



**POLITECNICO**  
MILANO 1863

DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA  
E STUDI URBANI

LABORATORIO DI POLITICA DEI TRASPORTI  
**TRASPOL**  
RESEARCH CENTRE ON TRANSPORT POLICY

TRASPOL report 1/18

# RAPPORTO SUL MERCATO DELLE AUTOLINEE A LUNGA PERCORRENZA IN ITALIA | ANNO - 2017

## ITALIAN LONG-DISTANCE COACH TRANSPORT MARKET REPORT | YEAR 2017



In collaboration with:

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

Anno 2017 / year 2017

*Autori:* Paolo Beria, Dario Nistri

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. (2018). *Rapporto sul Mercato delle Autolinee a Lunga Percorrenza in Italia / Year 2017*. TRASPOL Report 1/18 & Checkmybus. Milano, Italy.

Photo by Scott Webb on Unsplash

## SOMMARIO

1	Introduzione   <i>Introduction</i> .....	4
2	FACTS & FIGURES .....	6
3	Overview.....	7
4	Gli utenti dei bus di lunga percorrenza   <i>Long distance coach users</i> .....	9
5	Andamento del mercato   <i>Market trends</i> .....	11
6	La lunghezza del viaggio   <i>Trip Length</i> .....	17
7	La Concorrenza   <i>Competition</i> .....	19
8	Indice dei prezzi   <i>Price index</i> .....	21
9	Metodologia   <i>Methodology</i> .....	26
10	Conclusioni   <i>Final remarks</i> .....	28

# 1 INTRODUZIONE | INTRODUCTION

Questo rapporto, preparato in collaborazione con [Checkmybus.it](http://Checkmybus.it), è la quarta uscita di **una serie di studi semestrali sull'andamento del mercato degli autobus di lunga percorrenza in Italia**. Il rapporto è dedicato al monitoraggio dell'evoluzione del settore fino al secondo 2017 con un particolare focus sui prezzi.

Il rapporto è disponibile gratuitamente su [www.traspol.polimi.it](http://www.traspol.polimi.it) e su [www.checkmybus.it](http://www.checkmybus.it) ed è basato sul campione di dati raccolti dalla piattaforma di vendita Checkmybus.it da gennaio 2016 a dicembre 2017. 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.*

## 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.\*](#)

- RAPPORTO SUL MERCATO DELLE AUTOLINEE A LUNGA PERCORRENZA IN ITALIA.

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

[Beria P., Nistri D., Laurino A. \(2017\). \*Italian Long-Distance Coach Transport Market. Report full year 2016.\*](#)

- INTERCITY COACH LIBERALISATION. THE CASES OF GERMANY AND ITALY

[Grimaldi R., Augustin K., Beria P. \(2017\). \*Intercity coach liberalisation. The cases of Germany and Italy. Transportation Research Procedia, 25, 474-490.\*](#)

This report, prepared in collaboration with Checkmybus.it, is the fourth of a biannual series of studies on the long-distance coach market trends in Italy. The current issue summarizes 2017 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.

The report is available for free at [www.traspol.polimi.it](http://www.traspol.polimi.it) and [www.checkmybus.it](http://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.*

## **Aggiornamento metodologico**

Con questa edizione del report, sono state introdotte alcune novità per quanto riguarda la metodologia e le elaborazioni presentate.

Nei precedenti report, al fine di definire il campione, il dato è stato filtrato secondo una “soglia” mensile minima di biglietti ricercati per rotta. A partire dal presente report, invece, il valore “soglia” per il filtro è stato impostato a livello semestrale al fine di garantire una relativa stabilità delle rotte incluse nel campione alla base delle elaborazioni dello studio.

Sulla base di questa nuova versione del campione, sono stati ricalcolati gli indicatori presentati nei precedenti report. A campione modificato, tuttavia, il quadro del mercato non ha mostrato variazioni significative (salvo alcune eccezioni debitamente segnalate e motivate), come emerge anche dai prossimi paragrafi.

## **Methodology update**

The current report introduces two major changes. On one side we adapted the methodology, on the other we included new elaborations and the results.

First, in the previous reports, we set up a filter accordingly to monthly statistics of routes. In other words, we selected a sample including “at least” a *proper* number of tickets researched on a monthly basis.

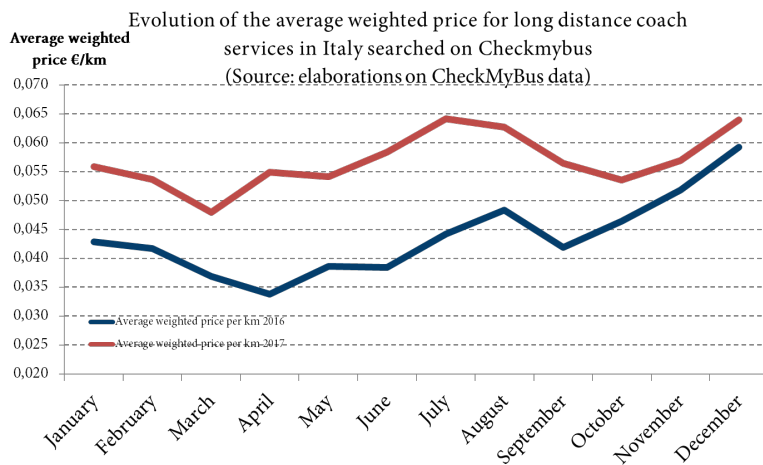
In order to increase the stability of the sample, starting with the current report, the sample of routes has been extracted setting up a filter on biannual basis (“at least a *proper* number of tickets during this semester).

According to the methodology update, we have elaborated our indexes also for the previous semesters. We found out that (except for punctual changes) there are not significant variation to the panorama depicted from our previous reports.

Secondly, the new releases of this document include:

## 2 FACTS & FIGURES

### Indice dei Prezzi | Price Index



**Variazione media pesata / Average Weighted Price Change**

**+8,6%\***

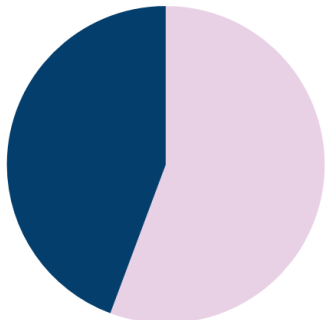
Rispetto al semestre precedente / With respect to the previous semester

**+20,2%\***

Rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente / With respect to the same semester in the previous year

### Profilo degli utente tipo User profile

Maschio / femmina



### Viaggi ricercati per origine e destinazione

Researched tickets per origins and destinations



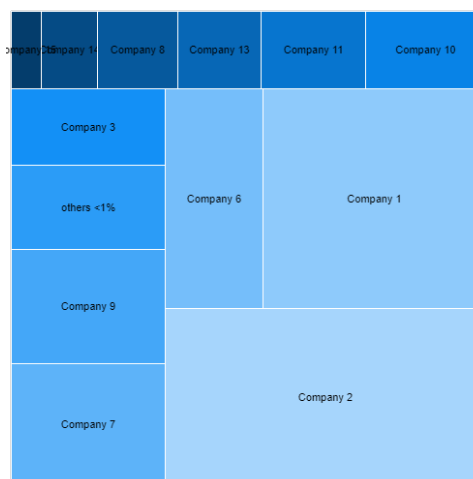
### Top 10 città origine e destinazione (Checkmybus 2017)

Top10 cities origins and destinations

Rank	Top Domestic origins 2017 - II	Top domestic destinations 2017 -II
1°	Roma	Milano
2°	Milano	Napoli
3°	Napoli	Bologna
4°	Bologna	Lamezia Terme
5°	Bari	Firenze
6°	Lamezia Terme	Villa San Giovanni
7°	Firenze	Catania
8°	Torino	Bari
9°	Pescara	Pescara
10°	Catania	Torino

### Share compagnia (Checkmybus 2017)

Sample Company Share



### 3 OVERVIEW

#### **Il quadro complessivo: due anni di monitoraggio | *The overall picture: two years of monitoring***

Come è ormai noto<sup>1</sup>, l'apertura del mercato *della lunga percorrenza su gomma* del 2014 si è rapidamente tradotta in nuove relazioni servite e/o nell'aumento delle frequenze settimanali, 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. Già 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. Nei primi mesi del 2017, il mercato cambia ancora: Ferrovie dello Stato, compagnia ferroviaria statale dominante, analogamente a quanto accaduto in altri paesi (Germania, Francia, Austria), ha avviato la propria compagnia di trasporto passeggeri di lunga percorrenza, Busitalia Fast, fondendosi con l'operatore storico calabrese SIMET. I dati di **due anni** di osservazione dei prezzi (raccolti grazie alla piattaforma *Checkmybus.it*) offrono l'immagine di un settore che sta facendosi apprezzare e conoscere dall'utenza, ma che dalla parte dell'offerta risulta ancora in evoluzione. La conferma di questa dinamica è data, al di là delle variazioni stagionali, dalla complessiva tendenza all'aumento del *prezzo medio pesato al km* (da 0,038 a 0,058 Euro al km), segno della crescita della domanda e della fine della fase commerciale più aggressiva. Da segnalare, infine, che il livello di penetrazione del mercato della piattaforma *Checkmybus.it* è sempre più consistente, garantendo al dato utilizzato nel presente rapporto una solidità sempre maggiore.

As it is widely known, 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. During the first semester of 2017, the market has changed again. Similarly to what we have seen in other European countries (Germany, France, Austria), FS Italiane (the state-owned rail company) established a new company, Busitalia Fast-SIMET, a long distance coach passenger service provider. The new company originates from a merger between Busitalia and SIMET, a historic southern-Italy coach operator. After two years of price monitoring, based on Checkmybus datasets, the sector proved to be appreciated by an increasing number of users although the supply side it is still evolving. Such view is supported by a significant *average weighted price* growth over the two years (from 0,038 to 0,058 euro/km ). Those figures indicate that there is an increase in patronage and mark the end of the discounted and promotional fares.

