



ORDINE DI SERVIZIO ORGANIZZATIVO n. 434/AD del 11 mar 2005
“Trenitalia S.p.A.”

La struttura organizzativa DIREZIONE MARKETING è confermata al dr. Paolo GAGLIARDO, con le specificazioni di seguito riportate.

Alle dirette dipendenze del Responsabile di Direzione Marketing sono istituite le strutture organizzative CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT; ANALISI E PIANIFICAZIONE MARKETING; INTEGRAZIONE E INNOVAZIONE BRAND; PUBBLICITÀ, IMMAGINE E NUOVI CANALI; MARKETING INTERNAZIONALE; BRAND MANAGER ALTA VELOCITÀ, EUROSTAR E LOW COST; BRAND MANAGER NOTTE; BRAND MANAGER METRO E REGIONALE; BRAND MANAGER INTERREGIONALE E INETRCITY; BRAND MANAGER LOGISTICA NAZIONALE E INTERNAZIONALE.

Alle dirette dipendenze del Responsabile di Direzione Marketing, passa ad operare la struttura organizzativa AFFARI INTERNAZIONALI, della soppressa Divisione Passeggeri, che cambia denominazione in MARKETING INTERNAZIONALE.

Alle dirette dipendenze del Responsabile di Customer Relationship Management, sono istituite le strutture organizzative CUSTOMER SERVICE e CONTACT MANAGEMENT.

Alle dirette dipendenze del Responsabile Pubblicità, Immagine e Nuovi Canali è istituita la struttura organizzativa NUOVI CANALI.

Missione

Assicurare, nel rispetto degli indirizzi strategici di Gruppo, il raggiungimento di obiettivi di volumi, quote, economics ed immagine, individuando gli obiettivi e le strategie di mercato, realizzando il Brand Plan e contribuendo alla definizione del Piano di Marketing, secondo i contributi formulati dalla Direzione Strategia e dalle DGO.

