



mp
mobility press **mp** magazine

**Priorità alle metropolitane, la svolta del DEF
nell'Allegato Infrastrutture per la mobilità sostenibile**

**AMT Catania celebra i suoi primi 50 anni e con il servizio
Alibus punta tutto su turismo e accessibilità**

**Che fine ha fatto l'industria dell'autobus in Italia? Un focus di
ANFIA svela il potenziale economico di questo settore**



AMT Catania celebra i suoi primi 50 anni e con il servizio Alibus punta tutto su turismo e accessibilità



Mobility Press ha intervistato il Presidente di AMT Catania, Carlo Lungaro

Presidente Lungaro, lo scorso dicembre è stato avviato il servizio Alibus, una linea veloce che, con 4 bus ecologici Menaribus, collega l'aeroporto al centro cittadino. Qual è il bilancio a quattro mesi dall'attivazione? Avete intenzione di aumentare il numero delle corse?

Il bilancio è assolutamente positivo, si vendono più di 250 biglietti al giorno con incasso di circa 1000 euro al mese e la linea sembra essere molto gradita anche per i confort che offre. Non riteniamo però di dover aumentare il numero delle corse perché la frequenza è a 25 minuti con due vetture e riesce perfettamente a soddisfare l'attuale domanda di trasporto.

Insieme ad Alibus è stato avviato anche il Movidabus, la navetta che collega il parcheggio notturno di piazza Carlo Alberto al centro storico. Tale servizio, richiesto dalla Commissione consiliare attività produttive del Comune di Catania, è nato con l'intenzione di ridurre il traffico nelle zone della movida. Secondo Lei si è riusciti in questo intento? Movidabus è stata la soluzione per decongestionare il centro storico della vostra città?

Il Movidabus nato dalle migliori intenzioni dell'Amministrazione Comunale, per decongestionare il centro storico, ha avuto un esordio molto in sor-

dina ed è stato sospeso per poterne individuare le criticità. Da un'indagine fatta sulla nostra pagina ufficiale di Facebook, abbiamo capito quali sarebbero dovute essere le strategie logistiche e, facendo tesoro proprio dei suggerimenti che ci sono arrivati dal social network, abbiamo riorganizzato il servizio che dovrebbe ripartire a breve.

E' in programma una razionalizzazione della rete? Quale criterio state utilizzando per portarla avanti?

La razionalizzazione delle rete di esercizio sta seguendo di fatto due criteri: da un lato efficientare il servizio tagliando tutte le tratte sottoutilizzate e potenziando quelle che, al contrario, riscontrano un maggior utilizzo e dall'altro lato, migliorare i collegamenti con le periferie, anche attraverso la realizzazione di linee veloci, sul modello dell'attuale BRT, una fra le prime il Librino Express che andrà a potenziare nettamente i collegamenti tra uno dei maggiori quartieri e il centro.

AMT, come altre aziende di trasporto pubblico locale italiane, ha scelto di essere presente sul social network più popolare al mondo, Facebook. Pensa che questo sia un canale utile per avere un filo diretto con i vostri utenti su aggiornamenti di servizio, novità ed iniziative della sua azienda? Sta pensando ad altri strumenti di comunicazione come ad esempio Twitter o un numero dedicato di Whatsapp?

La scelta di creare una pagina ufficiale di Facebook è stata molto studiata e discussa ma alla fine, anche in questo caso i risultati ci stanno premiando perché, non soltanto abbiamo un canale veloce di comunicazione con l'utenza ma soprattutto abbiamo recuperato una fetta di pubblico, quello giovanile, con il quale non avevamo un contatto diretto. La vicenda del Movidabus ne è stata la conferma positiva. Questo è stato un primo passo, in futuro studieremo la fattibilità di allargare la nostra scelta ad altri servizi offerti dal mondo del web.



Le aziende di trasporto pubblico locale stanno vivendo un momento di particolare incertezza, soprattutto a livello economico. Che cosa chiedete all'amministrazione centrale e alla Regione per poter dare seguito agli investimenti necessari a garantire un servizio adeguato alle richieste dell'utenza?

Se potessimo liberamente chiedere quello di cui abbiamo bisogno, chiederemmo sicuramente più fondi per sostenere un servizio che, essendo di pubblica utilità, non può camminare solo sulle sue gambe a meno di far pagare cifre altissime, i propri titoli di viaggio. Fondi per investimenti a breve e lungo termine, per sostituire il parco mezzi, troppo anziano per essere veramente efficiente; soldi per attivare servizi speciali a favore di una mobilità sostenibile di cui le aziende di trasporto pubblico dovrebbero essere i maggiori promotori. Ma sappiamo tutti in che tempi viviamo e come la spending review abbia asclugato all'osso gli interventi pubblici, perciò quello che possiamo chiedere realmente e che già ci aiuterebbe

non poco nella gestione quotidiana della nostra attività, è che i soggetti interessati, la Regione in testa e l'amministrazione comunale, continuino a fare la loro parte nei tempi e con le modalità previste. La puntualità dei pagamenti delle somme dovute sarebbe già il raggiungimento di un grande traguardo.

Presidente Lungaro quali sono i progetti e le iniziative che avete in mente per il futuro della vostra azienda?

Molti dei progetti che avevamo in mente sono stati già esitati, vedi Alibus, Movidabus, la card turistica progettata e realizzata in collaborazione con il Comune di Catania e l'Arcidiocesi; molti sono in itinere e riguardano, come detto prima, la riorganizzazione della rete e l'attivazione del parcheggio di Fontanarossa, oltre che un lavoro costante sul miglioramento degli standard di comunicazione e relazione con gli utenti e di riorganizzazione del lavoro e della struttura aziendale.

