

**DOr n. 6/AD del 29 mar 2018
“Trenitalia”****“Variazione Organizzativa”**

Con decorrenza 1° aprile 2018, con la presente disposizione organizzativa viene ridefinito l'assetto organizzativo dell'area marketing e commerciale della Divisione Passeggeri Long Haul al fine di garantire il raggiungimento degli obiettivi definiti attraverso la centralizzazione del presidio delle tematiche a maggiore rilevanza strategica e assicurando, tramite l'interazione tra le diverse funzioni, maggiore efficienza ed efficacia in termini di definizione dell'offerta commerciale, risposta alle esigenze del mercato e posizionamento competitivo, in coerenza con gli obiettivi e i progetti strategici di Gruppo, come di seguito specificato.

Alle dirette dipendenze del Responsabile di DIVISIONE PASSEGGERI LONG HAUL:

- è istituita la struttura macro NETWORK AND TIMETABLES LH, che acquisisce le responsabilità di programmazione dell'offerta commerciale e connessa progettazione oraria divisionale, come di seguito specificato. La titolarità è attribuita *ad interim* a Gianpiero STRISCIUGLIO;
- passa a operare la struttura macro CONCILIAZIONI, che cambia denominazione in NORMATIVA, CONCILIAZIONI E CONTRATTO DI SERVIZIO UNIVERSALE e modifica le responsabilità acquisendo il presidio delle tematiche di carattere normativo/regolatorio divisionali e del procedimento finalizzato alla stipula del Contratto di Servizio con lo Stato e relativa gestione, come di seguito specificato. La titolarità è attribuita a Sabrina DE FILIPPIS. La Responsabile ha sede a Roma;
- la struttura macro COMMERCIALE MERCATO cambia denominazione in MARKETING AND SALES e modifica le responsabilità ampliando l'ambito di competenza direttamente gestito, e della sottostante articolazione organizzativa, all'intero perimetro divisionale, come di seguito specificato. La titolarità è confermata ad Alessandra BUCCI.

In tale ambito:

- la struttura macro SVILUPPO COMMERCIALE CORPORATE E TRADE NAZIONALE E INTERNAZIONALE cambia denominazione in SVILUPPO BUSINESS, PIANI E POLITICHE DI VENDITA E INTERNAZIONALE e modifica le responsabilità acquisendo il presidio unitario dello sviluppo di nuovi mercati e canali, nazionali e internazionali, della definizione della governance di vendita (politiche di vendita e piano di vendite dei servizi divisionali - mix di canali) e perdendo il presidio diretto sulla gestione del canale di vendita corporate e trade di competenza. La titolarità è attribuita a Paolo LOCATELLI. Il Responsabile ha sede a Milano;

- la struttura macro PRODOTTO E OFFERTA COMMERCIALE NAZIONALE INTERNAZIONALE E CHARTER cambia denominazione in PRODOTTO, OFFERTA E SERVIZI A VALORE AGGIUNTO e modifica le responsabilità acquisendo il presidio della definizione, programmazione e gestione dei servizi ancillari alla clientela e perdendo il presidio sulla progettazione oraria divisionale. La titolarità è confermata ad Alberto COLLERICO;
- la struttura macro ANALISI DELLA DOMANDA E REVENUE MANAGEMENT modifica le responsabilità acquisendo il presidio unitario delle tematiche di analisi del mercato della concorrenza ferroviaria e di elaborazione delle previsioni di domanda finalizzate alla definizione dell'offerta commerciale divisionale, come di seguito specificato. La titolarità è confermata a Giovanna MILITELLO;
- la struttura macro PRICING E CONDIZIONI COMMERCIALI modifica le responsabilità acquisendo la definizione delle condizioni generali dei servizi di trasporto internazionali come di seguito specificato. La titolarità è confermata a Enrico SABELLA;
- la struttura macro PIANI E PROGRAMMI DI MARKETING cambia denominazione in PIANI DI MARKETING, PARTNERSHIP E PROMOZIONE COMMERCIALE e modifica le responsabilità. La titolarità è confermata a Ermanno RUSSO;
- la struttura macro INTERNET, CONTACT CENTER E NUOVI CANALI cambia denominazione in DIGITAL OFFICER e modifica le responsabilità. La titolarità è confermata a Gianluca PALMIERI;
- la struttura macro VENDITA CORPORATE E TRADE CENTRO SUD cambia denominazione in VENDITA CORPORATE E TRADE e modifica le responsabilità acquisendo il presidio unitario del canale Corporate e Trade. La titolarità è confermata a Serafino LO PIANO;