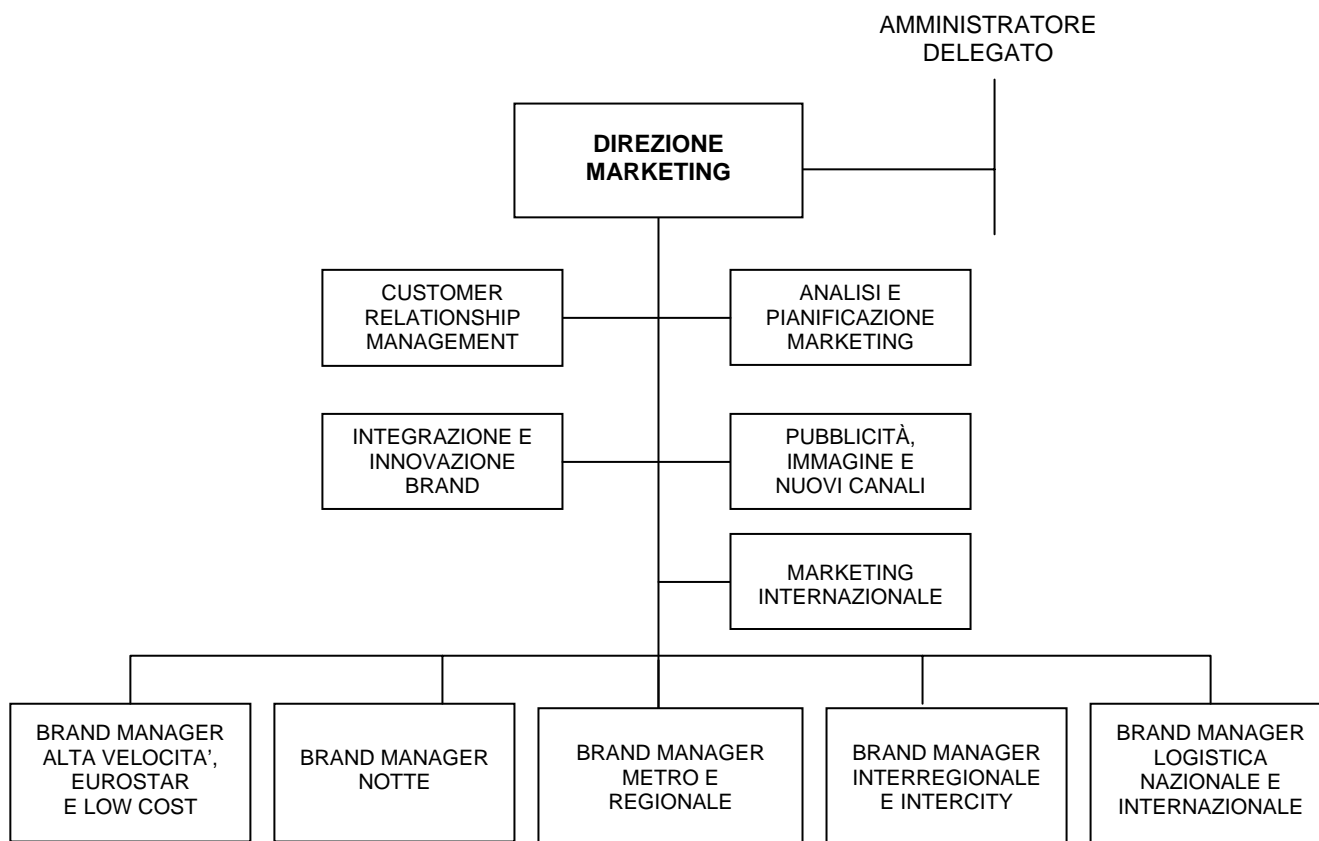
Aree di Responsabilità

In coerenza con gli indirizzi e le politiche aziendali e di Gruppo:

- Assicurare l'individuazione degli obiettivi di incremento del volume e della penetrazione di mercato nazionale ed internazionale, sviluppando i brand plan in collaborazione con le DGO e garantendone la realizzazione con il supporto delle strutture di vendita;
- definire e sviluppare le strategie di marketing trasversali e di nuovi business, analizzando i punti di forza e debolezza interni, le opportunità ed i rischi;
- definire la strategia pubblicitaria, d'immagine di brand/prodotto di Trenitalia e di sviluppo di nuovi canali, assicurando l'elaborazione/diffusione di linee guida e standard verso le competenti strutture delle DGO;
- identificare gli obiettivi e la strategia di customer relationship management (CRM) e assicurarne la realizzazione sulla base delle specificità di business concordate con le competenti strutture delle DGO;
- pianificare e realizzare analisi di mercato (studi di scenario macro-economico, benchmarking, trends & needs, ecc.), programmi di brand tracking, per la misura e monitoraggio delle performance e campagne di ascolto, assicurandone la realizzazione per conto delle DGO;
- definire gli standard relativi a strumenti, tempi e modalità del processo e dei piani di marketing, in coerenza con le migliori pratiche di mercato e assicurarne la diffusione presso tutte le strutture interessate, perseguendo la massima efficacia realizzativa;
- definire la strategia commerciale di sviluppo internazionale, in raccordo con Direzione Strategia per le attività di competenza;
- assicurare l'interfaccia unico verso la competente struttura della Capogruppo per la progettazione e realizzazione di campagne pubblicitarie.

Sede Roma

Articolazione organizzativa



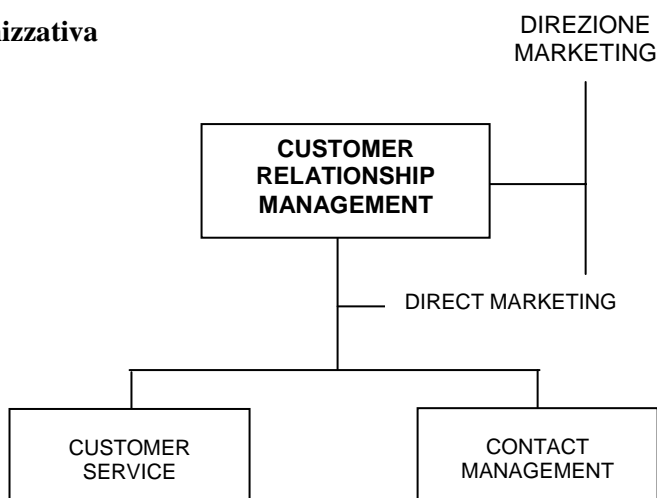
La struttura organizzativa CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT è affidata al dr. Andrea PANNO, con le specificazioni di seguito indicate.