Finally, it is important to note the improved market penetration of Checkmybus that offers a solid background for the analysis of the current Report.

#### **Il secondo semestre 2017 | *The II semester 2017***

L'elaborazione del dato del secondo semestre 2017 conferma la tendenza (già presente nel primo semestre) di un significativo aumento dei prezzi dei servizi di lunga percorrenza rispetto all'anno precedente. In termini di *prezzo medio pesato al km* si registra un aumento dell'ordine del 20% rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente. Nell'arco del semestre, l'aumento il *prezzo medio al km* risulta più marcato nei mesi estivi e meno pronunciato a partire dai mesi di ottobre/novembre. I valori massimi corrispondono al mese di luglio (0,064 Euro al km), mentre il minimo (0,053 Euro al km) è stato toccato nel mese di ottobre. L'andamento della curva

---

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

dei prezzi conferma la sensibilità “stagionale” dei prezzi al livello di domanda registrato dalla piattaforma *Checkmybus.it*.

Complessivamente il *dato semestrale* presenta un elevato tasso di variabilità interna, totalizzando un *coefficiente di variazione* di 51,83%. In sostanza *i prezzi rilevati* sono molto dispersi relativamente alla propria media.

In termini di direttrici, gli spostamenti prevalenti sono quelli che si volgono tra Centro e Sud e tra Centro e Centro. Le ragioni di di natura “storica” di questa preminenza, che continua grazie alla vitalità del mercato interno al Sud Italia, sono da ricercarsi anche nella scarsa accessibilità ferroviaria per gli spostamenti interni al Centro.

The data of the second semester 2017 shows that the first semester’s trend still holds. A significant increase in prices of long distance coach services is registered by the search engine *Checkmybus.it*, up to 20% with respect to the same semester of the previous year. In particular, the *average weighted price per km* growth is stronger during summertime and weaker in autumn. The maximum price was recorded on July (0.064 euro/km) and the minimum (0.053 euro/km) in October. The price curve demonstrates a seasonal trend that appears to be influenced by the demand index. Overall, the current semester dataset shows a high variability rate, with a coefficient of 51.83%. In other words, prices included in the sample are quite dispersed with respect to the average.

Geographically, trips between Centre and Nord and within Central regions are prevalent. Very likely, on one side the southern Italy historical market is still lively, while on the other side the railway connections within central regions in Italy are an historic issue.



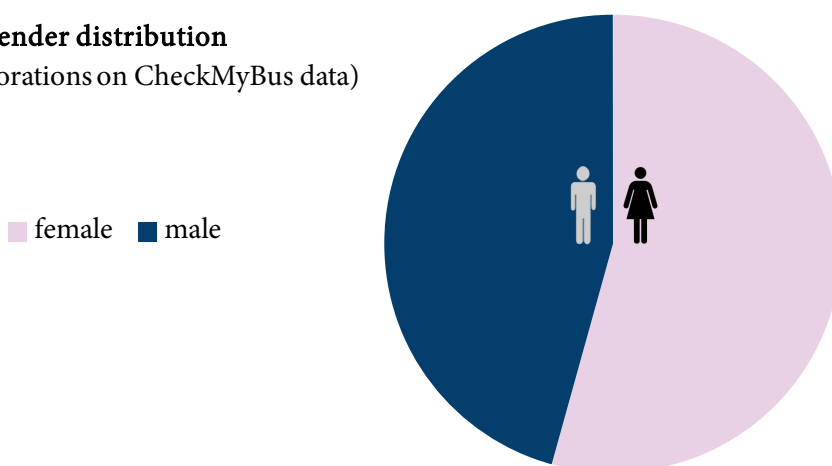
## 4 GLI UTENTI DEI BUS DI LUNGA PERCORRENZA | LONG DISTANCE COACH USERS

Il dato del secondo semestre 2017 conferma il dato annuale 2016 e del primo semestre 2017: la ripartizione del campione per genere già osservata vede la componente femminile prevalere leggermente con il 56% del campione osservato. Questo dimostra come l'autobus sia considerato un mezzo **sicuro e affidabile**.

Among 2017's second semester 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.

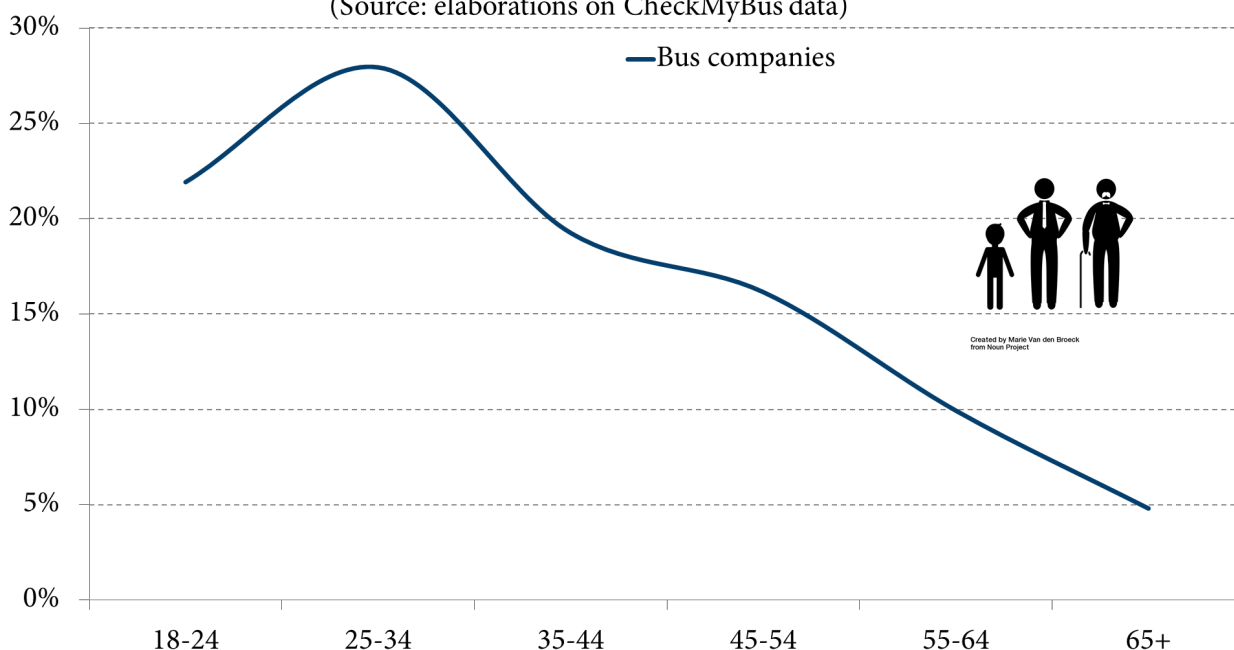
### Gender distribution

(Source: elaborations on CheckMyBus data)



### Distribution by age

(Source: elaborations on CheckMyBus data)



I giovani si confermano (con minime variazioni rispetto al passato semestre) i principali utenti dei servizi di lunga percorrenza con autobus. Metà degli utenti di Checkmybus.it, più abituati alle *app* e ai sistemi di

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

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**.

transport is a mode for everybody because guarantees a cheap and comfortable trip, from **door to door**, even with many **luggage**.

In termini di biglietti ricercati, continua la crescita del settore: rispetto al 2016, nel 2017 risultano più evidenti i picchi dei periodi vacanzieri sia in primavera, sia nella stagione estiva.

*Nel secondo semestre 2017*, il numero di biglietti ricercati in valore assoluto (riferiti ai soli servizi di lunga percorrenza in tutta Italia) si è mantenuto di gran lunga al di sopra dei valori di inizio 2016, raggiungendo ad agosto **le 16 volte** le quantità di gennaio 2016, quando molte compagnie non erano ancora presenti e la piattaforma stessa era meno nota.

Nella pagina successiva (Grafico 1), si può notare come i mesi con più ricerche nel secondo semestre 2017 sono luglio, agosto e dicembre. Si tratta di mesi in cui la domanda è spinta dal turismo estivo<sup>2</sup> e delle vacanze natalizie. Il secondo semestre 2017 presenta dunque un andamento tipico, analogamente a quanto accade in altri settori della lunga percorrenza (aereo e ferroviario), al contrario del secondo semestre 2016 che aveva in ottobre raggiungere il picco annuale.

Il Grafico 2 illustra la “direzione” dei viaggi: a sinistra sono rappresentate le aree di *origine* e a destra le aree di *destinazione*. Gli spostamenti fra *centro e centro* sono fra i più consistenti, mentre emerge una prevalenza degli spostamenti *dal centro verso il sud* piuttosto che l'inverso. Analogamente sembrano più forti gli spostamenti *sud-nord* piuttosto che i *nord-sud*.

Questa distribuzione può essere spiegabile attraverso una molteplicità di fattori, fra questi l'accessibilità ferroviaria. In prima analisi si ha conferma che le relazioni più forti si individuano dove l'accessibilità ferroviaria è minore. Il grafico dei flussi, però, suggerisce che l'autobus a lunga percorrenza sembra offrire una miglior prova dove l'accessibilità ferroviaria è minore nell'*origine* dello spostamento.

The number of researched tickets in 2017 showed that the long distance coach market was still lively. In particular, with respect to the previous year, springtime and summertime peaks were more sharpen.

During the *2017 second semester*, the number of researched tickets (only long distance coach services) was **16 times higher** than January 2016, when several companies did not offer their ticket on *Checkmybus.it*.

In the next page (graph 1), we notice that 2017 second semester peaks were in July, August and December. Those months are characterized by summertime and winter holidays, resulting in the index to reach the expected peaks for long distance services similarly to aviation and rail services.

The graph 2 shows the *direction* of the researched tickets categorized per *macroareas*. (Center, North, South) on right hand side there are origins, on the left hand side destinations.

First of all, we observe that number of researched tickets from *center to center* is the most relevant in the sample. Trips from *center to south* have a greater share than the other way around. Similarly, there are more tickets researched from *south to north* rather than *north to south*.

