

il Giornale.it milano

La sfida Trenord per Christo «Un treno ogni venti minuti»

L'installazione sul Lago d'Iseo lancia nuovi mercati L'ad Farisè: «Sempre più richiesta per il tempo libero»

Paolo Stefanato - Sab, 18/06/2016 - 06:00

Paolo Stefanato

Trenord vuole conquistare nuovi passeggeri e nuovi mercati: i pendolari restano ovviamente il «core business», ma l'intento è quello di allargare l'offerta alla clientela del tempo libero, rilanciando il treno come l'alternativa più intelligente a qualunque altro mezzo di trasporto.

È l'eredità di Expo che ha permesso per la prima volta di servire grandi flussi di pubblico non abituale. Oggi l'obiettivo è turistico e l'occasione è The Floating Piers, l'installazione galleggiante creata da Christo sul lago d'Iseo, che da oggi diventerà per due settimane un'attrazione internazionale. «I protagonisti assoluti dei trasporti saremo noi assicura Cinzia Farisè, amministratore delegato di Trenord -. Abbiamo aumentato l'offerta a 84 treni al giorno (pari a 29mila posti) sulla tratta Brescia-Iseo-Edolo, uno ogni 20 minuti, quasi una metropolitana, nonostante il binario unico: non credo che molti sceglieranno di andare in auto. Abbiamo programmato sei treni speciali da Milano nei week end. Avremo biglietti turistici con tariffe modulari, anche per le famiglie. Porteremo musica e concerti nelle stazioni, dove ci saranno squadre di assistenti turistici, abbiamo previsto servizi di snack a bordo treno, con prodotti tipici del territorio. Abbiamo stretto un accordo con Trenitalia, in base al quale si potrà raggiungere Sulzano, la stazione che si affaccia al lago d'Iseo, con un unico biglietto da tutta Italia: si arriva con una Freccia a Brescia e da qui si prosegue con Trenord».

18 giugno 2016

Ilgiornale.it

Pag 2/2

Il nuovo brand turistico si chiama Discovery train e, al di là dell'occasione del Floating Piers, si articola in nuove offerte. «Quarantasette delle nostre stazioni, circa il 10 per cento dell'intera rete, sono affacciate ai laghi lombardi: Iseo, Garda, Como, Maggiore. Stiamo creando quattro pacchetti specifici per il fine settimana, con lo slogan Scopri il blu di Lombardia anticipa l'ad -. E in collaborazione con Trenitalia e con le Regioni Liguria e Lombardia, tutti i sabati e le domeniche d'estate collegheremo Milano con cinque località della Riviera di Levante e di Ponente. Faremo (sorride, ndr) della pubblicità comparativa: da una parte la coda delle auto bloccate dal traffico, dall'altra la coda del treno che sfreccia via sui binari...».

Gli obiettivi di questa nuova vita di Trenord «sono ambiziosi», ma Cinzia Farisè non vuole anticipare numeri. Piuttosto, ricorda che «a valle di Expo si è scoperto che nel fine settimana i passeggeri sono aumentati del 9 per cento, facendo capire che la domanda c'è».

I dati di traffico illustrano lo spazio possibile: i 714mila passeggeri dei giorni feriali scendono a 375mila il sabato e a 270mila la domenica, quando di treni ce ne sono meno; vale a dire che mentre da lunedì a venerdì nelle ore di punta le carrozze sono sature, l'occupazione nel fine settimana è intorno al 60 per cento. «Questo fa intuire quanta gente in più possiamo trasportare. Con i nostri treni si possono raggiungere terme, centri benessere, parchi divertimenti, mostre, eventi e Mantova che quest'anno è la capitale italiana della cultura».

È lecito chiedersi: ma queste prospettive di sviluppo turistico, seppur marginali, non faranno perdere di vista le priorità del trasporto pendolari? Ecco la risposta dell'ad: «L'efficienza di base del servizio di trasporto, alla quale abbiamo dedicato i nostri sforzi nel 2015, l'abbiamo recuperata. Un dato: nel novembre del 2014 i treni puntuali (cioè con uno sforamento massimo di 5 minuti) erano il 69 per cento, nell'aprile del 2015 erano saliti all'89. Ora intendiamo migliorare la percezione dell'attività di Trenord; dedicarci al tempo libero, ampliando la platea dei pendolari con viaggiatori più sorridenti, fa parte di questo obiettivo. Misuriamo costantemente gli umori del nostro pubblico: un anno e mezzo fa meno del 50 per cento dava un voto tra il 7 e il 10 al nostro livello di qualità; oggi è più dell'80».