Arete di Responsabilità

- Definire e sviluppare il potenziale di business dei clienti ed elaborare la politica ed il piano di Customer Relationship Management (CRM), sulla base degli obiettivi/strategia definiti, in collaborazione con le strutture competenti delle DGO e fornendo un service alle stesse;
- definire il sistema integrato di CRM ed elaborare le specifiche funzionali, d'intesa con la Direzione Sistemi Informativi e Pianificazione Network (studio di fattibilità, scelta soluzioni/partner tecnologici);
- elaborare linee guida strategiche e politiche di gestione del cliente, d'intesa con le competenti strutture delle DGO e curarne la diffusione verso le strutture interessate;
- proporre iniziative integrate di marketing diretto (in ottica di incremento del valore cliente), di customer care e di contact management e coordinarne la realizzazione da parte delle strutture delle DGO;
- identificare gli indicatori chiave (e/o integra quelli già disponibili) per la misurazione del processo di CRM, sviluppando il reporting relativo, d'intesa con Direzione Sistemi Informativi e Pianificazione Network;
- proporre interventi di change management, attraverso la revisione di processi organizzativi e lo sviluppo di una cultura *customer oriented*, d'intesa con la Direzione Risorse Umane e Organizzazione e le competenti strutture delle DGO.

Sede Roma

Articolazione Organizzativa



Alle dirette dipendenze del Responsabile di Customer Relationship Management, è istituita la posizione di DIRECT MARKETING, dr. Ermanno RUSSO, sede Roma, con il compito di:

- supportare il Responsabile nell'elaborazione della strategia e delle linee guida di *direct marketing* Trenitalia, monitorandone la realizzazione da parte delle strutture competenti delle DGO;

supportare il Responsabile nell'effettuazione di analisi volte all'identificazione del valore di business del cliente (attuale e potenziale), per le azioni di *direct marketing* e nello studio - d'intesa con Nuovi Canali- di proposte di soluzioni innovative di vendita (upselling e cross-selling);

- supportare il Responsabile nella pianificazione e realizzazione, con il coinvolgimento delle strutture delle DGO, di campagne di marketing diretto su clienti definiti;
- analizzare e monitorare il ritorno economico delle operazioni ed il ciclo di vita del cliente - identificando gli indicatori significativi (es. rapporto tra contatti e ritorni: redemption, tasso di fidelizzazione, costo di acquisizione clienti, ecc.) - ed elaborando il connesso reporting.

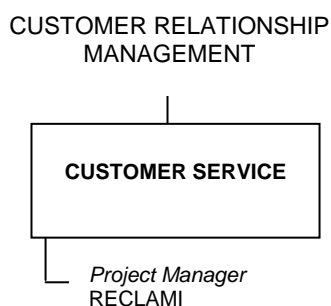
La struttura organizzativa CUSTOMER SERVICE è affidata al dr. Carlo MORONI, con le specificazioni di seguito indicate.