- la struttura macro VENDITA DIRETTA E CUSTOMER SERVICE cambia denominazione in CUSTOMER SERVICE E VENDITA DIRETTA e modifica le responsabilità ampliando l'ambito di competenza direttamente gestito, e della sottostante articolazione organizzativa, all'intero perimetro divisionale, come di seguito specificato. La titolarità è confermata a Giuseppe RAFANIELLO.
In tale ambito:
 - la struttura macro POST VENDITA modifica le aree di responsabilità come di seguito specificato. La titolarità è attribuita a Fabrizio RUGGIERO. Il Responsabile ha sede a Roma;
 - la struttura macro SERVIZI DI ASSISTENZA CLIENTI modifica le aree di responsabilità come di seguito specificato. La titolarità è confermata a Paola NEGRI;
 - la struttura macro VENDITA DIRETTA E CUSTOMER SERVICE NORD OVEST cambia denominazione in CUSTOMER SERVICE E VENDITA DIRETTA NORD OVEST e modifica le responsabilità come di seguito specificato. La titolarità è confermata a Maurizio DEL SANTORO;
 - la struttura macro VENDITA DIRETTA E CUSTOMER SERVICE NORD EST cambia denominazione in CUSTOMER SERVICE E VENDITA DIRETTA NORD EST e modifica le responsabilità come di seguito specificato. La titolarità è confermata a Leopoldo NIRO;

- la struttura macro VENDITA DIRETTA E CUSTOMER SERVICE CENTRO NORD cambia denominazione in CUSTOMER SERVICE E VENDITA DIRETTA CENTRO NORD e modifica le responsabilità come di seguito specificato. La titolarità è confermata a Paolo BIROLINI;
- la struttura macro VENDITA DIRETTA E CUSTOMER SERVICE CENTRO SUD cambia denominazione in CUSTOMER SERVICE E VENDITA DIRETTA CENTRO SUD e modifica le responsabilità come di seguito specificato. La titolarità è confermata a Pasquale CAMMISA.

Sono soppresse le strutture macro:

- COMMERCIALE CONTRATTO DI SERVIZIO UNIVERSALE;
- SERVIZI A VALORE AGGIUNTO;
- VENDITA CORPORATE E TRADE NORD.

