

Sistemi di Logistica

Numero Speciale

SISTEMI DI LOGISTICA *Numero Speciale*

Supplemento a
Sistemi di Logistica
Anno XII - n. 1
Marzo 2019
Rivista trimestrale on line
Registrazione del Tribunale
di Napoli
n. 61 del 10.06.2008

Direttore editoriale
Rocco Giordano

Direttore responsabile
Umberto Cutolo

Comitato scientifico
Alberto Amatucci
Luigi Battistelli
Andrea Boitani
Giacomo Borruso
Agostino Bruzzone
Giulio Erberto Cantarella
Fabio Carlucci
Loreto Colombo
Fabrizio Dallari
Giulio Maternini
Giuseppe Moesch
Pasquale Persico
Lanfranco Senn
Stefano Zunarelli

Segretaria di Redazione
Lisa Russo

Redazione
via Risorgimento, 46
80028 (Grumo Nevano)
Napoli
Tel. +39 081.18531135
Fax +39 081.3951646
segreteria.giordanoeditore@
gmail.com

Editore
Giordano Editore
via Santa Brigida, 6
80132 Napoli
Tel. +39.081.081.18531135
Fax +39.081.3951646
www.roccogiordanoeditore.eu

L'esperienza del Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche dell'Università di Salerno

**Corso di Economia del Turismo
e dei Trasporti
Laurea binazionale in Economia,
Valorizzazione e gestione
del Patrimonio Turistico
Anno accademico 2018-2019**



Presentazione

Durante il corso di Economia del Turismo e dei Trasporti dell'anno accademico 2018-2019 alla Università di Salerno, Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche tenuto da Fabio Carlucci per il turismo e da Rocco Giordano per i trasporti, sono stati ampiamente commentati e discussi temi che sono stati successivamente approfonditi dagli studenti che si sono costituiti in 5 gruppi di lavoro (Parte I) l'Alta velocità e la Stazione di porta di Afragola.

In concomitanza, mentre facevano questo lavoro sul campo, un gruppo di esperti metteva in discussione alcune scelte di fondo di scala europea che riguardano i corridoi della rete Ten-T ed anche questo punto è stato oggetto di approfondimenti.

Il secondo gruppo di lavoro (Parte II), ha affrontato tra mille difficoltà, per mancanza di contatti, il caso Ikea che sta modificando le abitudini dei cittadini dei diversi paesi per la capacità a puntare mercati di consumo a livello globale, gestendo e/o controllando l'intera filiera dalla produzione alla logistica di prodotto per i consumatori.

Nella Parte III il gruppo di lavoro per il settore trasporti TPL, ha studiato il caso Flixbus, che possiamo definire il low cost del trasporto pubblico locale di lunga distanza che sta esaltando il concetto di connettività di rete, creando collegamenti non solo tra grandi nodi ma anche tra nodi minori.

Nella Parte IV il gruppo di lavoro ha studiato, specificamente per il settore turismo, il caso del Parco dei Monti Lattari tra Napoli e Salerno, 600 km di sentieri che gli stranieri conoscono meglio degli italiani; una domanda che super l'offerta di ospitalità ad una stagionalità compressa tra scarsa integrazione di servizi di mobilità ed un territorio compromesso.

Nella Parte V la connettività di rete è stata studiata scendendo nel merito del libro di Parag Kanna, «Connectography le mappe del futuro ordine mondiale».

Hanno collaborato:

Parte I: Alta velocità: la Stazione di Napoli Afragola

- Ugo Boussemart
- Giovanni Francesco Pio Russo
- Veronica Gaglione
- Vito Laudisio
- Aniello Orefice
- Maria Chiara Spagnuolo.

Parte II: La organizzazione logistica di Ikea

- Valentina Di Giacomo
- Antoine Ginestal
- Brunella Iandizi
- Yéka Imhaus
- Lucia Papa

- Miriam Valentino.

Parte III: Novità e innovazioni apportate da Flixbus nel sistema TPL

- Marie-Luou Leghima
- Alessia Miranda
- Ambra Tohuami-Teffo
- Elena Vaccaro
- Linda Vitale.

Parte IV: Il Parco dei Monti Lattari e la rete dei servizi per il turismo

- Angelo Maria Giordano
- Maria Anna Mostacciuolo
- Valentina Di Balsamo
- Emilio Maria Torre
- Luca Stievenear.

Parte V: La connettività delle reti per lo sviluppo dell'economia globale

- Giulia Citro
- Paola Filippi
- Edda Giudice
- Eva Lerussi
- Sabrina Marino.

Il lavoro di confronto è servito per dare ai discenti una lettura diversa della geografia del mondo che non è più solo fisica ed economica, ma prende sempre più posto la nuova geografia funzionale dove i trasporti e le infrastrutture sono lette nella logica del loro finalismo economico e sono il link che supera le barriere dei confini e della cultura, geoeconomica e geopolitica, cambiando concetti che non sono più spiegabili attraverso una lettura microeconomica ma che sono sempre più di politica economica. A questo si accompagna una lettura dei territori sempre più globale, così come per il turismo che per la connettività delle reti e dei servizi ha modificato l'uso ed i costumi dei consumatori che sono sempre più orientati a raggiungere mete fino ad un decennio fa inesplorate.

Fabio Carlucci

fcarlucci@unisa.it

Rocco Giordano

r.giordanoeditore@gmail.com

Parte I. Alta velocità: la Stazione di Napoli Afragola

Premessa

La stazione AV Napoli Afragola costituisce al giorno d'oggi un punto strategico della mobilità ferroviaria nell'hinterland napoletano, è stata inaugurata nel giugno del 2017, ed è frutto di un progetto risalente a quasi 25 anni fa. L'8 settembre 1993, la legge regionale n.4 denominata *Norme e procedure per l'attuazione del Piano Regionale dei Trasporti*, pianificava il futuro disegno della rete ferroviaria della regione Campania. Questa legge si compone di 13 articoli con allegato il testo del Piano Regionale dei Trasporti, curato dal direttore della sede di Napoli, del centro Studi sui Sistemi di Trasporto e responsabile economico delle tre sedi della Società Roma-Torino-Napoli. Da qui nasce l'idea di una stazione nuova, dal momento che il nuovo assetto della rete ferroviaria prevedeva un nuovo punto della linea ferrata per i viaggiatori sulla linea Alta velocità, e ulteriori servizi nell'intera area urbanizzata della Campania centrale. (paragrafo 4.11 del Piano Regionale dei Trasporti della Campania.). Essa doveva essere un nodo intermodale che potesse collegare i 5 capoluoghi campani. Per questo motivo fu scelta l'area di Afragola per accogliere questo progetto. La stazione di Afragola aveva anche l'obiettivo di aprire e connettere il Mezzogiorno al Nord Italia e al resto dell'Europa. L'importanza di questa stazione non concerne solo la Campania ma tutte le regioni limitrofe, ossia Calabria, Puglia, Molise, Basilicata, e anche la Sicilia. In quest'occasione, vennero coniugate per la prima volta le infrastrutture dei trasporti con le economie del territorio per ricavare dalla politica il riassetto organizzativo e il risanamento economico-finanziario delle aziende di trasporto pubblico locale. Era previsto che questo progetto modificasse le relazioni industriali con l'intento di bilanciare gli organici alle diverse funzioni aziendali e creare un fondo per la mobilità dei dipendenti delle aziende pubbliche di trasporto. Su questo punto, nonostante i diversi incontri, non fu trovato un accordo con Roma che era ostile all'inclusione di questo fondo nelle politiche dei trasporti regionali creando alcune difficoltà, che vennero, infine, superate. Il progetto della stazione di Afragola prende forma nel 2003, 10 anni dopo la sua elaborazione. Il 4 novembre dello stesso anno fu affidato ufficialmente il progetto della stazione a Zaha Hadid architetto e designer anglo-irachena. Poco tempo dopo l'affidamento dei lavori, il cantiere fu bloccato, poiché furono effettuati degli scavi nell'area in cui doveva sorgere la stazione e fu portato alla luce antico villaggio miceneo. Per una serie di difficoltà di varia natura nel 2014 fu pubblicato un bando che prevedeva la conclusione dei lavori entro 18 mesi. Quindi a febbraio 2015 i lavori ripresero, per poi concludersi nel giugno del 2017, quando il 6 dello stesso mese fu inaugurata la stazione Napoli-Afragola e l'11 è stata collaudata con il primo treno in partenza per Roma. All'inaugurazione della stazione era presente anche il Presidente del Consiglio Paolo Gentiloni ed anche il comitato Rivista Sistemi di Logistica, si è battuto per assistere al taglio del nastro di un'opera che aveva da sempre sostenuto mediante l'inserimento della stessa nel Piano Regionale dei Trasporti approvato nel 1993. Per questa occasione il sindaco Tuccillo annunciò che la stazione sarebbe stata intitolata alla memoria dell'architetto Zaha Hadid, morta un anno prima.

L'ubicazione e la nuova connettività di rete

La stazione ferroviaria di Napoli Afragola è collocata nel territorio comunale di Afragola. La scelta di tale posizione è stata fatta in base a quelle che erano e sono tutt'ora le necessità della Regione Campania, prendendo atto del bisogno di allargare il bacino di utenza campano e rispondendo all'esigenza di collegare in maniera efficiente la linea Roma – Napoli alla linea ferroviaria adriatica diretta verso Bari. Il progetto originario prevedeva il collegamento su rotaie della linea Alta Velocità dalla Stazione di Napoli Centrale alla Stazione di Bari Centrale integrando in questo percorso le stazioni ferroviarie di Napoli Afragola «*la porta del sud*», Benevento, Hirpinia (Avellino – Borgo ferrovia), Foggia, Barletta e Trani. Ciò porterebbe non solo alla rivitalizzazione di una stazione in disuso quale quella, ormai solo di passaggio, di Avellino ma anche e soprattutto alla realizzazione di un reticolato ad alta velocità nel Sud Italia necessario al completamento della rete di trasporto ferroviario europea. La posizione della stazione di Napoli Afragola è fondamentale in quanto accoglie viaggiatori che provengono dall'hinterland napoletano e dalle province di Avellino, Benevento e Caserta, che maggiormente per motivi lavorativi, ma anche per motivi legati all'istruzione o al turismo nostrano, necessitano di un collegamento ad alta velocità verso le principali stazioni italiane quali ad esempio Roma, Milano, Firenze, ecc. Numerose sono ormai le compagnie di trasporto su gomma che hanno come fermata quella della stazione di Napoli Afragola, sopperendo così alla forte richiesta di collegamento pubblico.

Architettura ed identità della Stazione

«*Il ponte attraversa i binari, si piega alle due estremità per assumere la forma di una S rovesciata e si inserisce in diagonale nella serie di linee parallele presenti nel terreno*», è così che una nota del progetto di costruzione della stazione AV Napoli Afragola descrive il complesso ferroviario, sottolineando quello slancio verso il dinamismo che da sempre ha caratterizzato la visione dell'archistar anglo-irachena Zaha Hadid (1950-2016), mente di quest'opera originale di sapienza progettuale e bellezza minimal. La stazione è stata concepita come un ponte sinuoso sospeso sui binari che si innalza gradualmente dal piano del ferro con un'altezza pari a 9 m, per poi inclinarsi alle estremità e regalare la vista, nella parte più alta, del Vesuvio in lontananza. Con uno sviluppo longitudinale di circa 400 m e una superficie superiore a 30.000 m², la stazione si contraddistingue per l'andamento dinamico della copertura, che ricorda un moderno treno in corsa, composta da grandi vetrate sostenute da pareti d'acciaio e calcestruzzo che ricoprono oltre 5.000 m². Questi «pannelli intelligenti», detti shader, sono in grado di recuperare energia e, allo stesso tempo, di diffondere e controllare l'ingresso della luce solare diretta; essi ricoprono la sala principale, che si sviluppa come una lunga e continua passerella, progettata per facilitare la visuale verso le piattaforme dei binari in basso e l'area commerciale in alto. L'idea del ponte è nata proprio dal desiderio di rendere la passerella abbastanza larga per collegare le varie banchine, fino a trasformarla nella principale galleria passeggeri della stazione. Gli accessi alla stazione, sistemati sulle estremità est e ovest del ponte, permettono di raccogliere e di incanalare i flussi della clientela attraverso le aree commerciali verso il nodo centrale della sala passeggeri, dove sono sistemate la biglietteria e la sala d'aspetto. Una soluzione messa a punto per favorire

la nascita di un flusso di attraversamento pedonale univoco, capace di intercettare le attività che prendono forma nella galleria commerciale che troviamo al piano superiore; e per dare continuità al paesaggio e alla rete viaria, facilitando i tempi di scambio dei passeggeri in transito. Il rivestimento esterno della stazione, di circa 20.000 m², è realizzato in Corian DuPont, materiale scelto per le sue elevate prestazioni in relazione alle condizioni atmosferiche e all'esposizione agli agenti chimici. Tale alternanza, tra la trasparenza delle vetrate e le pareti opache, crea un vincente effetto di continuità. Per identificare la qualità degli spazi interni, l'immagine evocata da Zaha Hadid Architects è quella di un *«fiume che ha scavato il suo letto attraverso la solida roccia. Al centro scorre l'elemento dell'atrio con la sua fluida copertura vetrata. Entrambi i lati del canyon sono erosi dai flussi del traffico»*. Distribuiti su due livelli, gli interni si dividono tra l'atrio, dal quale si accede direttamente ai binari, e la galleria commerciale. La stazione presenta inoltre una superficie esterna di circa 150.000 m² caratterizzati da aree verdi, un parcheggio per circa 1.400 auto, e 53 posti dedicati a taxi e kiss&ride che beneficiano anche di una corsia dedicata. Sono previsti 15 stalli per la sosta degli au-tobus urbani ed extraurbani. Inoltre si prevede anche la realizzazione di un parco naturalistico tecno-logico, di attrezzature per lo sport e di un grande centro espositivo.



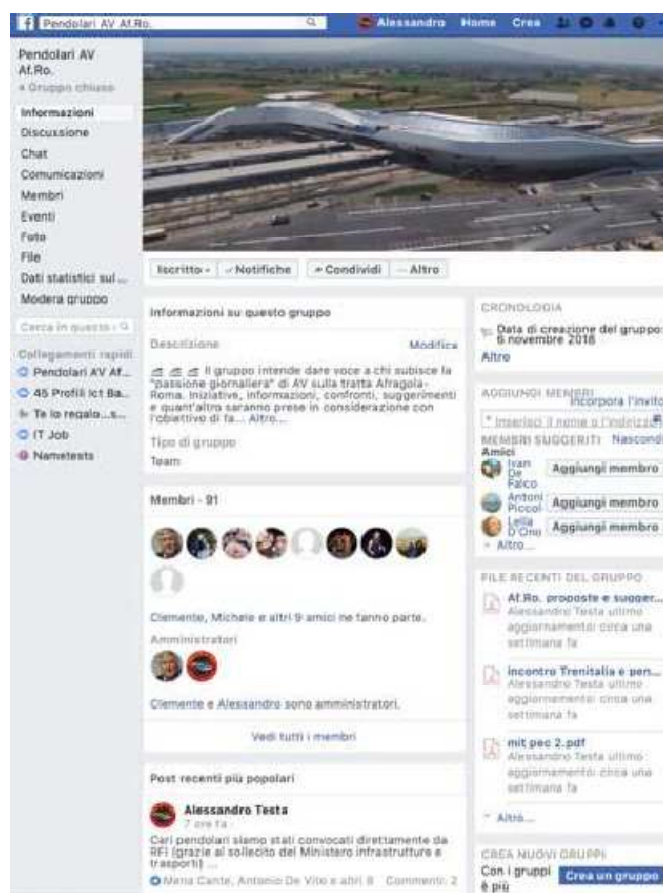


Tipologia di traffico attuale

La stazione AV Napoli-Afragola si contraddistingue per i cospicui e costanti flussi di traffico che, quotidianamente, la pongono al centro della vita di moltissime persone, indipendentemente dalla loro classe sociale, giacché ne usufruiscono studenti, pendolari e viaggiatori occasionali. Stando ad alcuni dati recepiti tramite il Gruppo Pendolari AV Af.Ro, ossia un comitato di lavoratori che usufruisce di questo servizio, ponendolo periodicamente al centro del dibattito sull'efficienza dei trasporti ferroviari in campani, o nazionali in generale, possiamo affermare che la stragrande maggioranza dei fruitori dell'AV Napoli-Afragola è riscontrabile nella Pubblica Amministrazione; infatti Ministeri, membri di istituti pubblici, enti di ricerca e scolaresche costituiscono circa la metà della mobilità totale. Il restante 50% dei flussi in movimento è caratterizzato dagli spostamenti di professionisti, quali potrebbero essere manager, avvocati e, più in generale, uomini in carriera, nonché dipendenti del comparto industriale, quali potrebbero essere operai e impiegati che si spostano con mezzi ferroviari.

Soffermandoci, invece, sui dati ottenuti da noi ragazzi che, il 19/12/18 ci siamo recati sul posto per condurre un'indagine ben più approfondita «in loco», risulta che i nostri risultati corrispondono pienamente a quelli fornitici dal Gruppo Pendolari AV Af.Ro. a proposito delle tipologie di pendolari che costantemente utilizzano il servizio AV; infatti sono, come sostenuto precedentemente, operai, dipendenti e professionisti a rientrare nella categoria pendolari per motivi di lavoro, mentre, saltuariamente, abbiamo dedotto che pervengono alla stazione anche turisti, viaggiatori occasionali e studenti. Per quanto concerne, d'altro canto, il raggio degli spostamenti collocati in un ambito spaziale, ne deriva che i pendolari si spostano prevalentemente da Napoli a Roma e viceversa, e meno frequentemente verso altre città del Centro e Nord-Italia, quali Bologna, Firenze, Udine, Torino.

