



POLITECNICO
MILANO 1863

DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA
E STUDI URBANI

LABORATORIO DI POLITICA DEI TRASPORTI
TRASPOL
RESEARCH CENTRE ON TRANSPORT POLICY

TRASPOL report 1/17

RAPPORTO SUL MERCATO DELLE AUTOLINEE A LUNGA PERCORRENZA IN ITALIA | ANNO 2016

ITALIAN LONG-DISTANCE COACH TRANSPORT MARKET REPORT | YEAR 2016



In collaboration with:

IL MERCATO DELLE AUTOLINEE A LUNGA PERCORRENZA IN ITALIA (*Italian long-distance coach transport market report*)

Intero anno / *full year* 2016

Autori: Paolo Beria, Dario Nistri, Antonio Laurino

Il presente rapporto viene pubblicato periodicamente in collaborazione con **Checkmybus.it**, sulla base dei dati raccolti sulla piattaforma. La collaborazione rientra nelle attività del progetto QUAINTE (MIUR rif.: RBSI14JR1Z), di cui il prof. Paolo Beria è titolare.

The report is published in collaboration with Checkmybus.it based on the data available on Checkmybus.it website. This partnership is part of the activities foreseen in the project QUAINTE (MIUR rif.: RBSI14JR1Z) under the scientific responsibility of prof. Paolo Beria.

Please quote as follows:

Beria P., Nistri D., Laurino A. (2017). *Rapporto sul Mercato delle Autolinee a Lunga Percorrenza in Italia / Anno 2016*. TRASPOL Report 1/17 & Checkmybus. Milano, Italy.

TRASPOL – Laboratorio di Politica dei Trasporti
Dipartimento di Architettura e Studi Urbani, Politecnico di Milano
Via Bonardi 3, 20133, Milano, Italy.

www.traspol.polimi.it

LABORATORIO DI POLITICA DEI TRASPORTI
TRASPOL
RESEARCH CENTRE ON TRANSPORT POLICY

SOMMARIO

1	Introduzione <i>Introduction</i>	4
2	Gli utenti dei bus di lunga percorrenza <i>Long distance coach users</i>	6
3	Andamento del mercato <i>Market trends</i>	7
4	Indice dei prezzi <i>Price index</i>	14
5	La piattaforma checkmybus.it <i>Checkmybus.it platform</i>	19
6	Metodologia <i>Methodology</i>	21
7	Conclusioni <i>Final remarks</i>	22

1 INTRODUZIONE | INTRODUCTION

Questo rapporto, preparato in collaborazione con Checkmybus.it, è la seconda uscita di **una serie periodica di studi sull'andamento del mercato degli autobus di lunga percorrenza in Italia** e riassume i dati dell'intero 2016, primo anno di relativa maturità del mercato liberalizzato. Esso è dedicato al monitoraggio dell'evoluzione del settore, utile sia per le aziende che per il settore pubblico, con un particolare focus sui prezzi.

Dal 1 gennaio 2014 il mercato italiano delle autolinee di competenza statale è **completamente liberalizzato**, passando dal regime delle concessioni a quello delle autorizzazioni.

Fino al 2013, infatti, era possibile esercire solo linee in concessione e ciò si è tradotto in una rete di collegamenti limitati alle relazioni dove la ferrovia era particolarmente debole o era stata soppressa. Come evidenziato in Beria et al. (2015)¹, l'apertura del mercato si è rapidamente tradotta in nuove relazioni servite e/o l'aumento delle frequenze settimanali, la proposta di nuovi modelli di offerta (intercity, notturno tra grandi città, etc.) ed un marcato utilizzo di tariffe differenziate soprattutto sulle tratte in competizione con la ferrovia. Dopo pochi mesi, il settore ha subito un'ulteriore cambiamento, con l'acquisto da parte di Flixbus di tutte le attività europee di Megabus, compreso il mercato italiano.

L'analisi del primo anno di monitoraggio dei prezzi sulla base dei dati forniti da Checkmybus.it conferma la continua dinamicità del settore. Se i dati del primo semestre si caratterizzavano per l'offerta di nuovi servizi sia sui mercati storici che su quelli sviluppatasi in seguito alla liberalizzazione (nel Nord Italia in particolare), il secondo si è aperto con un boom estivo di ricerche legate con buona probabilità alla mobilità per motivi di vacanza di italiani e stranieri o per i ritorni a casa (studenti universitari o lavoratori fuori sede). Al netto degli effetti stagionali e del calo nel periodo novembre-dicembre, il trend di crescita delle ricerche risulta confermato. Anche i prezzi hanno mostrato andamenti interessanti, con un iniziale calo, una ripresa durante l'estate e una generalizzata crescita nel periodo invernale.

Approfondimenti / Further material

Per approfondire il settore prima e dopo la liberalizzazione, è possibile scaricare e consultare i seguenti rapporti, preparati per ANAV:



- 2011. STUDIO SUL SERVIZIO AUTOBUS DI LUNGA PERCORRENZA IN ITALIA

[Beria P., Grimaldi R., Laurino A. \(2013\). *Long distance coach transport in Italy. State of the art and perspectives.*](#)

- 2013. IL TRASPORTO PASSEGGERI SU AUTOBUS PER LE LUNGHE DISTANZE. CONFRONTO MODALE, ANALISI SPAZIALE E SCENARI DI SVILUPPO

[Beria, P. et al. \(2014\). *Spatial and scenario analyses of long distance coach transport in Italy*](#)

- 2015. AUTOLINEE STATALI: GLI EFFETTI DELLA RIFORMA. RISULTATI, OPPORTUNITÀ E CRITICITÀ DELL'APERTURA DEL MERCATO

[Beria P., Laurino A., Bertolin A., Grimaldi R. \(2015\). *Long distance coach services: the effects of the reform. Results, opportunities and critical aspects following the opening of the market.*](#)

- 2016. RAPPORTO SUL MERCATO DELLE AUTOLINEE A LUNGA PERCORRENZA IN ITALIA. I° SEMESTRE 2016

[Beria P., Laurino A. \(2016\). *Italian Long-Distance Coach Transport Market. Report I° semester 2016.*](#)

¹ Beria et al. (2015), Autolinee statali: gli effetti della riforma. Risultati, opportunità e criticità dell'apertura del mercato. Report preparato per ANAV

Il rapporto è disponibile gratuitamente su www.traspol.polimi.it e su www.checkmybus.it ed è basato sul campione di dati raccolti dalla piattaforma di vendita Checkmybus.it da gennaio a dicembre 2016. Grazie a questa base dati è possibile studiare il **profilo degli utenti** delle autolinee e della piattaforma, i **prezzi** praticati, il **livello di concentrazione del mercato**, le **rotte principali**.

Tutte le specifiche metodologiche sono raccolte nell'ultimo capitolo.

This report, prepared in collaboration with [Checkmybus.it](http://www.checkmybus.it), is the second of a **periodical series of studies on the long-distance coach market trends in Italy**. The current issue summarizes 2016 data and trends that came up as a relatively liberalized mature market.

The report is aimed at becoming a useful tool to monitor the evolution of the market, both for the companies and the public regulator.

Since January 1st 2014 the Italian market of long distance services is totally liberalised, switching from the concession regime to the authorisation regime.

Until 2013, in fact, it was possible to operate only exclusive concessions. This has preserved a network of historical links, usually limited to the relations where rail was particularly weak or closed. The evidence provided by Beria et al. (2015) demonstrated that the market opening has turned into new routes, increased frequencies and new offer models (intercity, night services between big cities). Furthermore, it turned out that companies adopted a different strategy when the competition with railway services occurred. A few months later, the market has changed again since Flixbus acquired the European business from Megabus, Italian market included.

At the end of the first year of price monitoring, based on Checkmybus datasets, the sector proved to be dynamic. During the first semester, statistics showed the opening of new services both on historical market segments and new ones (like northern Italy). During the second semester, the seasonal demand boosted the number of ticket researched, probably thanks to Italian and foreign tourist or travellers going back home (such as university students or workers). Beyond the seasonal effect and the lower volumes of November- December, the general growth of the ticket researched is confirmed.

Prices showed an interesting trend with a decrease during springtime, recovered during summertime and steadily growth during wintertime.

The report is available for free at www.traspol.polimi.it and www.checkmybus.it. It is based on a sample of data collected by the Checkmybus.it platform. Thanks to this database, it is possible to study the **profile of platform users**, the **prices**, the level of **market concentration**, the **main routes**.

All methodological specifications are given in the last section.

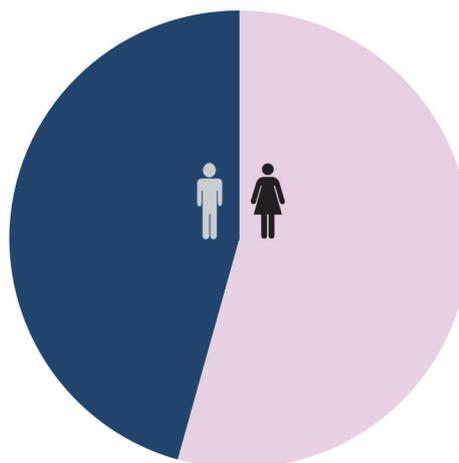
2 GLI UTENTI DEI BUS DI LUNGA PERCORRENZA | *LONG DISTANCE COACH USERS*

Il dato annuale conferma la ripartizione del campione per genere già osservata nel primo semestre dove la componente femminile prevale leggermente con il 56% del campione osservato. Questo dimostra come l'autobus sia considerato un mezzo **sicuro e affidabile**.