Aree di Responsabilità

- Definire, d'intesa con il Responsabile, la strategia di massimizzazione della customer satisfaction, garantendone la diffusione e condivisione da parte delle strutture delle DGO;
- garantire la progettazione, realizzazione e sviluppo tecnologico ed organizzativo della rete e dei servizi d'informazione ed assistenza alla clientela, concordando, in collaborazione con le strutture competenti delle DGO, il livello prestazionale dei servizi post-vendita, d'intesa con la competente struttura della Direzione Sistemi Informativi e Pianificazione Network;
- assicurare, in raccordo con le strutture operative competenti, il monitoraggio sulla customer satisfaction –in termini qualitativi e di rispondenza alle prestazioni contrattuali definite-, finalizzato all'informativa puntuale nei confronti del cliente;
- definire le linee guida di presidio e monitoraggio dei reclami, in termini di modalità e standardizzazione della gestione e tempestività dell'evasione;
- individuare la definizione ed il monitoraggio di standard prestazionali relativi al servizio reso al cliente, fornendo dati a supporto della customer satisfaction, d'intesa con le strutture competenti delle DGO e della Direzione Ingegneria, Qualità e Sicurezza di Sistema.

Sede Roma

Articolazione organizzativa



Alle dirette dipendenze del Responsabile di Customer Service, opera il *Project Manager RECLAMI*, sig.ra Stefania CAMPAGNONI, sede Roma, con il compito di:

- supportare il Responsabile nella definizione della strategia di gestione dei reclami e nell'elaborazione delle linee guida e degli standard;
- monitorare gli indicatori di performance e i parametri di report del sistema di gestione reclami;
- valutare le analisi periodiche delle DGO relative all'andamento dei reclami ai fini del miglioramento delle prestazioni della gestione reclami stessa e, più in generale, delle prestazioni di servizio;

- fornire indicazioni alle competenti strutture delle DGO per il miglioramento del servizio in relazione all'andamento degli indicatori di performance e dei parametri di report del sistema di gestione reclami, d'intesa con Qualità;
- curare la trattazione dei reclami ad elevato livello di esposizione della Società, d'intesa con le strutture interessate.

La struttura organizzativa CONTACT MANAGEMENT è affidata al sig. Bruno D'ALESSANDRO, con le specificazioni di seguito indicate.

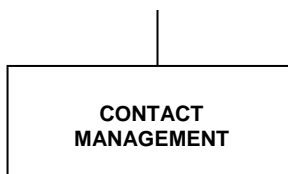
Aree di Responsabilità

- Definire, d'intesa con il Responsabile, il disegno strategico dei processi operativi che mettono in relazione l'azienda con il cliente, attraverso tutti i punti di contatto ed i canali distributivi Trenitalia (stazioni, uffici informazione, biglietterie, self-service, *Trenitalia.com*, call center, numero verde, divise, ecc.);
- elaborare le linee guida di *contact management* coerenti con il disegno strategico definito, garantendone la massima diffusione e condivisione da parte delle strutture competenti delle DGO;
- coordinare ed integrare i progetti di miglioramento in corso (es. restyling stazione presidiate o non presidiate, ecc.), che impattano sui punti di contatto e canali distributivi di Trenitalia, assicurandone la massima coerenza rispetto alle strategie definite, ed interfacciare le strutture organizzative (societarie e del Gruppo Ferrovie dello Stato SpA) per gli adempimenti e/o superamento dei vincoli;
- studiare ed implementare soluzioni innovative di contact management, in linea con la strategia di marketing definita, e d'intesa con le strutture competenti delle DGO per la realizzazione.

Sede Roma

Articolazione organizzativa

CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT



La struttura organizzativa ANALISI E PIANIFICAZIONE MARKETING è affidata al dr. Gaspare CIMINI, con le specificazioni di seguito indicate.