Gruppo pendolari AV Afragola-Napoli



Pagina Facebook del Gruppo pendolari

L'altra faccia della medaglia è costituita da viaggiatori occasionali e turisti, provenienti dall'hinterland napoletano o dal resto della Campania, in particolare Caserta e Benevento, e meno assiduamente da città fuori regione, quali potrebbero essere Isernia, Campobasso, o località lucane, vedi Potenza. Abbiamo, in secondo luogo, cercato di cogliere le motivazioni alla base di tali flussi di persone, e ne deriva che le principali sono: lavoro, studio, svago, vacanza, rientro nelle località d'origine e visite ai familiari in occasione delle festività. Infine, in ultima analisi, sarebbe doveroso da parte nostra porre l'attenzione sulla copertura del servizio ferroviario nell'arco di una qualsiasi giornata feriale, nonché su quelle festive, e, più nello specifico, sulle distinte fasce orarie che le costellano, in modo da estrapolare un quadro complessivo circa l'efficienza di questa stazione ed elaborare, eventualmente, piccoli accorgimenti e miglioramenti da apportare.

Stando alle fonti da noi evinte, oltre a quelle affidateci dal Gruppo Pendolari, è possibile osservare che la fascia oraria che va dalle 6 alle 8 nei giorni feriali, è animata soprattutto da lavoratori provenienti dal Nolano, dal Casertano e dal Beneventano, diretti verso Roma; sono sempre questi ultimi a prevalere sulle restanti tipologie di viaggiatori, nella fascia che va dalle 17 alle 19, poiché essi intraprendono il percorso inverso, rientrando nelle località d'origine, dopo essere partiti da Roma. In fin dei conti, è facilmente desumibile che sono i giorni feriali ad accogliere il maggior numero di flussi in entrata e in uscita, con 600 abbonamenti

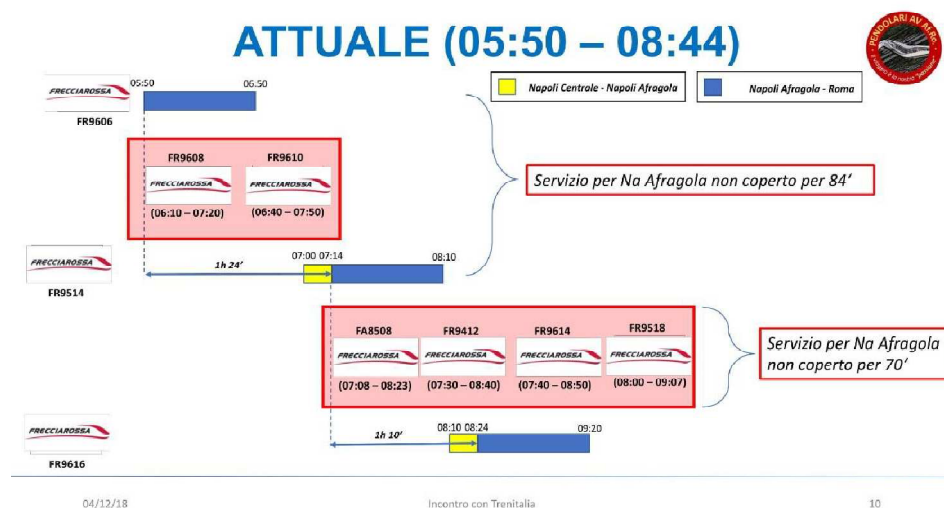
mediamente, mentre i giorni festivi, quindi le domeniche e le varie ricorrenze e festività registrano un notevole calo di viaggiatori, i quali si attestano sui 300, e si spostano principalmente per svago o vacanza.

Risultati indagine

Le rilevazioni effettuate in data 19/12/2018 e dai dati forniti dai **Pendolari Alta Velocità di Afragola** è stato possibile conoscere a pieno la situazione dei flussi in entrata e in uscita della **Stazione AV di Porta di Afragola**. La funzione primaria si svolge principalmente in direzione Roma nei giorni lavorativi con i treni in partenza tra le **05.50 e le 08.24**, ed il rientro tra le **14.40 e le 17.25**. Nella fascia oraria della partenza sopra citata si può notare dai dati che in circa 3 ore viene svolto il servizio presso la stazione presa in esame da solamente 3 treni su 9 totali che hanno la loro partenza in origine o termine a Napoli Centrale e/o Salerno.

I treni in partenza sono i seguenti:

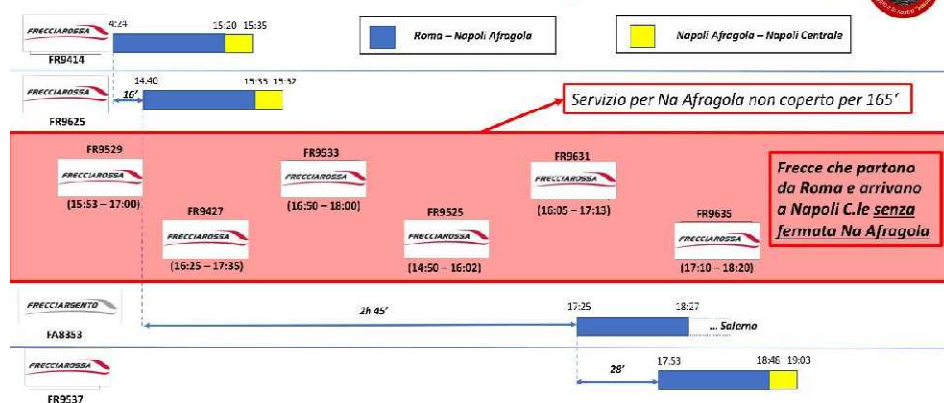
- **FR 9606** delle 5.50 e arrivo alle 6.50.
- **FR 9514** delle 7.14 e arrivo alle 8.10.
- **FR 9616** delle 8.24 e arrivo alle 9.20.



Per il ritorno invece i treni che partono arrivano ad Afragola sono:

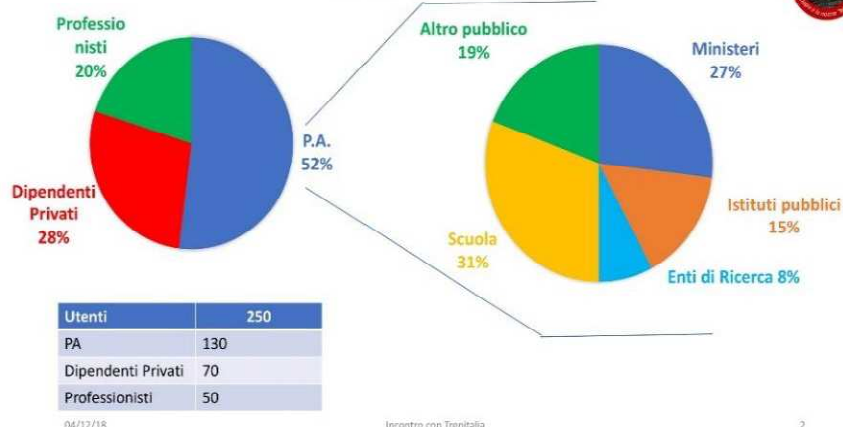
- **FR 9414** delle 14.24 e arrivo alle 15.20.
- **FR 9625** delle 14.40 e arrivo alle 15.32.
- **Freccia Argento 8353** delle 17.25 e arrivo alle 18.27 (che termina la sua corsa a Salerno).

SITUAZIONE ATTUALE (14:40 – 17:25)



Mediante le nostre rilevazioni abbiamo potuto constatare la situazione dei viaggiatori, che settimanalmente partono da Afragola, grazie ai dati Trenitalia (presente con una sala Freccia nella stazione) e Italo (presente con una postazione mobile) sono tra i 400 e i 600 non analogamente divisi tra pendolari e turisti. I viaggiatori censiti provengono nella stragrande maggioranza dal territorio Napoletano seguito poi da quello Casertano, Agro Nolano e qualche sporadico proveniente dall'Agro Nocerino – Sarnese. Altri elementi analizzati sono quelli fornitoci dai **Pendolari Alta Velocità di Afragola**, che ci ha permesso invece di meglio comprendere la situazione dei pendolari che mensilmente viaggiano con abbonamento tra il lunedì e venerdì nella tratta Napoli Afragola e Roma che sono 250.

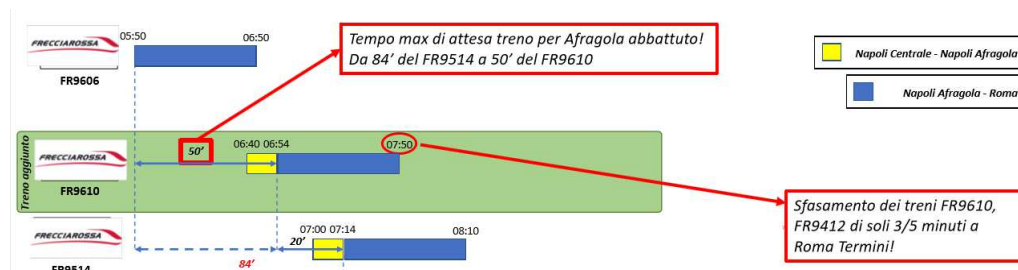
CHI SIAMO



Proposte per il potenziamento dei servizi

In seguito alle analisi precedentemente illustrate sono sopravvenute innumerevoli proposte per il miglioramento della Stazione AV Napoli Afragola. Siccome la maggior affluenza in questa stazione è data da viaggiatori pendolari che svolgono la tratta Napoli-Roma, risulta fondamentale ampliare il numero dei treni che effettua la fermata presso la stazione Napoli Afragola in modo da risolvere i disagi attualmente ancora in atto. I treni in partenza e in arrivo presso la stazione, infatti, non risultano essere idonei all'affluenza emersa poiché lasciano scoperte fasce orarie importanti. Per questo motivo, il comitato pendolari AV A-

fragola-Roma, ha avanzato delle proposte alternative per la risoluzione di tali problemi. Ha proposto, infatti, di inserire fermate presso la stazione di riferimento per corse che effettuano la tratta Napoli Centrale-Roma, come ad esempio, il treno Freccia Rossa FR9610 in partenza da Napoli Centrale alle ore 6.40 diretto a Roma Termini. In questo modo verrebbe abbattuto il tempo di attesa fra un treno Freccia Rossa ed un altro.



Tali proposte sono sfociate in petizioni che hanno dato l'opportunità al comitato Pendolari AV Afragola-Roma di incontrare la Divisione Passeggeri Long Haul della società Trenitalia S.P.A. in data 03/12/2018, con l'obiettivo di discutere delle varie questioni legate ai treni alta velocità che fermano alla stazione AV Na-Afragola. In particolare, si è discusso dell'inserimento della fermata Napoli Afragola su entrambe le direzioni per ulteriori treni e delle principali problematiche territoriali. L'esito di questa prima fase di analisi ha portato all'inserimento della fermata per il treno FR9651 delle ore 19.40 da Roma Termini e arrivo a Napoli Afragola alle ore 20.37. La riunione è stata anche un'occasione per mostrare a Trenitalia la situazione infrastrutturale ed urbanistica della stazione AV di Napoli Afragola. Sono state evidenziate le numerose problematiche legate alle infrastrutture per raggiungere la stazione (utilizzo strettamente necessario dell'auto a causa della mancanza di mezzi pubblici diretti alla stazione) e alla gestione del parcheggio auto gestito da RFI, quotidianamente saturo all'inverosimile, di cui una parte completata ma ancora chiusa al pubblico. Si prevede inoltre che entro il 2022 sarà completata la ricostruzione della tratta Napoli-Cancello della ferrovia Roma-Cassino-Napoli affinché la stazione possa essere raggiunta dai treni del trasporto pubblico locale, compresi quelli della linea metropolitana di Napoli. La Regione Campania, nell'ambito della pianificazione di infrastrutture per il Trasporto Pubblico attraverso l'ACaMIR - Agenzia Campana Mobilità, Infrastrutture e Reti, ha indetto una gara a procedura aperta per l'aggiudicazione dei servizi di ingegneria e architettura per la redazione del progetto di fattibilità tecnico-economico del «Nuovo collegamento in sede propria tra la stazione AV di Afragola e la rete metropolitana di Napoli».

I punti di forza e di debolezza della Stazione

In occasione della visita effettuata in data 19/12/2018 si è potuto constatare che la Stazione presenta molteplici punti di forza seppur non rispecchia l'idea originale della rete.

Le criticità presenti sono:

- Parte del parcheggio risulta ancora in costruzione; l'occupazione dei posti da parte dei pendolari settimanali, che partono il lunedì e

tornano il venerdì, comporta una quasi totale riduzione dei posti auto per i viaggiatori occasionali.

- La galleria commerciale, situata all'interno della Stazione, risulta ad oggi priva di negozi fuorché la presenza di un bar posto nei pressi dell'ingresso.
- Le linee di trasporto pubblico su gomma non presentano corse per raggiungere la Stazione; eclatante è l'esempio della mancanza di un collegamento diretto tra le due stazioni del capoluogo campano.
- Attualmente nella Stazione il binario 1 per le partenze verso Roma e il binario 4 per gli arrivi da Roma; dei 4 binari esistenti 2 sono di corsa; inoltre, è in fase progettuale la costruzione di 2 ulteriori binari per il collegamento per Bari entro il 2022.
- La Stazione non presenta molta scelta in fatto di orari inoltre i prezzi dei biglietti rapportati alla distanza risultano essere più alti rispetto a quelli della Stazione di Napoli Centrale.
- Ad oggi la Stazione non ancora può essere considerata un hub con l'obiettivo di espandere ulteriormente la rete ferroviaria ad Alta Velocità verso il Sud Italia.

I punti di forza invece sono:

- La Stazione risulta essere sicura e controllata per la presenza della Polizia Ferroviaria in coabitazione con la Vigilanza privata.
- La Stazione è ordinata e pulita, anche se c'è poca affluenza.
- Il personale che lavora in Stazione, sia al bar che in biglietteria, è cordiale e professionale.
- La struttura della Stazione è ecosostenibile grazie alla realizzazione delle pareti interne in vetro, all'illuminazione artificiale a LED, a trasformatori di alimentazione a basse perdite e grazie, infine, a un sistema.

Fonti

COMUNICATO N. 338 23/10/18 Regione Campania.

Pendolari AV Afragola-Roma «*Il viaggio è la nostra passione*» Roma, 03/12/18.

Articolo «*La grande architettura ferroviaria di Afragola, sostenibile e sinuosa*» di Infobuild Energia.

Articolo «*Inaugura la stazione di Napoli Afragola. Su progetto di Zaha Hadid*» di Valentina Silvestrini per Artribune.

BURC Regione Campania n. 40 del 18 settembre 1993, Legge regionale 8 settembre 1993, n. 34, «*Norme e procedure per l'attuazione del Piano Regionale dei Trasporti*».

Parte II. La organizzazione logistica di Ikea

Le leve competitive

Prezzo

I prezzi bassi sono uno dei punti cardine del successo su scala mondiale di IKEA. La visione strategica, l'idea commerciale e il brand concept di IKEA sono tutti fondati sul prezzo. Quello che permette a quest'azienda di mantenere i prezzi così bassi è sicuramente legato alla progettazione dei prodotti. Difatti, la produzione inizia con la definizione del prezzo e solo successivamente si definisce e si sviluppa il prodotto corrispondente. Per assicurare che il prezzo sia basso già dalla fabbricazione, i product developer e i designer lavorano con i fornitori in stretta collaborazione. Il loro compito è quello di ottimizzare la produzione attraverso l'utilizzo efficiente di materie prime e macchinari, adottando tecniche innovative e sviluppando un design che sia il migliore possibile.

In secondo luogo, la tecnica di costruzione consente di ridurre i costi: IKEA realizza i suoi mobili in tamburato, una struttura a sandwich costituita da due fogli di compensato applicati a uno strato interno di riempimento a nido d'ape, che è una soluzione economicamente vantaggiosa ed ecocompatibile poiché prevede l'uso di poco legno.

La produzione è proprio il fattore chiave della politica dei prezzi bassi. La progettazione di mobili che possono essere imballati in pacchi piatti, unita alla disponibilità dei clienti a montare autonomamente i prodotti seguendo la politica del «fai da te», sono state le innovazioni alla base della strategia vincente di IKEA e hanno consentito di ridurre i costi di manodopera, trasporto e stoccaggio.

Assortimento

IKEA presenta nel proprio assortimento articoli d'arredamento che devono rispettare i seguenti canoni: bellezza e gusto, funzionalità e prezzi bassi.

L'intento è quello di offrire soluzioni per tutti gli interni della casa e soddisfare ogni tipologia di gusti, sia i più minimalisti, sia quelli più romantici. I prodotti vengono creati da designer interni ed esterni e vagliati, fin dalla progettazione, in base a criteri severi come la funzionalità, l'efficienza della distribuzione, la qualità, l'impatto ambientale ed il prezzo basso. Gli articoli devono rispondere a queste esigenze quotidiane e se non necessari, vengono eliminati dai designer e dai product developer.

Si ritiene la vastità d'assortimento un requisito fondamentale: l'offerta deve essere ampia sia per «funzione», che per «scelta di stili», ossia, deve poter soddisfare tutte le preferenze di stile dei consumatori. Per garantire tale vastità d'assortimento è necessaria un'ampia coordinazione che permetta di combinare i diversi stili e funzioni. L'obiettivo resta

quello di offrire almeno un articolo che possa soddisfare il cliente, qualunque siano le sue preferenze in fatto di gusti, tendenza e design.

Distribuzione

Anche la distribuzione e la strategia di vendita sono due elementi fondamentali del Marketing Mix vincente di IKEA. La rete distributiva IKEA è di notevoli dimensioni e vastità: vi sono circa 31 centri di distribuzione in 16 paesi, che forniscono la merce ai negozi IKEA, e circa 45 Uffici Acquisti in 31 nazioni. I fornitori totali ammontano a 1.350 in 50 Paesi. L'azienda prevede il rapporto di franchising nel seguente modo: circa 389 negozi IKEA in 46 paesi, regolati sotto il rapporto di franchising con Inter IKEA Systems B.V., sono attualmente gestiti dal Gruppo IKEA. La principale «Sales Strategy» è basata su un'ampia policy di sconti e promozioni presenti su tutti i prodotti durante l'intero corso dell'anno. Sono presenti incentivi all'acquisto tramite il bonus fiscale per le ristrutturazioni e acquisto mobili, ossia una detrazione fiscale sulla compravendita. Anche lo sviluppo di carte fedeltà è uno strumento molto forte della policy di fidelizzazione attraverso gli strumenti di: IKEA Family Card e IKEA Business Card. Infine, come ultimo elemento della strategia di distribuzione, troviamo la vendita online o «e-commerce». Tale canale del «Channel Mix» è disponibile in molti paesi e permette di acquistare comodamente da casa oltre 6000 prodotti, 7 giorni su 7 e 24 h su 24 attraverso pagamenti sicuri con carta di credito. La consegna avviene a domicilio con tariffe variabili o con ritiro personale del cliente nei punti di ritiro «Pick-up Point» del negozio IKEA più vicino.

