

Residenza Governativa
telefono 091 814 44 70
fax 091 814 44 03
e-mail dt-dir@ti.ch
Internet www.ti.ch/DT

Repubblica e Cantone Ticino

Funzionario
incaricato Direzione

**Dipartimento del territorio
6501 Bellinzona**

Bellinzona, 25 ottobre 2010

COMUNICATO STAMPA

DT – Riconfermato il *trend* positivo della campagna estiva “*Cambia l’aria! C’è Arcobaleno al 50%*”

Un numero sempre maggiore di persone sceglie di muoversi con i mezzi pubblici, contribuendo a migliorare la qualità dell’aria. Nel 2010, si attesta in particolare l’incremento costante dei risultati della campagna “*Cambia l’aria! C’è Arcobaleno al 50%*”. Mentre ulteriori conferme giungono anche dall’esame complessivo dei dati a disposizione. Il bilancio - più che positivo - assume notevole importanza soprattutto in vista della realizzazione della Comunità tariffale integrale (CTI), ovvero l’estensione della Comunità per abbonamenti ai biglietti singoli e di gruppo, alle carte per più corse e alle giornaliere, la cui introduzione è prevista nel 2011. Grazie alla nuova impostazione del sistema, gli utenti potranno viaggiare con un unico titolo di trasporto sui mezzi di tutte le imprese e verso qualsiasi destinazione del comprensorio, approfittando di un’offerta ancora più vasta, completa, dinamica e vantaggiosa.

Bilancio positivo anche per quanto riguarda i dati climatici. Rispetto all’estate del 2009, caratterizzata da temperature superiori alla media e favorevoli alla formazione dell’ozono, la stagione 2010 non ha presentato particolari problemi dal punto di vista meteorologico. Fatta eccezione per il mese di luglio, il numero di ore in cui è stato superato il valore limite di 120 µg/m³, fissato dall’Ordinanza contro l’inquinamento atmosferico (OIA), è risultato generalmente inferiore.

Ozono

Il periodo più critico si iscrive tra il 24 giugno e il 9 luglio quando, per alcuni giorni consecutivi, in diverse stazioni di misurazione del Sottoceneri è stata oltrepassata la soglia di 200 µg/m³.

Il valore massimo di ozono del 2010 è stato rilevato a Mendrisio il 9 luglio: la punta di 276 µg/m³ è paragonabile a quella di 270 µg/m³, registrata l’anno precedente, sempre a Mendrisio.

Nona campagna “Cambia l’aria! C’è Arcobaleno al 50%”

Per combattere lo smog estivo e continuare a sensibilizzare la popolazione sull’uso del trasporto pubblico, in luglio e agosto, per il nono anno consecutivo, è stata proposta la campagna “Cambia l’aria! C’è Arcobaleno al 50%”. Anche il bilancio del 2010 presenta risultati positivi nell’acquisizione di nuovi clienti e conferma il *trend* improntato alla crescita su tutti i fronti.

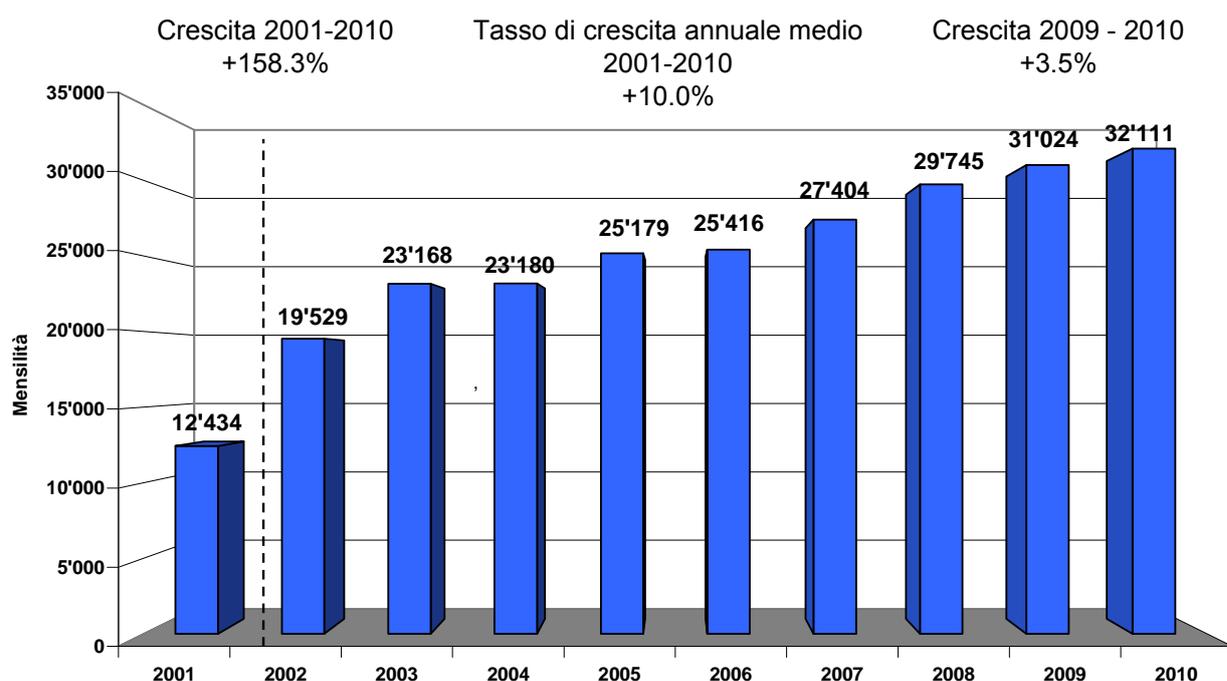
Le vendite di abbonamenti arcobaleno al 50% hanno superato le 32mila unità (+3,5%) e gli introiti generati si iscrivono nell’ordine di 1,4 milioni di franchi (+4,7%).