That phenomenon may be explained through a variety of factors. Among them rail service accessibility. First of all, we notice that strongest relationships between macroareas are those where the rail service accessibility is poorer. In particular, the graph of flows show that *long distance coach services* are more competitive where rail service accessibility is poor at the origin of the trip. We can infer that the travellers, once boarded, they would prefer a longer trip, rather facing an interchange stop with a *faster* means of transport (eg. High Speed

<sup>2</sup> E' utile ricordare che questa dinamica deriva sostanzialmente da tre fattori: la stagionalità, l'effettiva crescita della domanda, ma anche l'aumento della penetrazione nel mercato della piattaforma. Questo indicatore non è dunque da intendersi, in questa fase iniziale, come una misura assoluta della crescita del mercato.

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

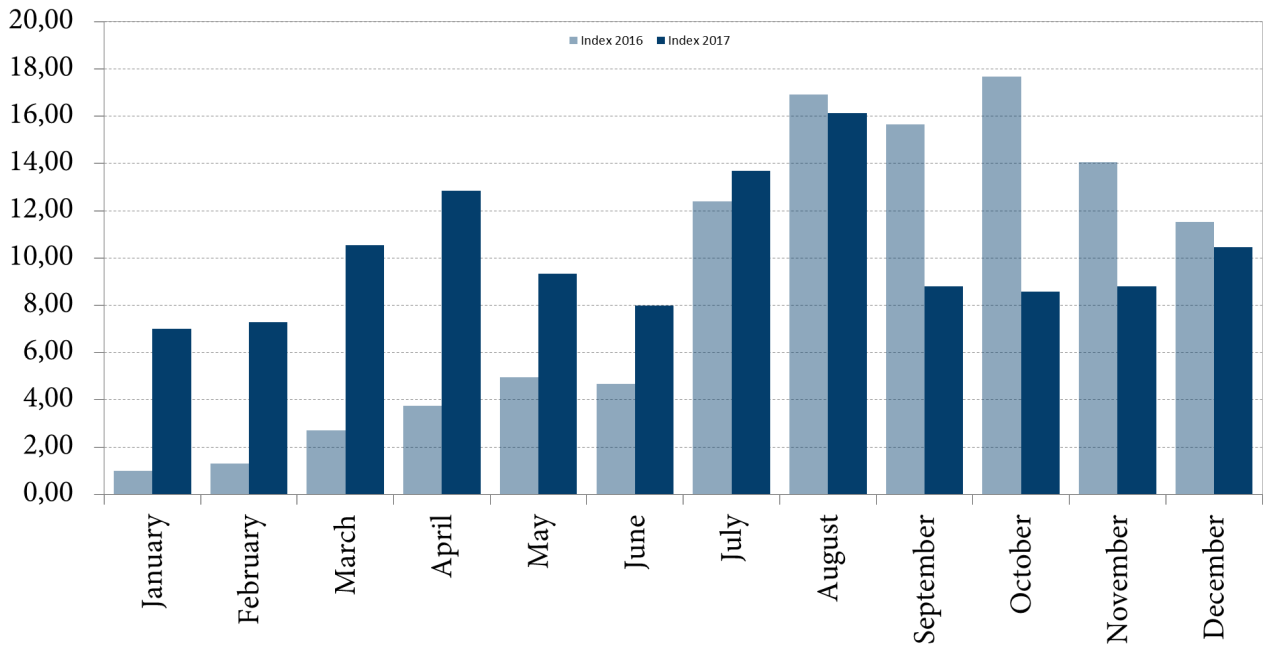


Grafico 1



Grafico 2 - Graph made with RAW, by DensityDesign Lab and Calibro

Si potrebbe quindi dedurre che l'utenza, una volta sul bus, preferisca un viaggio più lungo piuttosto che un interscambio con un mezzo più veloce (il treno) laddove l'offerta diventi più *appealing*.

Il Grafico 3 mostra la ripartizione dei biglietti ricercati per direttrice (senza considerare la *direzione*) nel campione analizzato. Il secondo semestre 2017 mostra che le relazioni *centro-sud* assumono sempre maggior importanza nel campione. Le relazioni *nord-sud* mostrano uno *share del campione* relativamente costante, mentre sembrano perdere d'importanza relativa le rotte *nord-nord*, *centro-nord* e *sud-sud* (tranne la parentesi estiva di luglio e agosto). Le rotte *centro-centro*, invece, nei mesi estivi e fino a ottobre mantengono una quota del campione non trascurabile.

Per quanto riguarda l'effetto della stagione sulla composizione del dato, è interessante da rilevare che la maggior quota dei viaggi *centro-centro* sia stata raggiunta a luglio 2017. Nel mese di dicembre, invece, la direttrice *centro-sud* raggiunge i massimi livelli (presumibilmente per i ritorni di Natale), mentre meno marcato (ma sempre significativo) è l'effetto delle vacanze estive (luglio e agosto).

L'indice per direttrice (Grafico 4) mostra le diverse dinamiche relative ai diversi mercati geografici nell'arco dei due anni analizzati. Coerentemente a quanto già visto nel grafico precedente, nel 2017, la crescita maggiore si ha nelle rotte *centro-sud* e *centro-centro*, mentre le altre registrano una relativa stabilità.

Secondo il nuovo dato "depurato", il mercato storico *nord-sud* sembra essere più sensibile alle variazioni stagionali rispetto all'anno precedente, mentre il mercato interno al *nord* mostra variazioni più contenute.

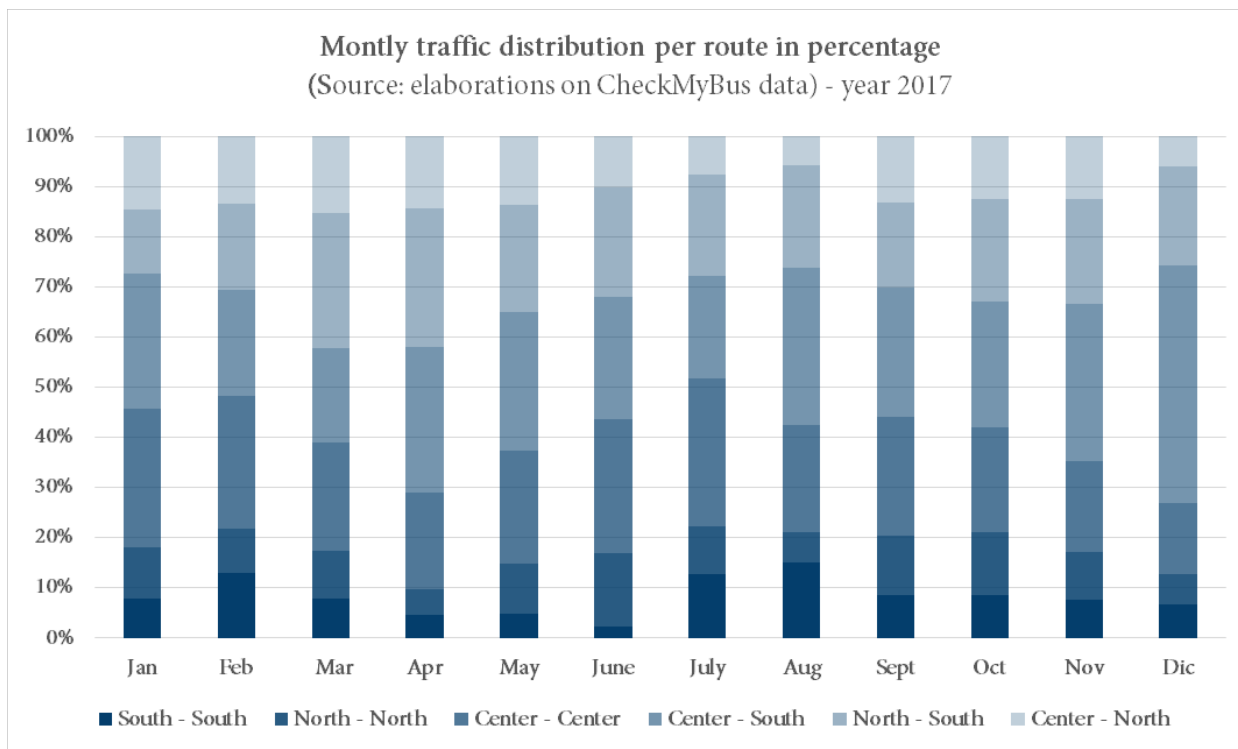
Train).

The graph 3 shows the monthly traffic distribution per route in percentage. The second semester 2017 recorded that trips between macroareas *center-south* achieved a relevant share in the sample. While *north-south* trips approximately held, the other connections between *macroareas*, *north-north*, *center-north* and *south-south* started a slow relative decline (except for July and August). The *center-center* routes, instead, during summertime and until October still held a significant share of the sample. With respect to the seasonality, it is interesting to note that the highest share of trips *center-center* was reached in July 2017. In December, instead, *center-south* trips reached the maximum share (very likely for winter holidays), whilst July and August the effect of holidays was not so powerful.