Comunicazione

IKEA propone una strategia di comunicazione molto ben congeniata. La strategia si propone di puntare su un vastissimo assortimento con prezzi accessibili per tutti, per poter avvicinare il maggior numero di persone possibile, con predilezione per famiglie con bambini.

I canali di comunicazione maggiormente utilizzati sono: catalogo e brochure cartacei e online, stampa, magazine (settimanali, mensili) e giornali, affissioni (billboard), cartellonistica di varie dimensioni, radio, televisione e internet (sito web, video, newsletter, pubblicità su smartphone e App ufficiale IKEA per Apple e Android ed infine, social network: Facebook, Twitter, Youtube e Pinterest). Interessante è la proposta offerta nel catalogo, vero fulcro della comunicazione IKEA. I prodotti sono proposti in modo molto interattivo, che risulta essere quello vincente, tipico dei social network, utile per catturare l'attenzione dei clienti di oggi, pronti a «condividere» sempre ed ovunque le esperienze vissute. Vi sono, infatti, dei riquadri in ogni pagina con suggerimenti per migliorare l'arredamento, la funzionalità e il benessere della casa. Altri riquadri riportano la storia della lavorazione e le tecniche che hanno permesso di ottenere il prodotto, altri ancora, lanciano idee innovative per stimolare la creatività delle persone. Le immagini dei mobili e degli articoli in generale sono proposte in uno scenario familiare, con genitori e bambini in atteggiamenti della quotidianità, con molti oggetti e vestiti esposti in modo ordinato e con l'intento programmato di proporre quasi una «fotografia» intima dell'ambiente familiare.

Il fattore chiave di successo della strategia è «IKEA dei Piccoli», programma ideato per avvicinare le famiglie con bambini al mondo IKEA che ha riscosso un successo mondiale, in quanto si tratta del primo settore di arredamento appositamente studiato, sviluppato e dedicato all'infanzia. La strategia comunicativa si basa anche su altre potenti iniziative di responsabilità sociale che puntano sempre a migliorare e facilitare la vita delle persone che entrano in contatto con l'azienda.

Servizi

IKEA propone una moltitudine di servizi differenti per aiutare i clienti su diversi settori.

Dalla progettazione all'insediamento, passando per le modalità di finanziamento, questi servizi accompagnano il cliente attraverso le diverse fasi di acquisto del prodotto.

In primo luogo Ikea mette a disposizione personale specializzato che, su appuntamento in negozio oppure a domicilio, si occupa della progettazione di una cucina o di un'eventuale camera. Altri esperti si dedicano al servizio di misurazione degli spazi. La qualità del servizio proposto rafforza la fiducia dei clienti.

In secondo luogo IKEA riserva un'attenzione speciale ai bambini, con la presenza di uno spazio giochi a loro appositamente dedicato (Småland). Tra gli altri servizi pensati per le famiglie con bambini, rientrano una nursery per il cambio dei pannolini, forni a microonde, passeggini, ampi parcheggi. Questi servizi hanno l'obiettivo di avvicinare e fidelizzare le famiglie con bambini, infatti ampliare la propria rete di clienti è uno degli obiettivi che l'azienda si prefissa e rappresenta una delle ragioni del suo successo mondiale. In terzo luogo, anche se tra le caratteristiche del Gruppo Ikea vi è sicuramente il trasporto e il montaggio «fai-da-te», il settore logistico dell'azienda svedese garantisce anche il servizio di trasporto merci a pagamento se richiesto dal cliente. Il consumatore in Italia può scegliere tra:

- Trasporto leggero: per ordini di peso fino a 50 kg che prevede una consegna senza appuntamento e non abbinabile al servizio di montaggio.
- Trasporto espresso: senza limiti di peso e abbinabile al servizio di montaggio e che offre la possibilità al cliente di scegliere la consegna a domicilio in 24, 48 o 72 ore, 7 giorni su 7.
- Trasporto su appuntamento: anch'esso senza limiti di peso e abbinabile a montaggio ma con l'agevolazione per il cliente di scegliere il giorno e la fascia oraria di consegna.

Il cliente ha, inoltre, la possibilità di tracciare online l'ordine effettuato e lo stato della spedizione. Un'altra alternativa proposta da IKEA è il noleggio di un furgone con cui trasportare autonomamente a casa i prodotti acquistati. La varietà di soluzioni mostra le performances e la qualità dei servizi IKEA. Come si evince dalle modalità di «trasporto espresso» e «trasporto su appuntamento», l'azienda fornisce anche il servizio di montaggio mobili, così come anche i servizi di ritiro e smaltimento del materiale di imballaggio, in linea con la politica ambientalistica di IKEA. In aggiunta, per l'installazione di una cucina o di un bagno, vi è

anche un ulteriore servizio che si occupa di allacciamenti idraulici ed elettrici.

In quarto luogo l'impresa offre diversi metodi di pagamento: in contanti fino ad un massimo di 2999,99 €, tramite finanziamento in comode rate mensili, con carte di debito (Bancomat, Maestro, Vpay) o carte di credito dei circuiti Mastercard, Visa, Diner's, American express, con carte regalo IKEA o tramite assegno.

In quinto luogo IKEA propone una politica di rimborso gratuito entro 365 giorni per la merce inutilizzata, nel suo imballaggio originale e con lo scontrino, per la quale verrà rimborsato il prezzo per intero.

IKEA effettua il rimborso con lo stesso metodo di pagamento utilizzato per l'acquisto. Nel caso in cui un prodotto non rispetti questi requisiti, l'azienda può non effettuare il rimborso oppure offrire una sostituzione o un buono.

In conclusione, l'azienda si distingue dalla concorrenza grazie alla qualità e varietà di servizi proposti che cercano di soddisfare in maniera ottimale i bisogni della clientela.

Logistica e trasporto merci

Il reparto della logistica del Gruppo IKEA

Il filo conduttore che ha caratterizzato la crescita dell'azienda svedese IKEA è, da sempre, la ricerca dell'ottimizzazione. Fin dalla fondazione, infatti, il Gruppo Ikea porta avanti una filosofia basata sull'essenzialità e funzionalità. Oggi IKEA può contare su un reparto Logistica molto complesso e ben pianificato poiché assicurarsi che la maggior parte dei prodotti siano immediatamente disponibili non è una sfida semplice e richiede una pianificazione dettagliata e grande flessibilità in un ambiente in costante evoluzione.

In IKEA esiste un ruolo specifico per ogni passaggio all'interno della catena di approvvigionamento e i collaboratori del reparto Logistica hanno il compito di verificare che il flusso dei prodotti dal fornitore al consumatore sia diretto, efficiente e sostenibile dal punto di vista dell'ambiente. Ciò si applica sia al trasporto, tramite camion, nave o treno, sia alla gestione dei prodotti nei depositi centrali e nei negozi.

Una delle innovazioni più significative risale al 1955 quando un dipendente ebbe l'intuizione di smontare le gambe di un tavolo per caricarlo più facilmente: da quel giorno gli elementi d'arredo cominciarono ad essere progettati in modo tale da poter essere contenuti in funzionali «pacchi piatti» che consentono un utilizzo più efficiente dello spazio e dell'imballo. Oggi, grazie agli articoli impilabili e ai «pacchi piatti», è possibile trasportare e gestire più prodotti ad ogni viaggio. Inoltre, dal 2011, è in atto un importante cambiamento nella modalità di trasporto dei prodotti ai depositi e agli stores: i fornitori stanno sostituendo i pallet di legno con pallet di cartone (proveniente in buona parte da riciclo) o con angolari in plastica.

Ciò rappresenta una soluzione efficace di ottimizzazione degli spazi e dei trasporti con ridotto impatto ambientale poiché implica meno camion sulle strade e di conseguenza inferiori emissioni di CO₂.

A tal proposito, uno dei pilastri portanti della società svedese è la sostenibilità ambientale. Non a caso, IKEA si attesta come leader nell'adozione di un piano di logistica sostenibile con il quale la società si pone come obiettivo di effettuare il 25% delle consegne a domicilio a zero emissioni entro il 2020 e tutte le consegne «dell'ultimo miglio» solo con veicoli elettrici entro il 2025.

La Supply chain in IKEA deve essere il più corta possibile al fine di ridurre i costi, facilitare le relazioni tra le diverse fasi accorciando, in questo modo, anche il lead time ovvero i tempi che un'azienda impiega per soddisfare le richieste dei clienti. IKEA classifica i propri fornitori in base alle performance prodotte e, grazie alla collaborazione con essi, riesce a ridurre i tempi e ad ottimizzare i processi. In IKEA lo spreco – di spazio, di tempo, di materiali – non è concepito e ogni fase aziendale, dalla pianificazione, alla progettazione, alla produzione e alla logistica è pensato in questi termini.

Per concludere, da un'intervista fatta ad Andrea Colzani, responsabile della logistica di IKEA Italia, da «Il giornale della logistica» nel 2015, emerge come l'innovazione e il funzionamento del reparto Logistica siano dovuti all'importanza che i dipendenti IKEA danno alla collaborazione: «Molte delle nostre migliori intenzioni – osserva il dottor Colzani – nascono dal confronto con i responsabili e gli operativi, con le persone che scaricano i mezzi, stoccano, prelevano, confezionano e spediscono.»

Il trasporto merci e il deposito di Piacenza

In un'intervista del 2013 per il giornale «Euromerci», Andrea Colzani ci parla della posizione dell'Italia nello «scacchiere geografico» IKEA. L'Italia si colloca nell'area Sud Europa insieme a Francia, Spagna e Portogallo. In questo scacchiere, l'Italia si occupa dell'area mediterranea sud, ossia dei negozi IKEA in Grecia, Cipro, Turchia, Kuwait, Arabia Saudita ed Egitto; rifornisce, inoltre, anche i due negozi che si trovano in Svizzera, a Lugano e ad Aubonne. Ciò comporta un'enorme quantità di merci in uscita e altrettante in entrata.

Il deposito centrale di IKEA in Italia si trova a Piacenza ed è qui che convergono gli articoli acquistati dal Gruppo IKEA da fornitori italiani e da quelli esteri per venire poi ridistribuiti ai 21 punti vendita presenti nella nostra penisola, ai negozi svizzeri e nel Mediterraneo orientale. Il sito di Piacenza rappresenta una vera eccellenza per l'Italia e per l'Europa dal punto di vista tecnologico grazie alle infrastrutture avanzate di cui è dotato che consentono di ottimizzare al meglio l'efficienza.

A Piacenza, la società svedese può contare su due Distribution Center da cui gestire lo Store replenishment, le consegne via courier e il servizio alle piattaforme di appoggio. La razionale suddivisione in aree di competenza, la formazione, gli investimenti IT e intralogistica permettono di governare efficacemente un flusso continuo e costante in piena logica omni-channel.

Sempre nell'intervista per il giornale «Euromercati», Colzani ci spiega come in IKEA si riescano ad organizzare perfettamente tutti i flussi, in entrata e in uscita, grazie ad una divisione dei compiti e delle funzioni e con l'ausilio di mezzi informatici. I trasporti, ad esempio, sono tutti gestiti da uno specifico ufficio che ha sede a Carugate. Inoltre, si lavora molto anche sulla programmazione e sulle previsioni di vendita chiedendo, talvolta, merci in anticipo in previsione dei picchi di vendita che si registrano generalmente durante il week-end.

Lo sviluppo dei trasporti intermodali a sostegno della sostenibilità

In merito ai trasporti e nel rispetto della sostenibilità ambientale, il sistema logistico di IKEA Italia è sempre più improntato al trasporto intermodale, ovvero il trasporto che combina la modalità su gomma con quella ferroviaria e short-sea. In particolare, nel 2016 sono stati inaugurati due corridoi intermodali: uno tra Genova e Piacenza e uno tra La Spezia e Piacenza. Si tratta di percorsi privilegiati studiati per le merci in container che giungono nei porti italiani soprattutto dal Far East, poi attraverso i fast corridors vengono trasferite, tramite trasporto ferroviario e/o su gomma, alle aree logistiche di Piacenza dove vengono stivate in magazzini di temporanea custodia e lì sdoganate.

Purtroppo, dal report di IKEA sulla sostenibilità del 2017 emerge che nel corso del 2016 si è registrata una diminuzione della quota di trasporto in intermodale, a causa del set up distributivo nella regione sud-europea.

Fortunatamente tale flessione è stata parzialmente compensata dall'aumento del tasso di riempimento dei container. Prodotti, scatole e cartoni, infatti, oltre ad essere disegnati per ottimizzare l'handling e lo stoccaggio, vengono ideati per sfruttare al meglio lo spazio dei container.

Sempre per favorire lo sviluppo dei trasporti intermodali, la società svedese ha costituito nel 2001 IKEA rail AB, operatore ferroviario che si occupa di trasportare i materiali e i prodotti dalle aree di produzione in Svezia, Belgio, Olanda e Germania verso i magazzini centrali. Anche all'interno del Distribution Center 1 piacentino, è presente il collegamento ferroviario, anche se Colzani ci fa notare come l'Italia resti sempre più indietro a causa delle debolezze che si registrano come «sistema Paese». Le tempistiche di sdoganamento nei porti italiani creano grandi difficoltà rispetto ad altri scali europei. I tempi in Italia si allungano sia per lo scarso utilizzo di procedure informatiche sia per la dispersione nei controlli che vengono fatti da uffici diversi senza una mirata azione di coordinamento.

Polo Logistico IKEA

Struttura

Il Polo Logistico IKEA di Piacenza costituisce per Ikea il luogo dedicato allo smistamento delle merci nei punti vendita del sud Europa ed è costituito da due Depositi (Distribution Center 1 e 2) e dal CDC (Customer Distribution Center).

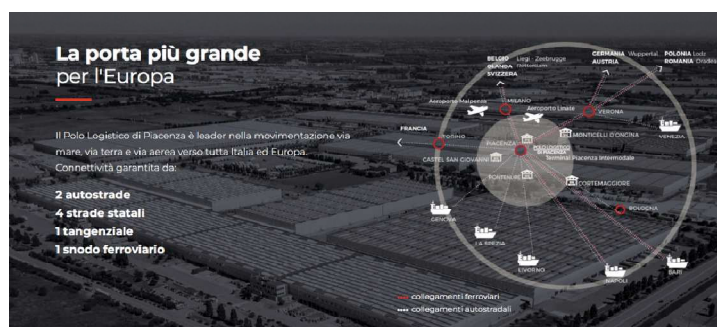
Il Distribution Center 1, magazzino storico aperto nel 1999, ha una superficie di 120 mila m², una capacità di stoccaggio pari a circa 130 mila m³, 143 mila posti pallet e 120 gates ed è strutturato sul transito, quindi mira a far proseguire i prodotti che provengono dai fornitori verso le loro destinazioni. Il DC2, invece, è più grande dato che ha 309 mila posti pallet e una capacità di stoccaggio di 246 mila m³, lavora sui container che giungono dal Far East ai vari porti e quindi è più impegnato sullo stoccaggio. Inoltre, all'interno del magazzino 2 si trova il Customer Distribution Center (CDC), centro specializzato nella preparazione degli Colzani spiega che il DC2, costruito tra il 2004 e il 2007, è frutto di attente osservazioni volte alla salvaguardia dell'ambiente. Tra le innovazioni del deposito vi è il tetto che, coperto da più di 66.000 pannelli in silicio, rappresenta uno dei più grandi impianti fotovoltaici privati in Italia. Inoltre, le grandi finestre che si aprono in alto lungo tutto il capannone fanno entrare molta luce, cosicché un sistema di sensori misura la luminosità all'interno e comanda l'accensione delle luci necessarie.

Dal DC1 si contano in media un centinaio di camion giornalieri per il carico e scarico merci, concentrati soprattutto nei mesi autunnali. Dal DC2, invece, ogni giorno, tra arrivi e partenze, si calcolano circa 300 camion.



Perché Piacenza come sede del Polo Logistico IKEA?

Piacenza non è solo la sede del Polo Logistico IKEA, infatti, come ricorda Il Sole 24 Ore, a Piacenza si trovano tre poli logistici per oltre 5 milioni di metri quadrati, con le piattaforme di Amazon, DHL, Unieuro, Rajapack solo per citarne alcune. Dai dati si evince la grande importanza della provincia di Piacenza per quanto riguarda il settore della logistica. Ciò è dovuto, in buona parte, alla sua posizione strategica. Piacenza, infatti, si trova al centro dei principali collegamenti nord-sud ed est-ovest; è a breve distanza da tutti i principali centri abitati, poli industriali e porti dell'Italia settentrionale tra cui Genova e La Spezia ed infine è servita da due autostrade, la A1 (Milano-Bologna) e la A21 (Torino-Piacenza-Brescia). Nelle immediate vicinanze è fruibile anche lo snodo ferroviario con la TAV.



Oltre alla felice collocazione geografica, Piacenza può contare su infrastrutture di alto livello tecnologicamente sviluppate e all'avanguardia.

Alla luce del quadro tracciato dal Ministero delle Infrastrutture, in cui vengono individuate le «piattaforme territoriali transnazionali», considerate come parti del Paese capaci di raggiungere i più alti livelli di competitività e di eccellenza nell'offerta territoriale e nella produzione di ricchezza, Piacenza risulta interessata da due di esse (la Tirreno – Brennero e il Corridoio dei due Mari) oltre a trovarsi in prossimità del Corridoio pan – europeo numero 5. Gli interventi infrastrutturali programmati confermano che il territorio piacentino assume rilevanza cruciale nel governo dei flussi di merci, persone, saperi: queste risorse si sviluppano lungo le direttrici sopraccitate e rappresentano per l'intero sistema d'area un'opportunità da cogliere per coltivare e sviluppare il tessuto imprenditoriale e per sostenere le prospettive di crescita occupazionale e sociale in un'ottica di sostenibilità.