I nuovi risultati attestano il continuo e crescente successo della campagna di promozione estiva e l’ottimo riscontro da parte della popolazione, sempre più attenta ai problemi ambientali e del traffico.

Rispetto al 2001, l’anno che ha preceduto la prima campagna di sensibilizzazione, nel 2010 l’incremento delle vendite di abbonamenti mensili Arcobaleno a metà prezzo supera il 158%. Mentre l’aumento degli introiti generati si attesta a +72,3%.

Negli ultimi anni, l’impegno finanziario profuso dal Cantone ammonta indicativamente a 230mila franchi all’anno e la campagna sarà riproposta nel 2011.

Confronto vendite mensili luglio e agosto 2001 - 2010



Il contributo dei Comuni

Ai nuovi risultati positivi hanno contribuito i Comuni: quest’anno, in 107 hanno promosso la campagna estiva presso i propri residenti, offrendo ulteriori riduzioni sul costo dell’abbonamento mensile già ribassato.

Non disponendo ancora dei risultati di vendita inerenti la campagna del 2010, segnaliamo alcuni dati significativi dell’azione del 2009, a cui avevano partecipato 109 Comuni, accordando un indennizzo medio per persona pari a 38,20 franchi.

Complessivamente, erano stati versati rimborsi per oltre 324mila franchi, a beneficio di 12mila 398 utenti. Questi contributi, così come quelli che molti Comuni versano durante tutto l'anno ai propri domiciliati per l'acquisto di un abbonamento, rivestono una grande importanza perché si inseriscono con coerenza, sostenendola, nella politica di promozione del trasporto pubblico: il pilastro dei Piani regionali dei trasporti e del Piano di risanamento dell'aria.

Abbonamento settimanale “Prova Arcobaleno”

Trend sempre positivo anche per l'abbonamento settimanale “Prova Arcobaleno”, nato nel 2006 come risposta allo smog invernale e per incentivare l'uso dei mezzi pubblici anche da parte dei turisti, e introdotto dal 1° gennaio 2008 in modo permanente nella gamma di prodotti della Comunità tariffale Ticino e Moesano (CTM).

Il successo in questo caso risulta dalla buona rispondenza riscontrata soprattutto da parte degli utenti occasionali, ovvero quelle persone che necessitano di un abbonamento di breve durata, a partire da alcuni giorni fino a una settimana.

L'evoluzione degli introiti di “Prova Arcobaleno” nei primi otto mesi del 2010, raffrontata con lo stesso periodo del 2009, mostra un incremento marcato nella vendita di abbonamenti adulti: +13% nella quantità di abbonamenti venduti e +14,4% negli introiti incassati. Mentre per quanto riguarda gli abbonamenti junior vi è stata una flessione rispettivamente del 5,4% e del 6,7%.

Complessivamente, rispetto al 2009, si rileva un ulteriore incremento sia del numero di abbonamenti (+4,7%), sia degli introiti (+5,8%), a dimostrazione della crescente popolarità anche di questo nuovo prodotto.

Abbonamenti mensili

Successo confermato anche nella vendita di abbonamenti mensili: nel primo semestre del 2010, rispetto all'anno precedente, nella categoria junior si è passati dai 14mila 351 abbonamenti a poco più di 15mila, con un aumento pari al 4,6%. Nella categoria adulti si è invece avuta un'evoluzione del +2,3%, superando quota 45mila.

Per quanto riguarda gli introiti, l'aumento è stato del 5,3% per la categoria junior, rispettivamente del 2,7% per gli adulti.

Abbonamenti annuali

I dati consolidati alla fine di agosto evidenziano che nella categoria junior gli abbonamenti annuali venduti sono stati 11mila 762, con un incremento del 20,7%, rispettivamente del 28,7% per quanto concerne gli introiti.

Per la categoria adulti, con oltre 5mila abbonamenti l'aumento è pari al 5,2% nella vendita e di 7,2% negli introiti incassati.

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

DIPARTIMENTO DEL TERRITORIO

Martino Colombo, Capo della Sezione mobilità, martino.colombo@ti.ch,
tel. 091/ 814.49.01