

5. TRASPORTO PUBBLICO LOCALE

Problemi di quantità e problemi di qualità.

L'argomento del trasporto pubblico locale (TPL) è spesso presentato con una notevole enfasi sulla possibilità, ovvero sull'aspettativa, che possa costituire l'alternativa sostenibile all'uso dei mezzi privati. Poche volte vengono evidenziati gli aspetti che ne condizionano l'efficacia e l'economicità di scelta sia da parte degli utenti (che valutano l'opzione TPL in alternativa agli altri mezzi disponibili) sia da parte degli enti finanziatori (il TPL infatti ha bisogno di essere finanziato in quanto la copertura dei costi con i ricavi da tariffa (biglietti ed abbonamenti) è inferiore al 40%. Il 60% dei costi è sostenuto con contributo regionale o comunale. Il TPL deve inoltre confrontarsi con la diminuzione della domanda di utenza di tipo classico per la diminuzione delle componenti di mobilità sistematica (studenti e lavoratori con sede fissa).

Per la realtà di Belluno riteniamo eccessivamente dispendioso puntare esclusivamente su una prospettiva di potenziamento quantitativo del servizio di trasporto pubblico, fatti salvi i possibili aggiustamenti necessari per l'adeguamento marginale del servizio.

Anche la non elevata densità urbanistica della città non agevola l'efficacia del servizio che deve raggiungere tutte le frazioni per offrire il cosiddetto servizio minimo per evidenti ragioni di ordine sociale. Nonostante l'impossibilità di aumentare il quadro delle risorse a disposizione e quindi delle percorrenze del servizio di trasporto urbano il comune intende confermare la copertura del prolungamento della linea urbana Lilla verso Levego (4 corse giornaliere) che viene associata alla possibilità di usufruire delle corse del servizio extraurbano dalla stessa località pagando la tariffa urbana.

La situazione delineata evidenzia l'impossibilità per il TPL di "vivere di rendita" imponendo la necessità di azioni orientate alla conquista di nuovi segmenti di domanda (utenti non sistematici) che sono particolarmente esigenti e richiedono parametri di qualità del servizio (es. cadenzamento temporale elevato, estensione dell'orario di servizio, informazione sugli orari, affidabilità e regolarità).

E' quindi di fondamentale importanza mettere in atto tutte le iniziative possibili per il miglioramento della qualità del servizio sia nei termini dei parametri prestazionali sia nei termini della qualità percepita dall'utenza.

Le prestazioni

Per quanto concerne le prestazioni il piano del traffico propone una serie di azioni di gestione della rete viaria (gerarchizzazione della rete e interventi sui nodi) che dovranno migliorare i parametri di velocità commerciale del servizio e di regolarità degli orari.

Una particolare attenzione ai parametri prestazionali dovrà essere tenuta dal comune in sede di predisposizione del contratto di servizio con l'azienda e nelle attività di monitoraggio dello stesso contratto.

Oltre alla funzionalità della rete è opportuna la ricerca di qualità nella funzionalità dei nodi costituiti dalle fermate e dal nodo principale della stazione ferroviaria, principale capolinea e area di interscambio con i servizi extraurbani e con la ferrovia. E' in fase di studio il progetto di adeguamento dell'area di interscambio per la quale sarà data particolare importanza al miglioramento della movimentazione dei veicoli ed al miglioramento della qualità degli spazi pedonali e delle distanze percorse a piedi.

La qualità percepita

Il miglioramento della qualità percepita dall'utenza è, invece, il risultato di una specifica attività di marketing attraverso due tipi di approccio:

- A. strategie di marketing di tipo top-down sono indirizzate alla generalità degli utenti potenziali e sono prevalentemente orientate alla valorizzazione del servizio erogato attraverso l'informazione, la comunicazione e una politica tariffaria più articolata (es. tariffe per fasce orarie¹, per classi di età, agevolazioni sui pagamenti degli abbonamenti ecc.).
- B. risultano efficaci le strategie di marketing del servizio e di eventuale adeguamento sulla base di attività di micro-programmazione tipiche del nuovo filone del Mobility Management come descritte nei punti seguenti.

Si confermano altre strategie per la promozione del servizio come l'iniziativa della riduzione del prezzo del biglietto al 50% in occasione delle giornate ecologiche, così come l'impegno alla realizzazione di navette nelle giornate particolari (sagre, giovedì sera,...).

Si conferma l'accordo per offrire gli abbonamenti scolastici al prezzo ridotto di 23€ in accordo con la provincia, Dolomitibus, La Marca e Trenitalia.

Si conferma inoltre la strategia per la comunicazione all'utenza della immagine del servizio accompagnata alla promozione delle linee a colori. L'identificazione con i colori verrà gradualmente estesa ai diversi ambiti di fermata, agli orari ed ai mezzi. Nel rinnovo del contratto di servizio con l'azienda costituiranno specifico riferimento le attività per la comunicazione all'utenza e le forme di diffusione e consultazione degli orari.

¹ E' allo studio la proposta di offrire un abbonamento ordinario *soft o leggero* che consente la circolazione durante gli orari di morbida, presentando il duplice vantaggio della possibilità di abbonamenti a costi contenuti e l'incentivo all'uso dei mezzi nei periodi di massima disponibilità del servizio.

