

In occasione dell'Assemblea del Gruppo Autobus ANFIA, tenutasi a Torino lo scorso 18 luglio, Claudio Modelli, Direttore Commerciale di Bredamenarinibus, è stato eletto alla Presidenza del Gruppo, mentre la Vice Presidenza è stata affidata a Giuseppe Lepore, Consigliere d'amministrazione di Rampini. Entrambe le cariche hanno validità triennale.

“Il mio primo impegno in qualità di Presidente, incarico che sono lieto di ricevere - ha dichiarato Claudio Modelli - sarà quello di proseguire e rafforzare ulteriormente i rapporti di collaborazione con le altre associazioni di settore, come ASSTRA - Associazione Nazionale Trasporti, che riunisce a livello nazionale le aziende di trasporto pubblico locale, sia di proprietà degli enti locali che private, e ANAV - Associazione Nazionale Autotrasporto Viaggiatori che, nell'ambito del sistema confindustriale, rappresenta tutte le imprese di trasporto passeggeri con autobus. Insieme, infatti - prosegue Modelli - possiamo rendere più incisivo il nostro ruolo di rappresentanza di un comparto che necessita di un serio piano di rilancio, in linea con gli obiettivi di rinnovo del parco veicolare pubblico e di miglioramento degli standard di qualità del trasporto pubblico locale. Oggi, il raggiungimento di questi obiettivi è ostacolato dall'indisponibilità di investimenti pubblici e dalle difficoltà di gestione finanziaria delle aziende di trasporto pubblico locale, a causa dei ritardi nei pagamenti.

Si pensi che l'anzianità media degli autobus urbani è passata da 7,9 anni nel 2006 a 9,2 anni nel 2011 e, nello stesso anno, solo il 19,6% dei mezzi in dotazione alle aziende di TPL ha livelli di emissioni Euro 4 (o superiori), mentre il 18% del parco è ancora Euro 1 o precedente, e la maggioranza dei bus in servizio (62,4%) ha emissioni Euro 2 ed Euro 3.

Tutto questo, paradossalmente, avviene in un Paese che vanta, a livello industriale, una gamma di autobus tecnologicamente all'avanguardia e ai massimi livelli qualitativi in ambito internazionale: un alto potenziale produttivo destinato a rimanere inespresso senza un'adeguata risposta di mercato”.