È in questo quadro che trova giustificazione il potenziamento del ruolo strategico di Piacenza come «cinghia di trasmissione» del trasporto delle merci del Polo Logistica IKEA lungo gli assi nazionali e transnazionali.

Un investimento, questo, che ben si riallaccia all'idea di connettività, definita dallo stratega geopolitico Parag Khanna, «la condicio sine qua non della crescita, sia all'interno dei singoli paesi che fra di loro».

Bibliografia

www.ikea.com

<https://m2.ikea.com/it/it/customer-service/soluzioni-di-trasporto-puba9fb8468>

https://www.ikea.com/ms/it_IT/the_ikea_story/working_at_ikea/work_areas_logistics.html

http://www.logisticamente.it/Articoli/5829/Ikea_il_successo_viene_dal_lottimizzazione/

<http://pumsbologna.it/ikea-svolta-green-consegne-vetture-elettriche/>

<https://www.ilgiornaledellalogistica.it/4chiacchiere/andrea-colzani-ikea-bitalia-distribution-la-logistica-del-sorriso/>

http://www.logisticamente.it/Articoli/9317/Analisi_Supply_Chain_il_magazzino_vive_la_trasformazione_piu_profonda/

<https://www.ilsole24ore.com/art/impresa-e-territori/2016-03-22/merci-viacorridoi-intermodali63411.shtml?uuid=ACx57asC&refreshce=1>

https://www.ikea.com/ms/it_IT/pdf/report/IKEA-Report-sostenibilita-17-20170623.pdf

Intervista ad Andrea Colzani dal giornale Euromerci di Aprile 2013

<https://www.euomerci.it/siteimg/rivista/EMn4-2013.pdf>

<https://www.piacenza24.eu/66437-ikea-presenta-il-nuovo-corridoio-doganaleda-piacenza-efficienza-e-velocita/>

Parte III. Novità e innovazioni apportate da Flixbus nel sistema TPL

Una delle società che ha apportato innovazioni all'interno del sistema TPL è stata Flixbus. Questa è una giovane società tedesca che opera nel settore della mobilità a basso costo. Dopo la fusione con MeinFernbus, altra recente start-up tedesca, Flixbus inizia nel 2015 la sua espansione a livello internazionale.

Questo giovane operatore ha dato vita alla più estesa rete di autobus intercity in Europa, con più di 300.000 collegamenti giornalieri e oltre 2000 destinazioni in 28 stati.

Questo successo e questa rapida crescita sul mercato internazionale si fondano sulla digitalizzazione dei mezzi di trasporto tradizionali (grazie a un sistema di prenotazioni all'avanguardia, l'App FlixBus, il Wi-Fi gratuito e la tracciabilità via GPS), su standard elevatissimi di comfort, sulla convenienza e sulla sostenibilità.

Peculiare è il business model di questa compagnia, fattore chiave nella sua rapida ascesa. Essa infatti non possiede autobus né autisti propri, ma si serve di compagnie di trasporto regionali provenienti da tutta Europa selezionate fra quelle in grado di soddisfare una serie di standard e parametri molto rigorosi; al contrario, invece, la maggior parte dei competitori nel settore dei trasporti «su gomma» detengono il controllo diretto sulle risorse fisiche.



Flixbus fornisce ai propri partner il brand (similmente a quanto accade nei franchising), la customizzazione dei veicoli (caratteristico allestimento esterno verde ed arancione) e le autorizzazioni ufficiali necessarie agli spostamenti su vasta scala, ricavando il 25% dai guadagni dei singoli operatori.

È in riferimento ai prezzi applicati che emerge un'altra grande innovazione, anch'essa chiave del successo della compagnia tedesca.

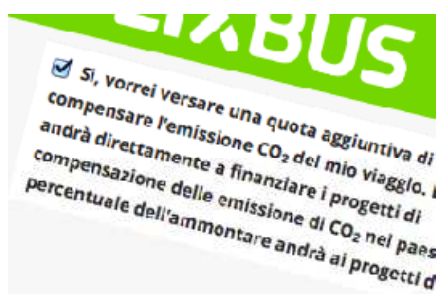
La fissazione dei prezzi infatti è frutto dell'analisi dei flussi di passeggeri, dei periodi e degli orari di maggiore affluenza e, più in generale, delle preferenze degli utenti. I prezzi risultano quindi flessibili, in quanto adattati alla domanda del mercato, e variabili a seconda di tratta, periodo, fascia oraria e numero di passeggeri. Ne consegue che i prezzi applicati da Flixbus siano molto più convenienti rispetto alle altre soluzioni nell'ambito dei trasporti pubblici (60-80% più convenienti rispetto al treno), portando sempre più spesso i consumatori a preferire il trasporto su gomma persino agli aerei per gli spostamenti su scala internazionale, nonostante i tempi di percorrenza molto più lunghi.

Flixbus utilizza inoltre una People Strategy, dunque ad essere messe al centro sono le scelte degli individui, principali attori del cambiamento e del consolidamento degli obiettivi dell'azienda: ciò vale sia nel caso dei consumatori che in quello dei dipendenti dell'azienda stessa.

I clienti hanno infatti la possibilità di fornire recensioni a seguito del loro viaggio (feedback positivi o molto positivi nel 97% dei casi) ed ogni mese i vari partner Flixbus ricevono rapporti dettagliati sul gradimento registrato dagli utenti in termini di puntualità della corsa, condotta di guida degli autisti, stivaggio dei bagagli, pulizia dei mezzi, funzionamento degli apparati: ciò permette il miglioramento continuo del servizio offerto agli utenti, ed ha portato la società persino a conseguire la certificazione di qualità UNI EN ISO 9001:2015 nel 2018.

Flixbus cerca inoltre di favorire la crescita sia professionale che umana dei propri dipendenti attraverso processi di smart working, counseling e sessioni di formazione.

Un altro significativo passo avanti compiuto da Flixbus è sicuramente quello di aver introdotto il digitale in un contesto finora quasi totalmente analogico. Flixbus infatti svolge la sua attività online, grazie al sito dedicato ed all'App Flixbus. Collegandosi ai suddetti è possibile avere accesso in qualsiasi momento ad orari e percorsi, in modo affidabile e rapido, ottenere qualsiasi tipo di informazione utile al viaggio ed addirittura monitorare in tempo reale le corse grazie all'integrazione della rete Flixbus su Google Maps. Gli autobus della start-up tedesca sono divenuti in questo modo i primi autobus a lunga percorrenza ad essere tracciabili in tempo reale.



Importante nell'ambito della società è anche la sostenibilità. Il verde infatti non è soltanto il colore della livrea degli autobus ma una vera e propria filosofia dell'azienda. I mezzi sono infatti ottimali dal punto di

vista dell'emissione del gas serra e del consumo del carburante, ed è inoltre possibile versare al momento dell'acquisto online un piccolo contributo aggiuntivo pari all'1-3% del prezzo del biglietto grazie al quale sarà compensata l'emissione di CO2 provocata dal proprio viaggio. I ricavi ottenuti finanzieranno un progetto di protezione del clima accreditato dall'ONU che Flixbus porta avanti insieme ad atmosfair, organizzazione non-profit tedesca che opera proprio nella tutela del clima, per la distribuzione in Ruanda di forni ad alta efficienza energetica, i quali consumano circa l'80% di legna in meno. In tal modo, il progetto contribuisce alla salvaguardia delle foreste locali e favorisce la protezione del clima globale.

Nell'aprile 2018 sono stati lanciati anche i Flix E-bus, due autobus elettrici da 60 posti, che viaggiano sulla tratta Parigi-Amiens. Anche in questo caso, Flixbus è stata la prima a testare questa tipologia di mezzi sulla lunga distanza.

Funzionamento e analisi della Piattaforma Flixbus

La storia

Flixbus nasce come una start-up con tutti i presupposti per crescere ed invadere il mercato. Fondata a Monaco di Baviera nel 2011 da parte di Daniel Krauss, Jochen Engert e André Schwämmlein, la start-up si conferma del tutto vincente coniugando tre caratteristiche: capacità di rinnovare un mercato tradizionale con una soluzione digitale, ambizione a espandersi sui mercati internazionali e coraggio di sfidare i competitor locali. Tre anni dopo copre già tutto il territorio tedesco grazie ad una attenta strategia di accordi e fusioni. Nel 2015 acquisisce la startup Lii-nita, specializzata nella mobilità condivisa con mezzi privati, introducendo nuove modalità complementari al tradizionale trasporto in autobus. Flixbus invade la scena italiana nel 2015 e, con il successivo acquisto nel giugno del 2016 di Megabus, altra azienda di trasporti low-cost, aumenta la sua fetta di mercato.

Oggi è la rete di autobus intercity più estesa d'Europa, con circa 120mila corse al giorno e oltre 30 milioni di passeggeri in 20 nazioni diverse. Si può considerare questa azienda come un giovane operatore della mobilità che ha cambiato il modo di viaggiare di milioni di persone in Europa.

Il successo di Flixbus è legato in gran parte al prezzo dei biglietti ma, soprattutto, alla giusta amalgamazione di start-up tecnologica, piattaforma di e-commerce e azienda di trasporti.

Come funziona Flixbus

Come già anticipato, Flixbus non è un'impresa di trasporti vera e propria: non assume autisti e non ha mezzi propri. Il suo modello di business prevede che si occupi delle autorizzazioni locali, della pianificazione delle tratte, del marketing, della politica dei prezzi, della gestione della qualità, del servizio al cliente e delle piattaforme per la prenotazione. Mentre il servizio vero e proprio è effettuato da compagnie di autobus locali, con le quali stringe accordi temporanei per la fornitura di mezzi e autisti.

La piattaforma Flixbus incassa il 30% delle vendite dei biglietti decidendo le strategie sulle rotte in cambio degli investimenti in marketing mentre i partner guadagnano l'altro 70% ma si fanno carico del rischio d'impresa (manutenzione, costo del lavoro, deposito logistica, tasse in regime di esclusiva).

L'azienda tedesca non ha dei negozi fisici dove le persone possono acquistare i biglietti, pertanto la vendita avviene sempre online. Per prenotare un biglietto basta collegarsi al sito web dell'azienda e dalla home page scegliere la città da dove partire, la destinazione, il giorno (andata e ritorno). Per pagare basta utilizzare il conto PayPal oppure la carta di credito. Una volta completata la procedura si potrà scaricare il biglietto con il codice che bisognerà mostrare all'autista prima di salire sull'autobus. Un altro metodo è quello di acquistare i biglietti sull'applicazione ufficiale di Flixbus: il procedimento da seguire è identico a quello appena descritto, con la possibilità di cambiare la prenotazione fino a 15 minuti prima della partenza. Inoltre, nel caso in cui l'autobus sia in ritardo, verrà inviato un messaggio con l'avviso del nuovo orario d'arrivo.

I servizi offerti da Flixbus

Oltre a viaggiare tra le principali città italiane, con Flixbus è possibile raggiungere anche tantissime città europee. Il viaggio sarà un po' lungo ma il prezzo del biglietto è molto conveniente rispetto a quello dell'aereo e i numerosi servizi offerti a bordo rendono la permanenza gradevole.

Sugli autobus di Flixbus c'è, infatti, la possibilità di collegarsi gratuitamente alla rete Wi-Fi, anche se la velocità di connessione in molti casi è piuttosto limitata. Sotto ogni sedile, inoltre, è disponibile una presa della corrente dove poter caricare il computer portatile, il tablet o lo smartphone. Ma il servizio che molto spesso fa preferire gli autobus di Flixbus a qualsiasi altro mezzo di trasporto è la possibilità di portare un bagaglio di grandi dimensioni da riporre nella stiva e un secondo bagaglio a mano che può essere messo nella cappelliera. Nelle tratte più lunghe è possibile acquistare snack e bevande direttamente dagli autisti, ma è un servizio che non si trova su tutti gli autobus.

Flixbus offre anche la possibilità di noleggiare uno dei suoi autobus e di organizzare un viaggio di più giorni in modo personalizzato. Il funzionamento è lo stesso di quando si va a prenotare un viaggio in un'agenzia. Sul sito internet è necessario inserire da dove si vuole partire, dove si vuole arrivare, il numero di persone e il giorno di partenza e di ritorno. Il servizio mostrerà il costo del noleggio e il prezzo per ogni persona. Per prenotare basta seguire la procedura guidata presente sul sito web. Ciò permette di affittare uno dei suoi autobus, compreso l'autista, e di risparmiare sul costo finale.

Chi utilizza questi servizi

Ad utilizzare il servizio di collegamento con gli autobus Flixbus sono in particolare clienti «price sensitive» ossia studenti, anziani, gruppi etnici e persone che non hanno accesso all'auto o a basso reddito, che con un basso costo d'acquisto possono permettersi anche spostamenti a lungo raggio.

Al contrario, per i segmenti «*business e family*» la richiesta delle autolinee è, ad oggi, limitata per il semplice motivo di non essere allineata alle esigenze di questi gruppi di consumatori.

Gli standard di flibus

Flixbus, pur essendo un'Azienda moderna, che garantisce servizi innovativi, deve rispettare degli standard.

Uno standard è un modello di riferimento a cui ci si uniforma. È composto da norme/regole che vanno osservate.

Vedremo in primis gli standard di sicurezza (e di estetica), a cui tutti gli autobus devono adattarsi, e poi ci concentreremo sugli standard personali di Flixbus, tra cui il comfort, la sicurezza e la sostenibilità.

Attraverso questa comparazione, vedremo come Flixbus ha superato la concorrenza attraverso l'importanza del marketing e faremo un confronto tra Flixbus e un'altra piattaforma di trasporto: Marinobus. Naturalmente anche Flixbus rimane un'azienda che ha delle imperfezioni da eliminare (si veda il telefono al volante e l'incidente di Zurigo).

Gli standard universali e gli standard privati

Gli standard rappresentano una costante della nostra vita. Ce ne sono nella società (modo di vestirsi, buone maniere), nelle lingue (una lingua nazionale) e anche nelle modalità di trasporto, sia pubbliche che private. Il più grande standard (per i trasporti) da dover rispettare è quello della sicurezza stradale. Il codice della strada è un modello di riferimento internazionale, che tutti devono seguire, che utilizza standard uguali in tutti i Paesi, perché l'uniformità e la riconoscibilità permettono a tutti gli utenti della strada di sentirsi in sicurezza, soprattutto quando si attraversano le frontiere (le regole potrebbero cambiare a seconda del paese rendendo difficile la circolazione). Ovviamente ci sono delle piccole variazioni (ad esempio sulla guida, a destra o a sinistra), ma rimane un insieme di norme indispensabili che garantiscono l'ordine stradale. In Italia i parametri sono stabiliti dalle norme del Codice della Strada e dai relativi Regolamenti, Decreti e Circolari; gli autobus di trasporto Granturismo (come Flixbus) a due assi devono avere una lunghezza massima di 13,50 metri (a tre assi o più massimo di 15 metri), una larghezza massima di 2,55 metri e un'altezza massima di 4 metri. Ebbene, Flixbus VDL FDD2 Futura rientra pienamente in questi standard: possiede tre assi e ha una lunghezza di 14,15 metri (<15metri) e un'altezza di 4 metri.

La sicurezza, ovviamente, va oltre le dimensioni degli autobus. In funzione del peso del pullman, la velocità sarà differente e non si potranno lasciare delle persone in piedi in questo genere di autobus. Tutti i passeggeri devono rimanere seduti durante il tragitto.



Anche la formazione degli autisti è molto importante per la sicurezza. Quest'anno (2019), Flixbus prevede di offrire una formazione gratuita ai futuri conducenti di autobus. Si creerà la «Flixacademy», una scuola dove i partecipanti seguiranno una formazione per ottenere la patente «D», ma anche per avere altre competenze, come l'educazione alimentare, l'igiene del sonno, la salute e la sicurezza sul lavoro, la gestione dei conflitti, la comunicazione e persino l'approccio al problem solving e le vision e policy di Flixbus. Solo le persone tra 24 e 29 anni e che possiedono già la patente B da un anno potranno presentarsi per integrare la formazione. Fino ad ora gli autisti Flixbus sono stati reclutati tra quelli delle compagnie di autobus locali, quindi le regole d'integrazione saranno diverse in funzione del paese e della compagnia locale. L'intervista di Daniele Michielotto mostra bene questo aspetto: Flixbus ha soprattutto il controllo amministrativo, ovviamente c'è il contratto scritto che pretende il rispetto di alti standard di sicurezza da parte dei conducenti, ma restano le aziende locali a gestire l'entrata dei nuovi autisti. Sono comunque organizzate ogni anno delle sessioni di formazione per rinfrescare le regole di condotta del Codice della strada per il personale alla guida. Inoltre, a queste sessioni di formazione per il rispetto degli standard di sicurezza, gli autobus di Flixbus affiancano un'alta tecnologia: ad esempio, per rafforzare la sicurezza nei tragitti vi sono apparati come l'ESP (l'assistente alla frenata di emergenza), il sistema di regolazione automatica della distanza, allarmi/l'assistente per il mantenimento della corsia, rilevatori di stanchezza del conducente, sensori di luce, luci di ingombro etc... Flixbus possiede anche il certificato TÜV (Associazione di controllo tecnico).

Nel loro lavoro gli autisti sono obbligati a effettuare dei momenti di pausa e devono essere sempre in due per le tratte notturne. In breve, lo standard di sicurezza di Flixbus appare molto alto.

Sul suo sito web, Flixbus si presenta come avente «gli standard più elevati di comfort, sicurezza e sostenibilità». Per quanto riguarda il comfort, Flixbus prevede il wi-fi gratuito e la presenza di prese elettriche sotto ogni sedile, un bagno, dei posti con spazio per le gambe con schienali regolabili e soprattutto gli autobus dispongono di una cappelliera per i bagagli a mano. C'è anche la possibilità di acquistare degli snack e delle bevande a bordo direttamente dall'autista. Questi servizi fanno parte di un preciso standard, che Flixbus vuole offrire a tutti suoi clienti, affinché possano viaggiare nel migliore modo possibile in qualsiasi tragitto, sia breve che lungo.