Aree di Responsabilità

- Realizzare analisi e ricerche di mercato (trends and needs, soddisfazione cliente, customer needs segmentation, benchmarking, competitors, ecc.), in ottica di service trasversale alle DGO;
- contribuire alla definizione delle scelte strategiche aziendali, effettuando analisi previsionali sull'andamento del mercato/cliente interno ed esterno, e fornire supporto alle competenti strutture delle DGO per i relativi allineamenti/riprevisioni;
- definire e sviluppare la missione, gli obiettivi strategici ed i programmi strategici trasversali di marketing, in collegamento con le competenti strutture delle DGO;
- contribuire al consolidamento e all'espansione delle linee di business Trenitalia, individuando e proponendo soluzioni di massimizzazione della redditività e dei margini, e coordinare e sviluppare programmi connessi con nuovi servizi a valore aggiunto incrementale, fornendo supporto alle strutture competenti delle DGO per la realizzazione;
- verificare i piani di marketing elaborati dalle strutture di marketing di DGO, in termini di coerenza rispetto ai piani di brand e di marketing strategici definiti;
- contribuire all'elaborazione del budget e dei piani di marketing delle linee di business Trenitalia, con il supporto della Direzione Amministrazione, Finanza e Controllo per le valutazioni economico-finanziarie, e garantirne la diffusione verso le strutture competenti delle DGO;
- assicurare il reporting di marketing in collaborazione con la Direzione Amministrazione, Finanza e Controllo per le sinergie dei sistemi, identificando i *Key Performance Indicator* (KPI) significativi.

Sede Roma

Articolazione Organizzativa



Alle dirette dipendenze del Responsabile di Analisi e Pianificazione Marketing, è istituita la posizione di RICERCHE DI MERCATO, dr. Roberto CORNUDA, sede Roma, con il compito di:

- supportare il Responsabile nello sviluppo e nella gestione del sistema integrato di business intelligence (scenario, market analysis, ecc.), volto all'alimentazione sistematica e continua del processo decisionale di marketing;
- supportare il Responsabile nella pianificazione di campagne d'ascolto, in collaborazione con le competenti strutture di marketing delle DGO per la fase di realizzazione;

- supportare il Responsabile nella gestione e sviluppo di un sistema integrato di business reporting, per il monitoraggio degli indicatori chiave;
- supportare il Responsabile nell'elaborazione del budget e dei piani di marketing, e curarne la diffusione verso le competenti strutture delle DGO.

La struttura organizzativa INTEGRAZIONE E INNOVAZIONE BRAND è affidata *ad interim* al dr. Paolo GAGLIARDO, con le specificazioni di seguito indicate.

Aree di Responsabilità

- Realizzare gli obiettivi di medio-lungo periodo di sviluppo del business, elaborando il Piano Generale di Prodotto (PGP) - che integra i piani di ciascun Brand -, fungendo da interfaccia/input della *voice of the customer* per la Direzione Ingegneria, Sicurezza e Qualità di Sistema e per le competenti strutture delle DGO, in coerenza con gli obiettivi strategici condivisi;
- sviluppare il potenziale di business del cliente, fungendo da stimolatore dell'innovazione;
- coordinare ed integrare le proposte di sviluppo del portafoglio offerta dei brand, garantendo la coerenza ed il posizionamento della gamma di prodotti correnti e nuovi;
- individuare e proporre soluzioni di massimizzazione della redditività e dei margini; a tal fine, perseguire il consolidamento e l'espansione dei brand Trenitalia, coordinando e sviluppando i programmi connessi con i nuovi servizi a valore aggiunto incrementale, supportando le strutture competenti delle DGO per l'implementazione;
- sviluppare i piani di innovazione prodotto/servizio (concept, modelli di servizio, ecc.), d'intesa con i Brand Manager e le direzioni tecniche di staff, in ottica di service trasversale alle DGO;
- assicurare la definizione dei programmi di sviluppo brand, dei relativi piani di investimento e KPI strategici, in raccordo con le competenti strutture delle DGO e le direzioni tecniche di staff.

Sede Roma

Articolazione Organizzativa

DIREZIONE
MARKETING



La struttura organizzativa PUBBLICITÀ, IMMAGINE E NUOVI CANALI è affidata *ad interim* al dr. Paolo GAGLIARDO, con le specificazioni di seguito indicate.