Among 2016 Checkmybus.it users in Italy, women slightly prevail over men (more than 56%) such as in the first semester. This fact shows how the coach transport is perceived as a **safe and secure** transport mode.

Gender distribution
(Source: elaborations on CheckMyBus data)

■ female ■ male



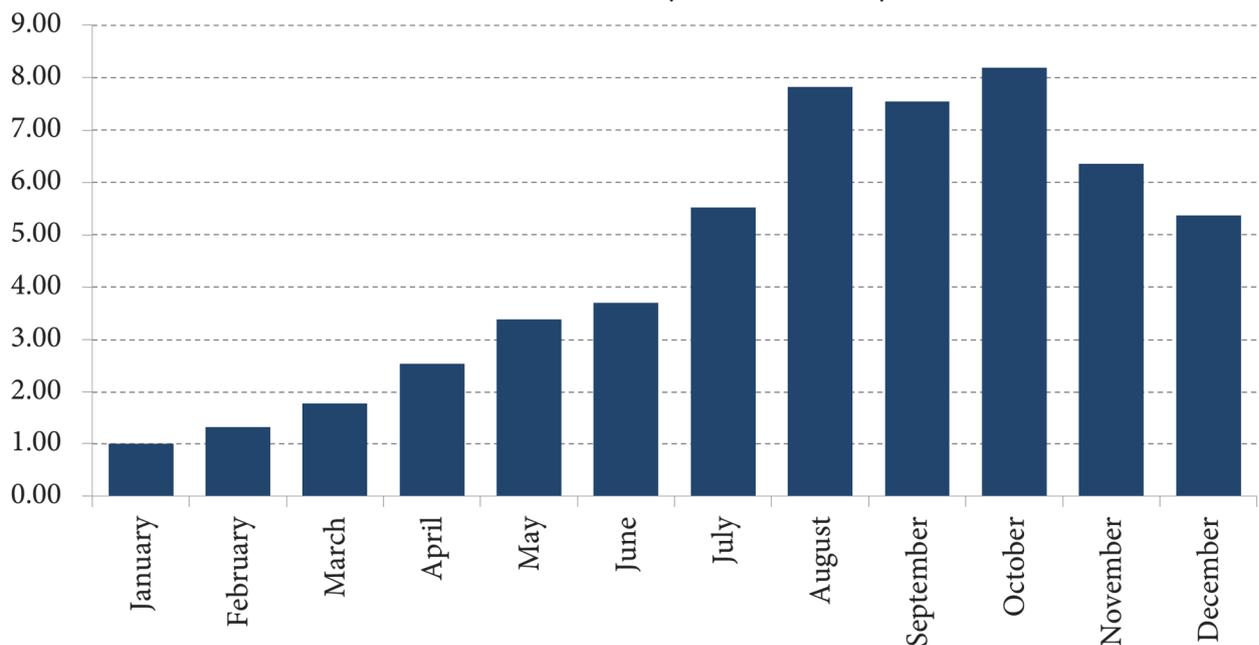
I giovani si confermano i principali utenti dei servizi di lunga percorrenza con autobus. Metà degli utenti di Checkmybus.it, più abituati alle *app* e ai sistemi di bigliettazione tramite smartphone, si concentra **sotto i 34 anni**. Tuttavia, l'uso di tali servizi è in aumento anche tra i viaggiatori più anziani. Il trasporto su autobus è una modalità per tutti poiché garantisce un viaggio economico e confortevole da porta a porta, anche con molti bagagli.

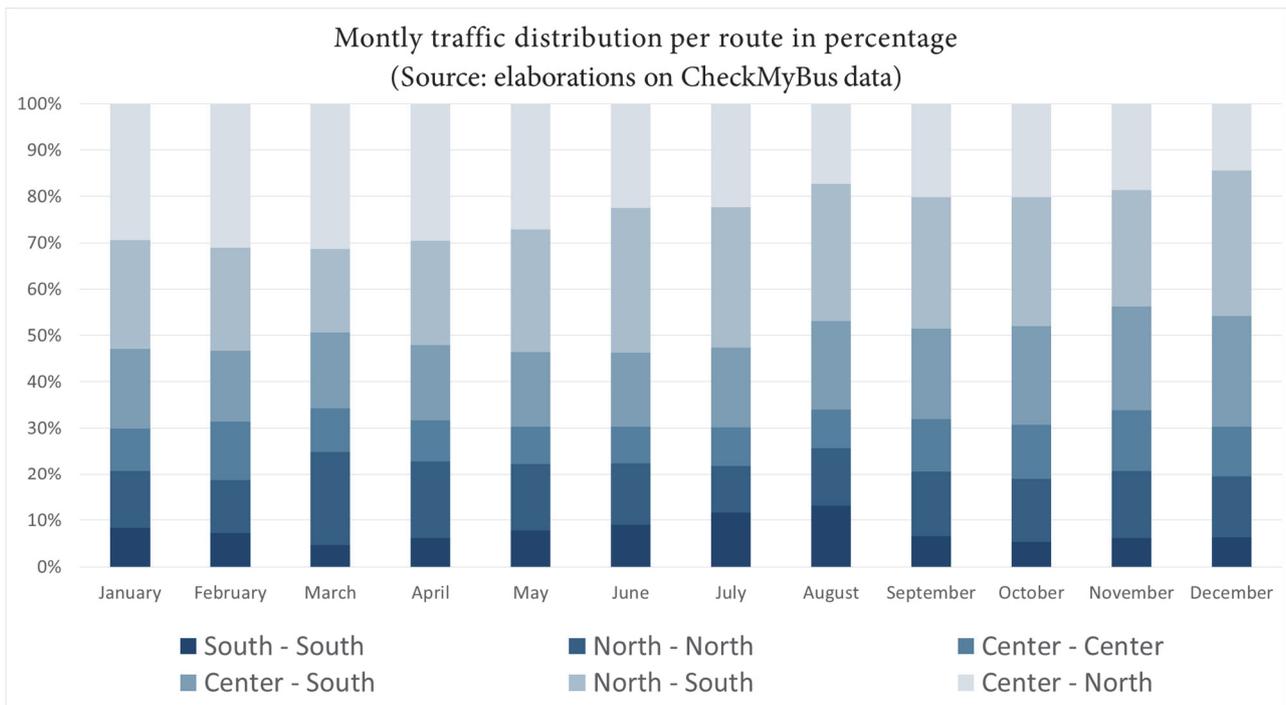
The majority of coach users are young people. Half of the Checkmybus.it users is concentrated **below 34 years old**. They are more used to apps and mobile ticketing. However, the use of new technologies is growing also among older travellers. Coach transport is a mode for everybody because guarantees a cheap and comfortable trip, from door to door, even with many luggage.

Il mercato di lunga percorrenza, come già accaduto in Germania e USA, ha visto nel 2016 una prima fase di importante espansione. A conclusione del primo semestre, la piattaforma Checkmybus ha registrato un numero di biglietti ricercati (riferiti ai soli servizi di lunga percorrenza in tutta Italia) di 3.5 volte le quantità di gennaio 2016. Nel secondo semestre, si è verificato un aumento ancor più sostanziale delle ricerche. Durante luglio e agosto, in particolare, si è raggiunto un volume di ricerche pari a **quasi 8 volte le quantità di inizio anno**, e addirittura superando tale soglia nel mese di ottobre. Volumi inferiori, invece, hanno caratterizzato gli ultimi due mesi dell'anno.

Similarly to what happened in Germany or the US, long distance coach service market in Italy, has grown dramatically in 2016. At the end of the first semester, Checkmybus booking figures of long distance coach service in Italy were 3.5 times higher than the January ones. During the second semester, the increase lasted and strengthened. August and September, in particular, recorded about 8 times the number of ticket researched in January. In October the researched boomed beyond the 8-times the quantity of January, whilst a steady decline characterized November and December.