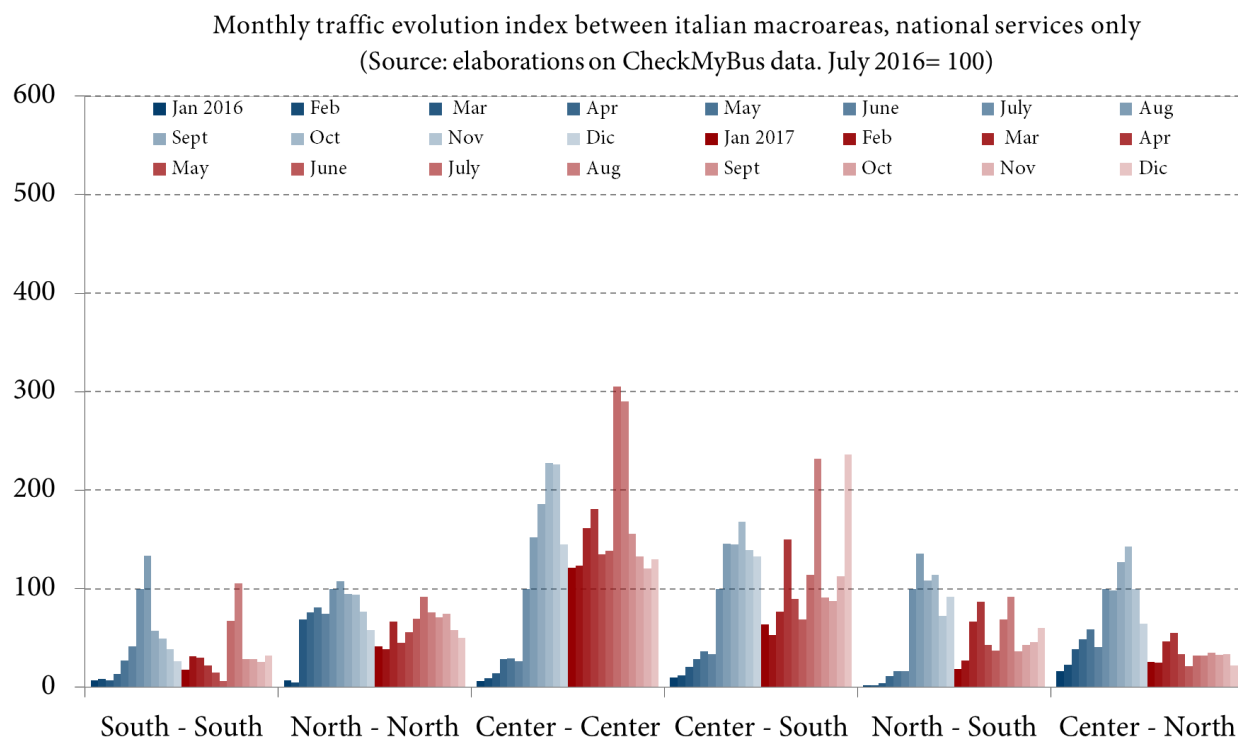
The "monthly traffic index between macroareas" (graph 4) shows how different markets evolve according to different trends.

As aforementioned, the most relevant growth regarded the centre-south, the *Centre-South* and the *center-center* routes. The other routes, instead, grew steadily.

According to the new methodology, the historical market *north-south* appears to be more sensitive to seasonal effects with respect to the previous year, whilst the *north-north* market shows smaller variations.



**Grafico 3**



**Grafico 4**

Tra le **principali origini e destinazioni** sono presenti le grandi città e alcuni dei centri intermedi, come già evidenziato nei precedenti Report. Non sorprende che Roma, Milano e Napoli siano i poli principali per numero di biglietti ricercati. Sono confermate le assenze delle città venete per il quarto semestre consecutivo.

**The main origins and destinations** are the main cities as in the previous reports. Similarly, important missing cities of the Northeast does not appear in the top 10. Not surprisingly, Rome, Milan and Naples are the main city in terms of researched tickets on the website. At the end of the list we find some of the main cities of centre and south Italy. Interesting to

Nella seconda parte della lista compaiono invece (soprattutto grazie all'ingresso di nuove compagnie) importanti centri del centro-sud. Da segnalare Bari che nel primo semestre 2017 ha scalato la classifica dei viaggi "originati" passando dall'ottavo posto del 2016 al quinto del 2017, conferma la propria posizione. La città pugliese non compariva affatto fra le destinazioni nel 2016. Torino, rispetto al report precedente, perde quota *in classifica* finendo agli ultimi posti, cedendo il passo ad altre destinazioni come Villa San Giovanni, Lamezia Terme e Catania (che appaiono per la prima volta) nella TOP 10.

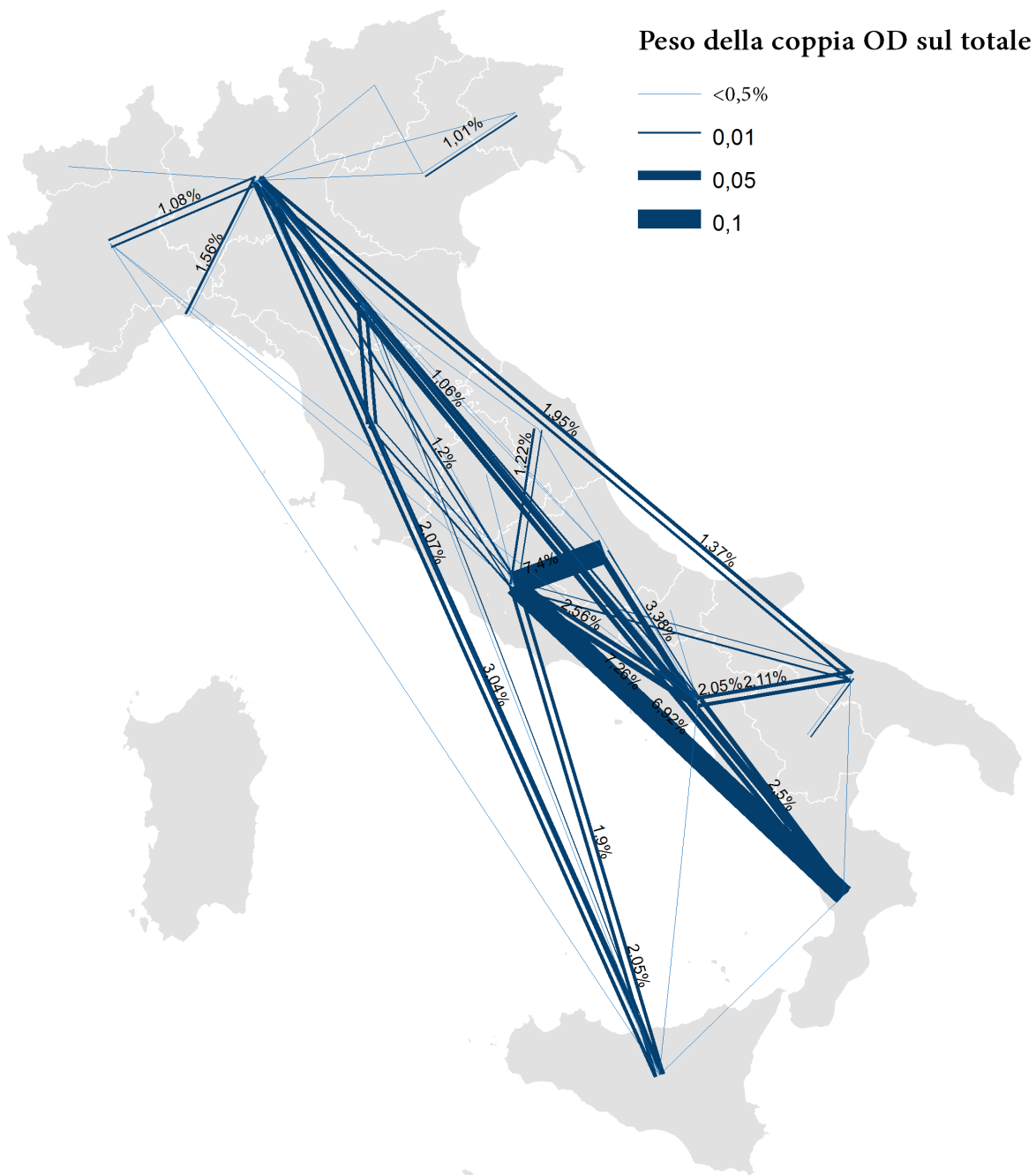
note that Bari improved the position in the list of the cities of origin of trips, from the 8<sup>th</sup> to the 5<sup>th</sup> place. Bari, instead, was not at all among the top 10 destinations in 2016 and in 2017 resulted in the 6<sup>th</sup> place as a researched destination.

Torino, with respect to the previous report, grounded to the bottom of the list, leaving the high spaces to Villa San Giovanni, Lamezia Terme e Catania (for the first time in the top 10).

Rank	Top Domestic origins 2017 – II	Top domestic destinations 2017 –II
1°	Roma	Milano
2°	Milano	Napoli
3°	Napoli	Bologna
4°	Bologna	Lamezia Terme
5°	Bari	Firenze
6°	Lamezia Terme	Villa San Giovanni
7°	Firenze	Catania
8°	Torino	Bari
9°	Pescara	Pescara
10°	Catania	Torino

La mappa a pagina successiva mostra la matrice *OD Regione-Regione* in termini di peso distribuito sul totale del semestre. Le relazioni di gran lunga più presenti sono Lazio-Abruzzo, Lazio-Calabria, seguite da Campania-Lazio e Puglia-Campania. La relazione nord-sud più forte è Lombardia-Calabria, mentre le rotte interne al nord risultano residuali totalizzando complessivamente poco meno del 6% del campione.

The map on the next page shows the *OD Matrix Region-to-Region* in terms of share of the researched ticket in the semester. The most OD couples are: Lazio-Abruzzo, Lazio-Calabria then Campania-Lazio and Puglia-Campania. Between the *north-south* ODs, the most important is Lombardia-Calabria, whilst the *northern internal* ODs share, summing all northern regions, is just about 6%.





## 6 LA LUNGHEZZA DEL VIAGGIO | TRIP LENGHT

Per quanto riguarda la lunghezza tipica del viaggio, si osserva una nuova tendenza: nel secondo semestre 2016 e nel primo semestre 2017 la **distribuzione dei biglietti ricercati** mostrava una prevalenza di viaggi di distanza compresa fra 400 e 600 km, mentre nel secondo semestre 2017 la forte crescita dei viaggi con distanze superiori ai 1000 km porta le categorie fra i 100 e 200 km, tra 400 e 600 km ad equivalersi.

