

Crescita all'estero per Trenitalia ma arrivano anche 450 treni locali

L'ad Morgante: con la nostra app si potrà fare la spesa online e trovarla in stazione

Intervista

BENIAMINO PAGLIARO
INVIATO A CAMOGLI (GENOVA)

La Trenitalia degli anni 2020 vuole essere un'azienda europea, presente su più mercati e guidata dalla tecnologia per ampliare la rete di servizi con un'idea di piattaforma aperta anche alla collaborazione con la concorrenza. Nel piano industriale che Ferrovie dello Stato presenterà il 28 settembre sono disegnati dieci anni di sviluppo, inclusa la quotazione in Borsa. L'incidenza dei ricavi da attività estere «sarà più che raddoppiata», dice a La Stampa l'amministratore delegato di Trenitalia Barbara Morgante, 53 anni. L'attività di trasporto che ha generato 6,9 miliardi di euro di ricavi nel 2015 è concentrata quasi totalmente sull'Italia: la

controllata in Germania, Netinera, ha ricavi lordi per 153 milioni. La francese Thello, da qualche giorno al 100% nel perimetro Fs, segnava ricavi per 30 milioni nel bilancio 2014 del gruppo. Ma con le gare a cui Trenitalia sta partecipando, in primis per la tratta Londra-Edimburgo, e con l'apertura della concorrenza internazionale a fine 2020, il quadro può cambiare.

Perché guardate all'estero?
«Riteniamo che il mercato sia ormai europeo: dobbiamo essere in grado di competere e portare le nostre eccellenze in altri Paesi. Nel Regno Unito siamo già presenti con una squadra e a fine 2017 conosceremo l'esito della gara. Noi vogliamo andare dove c'è la possibilità di remunerare l'investimento. Siamo pronti a crescere anche acquistando altre aziende».

Quanto potrà contare l'attività all'estero nel piano?
«Potremo raddoppiare l'incidenza attuale sul fatturato».

Un'altra novità riguarda l'approccio al cliente potenziato dal digitale. Cosa prevede il piano?
«Vogliamo essere vicino al

cliente: l'esperienza di viaggio deve essere la più semplice possibile anche se non coinvolge solo i servizi di trasporto. Il cliente avrà più informazioni, potrà riorganizzare il viaggio da casa alla destinazione e scegliere vari servizi».

Ciò significa che Trenitalia diventa una piattaforma. Nel 2017 il cliente potrà comprare con una vostra app il biglietto per un treno Italo o altri servizi come un biglietto aereo, dell'autobus e della metropolitana?

«Sì, abbiamo già alcune esperienze operative. Non possiamo pensare separatamente ferrovie e autobus, dobbiamo integrarli. Non ragioniamo solo sulla mobilità, per esempio si potrà fare la spesa online durante il viaggio e trovarla alla stazione. Questa è la nostra visione».

Cosa dicono i concorrenti?
«Dipende da come si vede il mondo: credo che si debba superare la dimensione del concorrente, questa è la direzione in cui si deve andare. Bisogna convincere i partner: se non lo facciamo noi lo farà qualcun altro e sarebbe un danno».

In questi giorni caldi per l'ammi-

nistrazione di Roma si ipotizza una possibile collaborazione di Fs e Atac. Siete interessati?

«Siamo interessati a mettere a disposizione il nostro know how, acquisendo aziende che hanno una situazione quasi drammatica, oppure siamo interessati ai servizi se vengono messi a gara. Il socio di Atac deciderà e noi potremo valutare un interesse».

Avete ordinato 450 treni regionali per 4 miliardi di euro. Come puntate a metterli sui binari?

«Stiamo proponendo alle Regioni contratti di servizio con durata superiore a quelli attuali perché consentono di pianificare e di diluire nel tempo gli investimenti. Chi prima arriva prima avrà i treni nuovi, che saranno i Frecciarossa del trasporto locale».

Una delle condanne per molti viaggiatori è la rete wifi. Spesso la connessione è problematica. Riuscite a intervenire?

«Conosciamo il problema e i tecnici stanno lavorando per soluzioni innovative. Ci vuole tempo, sono in corso delle prove pilota ma risolveremo il problema in maniera definitiva».

@bpagliaro

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

6,9

miliardi

I ricavi di Trenitalia dall'attività di trasporto nel 2015 sono stati realizzati quasi tutti in Italia

183

milioni

Il contributo estero ai ricavi di Trenitalia sommando i 153 milioni della controllata tedesca Netinera e i 30 milioni del 30% della francese Thello

Numero uno

L'ad di Trenitalia Barbara Morgante ha partecipato ieri a Camogli al Festival della Comunicazione a un incontro pubblico con il responsabile della Divisione Digitale del Gruppo Espresso Massimo Russo

