

*Il nuovo sistema completa l'offerta commerciale di autolinee toscane*

## **Nasce Blink, il nuovo sistema digitale per l'acquisto di biglietti online di at**

*Blink è la nuova piattaforma digitale che risponde a un'esigenza concreta: acquistare biglietti per piccoli gruppi e famiglie numerose, senza registrazione, in modo immediato e ovunque ci si trovi. È possibile attivare il biglietto con un semplice click e pagare con qualsiasi tipo di carta*

26 agosto 2025 - at - autolinee toscane, l'azienda regionale di trasporto pubblico su gomma, ha ideato e lanciato **Blink**, la nuova **piattaforma digitale** per rendere più semplice e immediato l'acquisto di biglietti urbani dell'autobus.

Una modalità semplicissima: trovi tutte le informazioni su [at-bus.it/blink](http://at-bus.it/blink); basta accedere alla piattaforma, scegliere l'area urbana dove si vuole viaggiare, inserire la mail, pagare con la carta in modalità digitale. Si riceve una mail con un link: prima di partire basta cliccare nel link arrivato via mail e il biglietto si attiverà.

“Mai come oggi è fondamentale incentivare il trasporto collettivo - spiega **Federico Germinario**, Direttore Commerciale e Tecnologie di at - autolinee toscane -. Per questo abbiamo scelto di investire in un nuovo prodotto digitale che arricchisce ulteriormente la nostra offerta e semplifica l'acquisto del biglietto singolo: nasce Blink. Blink è pensato per famiglie e gruppi, permettendo l'acquisto fino a 10 biglietti singoli. Un sistema pratico e flessibile, che si integra perfettamente con il nostro pluripremiato sistema Tip Tap, offrendo un'alternativa complementare e accessibile. Con Blink vogliamo rendere ancora più semplice e intuitivo l'uso dei mezzi pubblici, soprattutto per i turisti, intercettando il crescente desiderio di mobilità sostenibile. Un passo avanti verso un trasporto collettivo più moderno, inclusivo e rispettoso dell'ambiente”.

“Blink rappresenta la soluzione ideale per facilitare l'esperienza di viaggio di chi si vuole muovere in autobus in Toscana: la piattaforma consente di acquistare fino a 10 biglietti in un'unica sessione, con possibilità di pagamento con carte di debito, credito e prepagate dei principali circuiti, inoltre via e-mail a terzi e attivazione semplice tramite link. Nessuna registrazione, massima accessibilità e utilizzo immediato. Una volta ricevuta la mail con il titolo acquistato, sarà sufficiente cliccare sul link per attivarlo e visualizzare il biglietto con QR code che servirà anche in caso di controllo a bordo. Un sistema comodo, rapido, intuitivo e perfettamente in linea con le abitudini digitali di chi oggi usufruisce del servizio pubblico”, spiega **Caterina Piccardi**, Customer Sales Manager di at - autolinee toscane.

“Spostarsi in autobus è una scelta sostenibile e incredibilmente pratica: non solo si contribuisce a ridurre l'impatto ambientale, ma si evitano anche le principali seccature del viaggio, come la ricerca di parcheggio nelle zone turistiche, il rischio di multe e lo stress di guidare su strade sconosciute. Ed è proprio per rispondere a queste esigenze, e per facilitare chi desidera vivere la Toscana in piena libertà, che Blink si rivela la soluzione perfetta, ideale per piccoli gruppi di amici o famiglie numerose e ci rende l'unica realtà italiana ad avere così tanti canali e così tante possibilità per comprare titoli di viaggio. Il nostro obiettivo è rendere l'accesso al trasporto pubblico quanto più immediato possibile, valorizzando al tempo stesso la capillarità della nostra rete. Vogliamo che prendere un autobus, dalla costa all'entroterra, sia facile quanto prenotare un hotel o acquistare un biglietto per un museo” - aggiunge **Arzachena Leporatti**, Brand Manager di at - autolinee toscane.

### **LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE A SUPPORTO**

Blink è stato lanciato a supporto della stagione estiva proprio per agevolare le persone nella gestione dei propri viaggi e nell'organizzazione dei vari itinerari. Per dare massima visibilità a questo servizio, at - autolinee toscane ha dato vita a una campagna di comunicazione capillare e multicanale su tutto il territorio regionale, che vede sempre anche una presenza importante di turisti in viaggio in Toscana.

La campagna di comunicazione si trova all'interno dei principali punti strategici del turismo intermodale, tra cui pensiline degli autobus, stazioni, in prossimità delle biglietterie, ma anche nelle autostazioni, ed è attiva anche in versione digitale su sito (con una pagina dedicata), app e social.