FlixBus primo operatore nel 2016. Con 3.000 agenzie partner

Diventare il **primo operatore** di autolinee in Italia, con una rete di 100 città e 10.000 collegamenti al giorno. Gli obiettivi di **FlixBus** per il **2016** sono ambiziosi ma sembrano realistici cavalcando quella che **Andrea Incondi**, managing director di FlixBus Italia, definisce “la più grande crescita mai registrata dal settore”.

Nato in Germania nel 2013, sbarcato in Italia sei mesi fa (la prima linea è stata inaugurata a luglio), FlixBus è l’operatore di servizi **autobus a lunga percorrenza** che ha già trasportato nel nostro Paese **200.000 passeggeri**. “Quello che abbiamo fatto – sottolinea Incondi - è stato rispondere al bisogno di mobilità alternativa dell’Italia. Fare rete, creare un marchio riconoscibile e offrire un’alternativa di viaggio accessibile e affidabile: con questi elementi siamo stati in grado di entrare in un mercato che presentava un’offerta frammentaria e di farlo con un modello sostenibile”. Il tutto, ovviamente, dopo la piena **liberalizzazione del settore, avvenuta alla fine del 2014**.

L’offerta di FlixBus Italia cresce oggi, come annunciato nel corso di una conferenza stampa a Milano, con il lancio di **150 nuovi collegamenti al giorno** (per l’occasione proposti a partire da 1 euro in Italia e da 9 in Europa), frutto di 2 nuove linee internazionali dirette verso la Francia e di 4 tutte italiane.

Tra gli obiettivi del 2016 anche un forte sviluppo nella distribuzione: oggi solo il 15% dei biglietti FlixBus viene acquistato in agenzia, ma le cose a breve potrebbero essere molto diverse. “Le agenzie rappresentano un canale distributivo importante, soprattutto nel Centro–Sud – dice ancora Incondi -. Per questo abbiamo deciso di dedicare alla sua sviluppo un team ad hoc, con l’obiettivo di **passare dalle attuali 400 agenzie partner a quota 3.000** entro la fine dell’anno”.

Ma, siccome come sottolinea Incondi “oggi non ci può essere business senza **sostenibilità**”, insieme ai piani di sviluppo del prodotto e di commercializzazione arrivano quelli di tutela dell’ambiente, con il lancio della prima **Green Week**, che si terrà dall’1 al 7 febbraio e che vedrà la start-up impegnata a compensare le emissioni di CO_2 prodotte da ogni viaggio finanziando progetti certificati di tutela del clima.