Per quanto riguarda lo standard della sostenibilità, al momento della prenotazione sul loro sito web Flixbus propone di versare un contributo ambientale per compensare le emissioni di gas CO2 dei suoi autobus, ovvero un versamento per l'ambiente proporzionale alla quantità di emissioni di CO2 che si creano per quel tragitto di viaggio. Inoltre, Flixbus agisce in collaborazione con «Atmosfair».

Questi standard sono ben presentati sul sito web di Flixbus e hanno permesso a questa Società di attirare la maggiore parte dei clienti e di superare la concorrenza. Tuttavia questi standard sono forse meno idonei nella realtà di quanto venga prospettato e sono soprattutto il frutto della supremazia che Flixbus ha sulle altre aziende e della gestione efficace del marketing.

La forza di Flixbus: il marketing dei suoi standard

Flixbus deve la sua forza vincente sui concorrenti ad un modello economico particolare. Infti, questa società di trasporto tedesca si è basata sulla creazione di una rete molto diffusa di partnership con aziende di pullman indipendenti/autonome (circa 250), grazie alle quali ha realizzato uno scambio di conoscenze, di esperienze e una condivisione del rischio, che ha permesso di alzare il livello di sicurezza delle aziende. Più precisamente, Flixbus ha creato un modello cooperativo, che funziona proprio grazie a queste collaborazioni. In cambio del lavoro delle aziende di trasporto passeggeri, Flixbus si occupa dei servizi di marketing e della gestione di biglietteria ed assistenza amministrativa per il buon funzionamento delle tratte. Da una parte questo semplifica le relazioni tra gli utenti e le aziende (facendo passare tutto tramite il servizio offerto da Flixbus, invece di negoziare ciascuna autonomamente) e d'altra parte fidelizza la clientela, che deve solo andare sul sito web per prenotare il suo viaggio verso qualsiasi destinazione. D'altronde il sito web è l'esempio perfetto del marketing efficace di Flixbus. Infatti, quasi tutte le informazioni sono presenti nel loro sito e gli alti standard descritti prima sono ben venduti alla clientela, anche se non sempre corrispondono ad un effettivo criterio. Flixbus compensa il danno che fa all'ambiente col denaro che i passeggeri accettano di dare alle organizzazioni «verdi», come Atmosfair. Con la consapevolezza sempre più diffusa della fragilità dell'ambiente, le persone sono spinte a dare questo contributo. D'altronde Flixbus punta sul marketing e l'estetica. Il colore verde degli autobus fa pensare al verde della natura, rendendo Flixbus agli occhi dei clienti come un'azienda che rispetta l'ambiente.

La strategia vincente adottata da Flixbus fa leva sulla sua forte presenza sui social network. Infatti, possiede un canale Youtube dove aggiorna gli utenti su tutte le innovazioni e i miglioramenti degli standard realizzati.

Il funzionamento decentralizzato ha condotto, in pochi anni, la società al primo posto nel mercato: la facilità di acquisto dei biglietti, la forte presenza su internet e l'immagine che ha costruito sono all'origine della sua rapida ascesa sul mercato.

Saranno prese in analisi le differenze e le similitudini che ci sono fra Flixbus e un'altra società di trasporto di passeggeri, Marinobus, che ha livelli e standard simili a quelli di Flixbus.

Comparazione di Flixbus con Marinobus

	Flixbus	Marinobus
Standard di sicurezza	Certificato TÜV: UNI EN ISO 9001:2015	Certificato TÜV: UNI EN ISO 9001:2015
Standard di comfort	Sviluppato	Sviluppato
Standard di sostenibilità	Collaborazione con agenzie per la protezione ambientale	
Sito web	Ben sviluppato	Ben sviluppato
Youtube	Detenzione di una sua catena	Detenzione di una sua catena
Anno di creazione	2011, Germania	1957, Irsina (Matera)
Proprietà dei mezzi di trasporto	Proprietà delle aziende partner	Appartenenti all'impresa

Un'azienda con delle imperfezioni

Flixbus sembra essere una società perfetta, ma presenta alcune imperfezioni che sono state molto spesso rese pubbliche dalla stampa e sul web. Infatti, sono stati filmati alcuni autisti di Flixbus, che guidavano usando il cellulare, un'infrazione grave che comporta il ritiro della patente oltre a mettere a rischio la sicurezza dei passeggeri.

Un incidente a Zurigo il 16 dicembre 2018 che ha provocato la morte di una donna italiana di 37 anni e di uno degli autisti, di 61 anni, e molti feriti è l'esempio lampante dell'impossibilità di mantenere un controllo ottimale del servizio. Apparentemente è stata avviata un'inchiesta penale contro il conducente dell'autobus. L'incidente si è verificato alle 4:15 del mattino ed in condizioni meteorologiche non favorevoli. La presenza di ghiaccio sulla strada potrebbe spiegare le ragioni del sinistro, anche se è stata presa in analisi la mancanza di vigilanza dell'autista.

Un ulteriore esempio è la presenza di video pubblicati su youtube che mostrano alcuni conducenti che guidando utilizzano il cellulare. Il problema potrebbe dipendere da una cattiva gestione degli standard di sicurezza di Flixbus o ancora dalle pessime condizioni di lavoro degli autisti che svolgono troppo ore di lavoro senza sostituzioni. Per questo e altri numerosi motivi, diversi passeggeri hanno mostrato scontento nei confronti del servizio di Flixbus.

Per concludere, Flixbus è una società che ha fatto dei suoi standard, del suo marketing e della decentralizzazione il suo successo. Tuttavia, ci sono molte situazioni e imperfezioni da tenere in conto per migliorare ulteriormente gli standard di sicurezza.

Partnership di Flixbus

I partnership costituiscono un elemento di punta dell'azienda, sono la sua ricetta.

Si può diventare un partner del settore autobus che un partner pubblicitario, di affiliazione, di innovazione. Inoltre, la distribuzione è incentivata dalle agenzie di viaggio che con un contratto di collaborazione hanno la possibilità di erogare biglietti.

Per aumentare la sua espansione, Flixbus si avvale di «influencer» o «youtuber» che sono chiamati a collaborare con l'obiettivo di espandere il mercato di riferimento e diffondere l'informazione ai probabili consumatori e accrescere la sua popolarità a livello internazionale.

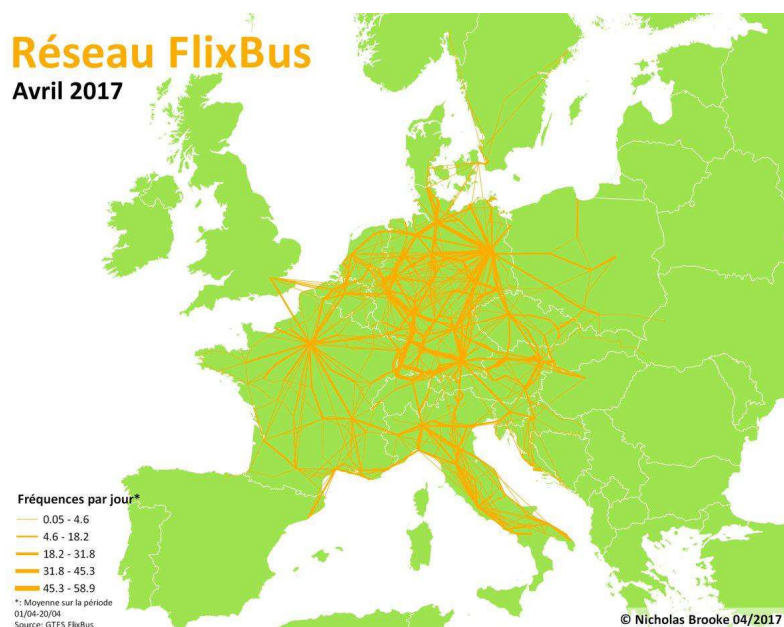
Posizionamento sul mercato

Per individuare la posizione di Flixbus nel mercato è importante analizzare il raggio d'azione della società. Per fare ciò, ci serviamo di immagini che ci mostrano tutte le mete su cui Flixbus opera. La compagnia si è imposta prepotentemente sul mercato europeo, come possiamo vedere dall'immagine 1, ma, con i suoi servizi, cerca continuamente di espandersi con la prospettiva di conquistare anche una fetta del mercato americano. A fine Maggio 2018, le prime linee di bus appaiono sul continente americano. Il biglietto è a partire di 2\$99. Sono previste 25 fermate che collegano 21 città della costa ovest: San Diego, Los Angeles, Las Vegas, Phoenix, Tucson, Henderson.



La seconda immagine, descrive la rete di Flixbus in Europa, nel periodo di Aprile 2017.

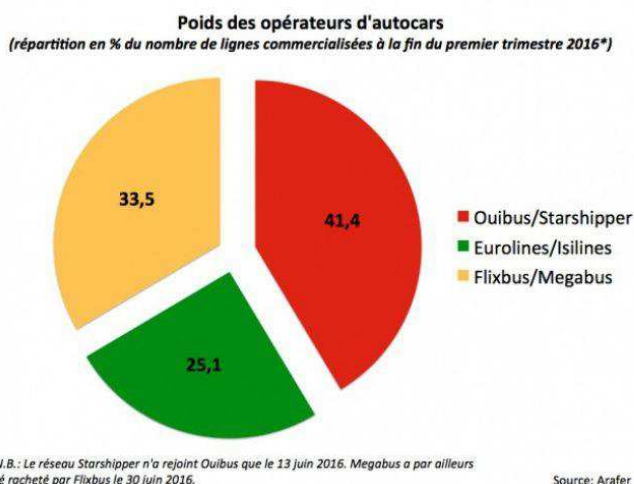
Da questa, è possibile constatare che le capitali (come Parigi, Berlino) e le metropoli (come Milano, Monaco) sono gli assi principali della rete su cui si effettuano più viaggi con un tasso maggiore di viaggiatori.



I paesi dove Flixbus è leader

Nel caso della Germania e dell'Italia, Flixbus è la compagnia low-cost più apprezzata. Si rileva una rete inter-city molto vasta con un numero di tratte maggiori rispetto agli altri paesi.

Al contrario, in alcune nazioni, la compagnia è meno influente: è il caso della Francia. Flixbus, nel territorio francese, ha l'ambizione di aumentare la sua influenza ma trova un ostacolo. Il mercato è dominato da una società concorrente: OUIBUS, seconda tra le aziende di trasporto a livello europeo che ha la leadership in Francia.

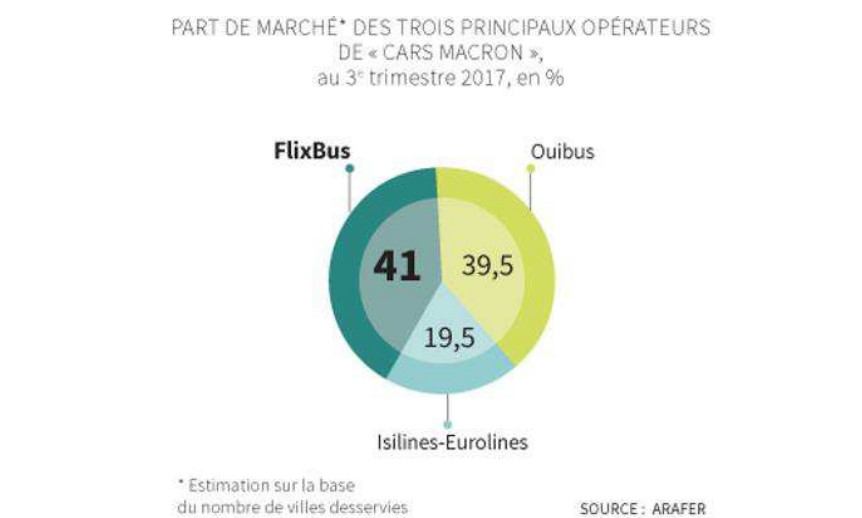


La strategia di OUIBUS è l'alleanza con tre società europee: l'obiettivo era moltiplicare l'offerta commerciale in Europa sul modello delle compagnie aeree. National Express, Alsa e Marino Bus sono state inglobate in questo progetto. Quest'insieme crea una rete di 300 destinazioni in Europa. D'altronde, OUIBUS fa la scelta di un'offerta equilibrata, con prezzi bassi e un livello ottimale di servizi. Nel 2016, la filiera rivendica il posto di leader in Francia con 41,4 % di mercato.

Seguendo questi risultati, Flixbus cerca di affermarsi in Francia. Il suo obiettivo era di raggiungere il pareggio di bilancio durante l'anno 2018.

Nel successivo diagramma sono rappresentate le quote di mercato dei tre principali operatori al terzo trimestre dell'anno 2017. Flixbus ottiene 41% delle quote, superando di poco la compagnia OUIBUS che detiene 39,5%.

Tuttavia, lo scarto tra queste due aziende è sottile. Ogni anno, l'una supera l'altra.



Quali sono le strategie di Flixbus per imporsi sul mercato ?

L'azienda favorisce la standardizzazione della qualità del servizio : vuole mantenere un'immagine del brand sul mercato in Europa. Questo modello cooperativo ha permesso a Flixbus di sedurre e di fidelizzare i clienti.

Flixbus prevede di aumentare l'offerta di viaggio di 50% e di nuove tratte, ottimizzando le frequenze delle linee e aumentare il numero dei pullman.

Perché scegliere Flixbus rispetto ai trasporti pubblici: intervista ai consumatori e considerazioni finali

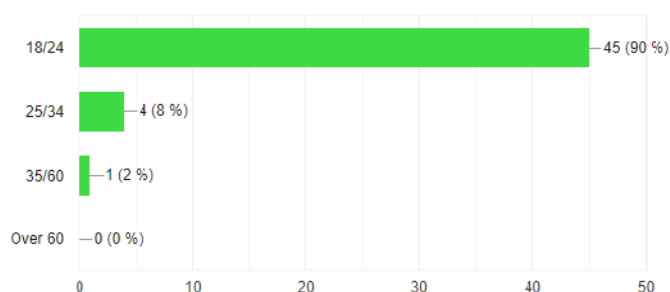
Abbiamo svolto nel periodo novembre 2018/gennaio 2019 una raccolta di dati. Lo studio analizza il gradimento del servizio, offerto dalla piattaforma Flixbus, attraverso dei questionari ai consumatori. La modalità di

compilazione è avvenuta in due modi differenti: questionari cartacei somministrati ai consumatori a piazza della Concordia (Salerno), stazione di diverse Tratte di Flixbus, ed online, ad utenti di nazionalità sia italiana che francese. Sono stati presi in considerazione fattori quali l'età, il sesso, la motivazione degli spostamenti, la motivazione della scelta di Flixbus rispetto ad altri mezzi di trasporto e una valutazione complessiva dei servizi erogati da quest'ultimo.

Dai questionari online, sottoposti a 50 utenti italiani, è emerso che ad usufruire dei servizi erogati da Flixbus sono soprattutto giovani con un'età compresa fra i 18 ed i 24 anni (90%), mentre solo l'8% dei consumatori ha un'età compresa fra i 25 e 34 anni e l'1% ha fra i 35 e 60 anni.

Fascia d'età

50 réponses

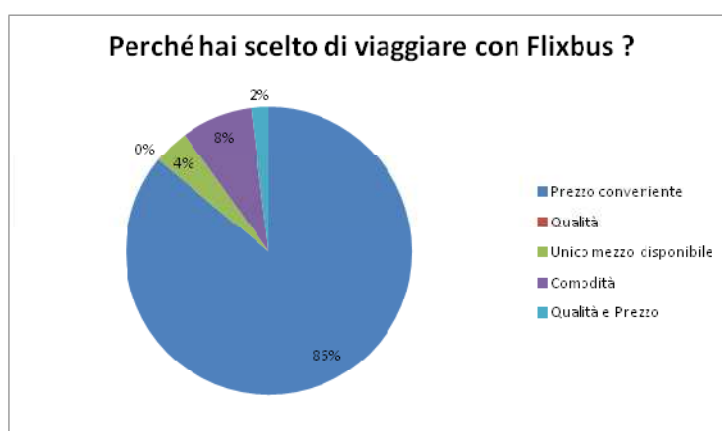
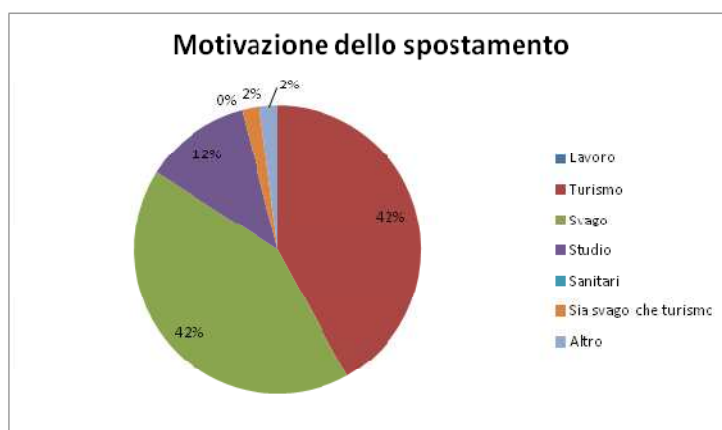


La motivazione di questo dislivello tanto drastico nell'età media dei clienti di Flixbus potrebbe risiedere nel fatto che, in primo luogo, sono proprio i giovanissimi quelli più a contatto con l'ambiente tecnologico : Flixbus, in termini di prenotazioni e di piattaforme online, è sicuramente l'operatore più «al passo coi tempi» nell'ambito non solo del trasporto su ruote ma anche dei trasporti pubblici in generale. Con l'aumentare del range d'età sono indubbiamente meno coloro che utilizzano la rete con la stessa frequenza ed abilità dei ragazzi con un'età compresa fra i 18 ed i 24 anni.

In secondo luogo, va anche considerato che i giovani in quella fascia tendono a prediligere l'opzione più conveniente in quanto spesso non economicamente indipendenti, preferendo un risparmio in termini di costo rispetto a quello temporale (poiché con altri mezzi generalmente più costosi, quali treni ed aerei, i tempi di percorrenza sono in media minori rispetto agli spostamenti in autobus).