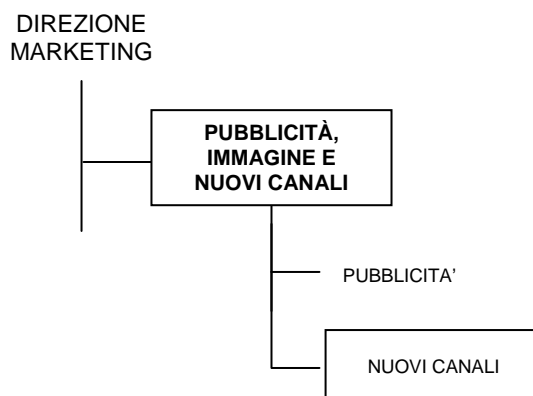
Are di Responsabilità

In coerenza con gli indirizzi e le politiche aziendali e di Gruppo:

- contribuire con il Direttore Marketing all'identificazione degli obiettivi/valori dell'immagine dei brand aziendali, garantendone la coerenza realizzativa in tutti i Punti di Contatto con la clientela (es. eventi, fiere, front line, biglietti da visita, segnaletica, uffici, ecc.), in accordo con le competenti strutture delle DGO e nel rispetto delle regole di *corporate governance* in materia;
- definire linee guida strategiche, standard e scelte di posizionamento di immagine ed identità visiva di brand, in coerenza con i valori aziendali identificati e darne massima diffusione verso le strutture competenti delle DGO;
- definire i piani di comunicazione commerciale finalizzati alla promozione di servizi/brand/prodotti Trenitalia (immagine di brand, sponsorizzazioni, eventi, promozioni, pubblicità, direct marketing, internet, *trenitalia.com*, media mix, divise, brochure, ecc.), anche attraverso lo sviluppo di canali innovativi, d'intesa con la Direzione Relazioni Esterne e le competenti strutture delle DGO;
- assicurare il monitoraggio della realizzazione dei piani definiti, nel rispetto dei mezzi e della tempistica.

Sede Roma

Articolazione Organizzativa



Alle dirette dipendenze del Responsabile di Pubblicità, Immagine e Nuovi Canali, è istituita la posizione di PUBBLICITÀ, d.ssa Marinella REBECCATO, sede Roma, con il compito di:

- supportare il Responsabile nell'elaborazione del piano di comunicazione-media commerciale (advertising-below the line, web advertising, ecc.);
- supportare il Responsabile nel monitoraggio del mercato, allo scopo di misurare la coerenza tra l'immagine interna e l'immagine esterna, e nello studio di metodologie e tecniche di ideazione e diffusione dell'immagine di brand;
- curare il monitoraggio dei risultati attesi e l'elaborazione del relativo reporting.

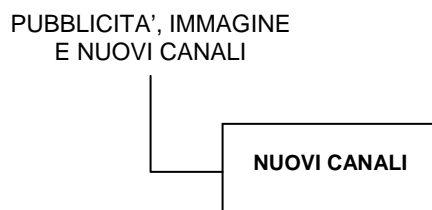
La struttura organizzativa NUOVI CANALI è affidata all'ing. Giuseppe RAFANIELLO, con le specificazioni di seguito indicate.

Aree di Responsabilità

- Definire e coordinare, in coerenza con le regole di Corporate Identity definite dalla Capogruppo, l'immagine e la rappresentatività del sito *Internet (Trenitalia.com)*, supportando le strutture aziendali nell'implementazione; contribuire, inoltre, per quanto di competenza (contenuti commerciali), alla redazione della *Intranet Trenitalia*;
- identificare le opportunità di marketing attraverso la progettazione di canali innovativi di tipo interattivo, informativi e di vendita, in service alle competenti strutture delle DGO;
- elaborare le specifiche funzionali per lo sviluppo delle soluzioni tecnologiche definite, in collaborazione con la struttura competente della Direzione Sistemi Informativi e Pianificazione Network;
- definire il piano di implementazione delle soluzioni distributive individuate, monitorandone l'esecuzione, in collaborazione con le competenti strutture delle DGO;
- studiare e sviluppare le opportunità commerciali dell'e-commerce, interfacciandosi con le strutture competenti delle DGO per la fase di implementazione.

