

## Piano Investimenti per innovazione tecnologica

Contratto di Servizio con l’Agenzia della Mobilità Piemontese

### Premessa

Il presente Piano viene adottato ai sensi della Delibera ART n. 154/2019 – Annesso 2, Prospetto 1 “Contenuto minimo dei contratti di servizio – trasporto ferroviario”, ed ha una durata pari a quella del Contratto di Servizio per il trasporto pubblico ferroviario di interesse regionale e locale di riferimento, stipulato tra Trenitalia e l’Agenzia della Mobilità Piemontese.

Coerentemente con quanto previsto nel Contratto di Servizio, all’articolo 17 “Politica investimenti e rinnovo del materiale rotabile” ed all’Allegato 8 “Piano Investimenti” si riportano di seguito gli investimenti previsti a carico di Trenitalia per l’innovazione tecnologica inerenti la voce Informatica:

Investimenti Mln €	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Totale
Informatica	0,9	0,2	0,1	-	-	-	-	0,5	0,5	0,5	<b>2,7</b>

Nell’ambito di tali investimenti sono previste le seguenti attività:

### Evoluzioni dei sistemi di Vendita DBRSI

#### Acquisto biglietto “Bici al seguito”

Con riferimento al servizio bici al seguito, è in corso di sviluppo sui sistemi di vendita l’introduzione di una funzione di filtro attraverso la quale potrà essere richiesta dal passeggero in fase di acquisto la visibilità dei soli treni per i quali è ammesso il trasporto delle bici.

Attraverso questa modalità il percorso di acquisto assume progressivamente una connotazione fortemente caratterizzata rispetto alle esigenze espresse dal viaggiatore con un focus sulle sole combinazioni di viaggio che consentono il trasporto della bicicletta.

#### Acquisto biglietto “Cane”

Trenitalia ha di recente introdotto sui sistemi di vendita il “biglietto per il trasporto del cane”. Si tratta di una funzionalità di acquisto *ancillary* rispetto al biglietto base del passeggero che consente l’ammissione a bordo dei nostri amici a 4 zampe. Si completa così la funzionalità che permette anche ai cani di taglia media o grande (peso superiore a 5 Kg) di viaggiare senza trasportino stando nel posto dedicato a fianco al padrone.

### Nuovo Biglietto Digitale Regionale e *check in*

Con l'obiettivo di digitalizzare l'esperienza di acquisto e di viaggio, Trenitalia ha sviluppato il nuovo Biglietto Digitale Regionale, che prevede una funzione di *check in*. Il nuovo Biglietto Digitale assicura al passeggero un'esperienza paperless e notevole flessibilità. Con l'introduzione del *check in*, il viaggiatore registra la sua presenza a bordo del treno scelto. Questo sistema consente di valorizzare lo spostamento e le abitudini di viaggio del passeggero, migliorando le azioni di assistenza in fase di viaggio e di secondo contatto. Lo sviluppo del *check in* consente una "Biglietteria Green" e "Self Green", rafforzando l'acquisto attraverso i canali digitali (trenitalia.com, AppTrenitalia).

Le nuove funzionalità di acquisto e di *check in* sono accessibili per non vedenti, che potranno sentire a voce quanto visualizzato sullo schermo del proprio dispositivo, così da interagire con esso mediante comandi vocali.

### **Evoluzione CRM Regionale**

Trenitalia ha da tempo adottato un sistema di raccolta e gestione dati dei viaggiatori che contattano Trenitalia attraverso i canali ufficiali, relativamente alle attività di *caring* e di post vendita.

Recentemente Trenitalia, all'interno del proprio sistema CRM (Customer Relationship Management), sta lavorando per l'implementazione del programma di loyalty dedicato ai clienti dei servizi OSP (Regionale e Intercity), sia al fine di recepire le disposizioni regolatorie di cui alla Delibera ART 28/2021, sia al fine di fidelizzare la clientela regionale, nell'ottica di incrementare le frequentazioni e, conseguentemente, i ricavi da traffico.

Il programma fedeltà, basato su una semplice ed attuale logica cd. di *cashback*, consentirà al raggiungimento di un determinato numero di punti accumulati di accedere ad un *cashback* proporzionato che, sotto forma di buono sconto, potrà essere utilizzato per l'acquisto di biglietti di corsa semplice regionali e intercity.

Laddove i viaggiatori forniranno positivo riscontro al programma di fidelizzazione, Trenitalia potrà implementare ulteriori sviluppi e articolazioni dello stesso.

### **Portale di bordo**

Nell'ambito del rinnovo della flotta in uso in Piemonte, Trenitalia ha previsto un investimento sui nuovi treni, per la realizzazione di un innovativo portale di bordo, volto a fornire ai clienti contenuti legati all'esperienza di viaggio (percorrenza, coincidenze, ritardi, ...) e di natura commerciale.

## **NUOVE MODALITA' DI ACQUISTO**

Trenitalia ha in corso di sviluppo un nuovo sistema di vendita diretta, con il quale sarà possibile acquistare il proprio titolo di viaggio a tariffa regionale e con applicazione sovraregionale direttamente con la carta di pagamento bancaria contactless, avvicinandola a una validatrice/self service/tornello della stazione di partenza e quindi nella stazione di arrivo (TAP&TAP).

## **Gestione dell'informazione in situazione di anormalità di circolazione - Customer Room Regionale**

Trenitalia ha previsto l'attivazione, nell'interno della Sala Operativa Regionale Piemonte, di una postazione specificamente dedicata alla gestione delle attività di informazione e customer care, denominata Customer Room Regionale.

La nuova Customer Room ha come obiettivo la gestione coordinata delle attività dei presidi del personale di *customer care* sul territorio e dell'informazione al pubblico sui canali aziendali, con particolare riferimento all'infomobilità e al supporto della gestione delle richieste di assistenza veicolate attraverso il *social media caring*.

Questa nuova organizzazione renderà più efficaci anche gli interventi previsti dal Regolamento (CE) 1371/2007 e della Delibera ART 106/2018, come la distribuzione di generi di conforto e la riprotezione dei viaggiatori in occasione di eventi emergenziali e durante le anormalità di circolazione.

Trenitalia ha inoltre previsto nell'ambito degli investimenti per innovazione tecnologica, una serie di interventi sui canali di vendita diretta e disintermediata, sui sistemi di bordo e di monitoraggio, nonché adeguamenti dei sistemi alle disposizioni regolatorie in materia.

Quanto sopra esposto rappresenta il riferimento per lo sviluppo di primo periodo. Laddove ne ricorrono le condizioni, si procederà ad un successivo aggiornamento del Piano.