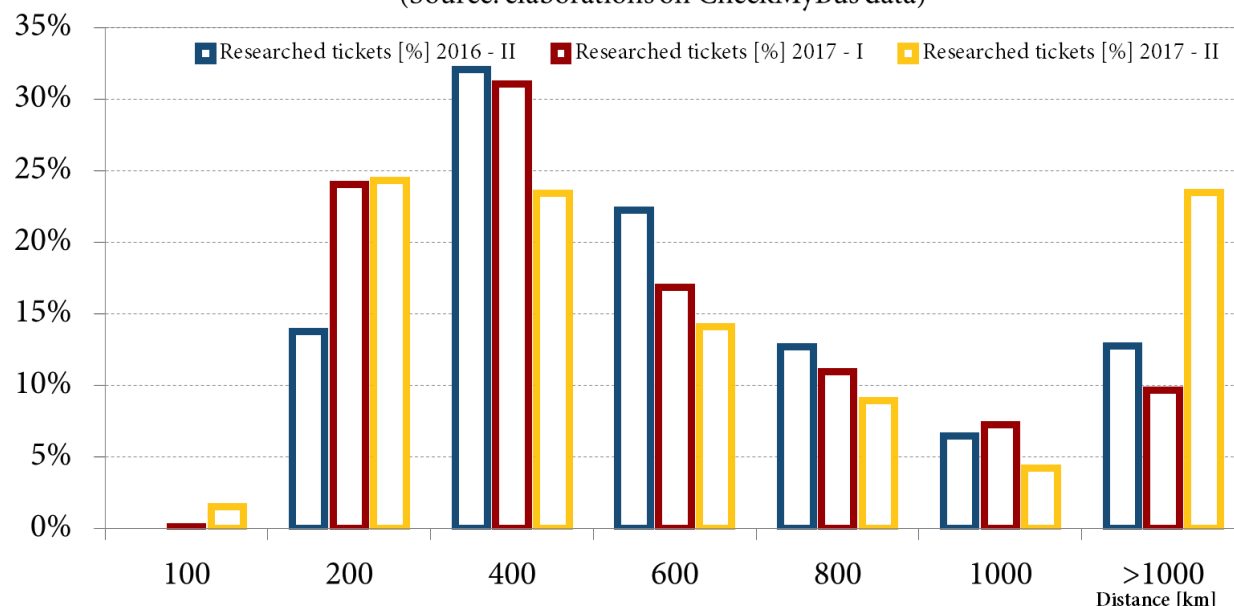
Come per il primo semestre del 2017, i viaggi entro i 100 km sono del tutto residuali.

Nonostante la crescita dei viaggi superiori ai 1000 km (storico mercato di riferimento del settore), l'autobus conferma la sua forza nel segmento di distanza relativamente breve, tipico delle relazioni interregionali.

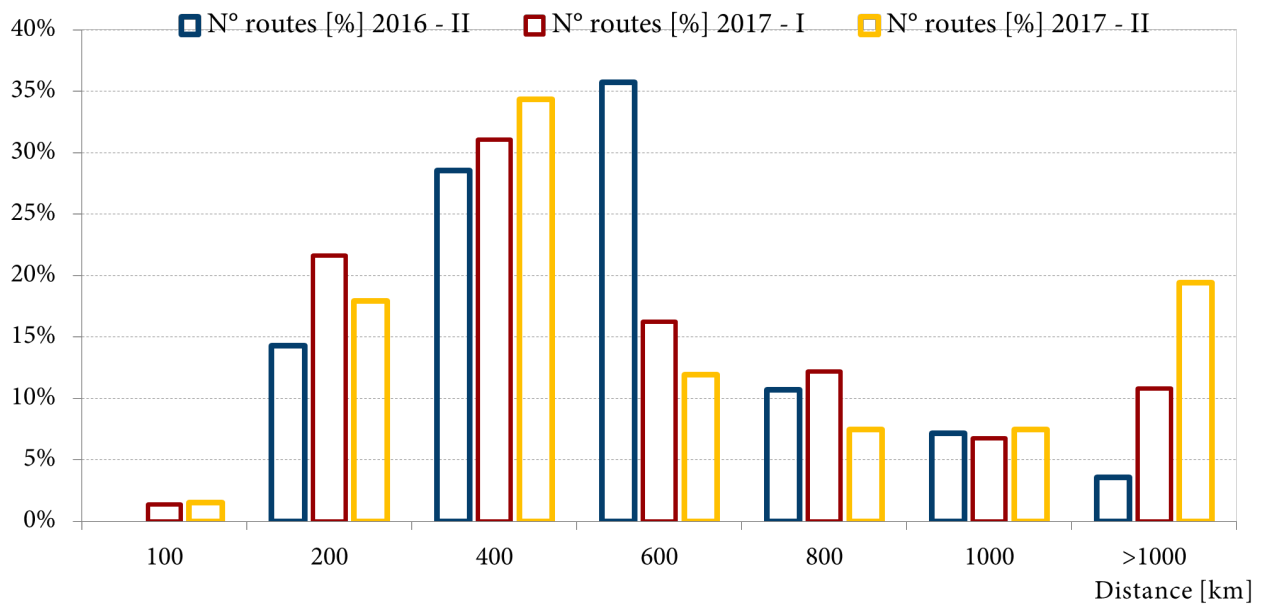
Looking at the typical length of the trips, the **distribution of researched tickets** showed a new trend. During the second semester 2016 and the first semester of 2017, the typical distance was comprised between 400 and 600 km, whereas in the second semester 2017, the trips beyond 1000 km resulted in a dramatic increase. Therefore for the second semester 2017, the categories 100-200 and 400-660 recorded an equivalent share to the category "beyond 1000 km". Finally, the trips below 100 km were not significant.

Overall, despite the increase of the trips beyond 1000 km (the historical market of this sector), the long distance coach service records demonstrate that relatively short distance services / interregional service is a lively and robust sub-market.

Distribution of % of researched tickets between classes of distance  
(Source: elaborations on CheckMyBus data)



Distribution of long-haul services between classes of distance  
(Source: elaborations on CheckMyBus data)



Sul lato delle relazioni ricercate, il numero è cresciuto nella classe entro i 600 km, mentre ha subito una battuta d'arresto per i viaggi sopra i 600 km. Interessante da notare che le relazioni ricercate sopra i 1000 km hanno visto un consistente aumento, quasi a raggiungere il 20% del totale del secondo semestre 2017, in misura (relativa) analoga al numero di biglietti cercati per quel segmento di distanza.

Nel complesso, per entrambi gli indicatori, si può dire che con il secondo semestre 2017 le relazioni molto lunghe (oltre i 1000 km) acquistano peso rispetto alle medie e alle brevi. Queste ultime (sotto i 400 km) in termini di biglietti cercati mantengono una certa importanza (quasi il 25 % dello share), mentre in termini di relazioni osservano una riduzione. Fenomeno opposto caratterizza le rotte fra i 400 e i 600 km: ad un aumento di relazioni rispetto al primo semestre 2017 non corrisponde un aumento di biglietti cercati.

On the side of the researched trips, the number has increased below 600 km and decreased for those beyond 600 km. Interesting to note that the number of researched services beyond 1000 km increased close to 20% of the services of the second semester 2017, similarly to the number of tickets researched for that distance segment.

Globally, for both indexes, in 2017 second semester, the very long connections acquired more importance with respect to the medium short ones. The latter connections (below 400 km) kept their importance (about 25% of the share) in terms of tickets, whereas in terms of routes they faced a reduction. On the opposite, despite an increase of routes searched between 400 and 600 km (with respect to the first semester 2017), there was not any increase in tickets.

## 7 LA CONCORRENZA | COMPETITION

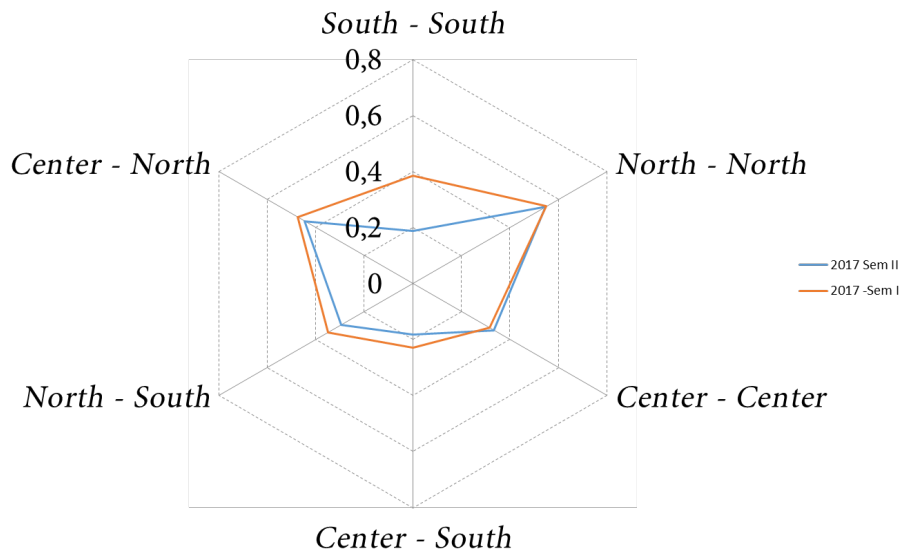
In termini competitivi, il mercato italiano nel secondo semestre del 2017 ha visto una **situazione di relativa tranquillità**. Il mercato sembra aver già assorbito sia l'effetto dell'acquisizione nel 2016 delle rotte di Megabus da parte di Flixbus (i "new entrant"), sia la fusione Busitalia – Simet (Busitalia Fast) che ha visto la nuova compagnia debuttare nel maggio 2017 (con risultati interessanti). Le quote di mercato di tali operatori non si sono rivelate tali da modificare visibilmente l'HHI attraverso la fusione, almeno a livello complessivo.

Nelle figure seguenti valutiamo la **concentrazione del settore** in termini di transazioni su [www.checkmybus.it](http://www.checkmybus.it), attraverso l'Herfindal-Hirshman Index (HHI), tra le diverse direttrici prese in considerazione.