Total Checkmybus monthly traffic evolution index, national service only
(Source: elaborations on CheckMyBus data. January 2016 = 1)





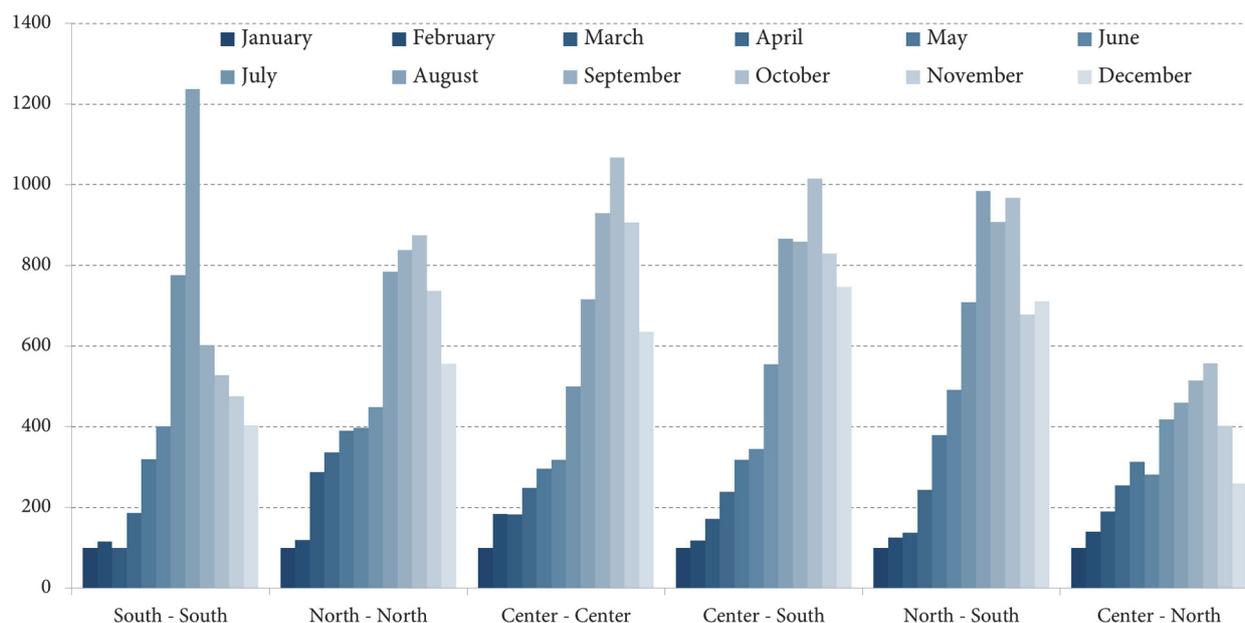
La dinamica dei biglietti ricercati è diversa tra primo e secondo semestre e tra aree del paese. Mentre nel primo semestre la distribuzione territoriale delle ricerche ha mostrato una crescita soprattutto nelle relazioni interne al Nord Italia e Nord-Sud Italia, nel secondo semestre, la forte espansione dell'indice a livello nazionale è stata supportata soprattutto dai risultati delle direttrici Nord-Sud, Centro-Sud e Centro-Nord.

Nel complesso, i tre segmenti Nord-Sud, Centro-Sud e Centro-Nord valgono circa il 70% delle ricerche.

The dynamics of researched tickets is different across Italy in the first and second semester. On one hand, during the first semester, the routes within the northern regions and North – South connections had the higher increases compared to January 2016. On the other hand, the growth of the national index was supported especially by North-South, Centre-South and Centre-North ticket researches.

Overall the three groups, North-South, Center-South and Center-North accounted for 70% of the researches.

Monthly traffic evolution index between italian macroareas, national services only
(Source: elaborations on CheckMyBus data. January 2016 = 100)



Considerando l'evoluzione dell'indice per direttrice, la crescita relativa più consistente riguarda le relazioni Nord-Sud, Centro-Sud e Sud-Sud. Si tratta però di fenomeni molto diversi. Mentre la prima raggiunge ad agosto e ottobre un volume pari a 9 volte il valore di gennaio su un volume di transazioni ragguardevole, la crescita di circa 12 volte registrata sulle relazioni Sud-Sud è relativa a volumi decisamente inferiori. Tuttavia, è probabile che non tutti gli operatori operanti internamente al Sud siano presenti sulla piattaforma. Inoltre, trattandosi di spostamenti tra regioni prossime, la probabilità che vengano acquistati attraverso un sito di comparazione è minore.

Nel complesso si conferma l'importanza del "mercato storico" dei collegamenti fra il Nord e il Sud del Paese, con un rafforzamento delle rotte intermedie, ovvero Centro-Sud e Centro-Nord.

E' inoltre presente un effetto stagionale di tutto rilievo durante i mesi di luglio, agosto e limitatamente a settembre, presumibilmente dovuto anche ai turisti stranieri che più degli italiani utilizzano la piattaforma.

Si trovano poi conferme anche circa l'apertura dei "nuovi mercati". Nel primo report era stata data evidenza all'evoluzione del mercato interno del Nord che, seppure con valori assoluti inferiori al mercato storico, cresce anche nel secondo semestre.

Looking at the index trend per route, the most relevant growth regarded the Nord-South, the Centre-South and the routes within the Southern regions. However the index must be explained further, since it represents phenomena of different sizes.

For instance, the North-South connections index achieves in August and October 9 times the quantity of January but gives account for a wide number of transactions. On the contrary, the growth of 12 times occurred within the southern regions is due to absolute values definitely smaller.

Overall, the North-South historical route confirms its role, while the importance of intermediate routes (Centre-South and Centre-North) increases

Furthermore, it is impossible to ignore the seasonal effect during July, August and in some extent also in September, presumably due to foreigner tourists that use Checkmybus.

Finally, the data of the second semester confirmed the new markets opening. In the first Report, the routes within the North grabbed the spotlight for their relative importance, confirmed in the second semester, albeit with absolute figures far below the historical market.

Tra le **principali origini e destinazioni** sono presenti le grandi città e alcuni dei centri intermedi, ma vi sono anche importanti assenze. Non sorprende che Roma, Milano e Napoli siano i poli principali per numero di biglietti ricercati, ma nella parte alta della lista figurano anche città di medie o piccole dimensioni come Siena e Gallipoli, entrambi mercati storici delle autolinee a causa della loro scarsa accessibilità ferroviaria. Più interessante invece la presenza di città come Genova e Bergamo, mercati quasi del tutto nuovi per la gomma. Località importanti come le città del Veneto o centri maggiori del Sud non sono fra i luoghi più ricercati.

The main origins and destinations are the main cities, with some relevant exceptions in the South and important missing cities. Not surprisingly, Rome, Milan and Naples are the main city in terms of researched tickets on the website. However in the higher part of the list appears small and medium size cities such as Siena and Gallipoli, both on the historical market routes because of their relatively low accessibility.

Interestingly, Genova and Bergamo are in the top ten despite being new cities in the coach network. On the contrary, any of the important cities of the Northeast are in the top ten. Similarly, the southern major centres.

Rank	Top Domestic origins 2016	Top domestic destinations 2016
1°	Milano	Roma
2°	Roma	Milano
3°	Napoli	Napoli
4°	Bologna	Torino
5°	Torino	Bologna
6°	Firenze	Firenze
7°	Pescara	Pescara
8°	Bari	Siena
9°	Bergamo	Gallipoli
10°	Genova	Bergamo

Per quanto riguarda la lunghezza tipica del viaggio, la **distribuzione dei biglietti ricercati tra le linee** mostra una prevalenza di tratte di distanza compresa fra 400 e 600 km. Non sono trascurabili le ricerche per viaggi brevi (entro i 200 km) e oppure molto lunghi (oltre i 1000 km) che su base annuale rafforzano la propria posizione rispetto al dato semestrale.

Sul lato dell'offerta, il numero di rotte è cresciuto coerentemente con il numero di ricerche nelle stesse fasce di distanza.

E' interessante notare come gli operatori appaiano reattivi alla dinamica della domanda, attraverso l'estensione del proprio network o la rimodulazione delle rotte offerte.

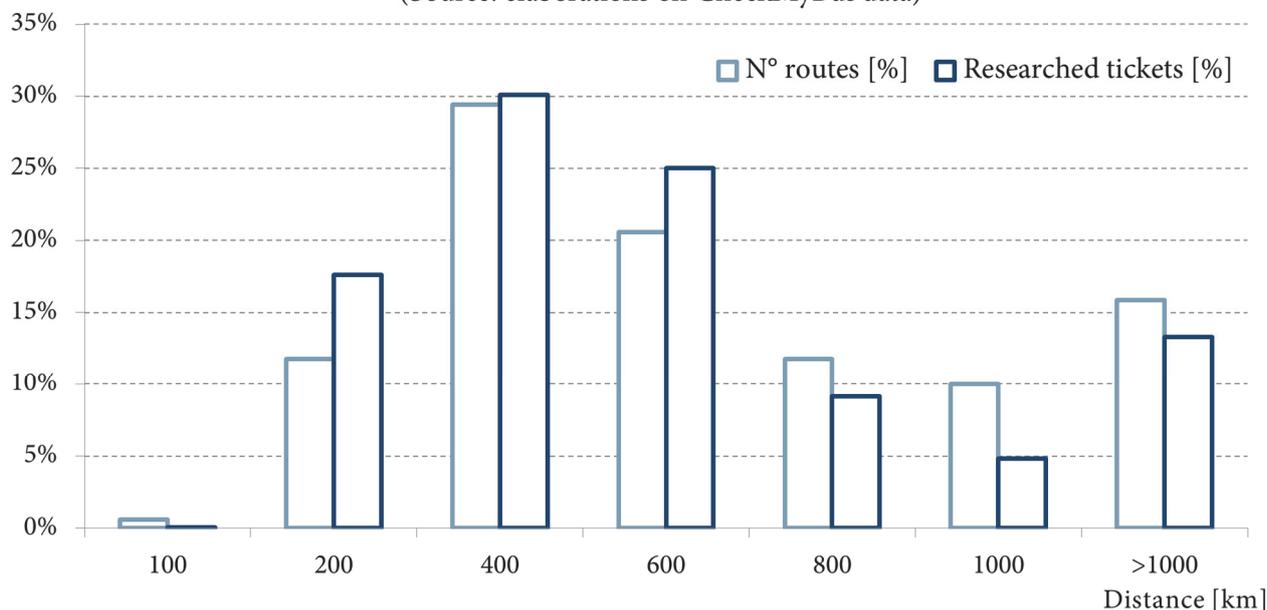
On one hand, the distribution of researched tickets per route showed that the typical distance is comprised between 400 and 600 km.