Tra le persone più anziane (soprattutto gli over 60) esiste una maggior tendenza a scegliere il comfort e la velocità nei trasporti a scapito della convenienza, pagando cifre maggiori per godere di migliori condizioni di trasporto. In più, bisognerebbe anche tener conto del fatto che le persone in età avanzata viaggiano in media meno dei giovani e degli adulti che al contrario si spostano di più sia per motivi personali che lavorativi.

Sono di seguito riportati i risultati ottenuti a riguardo della motivazione degli spostamenti e della scelta di Flixbus rispetto ad altre modalità di trasporto.



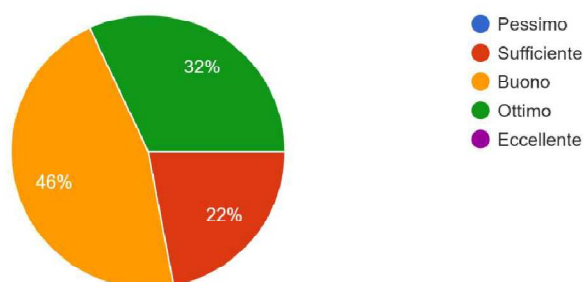
La maggioranza dei passeggeri ha scelto l'autobus per il suo prezzo conveniente. È probabilmente presente una forte correlazione tra la scelta di viaggiare con Flixbus e la motivazione dello spostamento. Infatti la percentuale di passeggeri che ha scelto Flixbus per il suo prezzo conveniente (86%) è la stessa di coloro che hanno viaggiato per motivi di svago e di turismo (42% per svago, 42% per turismo, 2% sia per svago che per turismo). Questo legame potrebbe trovare una spiegazione nel fatto che nell'ambito turistico, gli individui preferiscano generalmente spendere il loro denaro una volta arrivati nel luogo di soggiorno (strutture ricettive, ristoranti, shopping, spostamenti, souvenir) piuttosto che per i tragitti di andata e ritorno, che non costituiscono decisamente la parte più bella ed interessante delle vacanze. Come sottolineato anche in precedenza, sono in particolare i giovani che tendono a scegliere la soluzione più economica nei loro spostamenti, in questo caso Flixbus. In più sono loro che si trovano in periodo di scoperta del mondo e di esperienze diverse, il che giustifica ulteriormente una così alta percentuale di spostamenti a scopo turistico.

Invece, per quanto riguarda la motivazione dello svago, è facilmente possibile ipotizzare che gli individui che devono spostarsi, scelgano il trasporto col prezzo più conveniente, soprattutto se la loro vacanza sarà limitata ad un periodo molto breve, ad esempio per un arco di tempo limitato ad un evento quale una fiera o un festival per il quale contano di riservare le spese maggiori.

Inoltre, possiamo notare che lo 0%, del campione di persone da noi analizzato, hanno viaggiato per motivi di lavoro, così come anche lo 0% ha scelto Flixbus per la qualità del suo servizio. Ciò potrebbe significare che gli individui che si spostano scelgano un metodo di trasporto che garantisca loro un viaggio più confortevole per fini lavorativi.

Come valuteresti il servizio ?

50 réponses

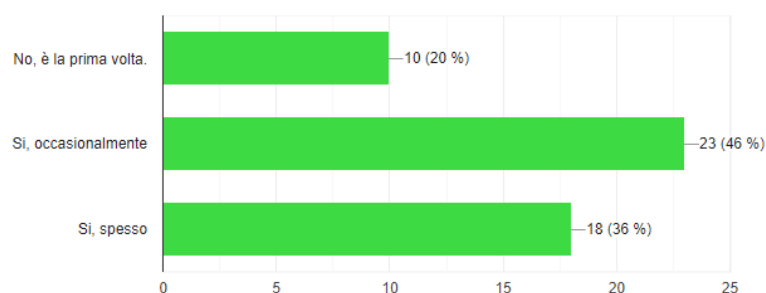


In conclusione, per quanto riguarda la valutazione generale di Flixbus, i passeggeri valutano il servizio positivamente. La maggior parte delle persone intervistate lo ha infatti valutato come buono (46%) o ottimo (32%) ma è possibile notare anche una importante presenza di persone che hanno valutato il servizio solo come sufficiente. Questo potrebbe essere dovuto al fatto che i tragitti lunghi sono comunque scarsamente sopportabili e che il servizio messo a disposizione sia appena sufficiente in termini di confort. Il servizio potrebbe essere migliorato e reso buono oppure ottimo per i consumatori agendo ad esempio sui viaggi su lunghe distanze, che sono i più lunghi ed impegnativi e che implicano spesso una permanenza sul bus anche per un'intera notte. Uno spunto per un miglioramento in questi termini potrebbe essere l'implementazione di sedili reclinabili più confortevoli rispetto a quelli regolabili già presenti.

Complessivamente i passeggeri sembrano propensi ad usufruire nuovamente del servizio.

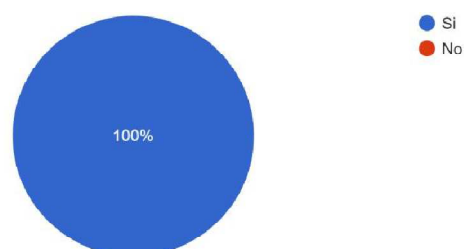
Hai già viaggiato con Flixbus ?

50 réponses



Viaggeresti di nuovo con Flixbus ?

50 réponses



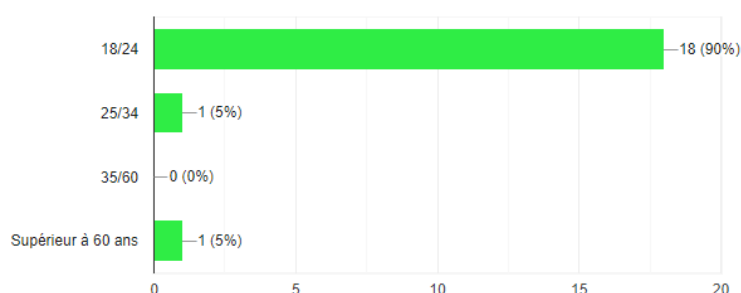
Il divario tra Francia e Italia è dovuto alle diverse politiche gestionali?

Dopo la Germania, l'Italia e la Francia sono i paesi che usano di più Flixbus in Europa. Ma questa compagnia è decisamente più famosa in Italia.

Flixbus fa la sua comparsa in Francia nell'agosto 2015, con la linea che collega Parigi e Clermont-Ferrand, a seguito dell'approvazione della legge Macron che ha liberalizzato i trasporti in autobus sulle lunghe distanze. In tre anni, Flixbus ha acquistato una porzione di mercato pari al 40%, superando anche Ouibus e Isilines, note compagnie di trasporto su gomma francesi. Nonostante ciò, sono ancora presenti ostacoli di diversa natura all'espansione di Flixbus in Francia, poichè il settore in cui opera è generalmente in perdita e la società non gode degli stessi diritti delle principali concorrenti, che al contrario possono contare sull'aiuto delle imprese pubbliche a cui sono affiliate (Ouibus ad esempio può usufruire di stazioni fornite dalla SNCF). Questa potrebbe essere la motivazione principale per la quale Flixbus non è utilizzata in Francia tanto quanto lo è in Italia.

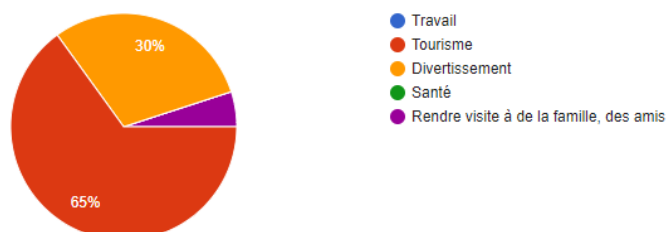
Age

20 risposte



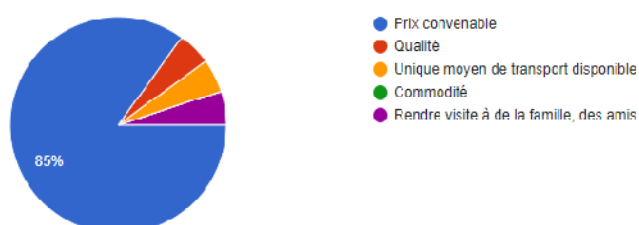
Motivation du déplacement

20 risposte



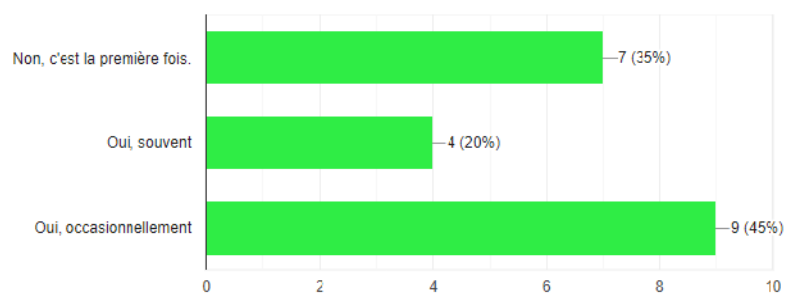
Pourquoi as-tu choisi de voyager avec Flixbus ?

20 risposte



As-tu déjà voyagé avec Flixbus ?

20 risposte



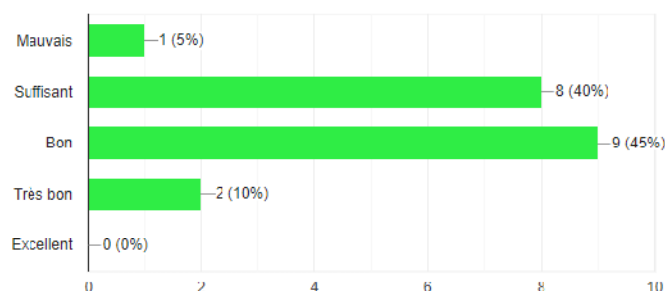
Nel caso della Francia, si osserva che il 90% dei passeggeri che viaggiano con Flixbus sono dei giovani tra 18/24 anni, al pari dell'Italia. I viaggiatori sono per il 70% donne.

Come in Italia, la gente si sposta soprattutto per turismo (65%), per il divertimento (30%) e motivi familiari o affettivi.

Il motivo principale a spingere l'85% dei passeggeri francesi a viaggiare con Flixbus è il prezzo conveniente. Altri tre fattori che si aggiungono sono la qualità, la non disponibilità di mezzi di trasporto differenti e il desiderio di visitare famiglia e amici.

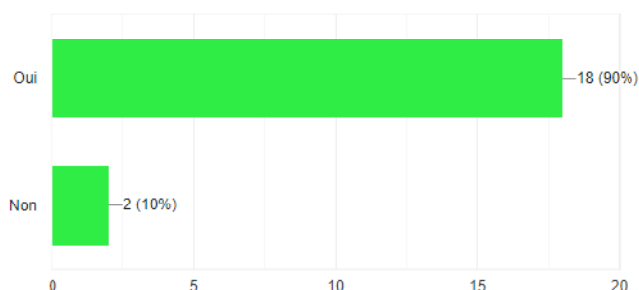
Comment évaluerais-tu le service Flixbus ?

20 risposte



Voyagerais-tu de nouveau avec Flixbus ?

20 risposte



Inoltre, il 45% dei viaggiatori ha già preso Flixbus occasionalmente. Per 35% di loro, è la prima volta. Alcuni lo utilizzano spesso (20%).

La maggior parte degli utenti pensa che il servizio Flixbus sia buono o sufficiente (rispettivamente 45% e 40%), mentre, il 10% definisce il servizio come ottimo, parere discordante con un ulteriore 5% che si ritiene non soddisfatto.

Infine, si rileva che il 90% dei passeggeri viaggerebbe di nuovo con Flixbus, contro un 10%, che sceglie di non riutilizzarlo.

Bibliografia

www.flixbus.it

<https://www.fastweb.it/web-e-digital/flixbus-che-cosa-e-e-come-funziona/>

<https://it.wikipedia.org/wiki/Flixbus>

https://ses.library.usyd.edu.au/bitstream/2123/17470/1/Thredbo_15_Thredbo_15_Paper_61.pdf

<http://facciamoimpresa.eu/articolo.php?id=90&alias=innovazione-e-crescita-record-la-storia-di-flixbus>

<https://www.linkiesta.it/it/article/2017/04/18/flixbus-e-gli-altri-la-piccola-rivoluzione-degli-autobus/33897/>

<https://www.ferpress.it/incondi-flixbus/>

<http://www.rinnovabili.it/mobilita/flix-e-bus-bus-low-cost/>

https://ses.library.usyd.edu.au/bitstream/2123/17470/1/Thredbo_15_Thredbo_15_Paper_61.pdf

http://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/S/standard.shtml

http://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/S/standardizzazione.shtml

<https://www.flixbus.it>

<https://blog.comparabus.com/fr/1132-flixbus-marche-autocar-longue-distance-france-bilan-2016-objectifs-2017>

<https://youtu.be/BXEgxHGzfg>

<https://www.linkiesta.it/it/article/2017/04/18/flixbus-e-gli-altri-la-piccola-rivoluzione-degli-autobus/33897/>

https://www.lemonde.fr/societe/article/2012/01/03/le-label-tuv-une-institution-en-allemande_1625117_3224.html

<http://www.mit.gov.it/temi/trasporti/trasporto-pubblico-locale>

<http://www.mit.gov.it/temi/sicurezza/sicurezza-stradale>

<https://www.trasporti-italia.com>

<http://antismog.org/civisonline/tpl-norme.pdf>

<https://iltergicristallo.it/flixbus-progetto-di-formazione-gratuita-per-autisti/>

<https://pullmanweb.it/news/lancio-flixacademy-flixbus>

https://www.corriere.it/cronache/18_dicembre_16/flixbus-incidente-zurigo-morto-44-feriti-tre-gravissimi-f1c56d8e-0110-11e9-b86a-f4f8946764eb.shtml

<https://www.lematin.ch/suisse/chauffeurs-succombe-blessures/story/29405056?comments=>

<https://www.rsi.ch/news/svizzera/Grave-incidente-sullaA3-a-Zurigo-11217117.html>

<https://www.20min.ch/schweiz/zuerich/story/Strafverfahren-gegen-Car-Chauffeur-eingeleitet-27014105>

<https://www.20min.ch/schweiz/basel/story/Tramchauffeur-mit-Handy-13520353>

<https://www.20min.ch/schweiz/news/story/So-reagiert-Flixbus-auf-die-Handy-Lenker-23555041>

https://www.atmosfair.de/en/about_us/we_about_us/

Parte IV. Il Parco dei Monti Lattari e la rete dei servizi per il turismo

Il parco regionale dei Monti Lattari è collegato attraverso un complesso sistema logistico che va da i collegamenti rotabili a quelli marittimi che coprono i 160.000 metri quadrati del parco.

I primi collegamenti sono quelli stradali: il primo allacciamento è quello della A3 all'altezza dell'uscita di Castellammare di Stabia che apre il collegamento con la SS145 della Penisola Sorrentina, grazie anche alla costruzione del viadotto San Marco e dei trafori di Gragnano, Pozzano e Seiano, tutti costruiti negli anni '50 ed ammodernati negli anni '80. La costruzione del tunnel di Seiano, opera completata da una

decina di anni, ha favorito la deviazione del traffico dal centro di Vico Equense e nella frazione di Seiano.

L'opera di Seiano è costata molti miliardi delle vecchie lire ed è frutto di un accordo tra ANAS e Regione Campania, con la partecipazione di azionisti privati. Con tale opera si è riusciti a migliorare la connettività, l'accessibilità, la mobilità e la viabilità con la città di Sorrento e l'area marina protetta della Baia di Ieranto e di Punta Campanella.

Giunti ai colli di Fontanelle nei pressi di Sant'Angelo di Sorrento si apre la congiunzione con la SS163 della Costiera Amalfitana, soprannominata la «Nastro Azzurro», così denominata una tra le strade più suggestive e spettacolari del mondo attraversa gli abitati di Positano, Conca dei Marini, Praiano, Amalfi, Ravello, Minori, Maiori, Erchie, Cetara ed infine Vietri sul Mare.

Sulla SS163 all'altezza di Amalfi si apre la diramazione della SS366 di Agerola, che collega attraverso il traforo di Fornillo, le città di Gragnano e di Castellammare di Stabia.

All'altezza di Ravello e di Maiori si aprono due collegamenti col Valico di Chiunzi, da Ravello parte la ex SS373 che funge da collegamento per i comuni di Tramonti e la piccola frazione di Cesarano; giunti all'altezza del Valico si congiunge con la SP1 e la SP2 che mette in connessione Maiori con Sant'Egidio del Monte Albino. Tale strada segue i tratti di un antico torrente del parco, il Reginna Major che appunto sfocia nel comune di Maiori, ed è valico d'importanza strategica fondamentale per la connettività tra Agro Nocerino Sarnese e la Costiera Amalfitana.

Scendendo dall'altro versante invece si scende nell'Agro Nocerino Sarnese e si arriva nei comuni di Corbara dove c'è anche la sede del Parco Regionale dei Monti Lattari poi a Sant'Egidio del Monte Albino.



Giunti a Vietri si apre il collegamento più a sud del Parco con la A3 che conducono a Salerno.

Altro collegamento da citare è il Monte Faito che oltre alla sua funivia ha una strada collegante Vico Equense con Castellammare di Stabia e Gragnano.

Vi sono collegamenti di bus: l'ENAV gestisce i trasporti a Castellammare di Stabia e nella penisola Sorrentina con la società «Sorrento Trasporti».

La SITA invece segue i percorsi dall'Agro Nocerino Sarnese e da Salerno per la Costiera Amalfitana e Sorrento da sud.

A livello ferroviario c'è la Circumvesuviana gestita da ENAV che collega Sorrento con i paesi vesuviani, Napoli e l'entroterra del sarnese.

I sentieri pedonali sono molteplici, il più conosciuto è senz'altro il Sentiero degli Dei, percorso molto suggestivo immerso nel verde della Costiera Amalfitana e della sua macchia mediterranea, molto frequentata dagli appassionati di trekking e di sport estremi specie nei mesi più miti.

