

FLIXBUS
Viaggia sostenibile
flixbus.it



Gennaio

FLIXBUS
Viaggia sostenibile
flixbus.it

Calise: «Bene il piano mobilità: bisogna collegare Napoli alle zone periferiche. Ma resta il tema della regia politica»

Manca un'alternativa alle auto per raggiungere la città: per il manager esperto di trasporti dobbiamo guardare alle metropoli europee

■ **Francesca Santoro**

Roberto Calise (Napoli, 1987) è una delle voci emergenti più attente sui temi della mobilità. Manager in una multinazionale di trasporto passeggeri, autore di una monografia (*La metropolitana europea*, Editoriale Scientifica, 2021) e di articoli accademici per riviste scientifiche di settore, è spesso ospite su TV e radio locali per commentare le novità a Napoli e in Campania, che segue anche sul suo sito non a caso chiamato *Con trasporto* (www.robertocalise.it).

Roberto, cosa pensa del nuovo piano trasporti per Napoli e provincia presentato lo scorso 28 gennaio?

«È positivo che si ricominci a progettare. Sotto questo aspetto abbiamo perso anni a causa della precedente amministrazione comunale. Ora tocca correre per immaginare la città del futuro. Tuttavia, come in ogni cosa ci sono cose buone e altre meno».

Cominciamo dalle positive.

«Finalmente si prende di petto il problema dei problemi non solo di Napoli, ma dell'intera regione: la mobilità verso il capoluogo. Come dice il PUMS (Piano Urbano della Mobilità Sostenibile) della Città Metropolitana, per ogni auto che giornalmente esce da Napoli ben cinque ne entrano. Serve fornire un'alternativa di mobilità collettiva alla cinta esterna, altrimenti non se ne esce».

Come viene affrontato questo tema nel nuovo piano?

«Si ribadisce che si andrà avanti con la Linea

10, una metropolitana automatizzata che collegherà piazza Garibaldi con la stazione dell'alta velocità di Afragola passando per popolosi Comuni quali Casavatore e Casoria. Si punta poi su due "gronde" per collegare i sobborghi ovest ed est della città a linee su ferro già esistenti».

“

Progetti così ampi non possono calare dall'alto, vanno condivisi con la popolazione

Le famose monorotaie che tanto stanno facendo discutere sui social...

«Online è un'esplosione di meme e immagini improbabili create con l'Intelligenza Artificiale. Si vedono treni sfrecciare fra le vie del centro storico, come in una celebre puntata dei Simpson in cui Homer è conducente di una monorotaia che manda in bancarotta la città di Springfield. La realtà è molto diversa, ma forse non meno surreale».

In che senso?
«Treni che passano in via-

dotto hanno un forte impatto urbanistico. Soluzioni utilizzate più in città del centro-sud America, in India, negli Emirati Arabi. La sensibilità europea sul tema è molto diversa. Non è un caso che nessuna grande città del continente punti a soluzioni del genere, che rischiano di essere osteggiate dalla popolazione».

addirittura? Rappresentano comunque un miglioramento.

«Al giorno d'oggi non è pensabile calare dall'alto progetti di simile portata. Basta un'iniziativa ben organizzata sui social e un'opera salta. Vanno condivise con la popolazione, tanto più quando si cambia rispetto all'idea iniziale. Nel primo (nonché unico) incontro con la popolazione per collegare Comuni popolosissimi come Marano, Calvizzano, Giugliano si è parlato di tram, di BRT: mai di monorotaie».

Non sono le uniche soluzioni prospettate per Napoli, però.

«È un piano molto ricco di infrastrutture che si possono considerare minori ma che ricuciono parti di città: si rende accessibile Posillipo col metrò, si connette viale Raffaello con San Martino grazie alla funicolare, si supporta lo sviluppo della Sanità. Tanti interventi che aiuteranno la mobilità collettiva, qualcosa di cruciale».

Resta un tema politico.

«Il governo della mobilità in Campania è frammentato. Servirebbe un'agenzia terza come avviene in tante realtà italiane per mettere ordine fra i diversi enti. Il convitato di pietra è la Regione, da cui dipendono i trasporti di interi quartieri di Napoli con le linee EAV che, è cosa nota, sono in difficoltà. Serve un impianto istituzionale che sopravviva alle tensioni politiche che puntualmente si ripresentano. Oggi non è così, e i risultati si vedono».

UN INVESTIMENTO DA OLTRE 2,5 MILIARDI PER RIVOLUZIONARE IL TRASPORTO URBANO

È un piano mobilità da più di 2,5 miliardi di euro quello presentato martedì 28 gennaio dal sindaco della Città Metropolitana di Napoli, Gaetano Manfredi, e che ora verrà sottoposto al vaglio del ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti (MIT). Progetti destinati a cambiare il volto di diversi quartieri per cercare di invertire il rapporto tra centro e periferie, che vede ogni giorno entrare a Napoli ben cinque auto per una sola che ne esce. Flussi trasportistici la cui pressione è ormai insostenibile, con ovvie conseguenze in termini di qualità della vita, congestionamento, inquinamento, impatto sul sistema sanitario e attrattività della provincia napoletana per nuovi abitanti e/o imprese.



Giovanni e che è già finanziato con altri fondi.

Vi sono poi alcuni interventi mirati a completare/potenziare linee esistenti: la seconda uscita della metropolitana Materdei a servizio del quartiere Sanità (15 milioni) e quella della fermata Mostra (41 milioni), il prosieguo del tram verso la funicolare di Mergellina (20 milioni) e via Nazionale delle Puglie (15 milioni), il prolungamento del metrò Linea 6 in piazza San Luigi a Posillipo (170 milioni), con relativo deposito nell'area dei Campi Flegrei, e la nuova stazione Campegna (491 milioni). La quarta fermata della funicolare di Montesanto a servizio dell'area di San Martino e di viale Raffaello (45 milioni).