With respect to the first semester, there was an increase of number of ticket researched on annual basis for short distance (less than 200 km) or very long distance (beyond 1000 km).

On the other hand, the number of routes offered increased coherently with the number of ticket researched on the same distance segment.

It is interesting to note, that operators appear to react promptly to the demand change, expanding or adapting their network and the type of offer.

Comparison between thresholds of distance for long haul services, distribution of routes and % ticket researched on checkmybus.it
(Source: elaborations on CheckMyBus data)



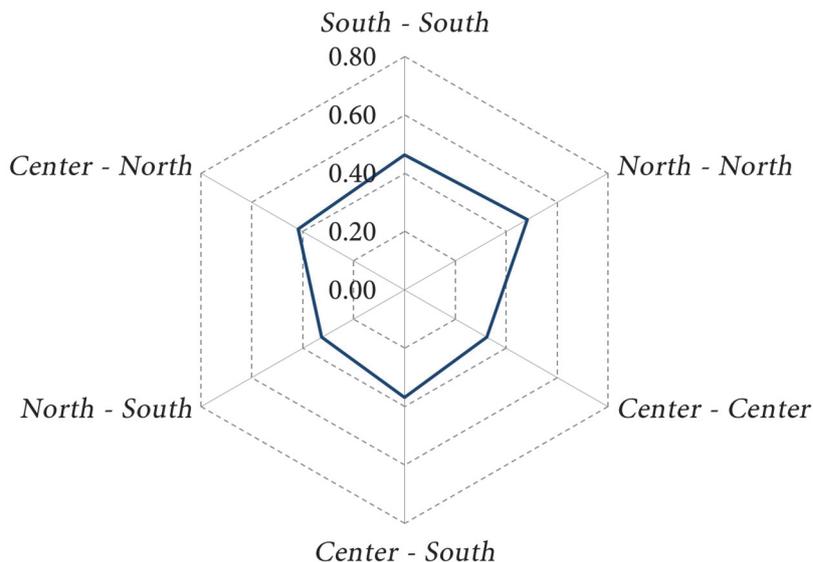
In termini competitivi, il mercato italiano nel 2016 ha visto una **fase di evoluzione importante** con l'uscita dal mercato di uno dei "new entrant" (Megabus) il cui effettivo impatto sul mercato italiano sarà valutabile approfonditamente soltanto nei prossimi mesi, con l'afflusso di nuovi dati.

La concentrazione del settore in termini di transazioni su www.checkmybus.it, analizzata attraverso l'Herfindal-Hirshman Index (HHI), varia tra le diverse direttrici prese in considerazione.

In terms of competitiveness, the Italian market in 2016 has proved to be lively. Nevertheless, during the second semester one of the new entrants (Megabus) has withdrawn from the market. The estimate of the impact of Megabus decision to leave the domestic and European market will be possible with further data in the next months.

The concentration in terms of transactions on [Checkmybus.it](http://www.checkmybus.it) can be analysed through the Herfindal-Hirshman Index (HHI).

HHI - long distance services in Italy
(Source: elaborations on CheckMyBus data)



L'Herfindal-Hirshman Index (HHI) considera le quote di mercato degli operatori in termini di click su www.checkmybus.it sulle diverse rotte e risulta pari ad 1 se il mercato è concentrato e monopolistico, mentre assume valori minori in presenza di più operatori in competizione.

The Herfindal-Hirshman Index (HHI) considers market shares of the producers in terms of click on www.checkmybus.it on each route and it is equal to 1 if the market is concentrated and monopolistic, while falls towards 0 if the market is equally fragmented.

Il dato annuale mostra un calo generalizzato del livello di concentrazione che tuttavia risulta abbastanza contenuto. Particolarmente significativi, i dati relativi alle relazioni Nord-Sud, Centro-Centro e Centro-Sud che rilevano un calo della concentrazione su base annuale. I dati del secondo semestre, invece, non producono alcun cambiamento nel livello di concentrazione rilevato sulle direttrici interne al Nord e Centro-Sud su base annuale.

The yearly results show an overall decrease of concentration that is not particularly disruptive.

In particular, a decrease of concentration level is registered among North-South, Centre-Centre and Centre-South connections on annual basis.

The sub-markets of connections within the North and Centre-South in second semester, instead, did not show any change in terms of concentration.

Il dato degli spostamenti interni al Sud, teoricamente il più significativo (l'indice HHI annuale dimezza il proprio livello di concentrazione rispetto a quello semestrale), è però almeno in parte dovuto ad un aumentato numero di aziende sulla piattaforma e ad una generale migliore penetrazione della piattaforma checkmybus.it in quelle aree che consente una visione migliorata rispetto al primo semestre.

Guardando ai volumi di click per le prime tre aziende, i dati annuali mostrano nuovamente l'effetto della stagionalità sui biglietti ricercati per i tre operatori principali. Company 2 mostra una maggiore sensibilità dell'indice che **decuplica** in estate e chiude l'anno con il doppio dei valori di gennaio. Company 1, invece, a parte il calo fisiologico di novembre e dicembre, mostra volumi in generale crescita (3 volte gennaio). Company 3 pur con una dinamica inferiore, mostra un andamento simile a Company 2 (1,8 volte gennaio).

Theoretically, the most significant change was in the Southern submarket (the HHI annual index halves its concentration level with respect to the records of the first semester). However, such outcome is partially due to an increased number of company that agreed to appear on the search engine and the augmented market penetration of Checkmybus. Therefore, at present, it is possible to say that Southern submarket is better represented.

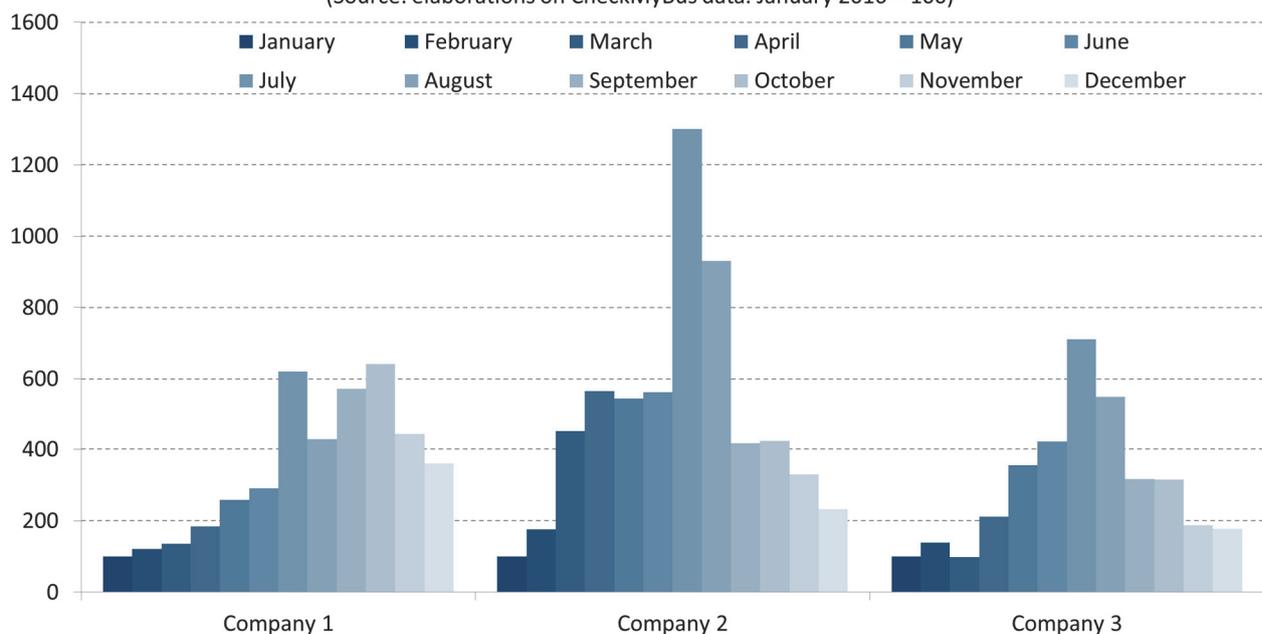
The annual data of the first three companies for number of clicks shows again a seasonal effect.

