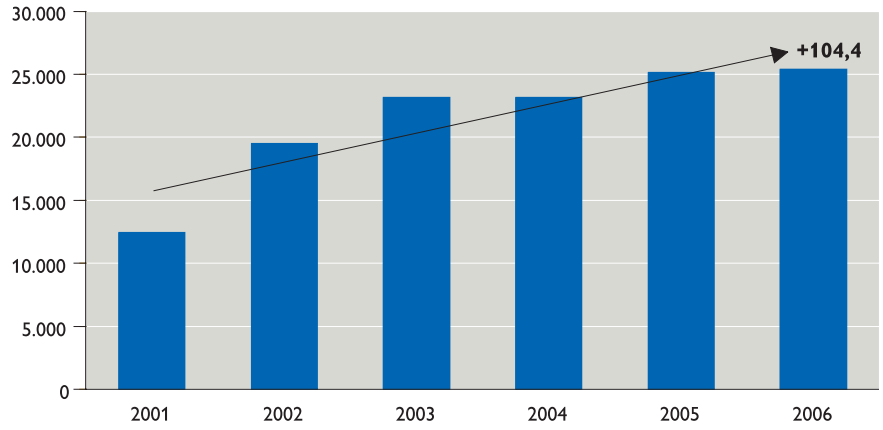
Per quanto concerne l'abbonamento mensile, nel 2006 è stata riproposta l'azione "Cambia l'aria! C'è *Arcobaleno* al 50%", intesa quale misura contro lo smog estivo. Per il quinto anno consecutivo è stato dunque possibile acquistare, durante i mesi di luglio e di agosto, l'abbonamento *Arcobaleno* mensile con uno sconto del 50%. Anche la campagna del 2006 si è rivelata un ulteriore successo sia in termini quantitativi che finanziari: le vendite di abbonamenti hanno raggiunto la quota di 25.416 unità, ovvero l'1% in più rispetto al 2005. Si tratta di un ottimo risultato soprattutto se si considera che il 2006 rappresenta la quinta estate di promozione e che nel 2005 si era già registrato un risultato molto positivo e al di là delle più ottimistiche previsioni (25.179 abbonamenti venduti). Rispetto al 2001, anno antecedente la prima campagna di promozione, l'incremento delle vendite di abbonamenti Ozono-Arcobaleno è stato del 104,4%.

Relativamente agli abbonamenti annuali dal 1° settembre 2006, è stata lanciata, per la terza volta, la campagna di promozione "C'è *Arcobaleno* 13X12", grazie alla quale si può comperare un abbonamento annuale valido per 13 mesi (la prima azione è stata attuata dal 1.9.2003 al 31.8.2004 e la seconda dal 1.9.2005 al 31.8.2006). Dal 2003 al 2006, il numero di abbonati annuali è passato da 18.763 a 20.909, ciò che equivale ad un incremento pari al 10,3%.

A Mensilità totali (Junior + Adulti) vendute, dal 1996



B Vendite luglio-agosto dell'azione Ozono-Arcobaleno, dal 2001



Nel corso dei primi 4 mesi dell'attuale campagna sono stati venduti 10.987 abbonamenti annuali.

Per combattere i problemi di inquinamento da smog invernale è ripartita in gennaio per la seconda volta la campagna di promozione "Prova Arcobaleno per una settimana". L'azione era stata proposta per la prima volta da gennaio a marzo del 2006 e ancora nel mese di settembre. Nei primi tre mesi di questa azione erano stati venduti 2.071 abbonamenti settimanali, equamente ripartiti sui tre mesi, 55,1% dei quali per adulti e il restante 44,9% per giovani. Durante il mese di settembre erano stati invece venduti 718 abbonamenti settimanali. In questo secondo caso le vendite di abbonamenti per adulti, in buona parte rappresentati da turisti, erano state più importanti (65,7%).

È importante evidenziare che l'obiettivo di tutte queste misure é, da un lato, far provare il trasporto pubblico in estate e, dall'altro, fidelizzare gli utenti con l'abbonamento annuale che, ricordiamo, viene venduto costantemente ad un prezzo molto vantaggioso per gli adulti (25% di sconto rispetto a 12 volte l'abbonamento mensile) ma soprattutto per i giovani fino a 25 anni (42%, ovvero 5 mesi gratuiti).

La tendenza riscontrata evidenzia chiaramente che gli utenti del trasporto pubblico, indipendentemente dalla categoria d'età (giovani/adulti), hanno accolto favorevolmente la libertà e l'offerta di mobilità garantita dal titolo di trasporto comunitario e si sono fidelizzati allo strumento tariffario. Si tratta di un'importante conferma in vista della realizzazione della Comunità tariffale integrale, ovvero l'estensione della Comunità per abbonamenti ai biglietti singoli, alle carte per più corse, alle carte giornaliere e ai biglietti di gruppo, che verrà introdotta a partire dal dicembre 2008 e grazie alla quale si potrà viaggiare con un unico titolo di trasporto indistintamente su tutte le imprese di trasporto e verso qualsiasi destinazione che rientri nel comprensorio della Comunità. ■

1/2 PUBBLICITÀ