In terms of competitiveness, the Italian market in the second semester 2017 has proved to be quite stable. The market seems to have internalized both Megabus withdrew from the market (whilst Flixbus acquired the routes) and the merger Busitalia-Simet into Busitalia Fast (May 2017). Globally, the market share held by the merging operators was not wide enough to influence the HHI.

The following graphs show the **concentration** in terms of transactions on Checkmybus.it, through the Herfindal-Hirshman Index (HHI among the various routes considered).

HHI - long distance services in Italy - Semester I VS Semester II (2017)  
(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](http://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. 2016-17 datasets

*The Herfindal-Hirshman Index (HHI) considers market shares of the producers in terms of click on [www.checkmybus.it](http://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. 2016-17 datasets*

La comparazione fra primo e secondo semestre 2017 mostra una lieve riduzione del livello di concentrazione del mercato. Particolarmente spiccato risulta l'effetto di

*The differences between first and second semester of 2017 results show a slight reduction of concentration that is not particularly disruptive, except for South-*

riduzione della concentrazione sulle rotte *sud-sud* e più leggero sulle rotte *centro-sud*. Da segnalare l'assenza di riduzione di concentrazione sulle relazioni *nord-nord* e addirittura un lieve aumento sulle rotte *centro-centro*. Il nuovo mercato del *nord-nord*, dove prima non c'era offerta, è il più concentrato perché ha riscosso l'interesse soprattutto dei gli operatori più grandi.

In ogni caso, in termini assoluti, l'indice per *macroaree* è basso. In altre parole gli operatori operano chiaramente su mercati intercomunicanti e non più nei rigidi perimetri delle concessioni.

Questo risultato è probabilmente determinato sia dal reale livello di competizione, sia dalla nuova metodologia introdotta in questo report, che ha ridotto la variabilità del numero di aziende presenti nel campione. In un certo senso, anche se si corre il rischio di sottostimare le variazioni dell'HHI, la nuova metodologia *ritarda* l'effetto di "un aumento del numero di aziende sulla piattaforma". Pertanto è probabile che l'HHI misuri un livello di concentrazione più elevato (rispetto al passato). In sostanza gli effetti di una riduzione di concentrazione saranno visibili se effettivamente duraturi nel tempo.

*South*. It is important to note that for *north-north trips* the concentration is the same of the previous semester, while for *centre-centre trips* concentration has slightly increased. According to the HHI index, the *north-north* submarket is the more concentrated, either because it is relatively new - it is "the new market" in Italy - (there was no service before the liberalization) and because mostly *large newcomers* decided to open new routes there.

Overall, the HHI is low. In other words operators run their services on contiguous and overlapping markets, rather than sticking to their original concession agreements.

The results presented are the outcome both of the improved competition level and the new methodology introduced in the current report. Indeed, the new methodology effectively reduced the variability of number of companies included in the sample. From one side, we took the risk to underestimate the HHI variation, since a new company will appear only whether their routes sell in the semester tickets enough to exceed the threshold of the minimum number of tickets. But on the other side, we give account of reduction of concentration only if the effect lasts for a while and can be perceived by users.

Il dato elaborato con la nuova metodologia ha richiesto di ricalcolare i prezzi al km osservati nei semestri analizzati precedentemente, che riportiamo per poter dare una lettura della dinamica degli ultimi 2 anni.

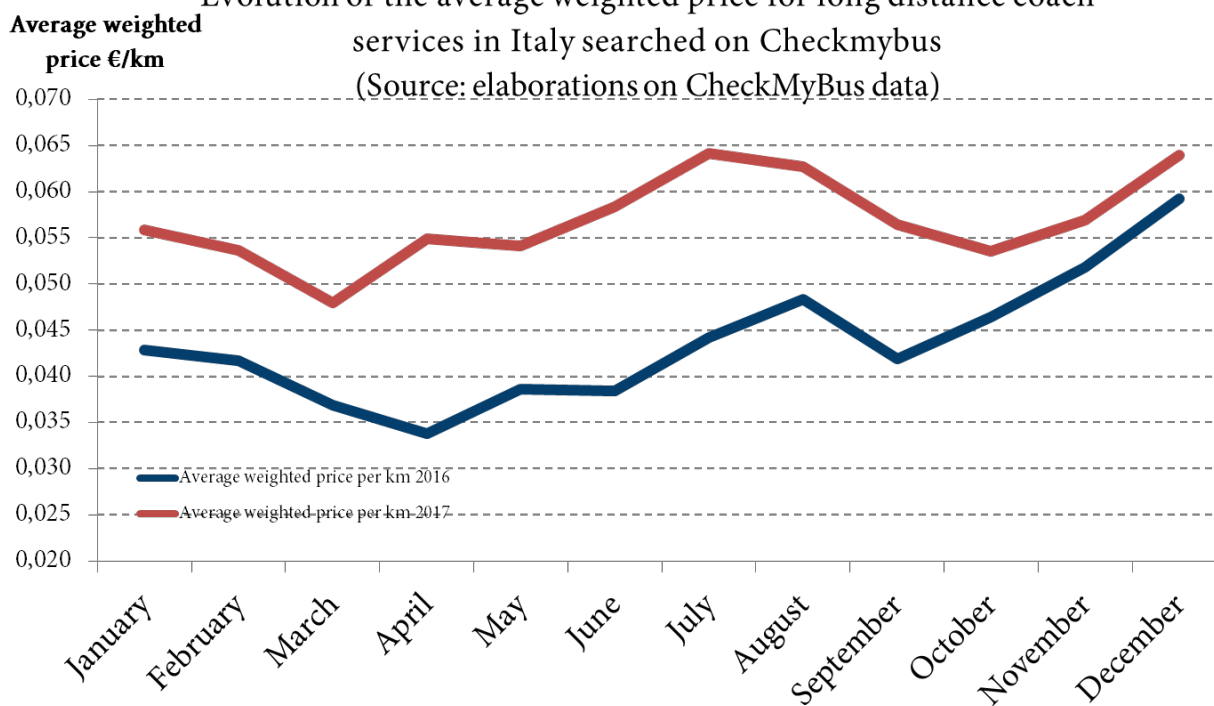
The new dataset obtained through the new methodology required to recalculate the prices per km observed in the last 2 years. We include here the new values, in order to make clear the development of the market.

Long distance services	Average price €/km	Average weighted price €/km
I semester 2016	0,038	<b>0,038</b>
II semester 2016	0,049	<b>0,048</b>
I semester 2017	0,054	<b>0,053</b>
II semester 2017	0,058	<b>0,058</b>

Esaminando le curve del *prezzo medio ponderato mensile* del 2016 e del 2017 (grafico pagina seguente) si può notare che nel 2017 i *prezzi medi pesati al km* registrati sono decisamente più elevati rispetto ai corrispondenti mesi dell'anno precedente. Inoltre, benché nei primi mesi le due curve mostrino un andamento analogo, la curva 2017 “anticipa” lo scalino dell'aumento dei prezzi ad aprile (a causa delle festività). In modo simile “l'anticipo” della crescita dei prezzi avviene anche per quanto riguarda i mesi estivi. Soltanto a novembre 2017 si può intravedere una riduzione più marcata dei *prezzi medi pesati al km* che li avvicina a quelli registrati a fine 2016.

In details, the curve of *average weighted price per km* of 2017 (graph in the next page) clearly appears higher than that of 2016 in the corresponding observed month for the whole year. Despite at the beginning of the year the two curves appear similar, the 2017 one “anticipate” the price increase in April (bank holidays). Similarly it happens in summertime. In November only, there is a downward change of *average weighted prices* that bring the curve 2017 closer to 2016 one.

Evolution of the average weighted price for long distance coach services in Italy searched on Checkmybus  
(Source: elaborations on CheckMyBus data)



Nel complesso, si può ragionevolmente affermare, la liberalizzazione non ha condotto ad una strenua *competizione di prezzo* fra operatori, quanto un ampliamento della varietà e della quantità dell'offerta.

Dal Grafico 5 nella pagina successiva è infatti possibile notare come soltanto le rotte *sud-sud* nel secondo semestre 2017 abbiano subito una sensibile flessione dei *prezzi medi ponderati*.

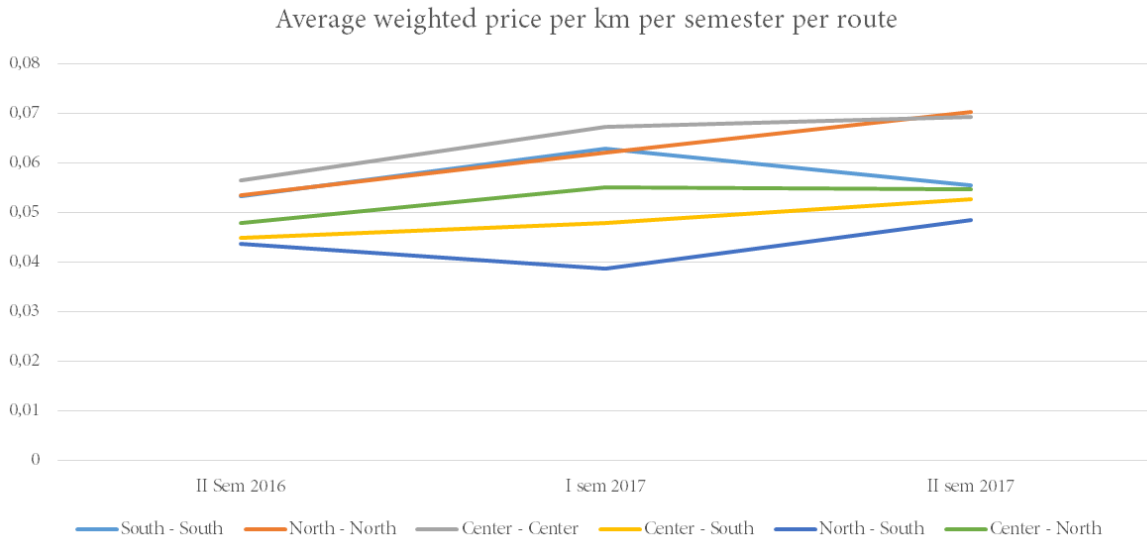
Al contrario le rotte *centro-nord* sono quelle che hanno sempre visto una crescita dei prezzi, raggiungendo un valore semestrale di medio di oltre 0,070 euro/km. Un andamento analogo caratterizza le rotte *centro-centro* con un prezzo medio semestrale di 0,069 euro/km.