Company 2 Index shows an enhanced sensitivity that increases up to 10 times during summertime and at the end of the year scores 2 times quantity of January. Company 1, instead, presents an overall positive trend, apart from the expected decline in November and December.

Company's 3 trend, less sensibly, follows a similar dynamic to that of Company 2 (1.8 times January).

Monthly traffic evolution index, top 3 companies in terms of long distance services in Italy

(Source: elaborations on CheckMyBus data. January 2016 = 100)



I **prezzi al chilometro** osservati utilizzando il database di Checkmybus.it nel primo semestre si sono attestati rispettivamente a 0,051 €/km (prezzo unitario - media di tutte le rotte osservate) e 0,044 €/km (valore pesato sul numero di biglietti ricercati). Nel secondo semestre i prezzi hanno visto un rialzo, su valori di 0,056 €/km (prezzo medio) e 0,054 €/km (prezzo medio pesato).

Nel complesso, il valore annuale risente dei maggiori volumi del secondo semestre, attestandosi rispettivamente ad un prezzo medio di 0,056 €/km e un prezzo medio pesato di 0,052 €/km.

The **prices per kilometre** observed using Checkmybus.it database during the first semester record 0.051€/km (unit price - average of all lines observed) and 0.044 €/km (unit price weighted - average of all lines weighted per number of tickets). During the second semester, prices increased up to 0.056 €/km (average price) and 0.054 €/km (weighted average price).

Overall, the annual figures are more aligned to those of the second semester. In particular the average price was 0.056 €/km and the weighted average price 0.052 €/km.

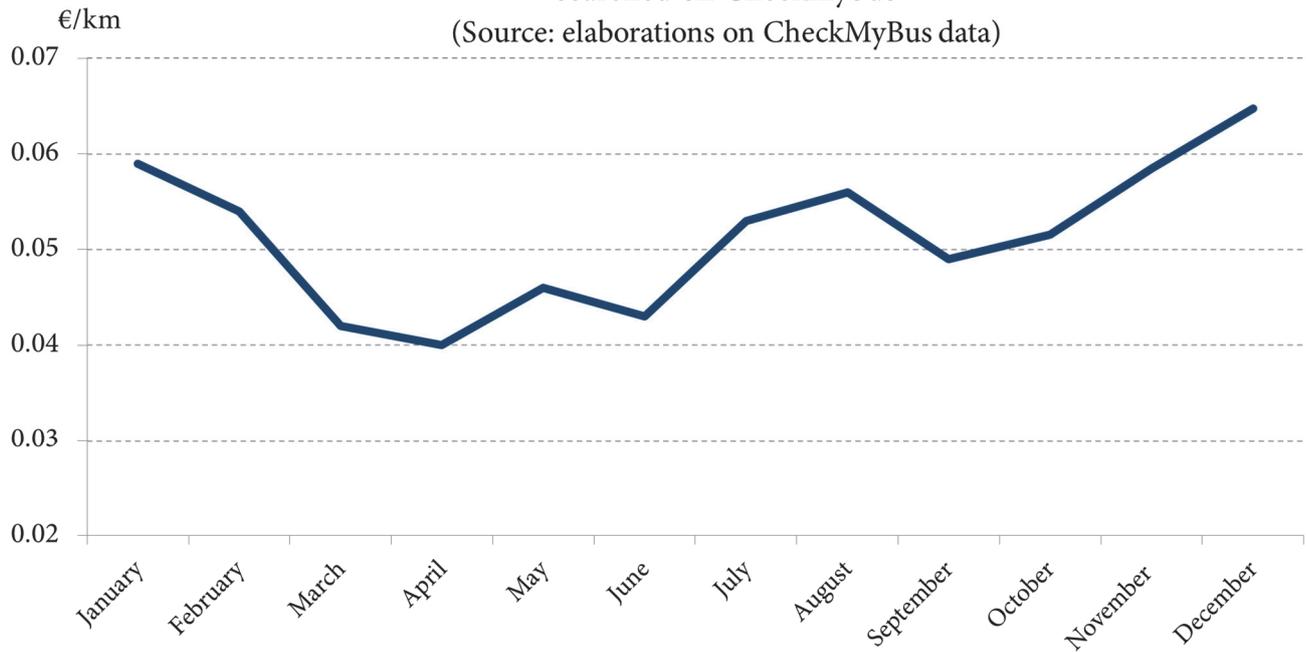
Long distance services	Average price €/km	Average weighted price €/km
I semester	0,051	0,044
II semester	0,056	0,054
1 year	0,056	0,052

Nel dettaglio, la serie presenta un **primo periodo** (gen-giu) con un andamento mensile decrescente passando da circa 6 €cent al km delle ricerche di gennaio fino a 4,3 €cent/km di giugno. Nei tre **mesi estivi** (lug-set), la serie sembra invece seguire la dinamica di crescita della domanda e presumibilmente dei *load factor*, arrivando a circa 5,6 €cent al km. Infine, il **terzo periodo** da ottobre a dicembre, mostra un recupero delle tariffe, che raggiungono la quota 0.065 €/km nel mese di dicembre.

In details, the series present a **first time span** (January to June) when prices fell from 6 €cent/km of January to 0.043 €/km of June. In the next three **Summer months** (July to September), the series appears to follow the seasonal trend of transport demand, reflecting also presumably high load factors and achieving 0.056 €/km. Finally, the **third period** from October to December, shows a recover of fares that reach 0.065 €/km in December.

Evolution of the average weighted price for long distance coach services in Italy
searched on Checkmybus

(Source: elaborations on CheckMyBus data)

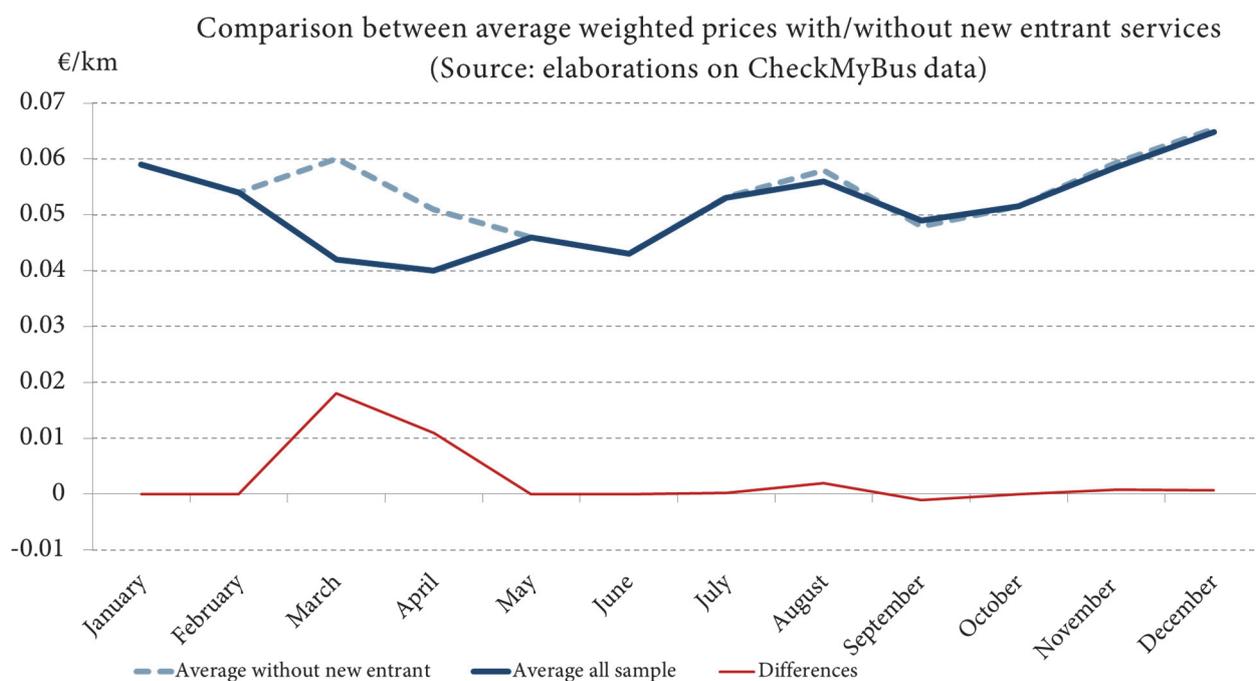


Il dato di maggior interesse è certamente la dinamica dell'ultimo trimestre. Si tratta infatti di un periodo di minore mobilità e in cui il livello di domanda non beneficia dell'affluenza estiva di turisti e che in altri mercati (es. trasporto aereo) corrisponde ad un periodo di prezzi inferiori (tipicamente nei mesi di ottobre e novembre). Invece, i prezzi sono in crescita, soprattutto sulle tratte Nord-Sud (+54,34%) e Sud-Sud (+73,9%). Aumenti, anche se minori, hanno riguardato le altre relazioni (ad esempio, Centro - Centro con un +9,85% e le Nord-Nord con un +6,58%).