I trasporti marittimi non mancano visto che il metrò del Mare, gestito da Alicost, serve la penisola Sorrentina e la Costiera Amalfitana con Napoli, Salerno, Procida, Ischia, Capri e la costiera Cilentana.

I servizi e le infrastrutture sopra citate sono accessibili quasi sempre durante l'anno, tranne in casi di calamità naturali o problemi tecnici come frane, smottamenti o guasti ai servizi che comportano la chiusura delle strade e dei valichi o la riduzione degli orari dei servizi di trasporto locali. Se ne usufruisce maggiormente in un arco di mesi che va da Aprile a Ottobre con picchi nei giorni festivi e tra Luglio e Agosto.

Quello che manca è la logica di sistema dei servizi dedicati per il turismo, che è uno dei settori di forte suscettività.

Dati demografici (*)

Abitanti	393.325
Superficie del Parco	16.000 ha (160.000 Km ²)
Densità	2,4 abitanti per Km ²

(*) Il dato degli abitanti prende in considerazione solo i comuni aderenti al parco regionale dei Monti Lattari.

Una nuova mobilità per la Penisola Sorrentina

Per incrementare la qualità di vita all'interno dell'area è necessario agire attraverso Piani Coordinati di Azioni in ambito: **residenziale**, migliorando le infrastrutture e bonificando il territorio prevenendo il dissesto idrogeologico; **turistico**, migliorando i collegamenti con le principali infrastrutture portuali e aeroportuali regionali e rinnovando il trasporto pubblico rendendolo eco-friendly; **produttivo**, migliorando il trasporto merci sia via terra che via mare.

Un esempio di Piani Coordinati di Azioni è quello in parte già avviato dalla città di Sorrento per una nuova mobilità, fronteggiando le maggiori criticità attraverso la coordinazione di interventi di breve (2-3 anni) e lungo periodo (5-10 anni).

Gli interventi di breve periodo individuano e analizzano i percorsi turistici all'interno del Comune, sia veicolari che pedonali, al fine di diminuire traffico ed incidenti: attraverso la separazione di suddetti flussi mediante marciapiedi e attraversamenti pedonali con «occhi di gatto» o bande sonore sistemi di videosorveglianza wireless, fondati sul riconoscimento 3D per monitorare veicoli e per una più veloce trasmissione dati, realizzazione di ampie aree di parcheggio strategiche così da eliminare la sosta lungo le strade.

Gli interventi di lungo periodo sfruttano il coordinamento tra i vari sistemi di trasporto regionali, come ad esempio la conversione delle stazioni ferroviarie circumvesuviane attrezzandole per trasportare merci e persone fisiche, così da ottimizzare la viabilità all'interno del comune e nel territorio circostante. Altri interventi sono la ristrutturazione della stazione marittima e la costruzione di varie infrastrutture (pontili, gallerie, ecc.) in modo da separare i flussi veicolari delle merci.



Sviluppo turistico e strategie di interconnessione del territorio

Al fine di aumentare i flussi turistici all'interno del Parco, è necessario partire da quella che sono le aree maggiormente sviluppate e conosciute, la Costiera Amalfitana e la Penisola Sorrentina, cercando di unire il turismo balneare di alta stagione al neonato turismo escursionistico-esperienziale, molto in voga negli ultimi anni e che, al passo coi tempi, tende a una maggiore simbiosi dell'uomo con l'ambiente.

Interventi di breve periodo

Basta partire dal nome del Parco: la creazione di un unico percorso a lunga percorrenza, la «Via Lattea», attraverso l'unione e collegamento dei sentieri «Monte Faito e il Molare», «Sentiero degli Dei», «Punta Campanella e Baia di Ieranto» e «Valle delle Ferriere e dei Mulini», così da creare un flusso turistico escursionistico-esperienziale attratto dalla scoperta di antiche tradizioni di pastori e pescatori dell'area ma anche dall'offerta paesaggistica del territorio.

Creazione di aree camping attrezzate e punti di ristoro in punti strategici del territorio, così da creare un vero e proprio percorso «a stazioni» e favorire lo sviluppo del commercio locale.

Creazione di un percorso eno-gastronomico attraverso la «rete» di aziende casearie, viticoltori, pastifici al fine di promuovere i prodotti e la cultura mediterranea del territorio.

Potenziamento dei collegamenti tra i centri con scarsa densità abitativa e le zone costiere, aumentando il numero di corse giornaliere al fine di garantire un potenziale turistico maggiore ai centri meno conosciuti.

Interventi di lungo periodo

Ammodernamento e riconversione dei sentieri escursionistici al fine di permettere una maggiore viabilità sia ai pedoni che ai ciclisti.

Riconversione di tutti i mezzi di trasporto pubblico su ruote, sostituendo le vetture a carburante fossile con mezzi con minore impatto ambientale (metano, elettrico, ibrido).

Creazione di ZTL in centri storici o luoghi turistici maggiormente frequentati così da favorire un miglior controllo del flusso turistico.

Stanziamiento di finanziamenti pubblici atti a favorire la creazione di attività che valorizzino il patrimonio culturale o lo rinnovino per un moderno uso: alberghi diffusi, case-museo, ecc., al fine di favorire la crescita del flusso turistico all'interno dei centri meno abitati e favorirne il ripopolamento.

Il coordinamento degli interventi a breve e lungo periodo permette una migliore mobilità all'interno del Parco, favorendo la crescita e lo sviluppo delle zone residenziali interne meno abitate e creando un'offerta turistica stagionalizzata e a scarso impatto ambientale, favorendo così un aumento della qualità di vita sia per i residenti che per i turisti.

Fonti

Sito web ufficiale «Parco Regionale dei Monti Lattari»

Sito ANAS

Wikipedia

Sito ufficiale Unione Europea

Sito ufficiale Regione Campania

Google Maps e Google Earth, mappe geopolitiche.

Parte V. La connettività delle reti per lo sviluppo dell'economia globale

Introduzione

In un'era progredita e potenziata dalle telecomunicazioni e dallo scambio di informazioni istantanee «Connectography, le mappe del futuro ordine mondiale» affronta delle tematiche che si accostano agevolmente a ciò che noi definiamo RETE, basti pensare all'avvio delle nuove tecnologie di comunicazione che hanno consentito un'apertura dei confini in diversi settori. L'autore Parag Khanna, è considerato testimone attento dell'economia globale, per questo ha compiuto numerosi viaggi per le sue ricerche che lo hanno spinto ad avere una visione differente del mondo: una visione più integrata, globalizzata e interconnessa. Il libro infatti è centrato sulla connettività dei trasporti, dell'energia e della comunicazione che hanno portato ad una rivoluzione globale del network in cui la civiltà umana si sta riorganizzando sulle città e supply chain allontanandosi dall'idea classica di nazione e confini. Connectography è la fusione fra connettività e geografia: non abrogherà la geografia ma si costruirà su di essa. La connettività crea una nuova realtà, un nuovo mondo in cui è possibile notare il passaggio da imperi integrati a stati interdipendenti. La globalizzazione dei sistemi economici, politici, culturali e territoriali ha permesso un'interconnessione fra loro. Le mega infrastrutture superano gli ostacoli naturali e quelli della geografia politica dando spazio ad una geografia funzionale attraverso i vari tipi di interconnessione come le vie di trasporto, le reti energetiche e le infrastrutture di internet usati come veicoli attraverso cui si proietterà il potere e si eserciterà maggiore influenza.

La Globalizzazione e i blocchi economici

Nel corso dei secoli, il mondo si è organizzato attraverso i diversi scambi commerciali. Possiamo parlare quindi di una pluralità di globalizzazioni, sottolineando così le sue caratteristiche multidimensionali e la sua storicità. I grandi flussi, lo scambio di merci, i servizi e le idee, designano le prime reti globali, un modello antico dal quale deriva la nostra attuale rete globale. Durante la colonizzazione e la decolonizzazione, i supporti di mappatura sostenute dalle strategie geopolitiche dell'economia, attuano la prima rivoluzione economica. Il sociologo C. Chase-Dunn afferma che le nostre attuali reti globali hanno apportato maggiori ambizioni sull'intera economia.

Egli dimostra che la nostra attuale civiltà ha raggiunto grandi dimensioni integrando i sistemi regionali e culturali che hanno favorito una maggiore convivialità nel mondo. La globalizzazione è quindi direttamente collegata al territorio così com'è legata agli scambi che si producono, agli attori e agli elementi che consentono la circolazione.

Il concetto di globalizzazione da un lato contribuisce alla riflessione sulle mutazioni del capitalismo e dall'altro sulla ricomposizione del locale sul transnazionale. La globalizzazione torna definitivamente al linguag-

gio comune negli anni '80. Oggi, essa, risulta essere più ricca in termini di attori e partecipanti oltre ad avere una regolamentazione più marcata sul funzionamento del mercato comune.

È dopo le guerre mondiali e la guerra fredda che si definiscono con maggior precisione i blocchi globali e le strutture economiche comuni.

Nel 21° secolo, dopo la radicale espansione della connettività, la globalizzazione sarà compromessa una prima volta dagli attacchi terroristici del settembre 2001 negli Stati Uniti, a causa dei disordini geopolitici tra l'Occidente e il mondo arabo.

E una seconda volta nel 2006 a causa degli Accordi della OMC (organizzazione mondiale del commercio) un'organizzazione creata allo scopo di supervisionare gli accordi commerciali fra i diversi stati membri.

E infine un'ultima volta a causa della crisi finanziaria del 2007-2008.

Esiste oggi una nuova accezione di «deglobalizzazione» causata dall'aumento delle tasse americane, dal rallentamento della crescita cinese e dal nearshoring (delocalizzazione in prossimità dei confini di un paese) e dall'automazione delle produzioni che si servono dell'energia a basso costo e delle nuove tecnologie come ad esempio la stampante 3D.

Possiamo affermare che oggi ci troviamo in una nuova età dell'oro dove il commercio di beni e di servizi nei mercati degli stati in via di sviluppo rappresentano un quarto del PIL e ciò li rende mercati che hanno una maggiore crescita.

Questo tipo di globalizzazione affermata si divide il mondo in macro-regioni attraverso i diversi accordi fra Stati, i quali vengono stipulati a seconda dell'area di destinazione. Ad esempio l'industria del design, partendo dalla produzione fino alla definizione del prodotto che viene immesso sul mercato, segue il modello della struttura orizzontale del fordismo. E per arrivare a ciò le aziende sfruttano i bassi costi di trasporto, ma soprattutto la connettività della rete globale a vantaggio delle piccole e medie imprese.

Questo fenomeno è ampiamente supportato dall'eliminazione dei vincoli della politica del libero scambio e degli investimenti esteri.

La globalizzazione è diventata multidirezionale incentrata intorno a grandi metropoli del mondo come Singapore, Hong Kong o le megalopoli Americane come New York e Los Angeles.

Vi sono anche influenze criminali come quella del «il Millieu» presenti nel continente africano e in America latina.

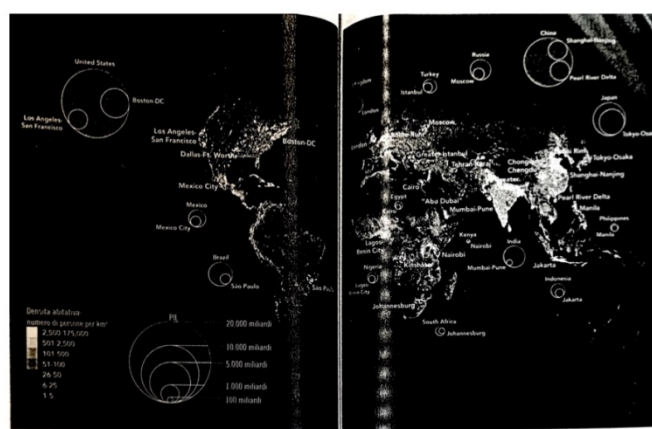
Qualsiasi cambiamento di rotta porta ad un riequilibrio dei mercati globali. Dunque si può affermare che l'equilibrio può esistere solo attraverso la connettività e il libero scambio. Consideriamo ad esempio il caso del mercato energetico cino-americano: precedentemente entrambi si rifornivano nei paesi arabi. Mentre oggi la Cina acquista il petrolio americano e gli Stati Uniti si dotano di pannelli solari prodotti in Cina.

Si tratta quindi di un iperglobalizzazione capace di rigenerarsi e di riequilibrarsi.

Tuttavia se facessimo riferimento al mondo occidentale possiamo definire che la globalizzazione viene confusa con l'internazionalizzazione poiché mentre quest'ultima varia a seconda delle industrie e dei cicli di produzione, la globalizzazione è legata alla capacità di porsi in relazione attraverso diverse gradazioni di connettività.

Grazie all'intersezione fra l'ordine multipolare e multiculturale, al giorno d'oggi la globalizzazione è sempre più legata all'idea di reti caratterizzate da forti migrazioni e connettività. Infatti possiamo parlare di «connettografia», una teoria che descrive una mappa geopolitica in cui ai confini nazionali si sostituiscono quelli di grandi regioni metropolitane, in grado di sviluppare connessioni di tipo logistico ed economico ad alto tasso di innovazione tecnologica nel campo dei trasporti, delle infrastrutture, degli approvvigionamenti energetici e della comunicazione. Essa quindi si avvicina di più ad una geografia funzionale piuttosto che ad una geografia umana. In altre parole, farà riferimento più ad una geografia di servizi che di sovranità, che invece resta attaccata alle frontiere per l'appropriazione delle risorse.

Questa geografia funzionale offre la possibilità di comprendere come usiamo il mondo, l'economia, le risorse naturali e infine consente il funzionamento del meccanismo della domanda e dell'offerta servendosi della Connettività.



Il concetto di connettività

La connettività è definita, secondo Parag Khanna, come un meta-schema che rappresenta la nostra epoca. Così può essere compreso in una formula che comprende la dinamica di scambio tra il nostro ambiente naturale ed i suoi sistemi di rappresentazione. Di fatto, la connettività, riunisce i trasporti, l'energia e la comunicazione. Questa è la fusione tra connessione e geografia. Essa permette una rappresentazione del mondo nello stato attuale ed in quello previsionale.

Secondo il Premio Nobel per l'economia Michael Spence: «la connettività è la condicio sine qua non della crescita, sia all'interno dei singoli paesi, che fra di loro», utilizza la metafora dell'orologio per rappresentare questo meccanismo, più ci sono movimenti o scambi più la batteria sarà carica. Cioè più sono gli scambi tra i paesi e più la connettività sarà im-

portante. Questo può sembrare evidente ma non è facile da dimostrare perché calcolare la connettività tra i paesi è complesso. Infatti i legami fra i diversi paesi e città possono essere capiti e osservati alla luce delle loro interconnessioni. Lo sviluppo delle relazioni frontali dimostra che più ci sono investimenti, più c'è commercio e più sarà stabile e perenne il legame tra loro. Questo può spiegare la geopolitica.

Le infrastrutture, le autostrade, gli aeroporti, gli acquedotti, le comunicazioni sono i diversi flussi tra la connettività e la geografia. Dunque sono rappresentanti concreti della connettività e dei diversi flussi umani, che possono essere mostrati con una mappa interattiva.



Gli ostacoli naturali e quelli della geografia politica possono essere superati grazie alle mega-infrastrutture. La loro configurazione indica che l'organizzazione del mondo è allo stesso livello dello spazio politico e sta imparando a pianificare in modo funzionale.

La connettività permette un migliore uso della geografia, è un'opportunità che è diventata molto importante nella storia umana. Rende il mondo più stabile e può renderlo più unito cercando di ridurre le disparità. Più ci sono relazioni tra i territori e più c'è fluidità. Inoltre, la connettività può apportare una polluzione del paesaggio urbano, perché con tutte le infrastrutture l'ambiente non è più lo stesso, è completamente trasformato.

A lungo termine le risorse, come quelle naturali per esempio, saranno sempre più minacciate. Questo è un impatto negativo sull'ambiente e può anche far emergere delle tensioni; se prendiamo ad esempio la Corea del Nord, essa si apre sempre di più al commercio e alle frontiere esterne per affacciarsi al mondo, quindi ci sono state molte preoccupazioni dal momento che il paese prima non era in relazione con nessun altro.

Eliminazione barriere e superamento confini

In un'epoca in cui è in atto una rivoluzione della connettività globale, risulta rilevante analizzare tutto ciò che può sembrare un ostacolo, apparentemente insuperabile. Tendenzialmente siamo soliti credere che tutti i confini politici sono nettamente visibili; come nel caso del confine più facile da vedere, quello tra India e Pakistan, illuminato dalla moltitu-

dine di riflettori che formano una linea color arancione. Non tutte le frontiere sono nette e visibili come quella tra India e Pakistan, ne sono un esempio le grandi frontiere tra Stati Uniti e Messico, le quali seppur super controllate da pattuglie di guardia, quello messicano/americano, resta il confine più attraversato del mondo. In alcune zone, si può affermare che, i confini stanno diventando sempre di più poco flessibili, ad esempio la barriera di sicurezza israeliana, oppure la recinzione in Bulgaria per bloccare gli immigrati illegali. Le frontiere dunque, seppur il loro compito originario è di separare territori e popolazioni, dagli esempi appena descritti è evidente come queste hanno perso la loro funzione, in quanto attorno ad esse la popolazione si addensa sempre di più. Oggi dunque le frontiere raramente sono quelle che vediamo sulle nostre mappe, quanto piuttosto l'insieme di tutti gli scambi che si creano tra i diversi paesi, tutto ciò è stato possibile grazie alla connettività che ha reso un mondo più libero ed aperto. Anche se i confini politici sono sempre più solidi, quelli geografici sono sempre di meno, basti pensare che è sempre più facile spostarsi da un paese ad un altro; grazie all'eliminazione dell'obbligo del visto, ad internet che ha permesso di avere accesso a contenuti di qualsiasi provenienza, di poter comunicare ad un costo che si avvicina sempre di più allo zero grazie a nuovi mezzi di comunicazione come; Skype o WhatsApp.