Le rotte *nord-sud*, invece, nel primo semestre 2017 hanno visto una riduzione di prezzo fino alla media dei prezzi medi ponderati a livello semestrale di 0,039 Euro/km. Si tratta del livello minimo per tutte le tipologie di relazione. Nel semestre corrente, invece, i prezzi sono tornati a salire fino ai 0,049 Euro/ km.

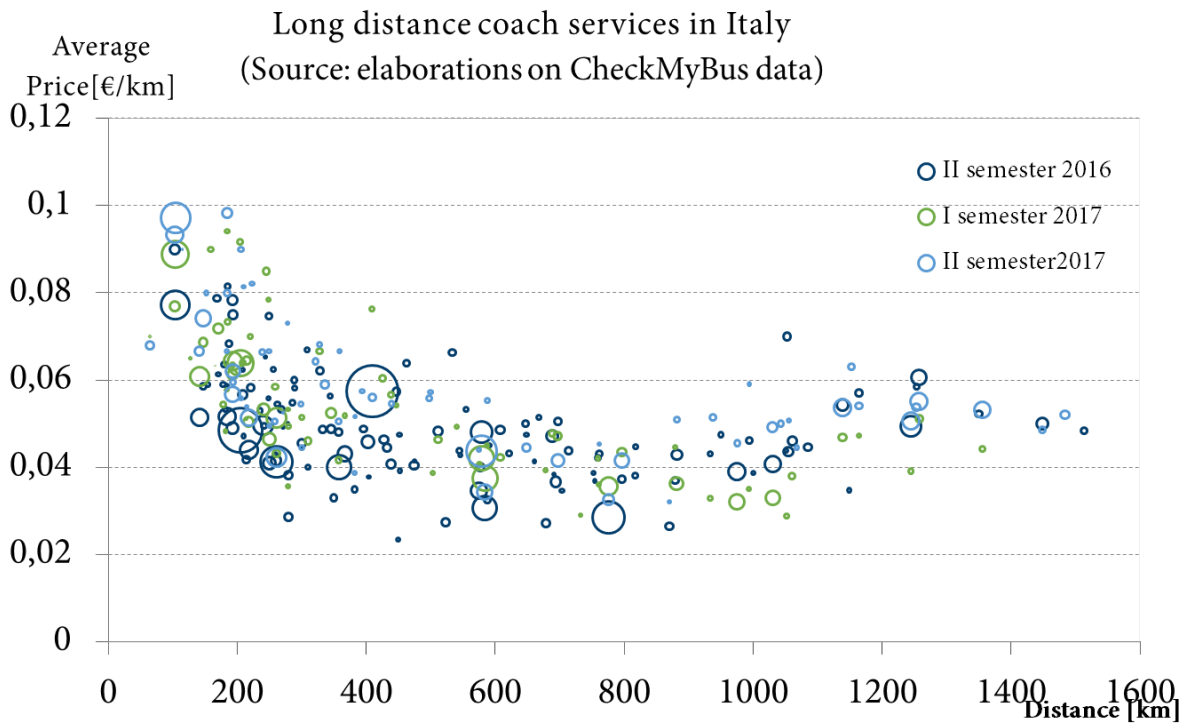
Globally, we can reasonably affirm that the liberalization did not lead to a strenuous price competition between companies, rather to an increase of the quantities and multiplicity of the offers.

From the graph 5 in the next page, we notice that in the second semester 2017 only south-south routes reported a decrease in average weighted price per km. On the contrary, the center-north routes were those that always increased their prices achieving an average weighted price of 0,070 euro/km. Similarly, center-center routes reached an average weighted price of 0,069 euro/km.

North-South routes, instead, reached the minimum average weighted price per km for every kind of routes in 18 months during the first semester 2017 (0,039 euro/km). During the second semester, however, they started rising up to 0,049 euro/km.



**Grafico 5**

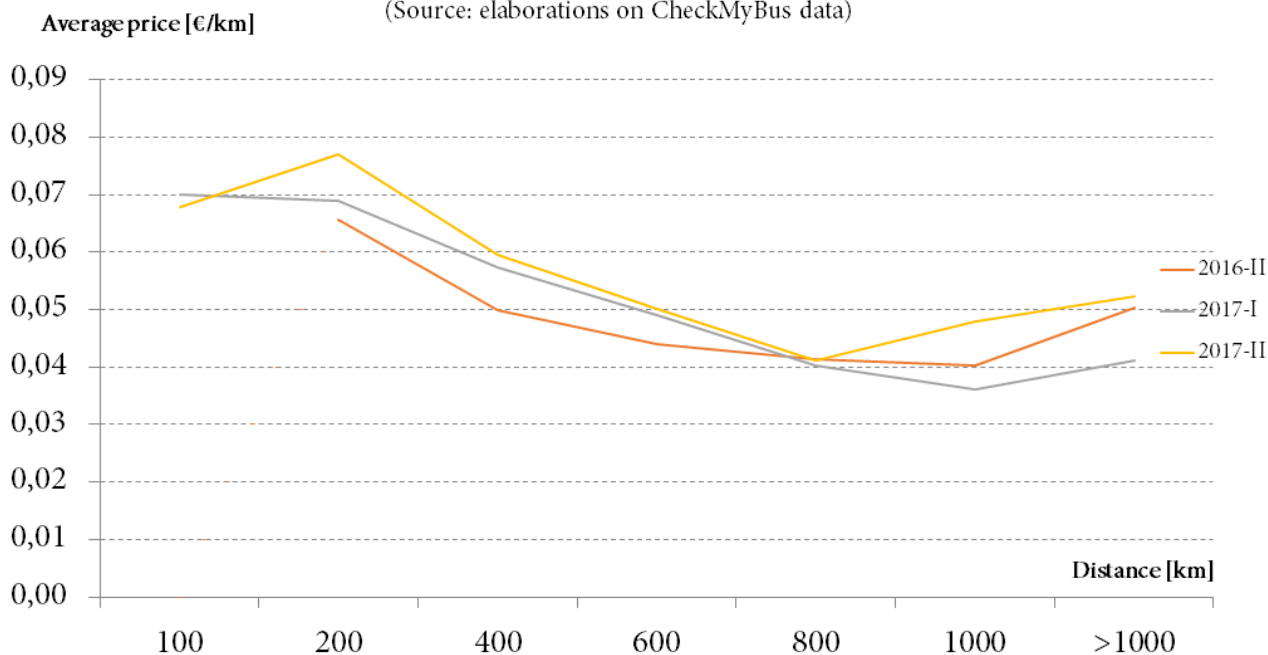


Ogni cerchio rappresenta una relazione origine-destinazione. La dimensione del punto dipende dal numero di biglietti ricercati sulla piattaforma Checkmybus.it.

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

### Comparison between thresholds of distance and average price per semester

(Source: elaborations on CheckMyBus data)



Analizzando i **prezzi chilometrici** medi per rotta in funzione della distanza del II semestre 2017, si può osservare come i prezzi medi osservati decrescano con la distanza, ma in modo meno marcato rispetto ai due semestri precedenti. In sostanza il livello dei prezzi del II semestre 2017 risulta il più elevato degli ultimi 18 mesi, tuttavia conserva lo stesso andamento dei precedenti. In particolare è possibile rilevare che i valori medi più contenuti si manifestano nello scaglione dei viaggi compresi fra 600 km e 800 km. A differenza dei semestri precedenti che vedevano una crescita dei prezzi oltre i 1000 km, nel secondo semestre 2017 i prezzi riprendono a salire già fra gli 800 e i 1000 km.

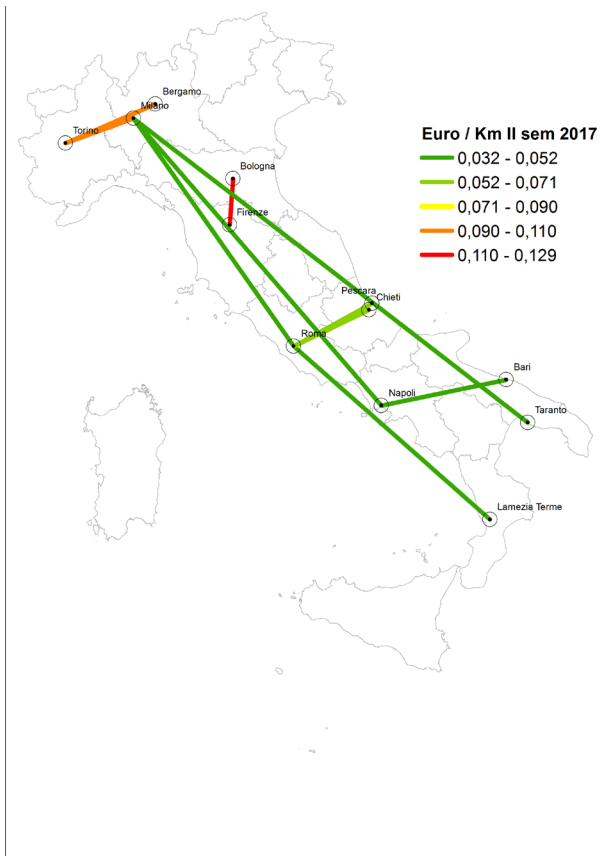
Questo conferma quanto già risulta dai precedenti report: in media le relazioni più brevi e frequenti, totalizzano prezzi medi al km fra i più elevati in assoluto e con una variabilità dei prezzi significativa. Fra queste, le relazioni Nord – Sud registrano il prezzo medio al km più basso in assoluto (0,034 €/km), mentre il prezzo assoluto più alto è registrato nel mercato *interno al nord* nel mese di luglio (0,085 euro/km). All'interno di questo trend generale, però, le rotte con distanze maggiori di 1000 km sono relativamente più costose perché il livello di concorrenza (inter e intramodale) è complessivamente più debole.