Questa dinamica è influenzata da una molteplicità di fattori, ancora non valutabili singolarmente. Fra questi, tre potrebbero avere avuto un ruolo centrale: la fine della fase più aggressiva di lancio dei *new entrant*, l'uscita di Megabus e la ricerca da parte degli utenti di biglietti per il periodo natalizio (come indirettamente mostra l'alto numero di transazioni di ottobre).

The most interesting outcome is the dynamic of 4th trimester. It is a period where the number of trips are expected to be lower, since the seasonal effect is presumably terminated. The demand generated by tourists is normally weaker and prices (as in other markets such as in aviation) typically (in October and November) are supposed to be lower. On the contrary, prices recorded a consistent growth, especially on the North-South (+54,34%) and Southern (+73,9%) connections. A slight increase, regarded the other routes (e.g. Centre-Centre +9,85% and North-North +6,58%).

A number of factors that currently is impossible to appraise one-by-one influences such dynamic. Three of them could play a critical role. For instance, the end of promotional fares by the new entrants, the withdrawn of Megabus and the research of tickets for Christmas holiday (as indirectly suggested by the high number of transaction in October).



In effetti, considerando l'andamento dei prezzi al km per operatore, è possibile separare l'effetto dei prezzi del nuovo entrante nel formare l'indice di prezzo medio ponderato. Il grafico in alto, infatti, presenta tre serie:

- La serie del prezzo medio ponderato (come nel precedente grafico);
- La serie del prezzo medio ponderato, senza i prezzi e le quantità del nuovo entrante;
- La serie "differenze" (che serve ad evidenziare le maggiori variazioni tra le due medie).

Questa analisi evidenzia piuttosto chiaramente che, **da maggio, non vi sono sostanziali differenze di prezzo fra l'operatore nuovo entrante e la media del mercato.**

Ciò potrebbe essere in parte dovuto al fatto che fino all'estate il nuovo entrante ha progressivamente lanciato i propri servizi sul mercato, offrendo prezzi promozionali particolarmente favorevoli ed inferiori alla media del settore. Queste politiche di prezzo sono successivamente terminate e le due serie si sono allineate quasi perfettamente.

Actually, it is possible to find an evidence of such hypothesis investigating the details of price /km per operator.

Separating out the effect of the new entrant prices from the rest of coach operators it is possible to assess the influence on the overall prices' trend.

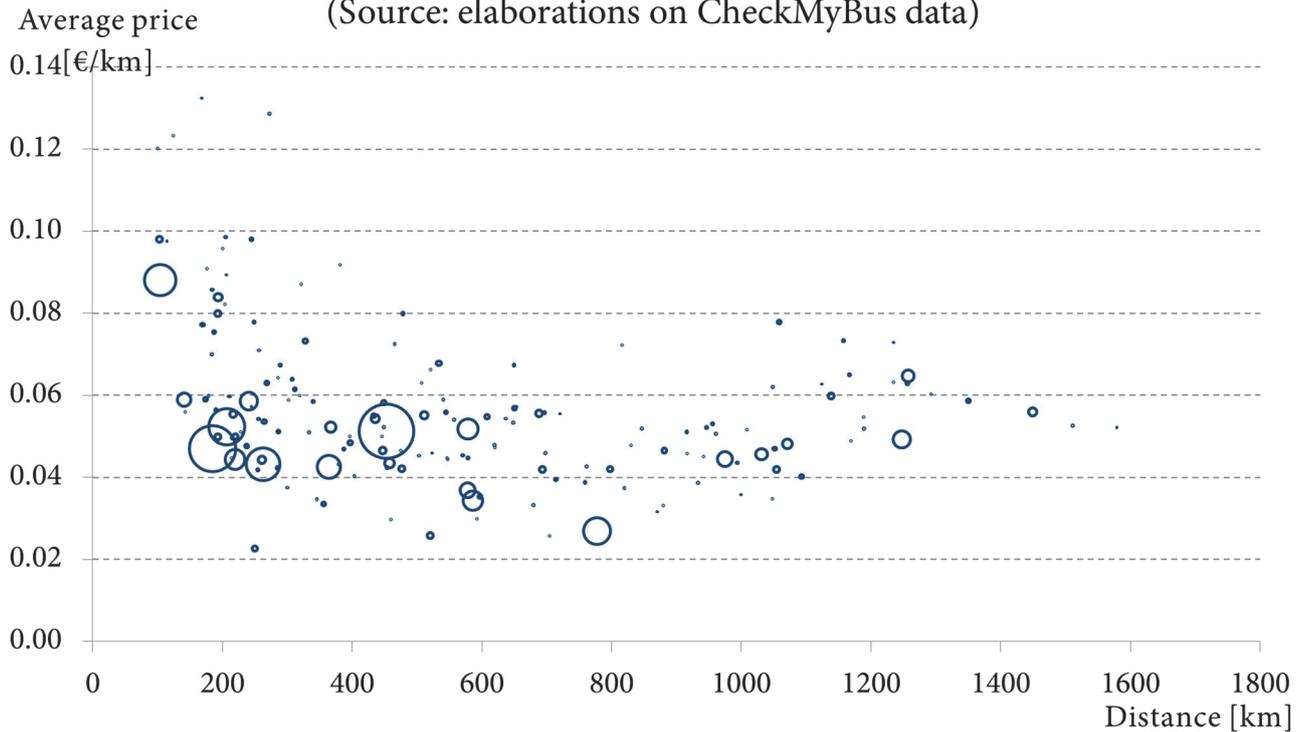
The graph in the page shows three series:

- The series of weighted average price (as in the previous)
- The series of weighted average price without new entrant prices and tickets
- The "differences" series. It highlights the major changes between the two previous series

Such analysis demonstrates clearly that **from May, there are not substantial differences between new entrant and average market prices.**

Such dynamic may be explained by the fact that before summertime the new entrant launched new services at promotional fares beyond the average market price. Such pricing policies ended in the following months, leading to the quasi-perfect overlap of the two series.

Long distance coach services in Italy (Source: elaborations on CheckMyBus data)



Ogni cerchio rappresenta una relazione origine-destinazione. La dimensione del punto dipende dal numero di biglietti ricercati sulla piattaforma checkmybus.it.

Each circle represents one origin-destination relation. The dimension of the dot depends on the number of researched tickets via checkmybus.it.

Analizzando i prezzi chilometrici medi per rotta in funzione della distanza, si vede come i prezzi medi osservati decrescono con la distanza fino alla soglia degli 800 km, con valori molto alti per le distanze sotto i 200 km. Al contrario oltre gli 800 km, i prezzi medi tornano a crescere con la distanza.

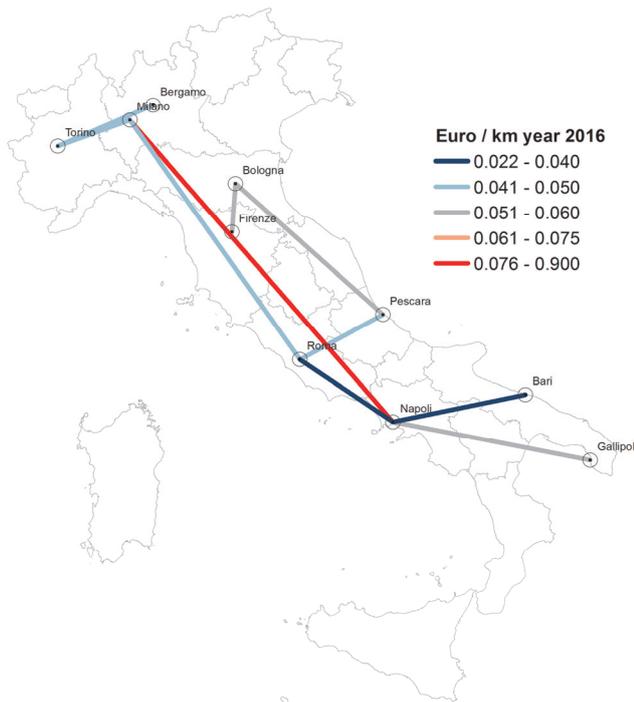
Questo determina, ad esempio, che in media le relazioni tra Centro e Centro, più brevi e frequenti, abbiano prezzi medi al km fra i più elevati in assoluto (0,065 €/km) e con una variabilità dei prezzi significativa. Al contrario, le relazioni Centro-Sud e Nord – Sud, più lunghe, registrano il prezzo medio al km annuale più basso in assoluto (0,049 €/km) con una scostamento nel tempo piuttosto contenuto (0,013 e 0,014 €/km).

We analyse the average price per km, route by route. It can be noticed how average prices decrease with distance up to 800 km. Below 200 km, prices appear as particularly high. On the contrary, on the connections longer than 800, prices tend to increase with distance.

Therefore on average, the Centre-Centre connections, shorter and more frequent, recorded the highest prices per km of the sample (0.065 €/km) with a significant aptitude to vary. The Centre-South and the North-South connections scored the lowest average price/km (0.049 €/km) with a very small variance.

