

La gestione delle informazioni multimediali a bordo bus come risorsa di business nel TPL

Il trasporto pubblico, oltre ai consueti spazi di business storicamente utilizzati dalle compagnie, dispone di una risorsa potenzialmente preziosa: il tempo dei passeggeri. In particolare, questo tempo può essere arricchito dotando i veicoli di un impianto di diffusione multimediale in grado di fornire informazioni che vengono gestite in funzione della posizione e di altri parametri (orario, calendario, ecc,) nonché di comunicare efficacemente e piacevolmente con i passeggeri. Mettere a frutto questa risorsa anche con un'attenzione al pubblico interesse è stato uno degli scopi di un'iniziativa della CTP attraverso una partnership con Mediamobile Italia, un soggetto specializzato nel creare e gestire a bordo dei veicoli un sistema di servizi di diffusione multimediale di informazioni.

In questa visione il trasporto pubblico diventa una opportunità per comunicare con il cittadino, per arricchire i tempi di spostamento con informazioni utili, pertinenti, efficaci, interpretando il mezzo pubblico come uno spazio informativo collettivo, in cui il cittadino vive attivamente la sua realtà territoriale.

Attraverso monitor a colori ad alta risoluzione, altoparlanti stereo ed una potente piattaforma informatica veicolare si porta a bordo dei mezzi pubblici la multimedialità e grazie ad un preciso sistema di localizzazione si presentano le informazioni solo dove e quando la loro efficacia è massima.

L'impianto installato a bordo è utilizzato per diffondere a bordo un palinsesto di messaggi con un format appositamente studiato (Buspot), che contiene informazioni tempestive sul servizio di trasporto, della Pubblica Amministrazione, di intrattenimento (meteo, news, inserti culturali e turistici), e pubblicità. Il tutto in una logica multilingue e con un linguaggio diretto e contestuale, in una formula di *infotainment (information + entertainment)* in cui i caratteri informativi e di intrattenimento si fondono sinergicamente.

La complessità del sistema di servizi che viene realizzato viene affrontata con le competenze e le attività del soggetto partner, in grado di coprire l'intera filiera produttiva: fornitura, gestione e manutenzione dell'impianto, progettazione e produzione della messaggistica multimediale, gestione della raccolta ed esecuzione di contratti di inserzionisti pubblicitari.

La sinergia che si realizza quindi tra l'azienda di trasporto e l'azienda partner gestore del servizio consente di offrire a terzi l'opportunità di comunicare con i cittadini a bordo dei bus. Si raccolgono in tal modo significative risorse economiche e si armonizzano i bisogni informativi del cittadino con le esigenze di comunicazione di tutti i soggetti coinvolti, aziende di mobilità, imprese ed enti locali, in un unico e solido sistema tecnico-economico.

