

**L' AZIENDA ESTENDERÀ IL SERVIZIO AD ALTRI COMUNI, STIPULANDO  
CONVENZIONI CON ENTI E SOCIETÀ****Telepark, c'è già l'utente modello**

L'amministratore delegato di Telepark, Giovanni Ferraro, sciorina i dati con grande soddisfazione. Sorride anche Nello Russo, amministratore delegato di Metoda, la società di progetti software che ha creato il servizio. «In soli 74 giorni dalla presentazione del servizio all'utenza abbiamo venduto ben 1750 tessere, di cui 1238 attivate». Lo "scarto" tra il venduto e l'attivato rappresenta un numero di tessere "dormienti" che sono state oggetto di regalo soprattutto il Natale scorso, in considerazione del fatto che il servizio è stato avviato il 15 dicembre scorso. La media di parcheggi pro capite è a tutt'oggi di 15, il tempo medio di sosta 1 ora e 16 minuti, la spesa media di 1 euro e 34. L'80% delle soste si realizza in 37 aree su 93 (via Madonna di Fatima è infatti tornata "libera"). Ma quali sono le aree più gettonate dagli utenti del Telepark? Ecco le prime dieci: Amendola (8,33%), Garibaldi 2 (4,64%), Casalbore (4,30%), Lungomare Trieste 2 (4,30%), Bnl (3,90%), Velia (3,63%), Roma 1 (3,36%), Dalmazia (3,16%), Cavour (2,69%), Fieravecchia (2,62%). Il giorno più utilizzato per l'uso del Telepark è il lunedì, mentre la domenica l'afflusso scema notevolmente, segno che si tratta molto probabilmente di utenti pendolari del lavoro. Ma esiste già un "teleparcheggiatore" modello, che si discosta di gran lunga dalla media: in 74 giorni ha consumato 100 euro in sosta, cioè in previsione 350 euro l'anno: una bella cifra. «Stiamo pensando ad un premio perché è davvero un cliente modello», ha detto Ferraro «prossimamente ci muoveremo per attivare convenzioni con enti e uffici che hanno bisogno di una facile rendicontazione delle spese, e avviare la seconda fase della campagna di comunicazione. Intanto già funzionano bene il call center, grazie al quale i nostri utenti sono assistiti, hanno le informazioni che vogliono, dove trovare le ricariche distribuite in 74 punti vendita dove si trova anche il classico "gratta e sosta". In futuro la coesistenza attuale con il "gratta e sosta" dovrebbe trasformarsi a tutto vantaggio del sistema cellulare, che consente anche la scomparsa dell'evasione».

Ma il futuro di Telepark è chiaramente nell'allargamento dei servizi. Ha un pacchetto di 1750 persone tutte perfettamente "contattabili", alle quali offrire anche altro oltre il parcheggio. E la ricchezza di un'azienda oggi si conta in termini di possibilità di contatto e comunicazione.

CLAUDIA BONASI