In un mondo super connesso dove le infrastrutture connettive superano sia i confini geografici politici che quelli naturali, rivela che la mappatura attuale; l'organizzazione del mondo secondo lo spazio politico, sta cedendo il passo all'organizzazione secondo lo spazio funzionale, cioè il modo in cui lo usiamo, attraverso l'utilizzo delle infrastrutture, permettendoci di capire chi è connesso a chi dalla geografia funzionale. Connettività e geografia dunque non sono opposti, ma spesso si sostengono a vicenda. La connettività in particolare ci consente un uso migliore della geografia; poiché le sue diramazioni rappresentano riferimenti più validi rispetto a quelle tracciate in passato dalla geografia naturale e politica. Ciò che è possibile affermare con certezza; è che attualmente le nostre carte geografiche risultano inesatte, poiché non tengono conto di aspetti a molto rilevanti nel contesto globale, che permetterebbero di produrre cartine geografiche di gran lunga più complesse. Uno degli errori più considerevoli delle nostre cartine geografiche è quello di non mappare autorità e connessioni ma esclusivamente gli Stati e la loro divisione. Bisogna dare evidenza alle unità più coerenti, alle connessioni più concrete e ai centri di influenza più solidi. Come regola generale esse ricadono sotto uno di questi agenti: Nazioni, Città, Commoun wealths, Comunità e Imprese.

Paradossalmente saremmo portati ad affermare che le Nazioni potrebbero essere le realtà più unitarie, connesse nel modo più efficiente e con una popolazione più solida. Alcune Nazioni, come nel caso dell'India, sono così culturalmente e politicamente diversi che solo la geografia li tiene insieme. Altre invece, sono legate sola dal nome, ne sono un esempio gli arcipelaghi indonesiani, dove la mancanza di infrastrutture di trasporti e comunicazione non permettono di mantenere coeso un paese. Si ritiene inoltre che i grandi paesi con la loro grandezza siano anche garanti di stabilità ma invece risultano essere i più disuguali; poiché la maggior parte della ricchezza nazionale è accumulata in una o due città. Dunque, sono proprio le città a rappresentare il più durevole e stabile modo di organizzazione sociale dell'umanità. Le megalopoli che nel

1950 erano solamente due, Tokyo e New York, stanno sempre di più crescendo tant'è che nel 2050 ce ne saranno almeno 40. Le global cities rappresentano veri e propri centri nevralgici del mondo; aggregati di finanza e tecnologia nonché di connettività ininterrotta. Capaci di attirare capitale straniero e di avere una stabilità politica, sono due caratteristiche fondamentali delle global cities, nelle quali inoltre la connettività è più importante delle dimensioni e della sovranità statale. Attraverso quest'analisi è possibile affermare che per avere un mondo connesso, anche se potrebbe sembrare la direzione contraria, il decentramento o devoluzione sono i fattori fondamentali per il raggiungimento di un destino connesso. Con decentramento si intende la frammentazione del territorio in più unità di potere. Al decentramento dei confini va affiancato il suo contrario; il fenomeno dell'aggregazione, che procede di pari passo con la connettività infrastrutturale, l'integrazione economica, le migrazioni alla ricerca di lavoro, il superamento delle divisioni politiche e altre tendenze. In questo rapporto fra decentramento e aggregazione, ogni parte del pianeta si trova collocata in un punto qualsiasi che va dalla violenta separazione post coloniale all'integrazione funzionale collettiva. Si può affermare dunque, che l'evoluzione geopolitica dovrebbe essere misurata in base al grado di progresso verso l'integrazione: l'Europa, ad esempio, la regione più giuridicamente divisa e più integrata a livello sovranazionale. Ogni regione del mondo raggiungerà una condizione in cui la geografia funzionale avrà la meglio su quella politica. Attualmente sono in atto due tipi di remapping; cioè di mutamenti della carta geografica. Questi sono il remapping inclusivo ed esclusivo. Si ha un remapping esclusivo quando la carta geografica muta in base allo spostamento dei confini di uno Stato; ad esempio quando uno stato secessionista ritaglia il proprio territorio distaccandosi da quello sovrano e dà vita ad una nuova nazione. Mentre per quanto riguarda il mapping inclusivo, non si crea un cambiamento in base allo spazio politico ma in base a quello funzionale. L'esempio più importante di remapping inclusivo è l'Europa, dove le diverse nazioni fanno uso di infrastrutture condivise, accorsi doganali, network bancari, reti energetiche e supply chain industriali, tutto solidamente integrato.



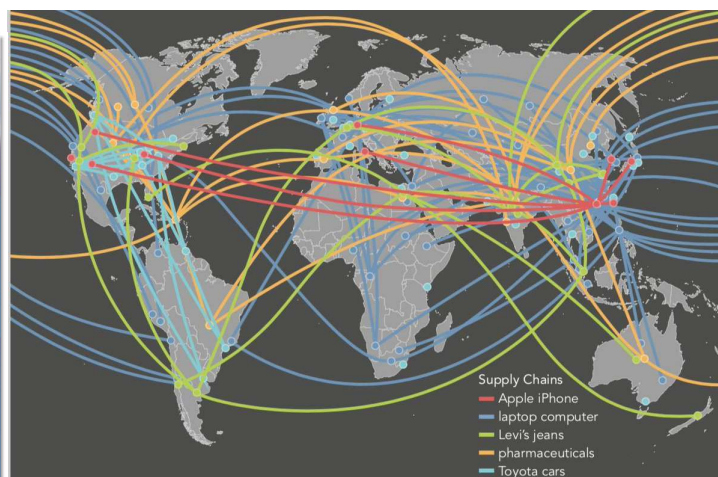
La legge della domanda e dell'offerta (supply chain)

«Non possiamo influenzare ciò a cui non siamo connessi».

Quando parliamo di mercato tendiamo a definirlo come il luogo dove numerosi produttori originano un'offerta e numerosi compratori generano una domanda. Di conseguenza il mercato sarà il luogo dove queste due variabili si intersecano. Ma cosa rende questa legge così prestigiosa per l'autore? Parag Khanna afferma che questa legge ci ha accompagnato nel corso del tempo, da quando eravamo cacciatori-raccoglitori e che

ha funzione di guida da sempre. Più che un principio di mercato che determina il prezzo di una merce, esse rappresentano due forze dinamiche che pongono in equilibrio tutti gli aspetti della vita umana. La connettività ha permesso l'incontro e l'avvicinamento di tantissime variabili per mezzo delle quali oggi possiamo considerare che l'offerta di tutto, può incontrare la domanda di tutto. La virtualità di ogni singolo processo di interazione e ancoraggio verso svariate rotte ci fa comprendere che basta un click per arrivare dall'altra parte del mondo. Questo scenario è il cosiddetto «supply chains world» ossia un mondo di supply chain. Le supply chain sono l'insieme di produttori, distributori e venditori che attraverso tecnologie e risorse trasformano le materie prime in beni e servizi in qualsiasi parte del mondo generando una catena globale di valore. Come ben sappiamo il sistema che regola le organizzazioni e gli individui sono le transazioni che hanno permesso di sviluppare il primo vero World wide web come se ogni individuo si muovesse in una gigantesca ragnatela definita in rapporti, vincoli e percorsi aggrovigliati gli uni con gli altri. Si espandono, si restringono, si muovono a seconda di come gli individui si dispongono rispetto ad essa. Il cambiamento a macchia d'olio è chiaramente visibile, basti pensare ai cambiamenti avvenuti sui sistemi di comunicazione e di governo, sui mercati globali e sui sistemi territoriali. L'abbattimento dei confini a partire della caduta del Muro di Berlino che ha delineato un punto di svolta di questo passaggio, ci fa ricordare che ciò che rende scarso il capitale sono proprio le guerre e i confini e che l'apertura a nuove strade apportano grandi benefici a livello mondiale. Riducendo gli ostacoli alle frontiere i compiti dei singoli produttori si facilita. Questi infatti si possono dedicare interamente ai propri business anziché preoccuparsi dei disagi che creano le barriere doganali. In questo modo soggetti diversi, separati da grandi distanze, possono conoscere in tempo reale e in qualunque momento dove si trova ogni cosa. Come ad esempio il modello dei «Sei Sigma» ovvero un sistema di strumenti caratterizzato dall'interscambio di dati elettronici che utilizza i dati dei compratori, dei fornitori e delle condizioni di mercato per predire gli spostamenti del volume e della domanda di beni.

Dunque supply chain possono essere considerate un'ancora di salvezza? Sì. E questo perché il supply chain world è una via di fuga dagli standard che ha definito la geografia, è un luogo di scambio di idee e di pratiche di business in quei paesi in via di sviluppo, un mondo di opportunità economiche per i migranti dove le persone hanno cose in comuni malgrado siano geograficamente distanti e dove non vincerà la potenza più forte bensì quella che riuscirà meglio ad usare il territorio e a connetterlo in modo efficace. Notiamo bene però che le supply chain possono essere anche considerate come strumenti con cui i mercati violentano il mondo: si può fare riferimento al concetto «nessuna risorsa va sprecata» e questo induce a pensare alle innumerevoli devastazioni delle foreste tropicali, alla contaminazione ambientale, agli oceani che sono stati inquinati da perdite di petrolio - e non solo - le supply chain sono anche canali di traffici di droga, armi ed esseri umani. E quindi possiamo dire che il destino della società è inevitabilmente legato a come queste vengono gestite.



Flussi e attrito

«Noi stiamo vivendo un cambiamento nel cambiamento».

Il XXI secolo definisce il passaggio dalla geopolitica classica legata ad una visione meccanicistica del mondo alla fisica della complessità. Questo secolo infatti stabilisce l'avvento della tecnologia, dove la rete internet è divenuta il sistema più evidente di come oggi il mondo sia mutato e di come sia diventato giovane, mobile e urbano a cui fanno riferimento i concetti di gravità, relazionalità, influenza e incertezza. La connettività è il mutamento che sta emergendo all'interno del sistema e che alla fine muterà il sistema stesso: i suoi network non sono semplicemente condotti di connessione ma il network stesso aumenta con l'aumentare dei suoi nodi.

Un'altra cosa da considerare è che all'interno del sistema globale esistono tanti tipi di flussi: risorse, beni, capitale, tecnologia, persone, dati e idee. E tanti tipi di attrito: frontiere, conflitti, sanzioni, distanze e regolamentazioni. I flussi sono da considerare come il modo in cui si distribuisce l'energia del nostro ecosistema e della nostra civiltà (materie prime, tecnologie, forza lavoro) che agiscono a vantaggio della connettività. Mentre gli attriti sono gli ostacoli, le barriere e i crolli che minacciano il processo attraverso epidemie, depressioni, guerre... Il fine principale è quello di massimizzare il flusso permettendo la connessione fra diverse parti. Quindi minimizzando l'attrito è possibile consentire la diffusione di più flussi. Flusso e attrito infatti sono lo Yin e lo Yang perché si completano a vicenda generando un equilibrio.

C'è però da valutare che l'aumento dei flussi origina anche l'aumento dei rischi: i migranti possono essere terroristici, persone ed animali che si spostano possono portare epidemie, dall'email passano i virus, gli investimenti finanziari alimentano le bolle ecc. La soluzione però più logica non sarebbe di certo quella di costruire muri perché ogni paese che si rifiuta ad aprirsi ai flussi è destinato a fallire, ma quella di ridurre al minimo gli attriti e di tenere sotto controllo i flussi più rischiosi proteggendo così l'intero sistema.



Impatto su società, territorio e ambiente

Nel 2014, Parag Khanna manda al Genographic Project del «National Geographic» un suo campione di saliva per un test genetico. Dai risultati scopre che la sua ascendenza genetica si localizza solo per il 50% nel Sud-ovest dell'Asia, mentre il restante 50 si divide per il 22% nel bacino del Mediterraneo, per il 17% nel Sud-est asiatico e per il 10% nell'Europa del Nord.

Ciò lo ha portato ad approfondire i suoi studi: sono rimasti solo dodici Stati nazionali veri e propri, che ospitano un solo gruppo etnico (Albania, Armenia, Bangladesh, Egitto, Ungheria, Islanda, Giappone, Libano, Maldive, Malta, Mongolia, Polonia e Portogallo).

Sono le migrazioni permanenti di massa che stanno ormai riconfigurando l'aspetto dei continenti e rendono nullo il concetto di Nazione culturalmente incontaminata. Ne è un esempio perfetto l'Europa, che con le ferrovie più moderne ed i confini aperti è diventata zona di transito per centinaia di migliaia di individui in fuga dai conflitti del Medio Oriente. Però, bisogna tener presente che mentre le popolazioni dell'Europa sono in declino, i geni europei si espandono. Infatti i donatori di seme danesi e britannici dominano il mercato della fecondazione, facendo sì che, ogni anno, nascano 2.000 bambini per metà europei, in ben 70 paesi diversi. Il maggior numero assoluto di immigrati invece lo troviamo negli Stati Uniti. Questa mescolanza di popoli continuerà dal momento che alcuni paesi necessitano prettamente dei flussi migratori e non vorrebbero arrivare allo spopolamento.

Per Parag Khanna dunque, siamo tutti soggetti ad una diluizione genetica globale, fenomeno non recente, ma che accelera di continuo a causa della crescente connettività globale. È la circolazione degli individui che porta alla mescolanza demografica, al nazionalismo o al «civicismo» (suo opposto), all'esclusivismo, ai cittadini ed i passaporti Globali. Questi ultimi hanno ovviamente causato anche una crescita dei numeri di turisti internazionali ed è fonte di capitale che beneficia il paese ospitante. La mobilità diviene dunque uno dei fondamentali diritti umani del XXI secolo, dando vantaggi sia a lungo che a breve termine. Per quanto riguarda i cittadini globali, questi possono essere i migranti permanenti (lavoratori, impiegati, studenti, ecc.) che appartengono al loro paese d'origine o al paese in cui risiedono ma anche al paese della loro nazionalità; coloro che appartengono a circuiti molteplici e fondono in sé più

identità. Cittadini motivati dalle proprie ambizioni personali e non dalla propria provenienza geografica. Non si riesce più quindi a considerare la cittadinanza come fattore determinante di una persona, ma piuttosto la sua situazione economica che può essere un bene che porta le nazioni a contendersi quell'individuo.

Anche l'ambiente ha influenzato profondamente la storia e gli spostamenti dell'umanità, dalle eruzioni dei vulcani agli tsunami, dallo scioglimento dei ghiacciai alla caduta dei meteoriti.

I terremoti inoltre modificano continuamente le linee costiere e l'umanità risponde con le architetture a prova di terremoto (la tecnologia).

Ma gli oceani stanno sommergendo gli habitat in cui viviamo, dal momento che è possibile solo orientare la natura ma non controllarla completamente. Inoltre la sua complessità non può essere calcolata con precisione. Un'altra minaccia climatica è la subsidenza, ovvero le città che affondano nel terreno. E non solo, la carenza di acqua e terreni arabili costringono gli abitanti del posto ad allontanarsi.

Ciò che potrebbe aiutare è una mappatura dell'impoverimento delle risorse che consentirebbe di gestire bene quello che resta, facendo guardare gli ecosistemi come infrastrutture naturali. L'errore di un solo paese genererebbe crisi sul modo intero.

Un'urbanizzazione più sostenibile potrebbe essere decisiva nell'innescare processi «restitutivi» verso la natura, per evitare di dover dividere la terra in luoghi vivibili e invivibili.

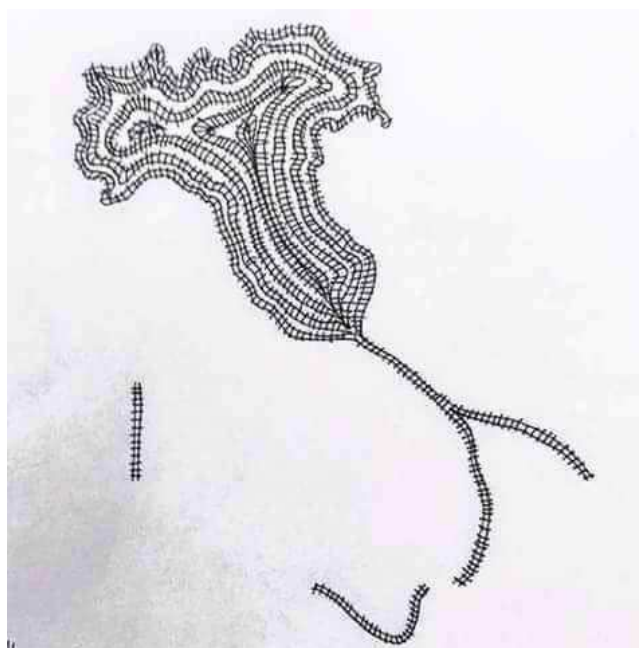


Conclusioni

Tenendo in considerazione i temi affrontati, il nostro gruppo si è soffermato a pensare cosa significa concretamente connettività. Nati in un mondo in cui è possibile stringere relazioni con persone provenienti da paesi, culture, lingue, tradizioni diverse semplicemente cliccando «on» su un qualsiasi dispositivo tecnologico, il concetto di connettività lo viviamo tutti i giorni. Anche quando ci svegliamo la mattina e prendiamo

un pullman, o un treno o un aereo. Sono tutte modalità di collegamento che nel corso del giorno realizziamo senza rendercene conto. Soffermandoci in particolare sul nostro paese e quindi l'Italia abbiamo riscontrato di come il Sud soffra di alcune differenze e difficoltà rispetto al nord in termini di infrastrutture.

Vagando sul web abbiamo scovato un disegno umoristico che vorrebbe rappresentare il collegamento delle reti ferroviarie italiane. E confrontandolo con una cartina reale della rete in esercizio, abbiamo percepito l'implicito pessimismo che il sud Italia tende ad avere sulle connessioni e sul conseguente sviluppo dell'economia su cui esse incidono.



Fonti

«Connettography, le mappe del futuro ordine mondiale» Parag Khanna

<https://www.avvenire.it/agora/pagine/padrag-khanna-la-geografia-all-epoca-della-connettivita-globale>

<https://www.lavocedinewyork.com/arts/libri/2016/12/14/connectography-la-fine-della-geografia-politica/>