Sede Roma

Articolazione Organizzativa



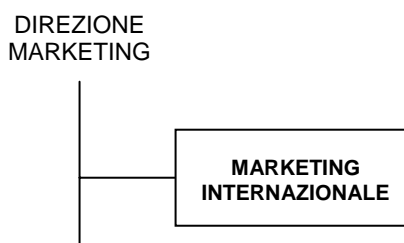
La struttura organizzativa MARKETING INTERNAZIONALE, la cui responsabilità è confermata all'ing. Ugo DELL'ARCIPRETE, modifica le aree di responsabilità, come di seguito indicato.

Aree di Responsabilità

- Assicurare il massimo impatto di Trenitalia nel processo di diplomacy e di sviluppo della capacità di business, nel contesto europeo e globale, d'intesa con la competente struttura della Direzione Strategia;
- assicurare lo sviluppo degli scambi internazionali, anche attraverso la partecipazione di Trenitalia nell'ambito di organismi tecnici europei, d'intesa con Direzione Strategia;
- contribuire all'elaborazione della strategia di marketing internazionale Trenitalia per lo sviluppo del business, d'intesa con le competenti strutture delle DGO;
- identificare minacce e opportunità ed anticipare la concorrenza, attraverso lo sviluppo di accordi e partnership commerciali, interfacciandosi con la Direzione Strategia per le attività di competenza;
- supportare le competenti strutture delle DGO nello sviluppo del sistema *Rail Best*, nell'ambito del progetto strategico *Rail World*.

Sede Roma

Articolazione Organizzativa



La responsabilità della struttura organizzativa BRAND MANAGER ALTA VELOCITÀ, EUROSTAR E LOW COST è affidata *ad interim* al dr. Gian Battista LAZZARINO, sede Roma, con le specificazioni di seguito indicate.

Con decorrenza 1 aprile 2005, è istituita la struttura organizzativa BRAND MANAGER NOTTE, la cui responsabilità è affidata *ad interim* al dr. Nicola BENAI, sede Roma, con le specificazioni di seguito indicate.

La responsabilità della struttura organizzativa BRAND MANAGER METRO E REGIONALE è affidata al dr. Roberto CINQUEGRANI, sede Roma, con le specificazioni di seguito indicate.

Con decorrenza 1 aprile 2005, è istituita la struttura organizzativa BRAND MANAGER INTERREGIONALE E INTERCITY, la cui responsabilità è affidata al dr. Nicola BENAI, sede Roma, con le specificazioni di seguito indicate.

La responsabilità della struttura organizzativa BRAND MANAGER LOGISTICA NAZIONALE E INTERNAZIONALE è affidata dr. Roberto CINQUEGRANI, sede Roma, con le specificazioni di seguito indicate.

Aree di Responsabilità

- Elaborare il piano di Brand per la realizzazione degli obiettivi di business, che include lo sviluppo di prodotti/servizi ed il relativo budget di competenza, fungendo da interfaccia/input della *voice of the customer* per la Direzione Ingegneria, Sicurezza e Qualità di Sistema e per le competenti strutture delle DGO, in coerenza con gli obiettivi strategici condivisi;
- definire e sviluppare il portafoglio offerta del brand di competenza, il relativo posizionamento e le potenzialità di crescita, interfacciando la Direzione Ingegneria, Sicurezza e Qualità di Sistema, e raccordarsi con le competenti strutture di marketing delle DGO per l'elaborazione del piano di azioni del prodotto di competenza;
- coordinare e garantire il posizionamento di prodotto, immagine, pubblicità ed attività non tabellari (*below the line*) del brand di riferimento;
- pianificare la realizzazione di focus group, coordinando le competenti strutture di marketing delle DGO per la realizzazione;
- definire i concept, i modelli di servizio ed il relativo piano di lancio, vendita e post-vendita, in ottica di service trasversale alle competenti strutture delle DGO, e d'intesa con le direzioni tecniche di staff;
- definire i programmi di sviluppo del brand di competenza, i relativi KPI strategici ed i piani di investimento, in raccordo con le competenti strutture delle DGO, e d'intesa con le direzioni tecniche di staff.

FIRMATO
Roberto Testore