Si punta poi a servire il Museo di Capodimonte con un people mover sotterraneo, che parte dalla stazione metro Linea 1 Colli Aminei fino a Porta Piccola, con tre fermate intermedie su via Nicolardi, viale dei Pini, via Cardinale Prisco (360 milioni). Infine ben 343 milioni sono stati richiesti per 16 nuovi treni della Linea 6, 30 nuovi tram, 4 nuove funicolari, 40 filobus di nuova concezione per le linee BRT.

Attrattività per le aziende: la ricetta di Accenture e Novartis per evitare la fuga dei giovani talenti

Al RifoClub le esperienze anche di Booking e Btinkeeng: rete e coesione politica per favorire sviluppo

■ **Ciro Cuozzo**

Napoli è una città magnetica ma c'è anche attrattività per aziende e multinazionali che negli ultimi anni hanno deciso di investire, provando a rallentare la fuga di cervelli nel nord del paese o all'estero. Perché Napoli è considerata una città «ricca di talenti» ma «deve evitare di piangersi addosso», provando a cavalcare cultura e innovazione senza rinnegare i propri tratti tipici che sempre più spesso tende a racchiudere nei soliti stereotipi, vera croce e delizia del Mezzogiorno. È quanto emerso nel secondo appuntamento del RifoClub Napoli, andato in scena il 29 gennaio all'hotel Romeo.

Nel dibattito - moderato da Eugenio Izzo e introdotto da Gabriella Colucci, presidente Arterra Bioscience - hanno portato la loro testimonianza manager e proprietari di società che hanno puntato quasi a occhi chiusi sul capoluogo campano, raccogliendo dopo qualche anno risultati importanti anche grazie a strumenti legislativi come la Zes unica o i finanziamenti europei, che hanno accele-



rato il processo di insediamento: da Simona Ali (market team manager di Booking) a Raffaele D'Orsi (managing director di Accenture Technology), passando per Lucrezia Labbadia (che cura i rapporti istituzionali della multinazionale farmaceutica svizzera Novartis) e Giovanni Vaia (presidente Btinkeeng, rientrato a Napoli dopo un decennio in Veneto da ricercatore).

«Attrattività significa creare le condizioni per portare valore ai talenti e ai clienti», sottolinea D'Orsi di Accenture che, con una serie di

dati, cristallizza il successo della società di consulenza strategica americana che ha una sede in città dal 2001. «All'epoca decidemmo di puntare su Napoli perché c'era un ottimo settore universitario dal quale attingere e lanciare talenti, ma non nascondo che ci sono state diverse criticità. Ve lo ricordate il film "Benvenuti al Sud" con la poliziotta che chiedeva a Bisio "Chi te lo fa fare di andare a Napoli?". Ecco, noi ci presentavamo con questa etichetta quando dovevamo convincere i clienti di tutta Italia. Poi, negli

anni, è andata sempre meglio e oggi abbiamo 4.150 talenti (3mila fissi e 1.000 esterni) anche se in città abbiamo al massimo 2-3 clienti». Per D'Orsi, la vera differenza rispetto alle altre sedi italiane e all'estero di Accenture è legata alla capacità delle persone presenti sul territorio e alla loro voglia di rivalsa. Non a caso «noi siamo presenti in tutta Europa ma il centro più rilevante, per volumi di produzione, è quello di Napoli».

Altra realtà d'eccellenza è la sede Novartis a Torre Annunziata, che nel 2023 ha prodotto 8 miliardi di compresse «esportate in Cina, Giappone e Usa», spiega Labbadia. Che aggiunge: «All'inizio abbiamo dovuto lottare contro il pregiudizio dell'azienda ma poi con fatti, coraggio e lungimiranza abbiamo dimostrato che la sede partenopea ha fatto grandi cose». Le compresse prodotte nello stabilimento partenopeo vengono esportate in 118 paesi del mondo. Qual è la chiave per creare stabilità dopo le agevolazioni iniziali? «Quello che serve è far sì che questi elementi diventino parte strutturale del sistema per porre radici e creare sviluppo e

innovazione». Occorre dunque migliorare il «coordinamento tra istituzioni politiche, senza scontri tra quelle nazionali, regionali e locali, ma con un'unica coesione perché l'intento deve essere quello di favorire lo sviluppo» e «lavorare sulla semplificazione dell'iter burocratico, altrimenti imprenditori e multinazionali vanno altrove, dove ci sono regole più fluide».

Anche per Booking, rappresentata da Simona Ali, la chiave «è saper ascoltare». L'azienda e-commerce del settore dei viaggi ha scelto di aprire una sede a Napoli sia per la «bellezza del territorio» e il relativo boom turistico degli ultimi anni, sia per avviare collaborazioni con le università «per far toccare con mano cosa significa lavorare in questo ambito». Secondo Vaia di Btinkeeng, Napoli è «una città creativa e la bellezza del posto ci ispira», ma allo stesso tempo vanno migliorate le relazioni tra gli attori in campo. «In Veneto c'è più networking tra imprenditori, qui invece c'è più individualismo, pensiamo di essere più furbi, invece fare rete crea valore».

Chiusura finale dedicata allo smart working, che va sempre bilanciato perché «la creatività va alimentata quotidianamente con il confronto e l'interazione. Non smetterò mai di facilitare il rientro parziale dei giovani sul luogo di lavoro perché non si può stare sempre a casa», taglia corto D'Orsi.