Infine, la mappa rappresenta le prime dieci relazioni di lunga percorrenza in termini di biglietti ricercati su checkmybus.it e il loro prezzo medio.

Nella *top-ten* sono presenti linee appartenenti sia al mercato “storico” come la Napoli - Gallipoli sia linee che sono il risultato della liberalizzazione, come la Milano - Roma, la Firenze - Bologna o la Torino - Bergamo. I dati annuali dimostrano che, se nel primo semestre le nuove linee risultavano **più economiche** rispetto alle linee storiche, adesso la tendenza sembra meno netta. Fra le rotte più costose (rispetto alla media), si fanno notare alcune delle rotte in cui la competizione intermodale dovrebbe invece produrre un contenimento di prezzi, come Firenze- Bologna (0,088 €/km) e Torino - Milano (0,059 €/km). Si tratta di rotte brevi, ma è ipotizzabile anche una sorta di “effetto di trascinamento” dei prezzi da parte del treno, con molta domanda e più costoso.



The map represents the top-ten long distance routes in terms of researched tickets on checkmybus.it and their average price.

In the top-ten there are “historical” lines, such as Napoli - Gallipoli, but also routes that are a consequence of the liberalization process, like the Milano - Roma, Firenze- Bologna, Torino - Bergamo.

In the first semester, the routes belonging to the “new markets” were among the cheapest. Unsurprisingly, the annual data demonstrates that this trend slowed down leading to prices similar to those of the historical market.

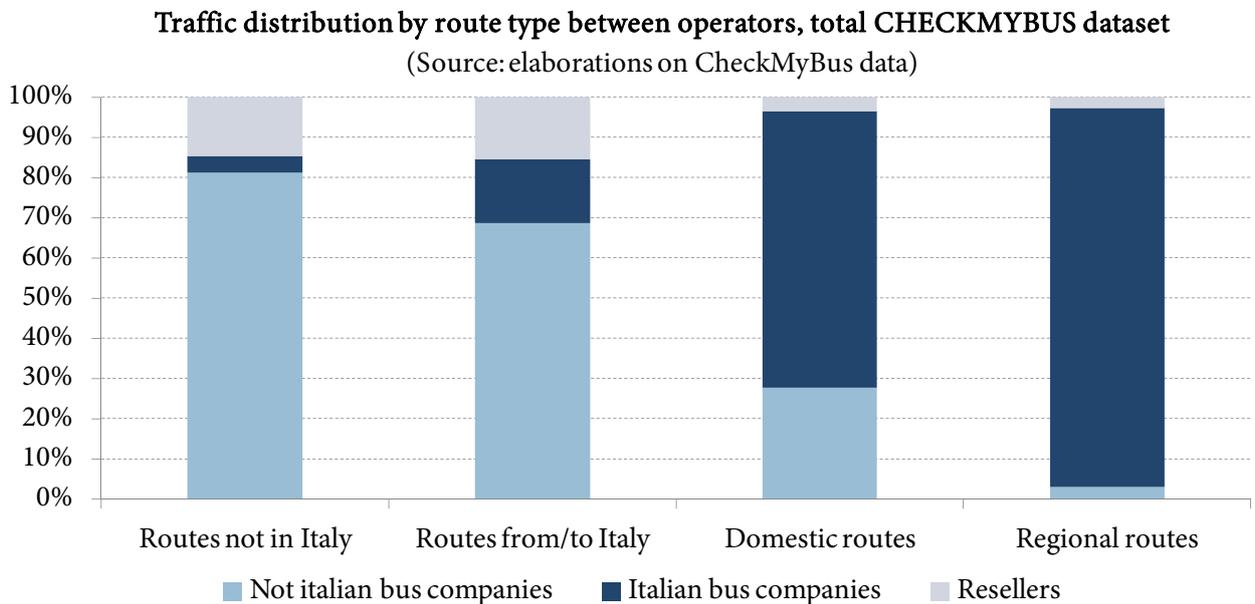
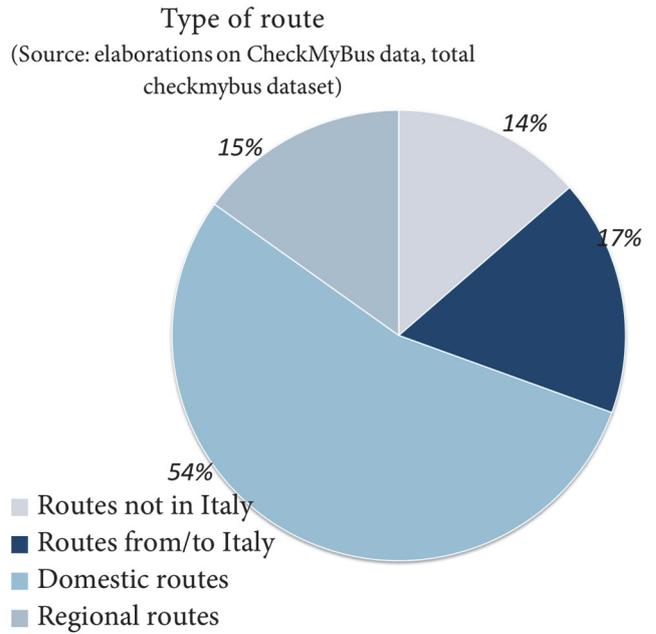
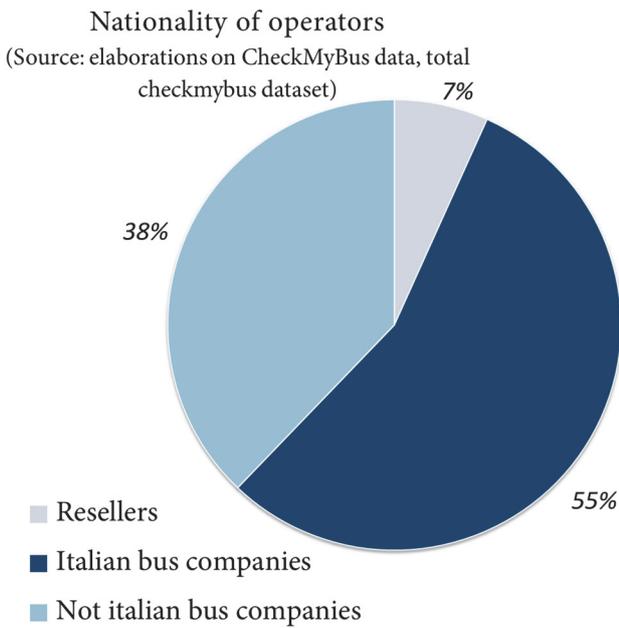
The annual data shows how among the most expensive connections (with respect to the average) there are those that are expected to produce the lower prices due to intermodal competition such as Firenze-Bologna 0.088 €/km and Torino-Milano (0.059 €/km). Both of them are short distance connections whose prices are likely to be influenced by higher train fares and high level of demand.

Checkmybus.it include non solo operatori di lunga percorrenza ma anche quelli che forniscono servizi locali o aeroportuali. In termini di biglietti ricercati sulla piattaforma non vi sono differenze significative tra i nuovi entranti e gli storici operatori italiani. Ciò rappresenta un importante risultato della liberalizzazione che ha spinto le aziende storiche ad aderire ad **innovativi canali commerciali per catturare nuova domanda** oltre alla **clientela storica** che già conosce e usa i canali tradizionali (biglietterie o agenzie di viaggio) per l'acquisto dei biglietti. L'adesione alle piattaforme di ricerca e confronto dei servizi, nel medio - lungo termine costituisce un elemento importante per la crescita dell'utenza (per esempio i turisti) che ha così uno strumento utile per scegliere il tipo di servizio più adatto in un contesto di generale aumento dell'offerta.

Allo stesso tempo, è possibile analizzare i segmenti di mercato in cui checkmybus.it risulta più presente. **Le rotte domestiche dominano sul totale di click generati** dalla piattaforma probabilmente in conseguenza della nuova offerta di servizi dovuta alla liberalizzazione che ha spinto i clienti ad utilizzare i meta-motori per conoscere i servizi disponibili. Anche le rotte fuori dall'Italia sono vendute in maniera rilevante attraverso la piattaforma italiana grazie all'app che consente l'utilizzo del servizio per qualsiasi viaggio.

Checkmybus.it includes both long distance operators and those providing local or airport services. The amount of researched tickets is relatively similar between foreign newcomers and Italian companies. This represents an important result of the liberalization that has pushed legacy Italian companies to join **innovative commercial channels to attract new passengers** in addition to their historical **customer base**, which already knows and uses traditional commercial channels (ticket offices or travel agencies). Joining these meta-engines for searching and for comparing the services, in the medium – long term represents an important element to increase the demand (for example the tourists) which can thus enjoy an useful tool to choose the best service in a context with an increasing level of supply.