We analysed the **average price per km**, route by route in the second semester 2017. It can be noticed how average prices decrease with distance but in a smoother downward trend respect to 2016 and to first semester 2017. In other words the average price level of the second semester 2017 is the highest of the last 18 months. However the shape of the curve looks the same.

How it is possible to observe up to 800 km prices converge. Already beyond 800 km the prices of second semester 2017 increased above all the others, while first semester 2017 and second semester 2016 prices raised only for trips beyond 1000 km.

That outcome confirms the results of the previous reports: on average on average, shorter and more frequent connections, recorded the highest prices per km of the sample with a significant aptitude to vary. In particular, North-South connections scored the lowest average price/km (0.034 €/km) whilst the highest price was that of the trips *north-north* in July 2017 that reached an average price of 0,085 euro/km. Overall, the routes beyond 1000 km are more expensive likely because the competition level (intra and intermodal) is weaker.





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

Le prime tre rotte (quelle più ricercate) appartengono alle relazioni *nord-nord e centro-nord* e totalizzano prezzi al km fra i più costosi del *dataset*: Torino-Milano (0,092 euro / km), Firenze – Bologna (0,129 euro /km) e Torino - Bergamo (0,94 euro / km). I prezzi di queste rotte sono in parte influenzate dalla competizione con l'alta velocità ferroviaria (che mediamente offre prezzi al km più elevati), dalla distanza medio-breve, e in parte influenzate dalla presenza di servizi aeroportuali che contribuiscono a renderle fra le più costose del panorama.

Le altre rotte della top10 fanno parte del mercato storico *nord-sud* (quelle più lunghe ed economiche) - ad esempio la Napoli – Milano - e di un mercato storico interno al centro Italia (Roma-Pescara) che essendo più corte e prive di reale competizione ferroviaria offrono prezzi più sostenuti.

The map represents the top-ten long distance routes in terms of researched tickets on chekmybus.it and their average price. The top-three routes belong to *north-north and centre-north* connections. They score the highest prices of the dataset: Torino- Milano (0,092 euro/km), Firenze – Bologna (0,129 euro/km) e Torino - Bergamo (0,94 euro/km). Prices are influenced by higher train fares (high speed trains) and intermodal competition, by the short distance and by airport link services (the most expensive in the dataset).

The other routes included in the top-ten belong to the historical market *north-south* (the longest and cheaper), such as Napoli-Milano and the historical market of middle Italy (with higher prices).

## 9 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

Per le analisi sulla concentrazione, i click relativi a *reseller* sono stati ricodificati associandoli alla compagnia che opera effettivamente la tratta.<sup>3</sup>

A partire da questi dati è stato costruito un ulteriore database contenente altri attributi tali da consentire differenti analisi. **Il nuovo database contiene record “filtrati” secondo una “soglia minima” di biglietti cercati/venduti per semestre.**

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)

In order to perform concentration analysis, we have coded and assigned the resellers’ records to the actual companies that really operates the route.

Starting from these data, we built another database containing other attributes that allows different analysis. **The new database includes records which routes exceed the “minimum threshold” of tickets sold/researched in the semester.**

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 the service is provided (i.e. North – South, North – North, etc.)
- Identification of airport services
- Types of services (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)

<sup>3</sup> ad es., i biglietti venduti da *Ibus-Marino* per Marino sono stati attribuiti a *Marino*.

- 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.
- Price per km for each route
  - Typology of operators divided between non-Italian bus companies, Italian bus companies or reseller

Questo rapporto, preparato in collaborazione con [www.checkmybus.it](http://www.checkmybus.it), raccoglie e analizza l'**andamento del mercato degli autobus di lunga percorrenza in Italia nel secondo semestre 2017**. 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**.

A due anni dall'avvio del monitoraggio è possibile tracciare un quadro che consente di mettere a fuoco alcune caratteristiche fondamentali di questo mercato. 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 ha mostrato alcuni segnali verso una possibile stabilizzazione e consolidamento del mercato, pur ancora in espansione. Il primo semestre 2017 ha confermato alcuni trend dell'anno precedente, mostrando però un aumento generalizzato dei prezzi e per una stagionalità anticipata nel mese di aprile, che lo hanno reso più simile ad un mese estivo che ad uno primaverile. Nel secondo semestre 2017, i prezzi sono ulteriormente aumentati con un picco estivo e un rallentamento nel mese di novembre.

In sintesi, è possibile evidenziare alcuni fatti principali:

- ✓ Nel secondo semestre del 2017, il numero di transazioni registrate si è mantenuto di gran lunga al di sopra **rispetto all'inizio del 2016**. La variazione di importanza relativa dei singoli sotto-mercati geografici è dovuto principalmente a un effetto stagionale, ma anche all'espansione del mercato e a una maggiore penetrazione della piattaforma Checkmybus.it.
- ✓ **Milano, Roma e Napoli sono i tre poli** che disegnano la cartina delle ricerche a livello nazionale. Milano e Roma sono le due metropoli origine e destinazione del maggior numero di ricerche su Checkmybus.it. Tra le rotte più cercate, la Torino-Milano e la Firenze - Bologna, in diretta competizione con i servizi ferroviari e la Torino-Bergamo, sostenuta dalla domanda aeroportuale.
- ✓ Rispetto all'anno precedente, il dato del secondo semestre 2017 presenta una lieve **riduzione del livello di concentrazione** in quasi tutti i sotto-mercati. La riduzione è più marcata per le rotte *sud-sud*, meno importante sulle altre direttrici, assente sulle rotte *nord-nord e centro-centro*.
- ✓ L'**indice dei prezzi calcolato sul campione del II semestre 2017 è di 0.058 €/km** sull'anno, con una **tendenza all'aumento** (la media registrata nel I semestre 2017 è stata 0,053 €/km). In particolare la dinamica di crescita dei prezzi si è manifestata nel periodo Luglio-Novembre 2017, con una punta di 0,07 €/km di prezzo medio ponderato sulle rotte *centro-centro*. **Complessivamente si tratta del quarto semestre in aumento.**
- ✓ L'**andamento dei prezzi in funzione della distanza della relazione è decrescente fino a 800 km**. Oltre questa soglia si notano differenze interessanti tra il secondo semestre 2017, il primo del 2017 e il secondo 2016. I prezzi del secondo semestre 2017, oltre gli 800 km sono più elevati rispetto agli altri due semestri (anche rispetto al secondo semestre 2016).

In conclusione, due anni di monitoraggio hanno dimostrato che la liberalizzazione non si è tradotta in una mera *concorrenza di prezzo*. Al contrario: i prezzi sono cresciuti in due anni di oltre il 50%. Infatti:

- Il mercato si è ristrutturato più volte dimostrandosi vivace. Acquisizioni, fusioni, nuove entrate e uscite dal mercato hanno segnato l'evoluzione di un settore nel quale anche gli operatori piccoli e medi hanno dimostrato di essere in grado di competere con gli operatori storici o i *newcomers* di grandi dimensioni.

- L'offerta si è riqualificata e la domanda è cresciuta. Il numero di rotte offerte e il numero di destinazioni si è ampliato, facendo probabilmente emergere domanda inespressa.

Pertanto secondo le nostre elaborazioni, la liberalizzazione del settore avrebbe condotto ad importanti effetti positivi sia per gli utenti sia dal punto di vista del settore industriale.

This report, prepared in collaboration with [Checkmybus.it](http://Checkmybus.it), summarizes and analyses the market trend of **the long-distance coach market in Italy in the second semester 2017**. 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 two years of monitoring, it is possible to draw an overview that defines the main features of this market sector. A lively market characterized the first semester 2016, with the opening of new routes, the entry of operators and the rise 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. The first semester 2017 data showed a similar trend to the previous year, modified by a general price increase and an anticipated seasonal effect in April (so April data looks like a summer time records). The second semester 2017 prices grew again with a summertime peak and a slight decline in November.

In summary, it is possible to highlight some facts about the current semester:

- ✓ In the second semester 2017, the number of transactions on the website has **increased** with respect to the beginning of 2016. Furthermore, the importance of the geographical submarkets has changed, depending either on a seasonal effect, an expansion of the overall market and an increasing penetration of Checkmybus.it.
- ✓ Milan, Rome and Naples are the three poles that determine the map of researches at nationwide level. Milan and Naples are the main origin and destination in terms of researched tickets on Checkmybus.it. Among the most researched routes appears Milan- Turin, Florence - Bologna, although there is a competition with rail services and Turin – Bergamo due to airport link demand.
- ✓ The second semester 2017 data on researched tickets shows a slight reduction of market concentration between types of *sub-markets*. The reduction is strong on *south-south* connections, lighter on other connections and absent on *north-north and center-center* routes.
- ✓ **The price index calculated on the whole sample (2017) is 0,058 €/km**, with a **clear growing trend** (it was 0.053 €/km in the first semester). In particular, during the period July-November 2017, the price increase appears even stronger, hitting of 0.07 €/km of *average weighted price* on *center-center* routes. Overall is the fourth semester with a price increase.
- ✓ **The average price trend decreases as the distance increases up to 800 km. Beyond that threshold, the average price per km of the second semester 2017 significantly diverges by the second semester of 2016 and the first 2017. Prices of the second semester 2017, beyond 800 km are higher with respect to the past.**

**In conclusion, the two years of monitoring has demonstrated that the liberalization has not turned into a price war. Instead prices have grown more than 50%. Indeed:**

- The market has changed, even radically. Merger, newcomers and new strategies by old companies contributed to renew a sector. Overall it is demonstrated that the small and large companies can coexist on the same market.
- The supply side has renewed the offer that now is wider than in the past. A “new network” composed by different routes and destination is offered by various companies to possible users and customers.

Therefore according to our elaborations, the liberalization of long distance coach services brought positive effects both for users and industrial side.