LINEA	COLORE	SERVIZIO Fr / Fs	TRAGITTO	FREQUENZA ORE DI PUNTA	FASCIA ORARIA DI SERVIZIO	CORSE GIORNALIERE PER DIREZIONE
A	Arancio	FR	P.za Vitt. Emanuele - Casere	60 min	6:40 – 18:38	10
B*	Blu	FR	Bes - Sala	30 min	6:15 – 20:00	29
B/R	Blu / Rossa	FS	Salce - Fiammoi	60 min	12:40 – 20:14	7
C	Celeste	FR	Via Dante - Madeago	40 min	6:00 – 20:10	17
C/L	Celeste / Lilla	FS	Madeago - Giazzo	60 min	13:40 – 19:30	6
H	Bianca	FR	Ospedale - Sopracroda	30 min	6:54 – 18:17	15
J	Gialla	FR	Via Dante - Cirvoi	30 min	6:05 – 20:10	26
J	Gialla	FS	Ospedale - Cirvoi	60 min	13:05 – 19:55	4
L	Lilla	FR	Giazzo - L'Anta	50 min	6:30 – 20:20	21
L	Lilla	FR	Via Dante - Sagrogna	120 min	8:20 – 15:58	4
R	Rossa	FR	Mier - Fiammoi	30 min	5:55 – 20:00	30
V	Verde	FR	Bes - Safforze	30 min	6:20 – 20:13	30
V	Verde	FS	Bes - Safforze	60 min	14:10 – 19:40	5

Fr = Feriale, Fs = Festivo

(*) La linea B ha il capolinea nel maggior numero di corse a Salce e a Cusighe.

Tab. 5.1 – Servizio di trasporto pubblico in vigore nel periodo settembre 2004 – giugno 2005

INSERIRE TAVOLA 5.1a – Linee Trasporto pubblico - feriale – intero territorio

INSERIRE TAVOLA 5.1b – Linee Trasporto pubblico - feriale – area centrale

INSERIRE TAVOLA 5.2a – Linee Trasporto pubblico - festivo – intero territorio

INSERIRE TAVOLA 5.2b – Linee Trasporto pubblico - festivo – area centrale

5.1. Attività di Mobility Management

Il Mobility Management rappresenta una disciplina che si occupa dell'organizzazione della mobilità per gruppi specifici di persone (approccio di tipo micro). Per questi gruppi di persone, che di solito fanno riferimento alla stessa azienda di lavoro o alla stessa scuola, è possibile elaborare specifici piani di spostamento per la mobilità sistematica casa-studio o casa-lavoro che indagano, nello specifica situazione della singola unità locale e/o della singola scuola, tutte le possibili azioni atte a favorire la scelta dei modi di trasporto alternativi all'uso dell'autovettura: la bicicletta, il bus, il treno, il percorso a piedi.

La disciplina del Mobility Management è stata introdotta in Italia con il decreto del Ministero dell'Ambiente del 27 marzo 1998 il quale prevede la nomina di un responsabile comunale con funzioni di promozione e di coordinamento (Mobility manager d'area) e di un responsabile aziendale (Mobility Manager aziendale) per tutte le aziende con più di 300 addetti.

Si tratta di un obbligo che non prevede alcuna sanzione e pertanto la proposta è stata attuata solo nelle realtà che hanno valutato un'opportunità diretta (dell'azienda, della scuola o dell'amministrazione locale) e sulla base di forti motivazioni personali dei soggetti partecipanti.

La proposta del mobility management presenta la maggiore efficacia proprio dove è più necessaria l'azione che parte dal basso e dalle piccole iniziative (approccio bottom-up) piuttosto che l'approccio di programmazione top-down tipico dei grandi sistemi.

Riteniamo che nel caso di Belluno sia opportuno investire delle risorse in questa direzione promuovendo specifiche iniziative verso soggetti facilmente identificabili nei maggiori poli attrattivi costituiti da scuole, polo ospedaliero, uffici amministrativi e qualche azienda privata. Si tratta di soggetti per i quali risultano maggiormente efficaci diverse azioni di promozione delle alternative di trasporto sostenibili, diverse proposte di regolamentazione tariffaria per la sosta (es. proposta di abbonamenti agevolati in talune aree di sosta sottoutilizzate: Lambioi o ex Moi per esempio), l'individuazione di incentivazioni all'uso della bicicletta ecc.

Per brevità non passeremo in rassegna le numerose micro-iniziative attuabili con il Mobility Management e finalizzate ad essere messe in atto nella specifica situazione locale della singola scuola, azienda, gruppo di uffici. Per questo rimandiamo alla notevole documentazione rintracciabile presso realtà già consolidate e/o presso organismi associativi dei Mobility Manager (es. nei siti www.comune.brescia.it/mobility.manager; www.euromobility.org)



La foto riguarda una specifica iniziativa condotta in collaborazione con le scuole di Brescia per la promozione della mobilità alternativa all'uso dell'auto. Il Piedi-Bus è un servizio di accompagnamento dei ragazzi da parte di vigili o più spesso volontari genitori o insegnanti).