At the same time, we can analyse the segments of the market in which checkmybus.it is more present. **Domestic routes dominate the total traffic generated** by the platform, probably because of the new supply resulting from the liberalization, which has pushed customers to use meta-search engines to know the available services. Also routes outside Italy are massively sold via the Italian platform, thanks to the app which allows using the service for any trip.



Il dato annuale della distribuzione dei biglietti ricercati su checkmybus.it tra aziende italiane e straniere evidenzia il ruolo primario delle prime sulle rotte domestiche. Le aziende italiane hanno avuto una lieve crescita di presenza sulla piattaforma nel secondo semestre, superando il 50%. Diversamente, le aziende straniere dominano il mercato da/per l'Italia e quello tra nazioni estere. Si segnala una crescita lieve anche dei resellers negli ultimi tre mesi del 2016.

The distribution of researched tickets via checkmybus.it between Italian and foreign companies evidences the dominant role of the former on domestic routes. Italian companies have increased their offer on Checkmybus.it in the second semester, gaining more than 50% of the researches. Differently, non-Italian companies dominate the market from/to Italy and the services outside the country. Interesting to note, the slight increase of resellers in final three months of 2016. .

6 METODOLOGIA | *METHODOLOGY*

Le elaborazioni presentate in questo documento sono state sviluppate a partire dal **database mensile** fornito da checkmybus.it. Il dato si riferisce ai “click” (biglietti ricercati) effettuati sul motore di ricerca checkmybus.it ogni mese e reindirizzati verso i siti dei singoli operatori che forniscono il servizio. Comunemente al click corrisponde un acquisto. Nel dettaglio il database contiene:

- Nome della rotta tra città e città
- Operatori attivi sulla rotta
- Numero di biglietti ricercati attraverso checkmybus.it per rotta, nel mese
- Prezzo medio, per rotta o operatore

The elaborations presented in this document have been developed starting from the **monthly database** provided by checkmybus.it. The data refer to the “clicks” (researched tickets) made on the website checkmybus.it every month, which are then redirected towards the website of the single operators serving the route. Usually the process ends with the purchase of the ticket. In detail, the database includes:

- City to city route name
- Operators serving the route
- Number of researched ticket on checkmybus.com per route, per month
- Average price paid, per route and company

Product	Operator	Quantity	Total revenues	Average price	Month	Year
Venice – Istanbul	OrientExpress	100	8000,00	80,00	3	2016

A partire da questi dati è stato costruito un ulteriore database contenente altri attributi tali da consentire differenti analisi. In particolare, ad ogni record nel database sono state attribuite informazioni su:

- Codice ISTAT delle città di origine e destinazione
- Nome delle regioni di origine e destinazione
Area del paese tra cui viene offerto il servizio (es. Nord – Sud, Nord – Nord, etc.)
- Individuazione dei servizi aeroportuali
- Tipi di servizi (cioè rotte fuori dall’Italia, rotte da/per l’Italia, rotte domestiche, rotte regionali)
- Distanze tra città (costruito a partire dalla matrice delle distanze tra comuni fornita dall’ISTAT)
- Prezzo al chilometro per ogni rotta
- Tipi di operatori suddivisi tra aziende non italiane, aziende italiane e piattaforme di rivendita di biglietti.

Starting from these data, we built another database containing other attributes that allows different analysis. In particular, each record in the database has information on:

- Zip code of the origin and destinations cities
- Name of the origin and destination regions
- Areas of the country among which the service is provided (i.e. North – South, North – North, etc.)
- Identification of airport services
- Types of services (namely routes not in Italy, routes from/to Italy, domestic routes, regional routes)
- Distance between cities (built from the matrix of distances among municipalities provided by the Italian National Institute of Statistics)
- Price per km for each route
- Typology of operators divided between non-Italian bus companies, Italian bus companies or reseller

7 CONCLUSIONI | FINAL REMARKS

Questo rapporto, preparato in collaborazione con www.checkmybus.it, raccoglie e analizza l'**andamento del mercato degli autobus di lunga percorrenza in Italia nel 2016**. Il rapporto è basato sul campione di prezzi raccolti dalla piattaforma di vendita e descrive il **profilo degli utenti** delle autolinee, i **prezzi praticati**, il **livello di concentrazione del mercato**, le **rotte domestiche principali**.

Ad un anno dall'avvio del monitoraggio è possibile tracciare un primo quadro, sebbene provvisorio. Il primo semestre 2016 si è caratterizzato per la dinamicità del mercato con l'apertura di nuove rotte, l'entrata di operatori e l'affermarsi di nuove logiche commerciali e di marketing. Il secondo semestre del 2016 mostra alcuni segnali verso una possibile stabilizzazione e consolidamento del mercato, pur ancora in espansione. Questa dinamica appare estremamente rapida, ma l'esperienza di Francia e Germania hanno già mostrato come in pochissimi anni il panorama del mercato possa cambiare fisionomia in termini di aziende e quote di mercato.

In sintesi, è possibile evidenziare alcuni dati:

- ✓ Nel primo anno, il numero di transazioni registrate è **umentato di oltre 8 volte**. Questo fenomeno è dovuto sia ad un effetto stagionale, che all'espansione del mercato, che ad una maggiore penetrazione della piattaforma Checkmybus.it fino alle relazioni Sud-Sud dove risultava meno utilizzata. Questa crescita è avvenuta in maniera differenziata tra le diverse aree del Paese, con una maggior crescita fra le relazioni storiche Nord-Sud e una acquisita vitalità nelle relazioni Centro-Nord e Centro-Sud.
- ✓ Si conferma la consistenza del nuovo mercato del Nord Italia, il cui indice, nel II semestre risulta in linea con il dato nazionale. Tra le rotte più cercate, su base annuale, la Torino-Bergamo, una tipica relazione tra due centri forti a media distanza, ma priva di collegamenti ferroviari diretti.
- ✓ Milano e Roma sono i due poli che disegnano la cartina delle ricerche a livello nazionale. Le due metropoli sono origine e destinazione del maggior numero di ricerche su Checkmybus.it
- ✓ Il livello di concentrazione del mercato, su base annuale, si presenta relativamente omogeneo. Una maggiore disponibilità di dati offre uno spaccato più dettagliato delle relazioni interne al sud che, su base annuale, appaiono in linea con il livello nazionale.
- ✓ L'**indice dei prezzi calcolato su tutto il campione è di 0.056 €/km** sull'anno, con una **tendenza all'aumento** (la media registrata nel primo semestre è stata 0,051 €/km). In particolare la dinamica di crescita dei prezzi si è manifestata nell'ultimo trimestre del 2016, addirittura più alta del periodo estivo.
- ✓ L'analisi dell'indice dei prezzi medi nazionali con e senza il nuovo entrante suggerisce che, con i mesi estivi, **l'offerta da parte del *new entrant* di tariffe promozionali inferiori a quelle medie del mercato è terminata**.
- ✓ Nel complesso, il dato annuale mostra che i biglietti ricercati su Checkmybus.it sono per la maggior parte di compagnie italiane.

This report, prepared in collaboration with Checkmybus.it, summarizes and analyses the market trend of **the long-distance coach market in Italy in 2016**. The report is based on the sample of prices collected by the meta-engine platform

and describes the **profile of the users** of these services, the **prices**, the **level of market concentration**, and the **main domestic routes**.

Thanks to about one full year of monitoring, it is possible to draw a preliminary overview, to be confirmed. A lively market characterized the first semester 2016, with the opening of new routes, the entry of operators and the emergence of new business logic and marketing. The second semester of 2016 showed a trend towards a possible stabilization of the market even though not steady.

Such trend appears dramatically quick, however the previous experience of France and Germany demonstrated that in a few year span the market panorama could change in terms of companies and market shares.

In summary, it is possible to highlight some figures for the first six months of analysis:

- ✓ In the first year, the number of transactions on the website **increased by more than 8 times**. This indicates either a seasonal effect, an expansion of the overall market and an increasing penetration of Checkmybus.it. This is particularly clear on the connection within Southern Italy. The growth took place in different ways between the areas of the country, with a relevant expansion on North-South connections and a recover of Centre-North and Centre-South.
- ✓ The greenfield market of Norther Italy confirmed as important. Its index is, in the II semester, already in line with the national data. Among the most searched routes in Italy, the Torino-Bergamo: a typical relation between two important centres at middle distance, but without a direct rail link.
- ✓ Milan and Rome are the two poles that determine the map of researches at nationwide level. The two metropolis are the main origin and destination in terms of researched tickets on Checkmybus.it;
- ✓ Annual data on researched tickets shows a homogenous level of market concentration between types of relationships. A wider dataset offered a more detailed and enhanced view of the Southern connections that do not divert from national level;
- ✓ **The price index calculated on the whole sample is 0,056 €/km** yearly, with a **clear growing trend** (it was 0.051 €/km in the first semester). In particular, in the last trimester 2016, the price increase appears even stronger than in the summertime.
- ✓ **The analysis of the average national index prices with or without the new entrant suggests that starting from the summertime the promotional fares (below the market level) of the new entrant ceased.**
- ✓ Overall, the annual statistics on researched tickets show that on Checkmybus.it Italian companies prevail in the researches.