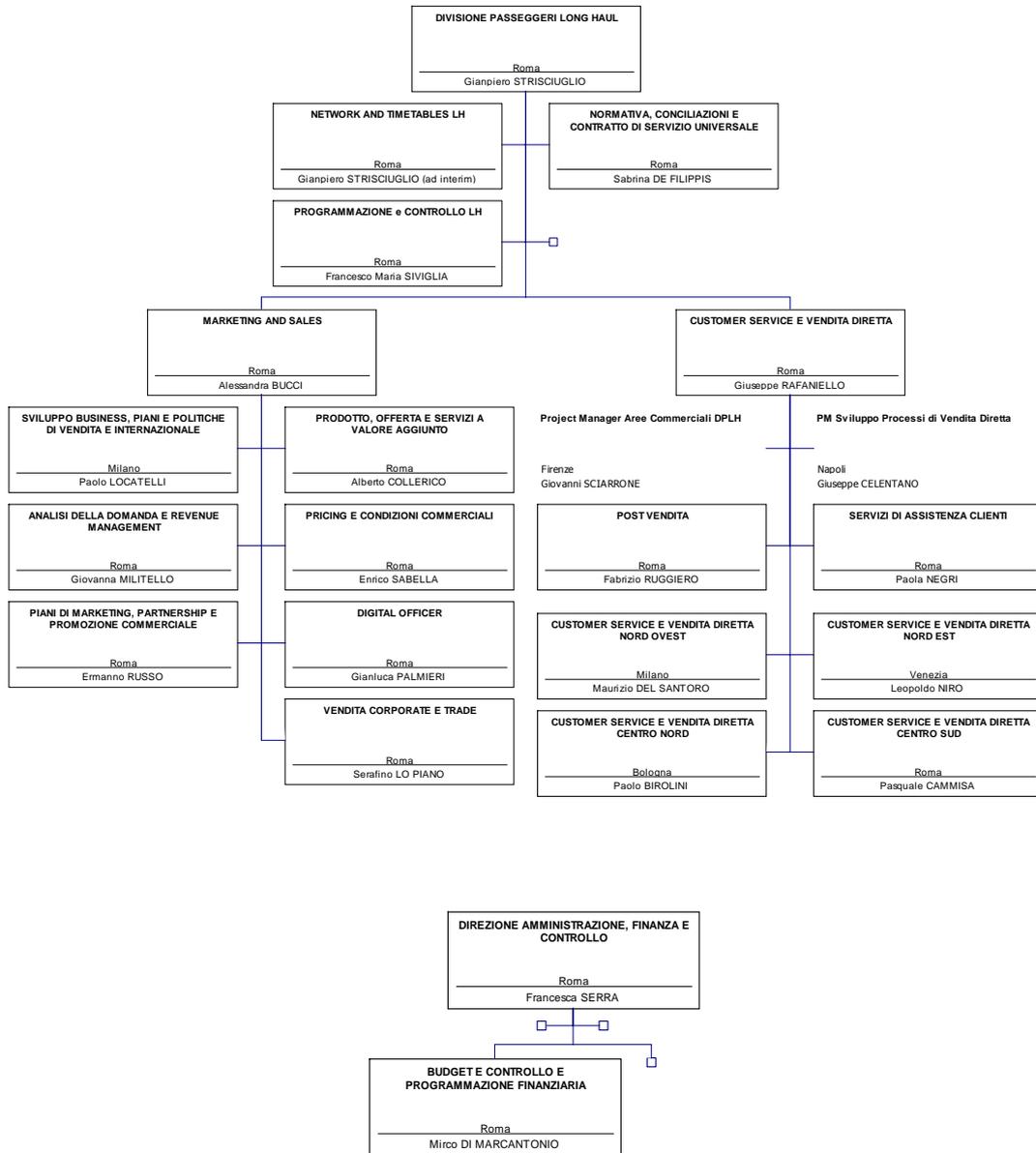
Inoltre:

- La responsabilità della struttura macro PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO LH è attribuita a Francesco Maria SIVIGLIA con sede a Roma;
- In ambito DIREZIONE AMMINISTRAZIONE FINANZA E CONTROLLO la titolarità della struttura macro BUDGET E CONTROLLO E PROGRAMMAZIONE FINANZIARIA è attribuita a Mirco DI MARCANTONIO con sede a Roma.

Giovanni Lucidio FERRARI riporta direttamente al Responsabile Divisione Passeggeri Long Haul.

Nelle more del recepimento in Trenitalia della DdG n. 249/AD del 28 febbraio 2018 e decorrenza 1° marzo 2018 emessa da FS SpA, la presente disposizione organizzativa viene declinata nella modalità DOr. La DdG 249, nel periodo transitorio, deve pertanto intendersi comunque recepita per quanto di competenza della Società e considerarsi, fino alla data della sua declinazione in CO di Trenitalia, quale protocollo aziendale facente parte del sistema di regole aziendali.

Articolazione organizzativa



NETWORK AND TIMETABLES LH

Responsabilità

- Effettua la programmazione dell'offerta ordinaria e la connessa progettazione oraria divisionale, sulla base degli elementi forniti dalle strutture di Analisi della Domanda e Revenue Management e di Prodotto, Offerta e Servizi a Valore Aggiunto, interfacciandosi con le strutture di Esercizio divisionali per le verifiche di fattibilità e con la Direzione Pianificazione Industriale per le verifiche di coerenza, l'ottimizzazione, la definizione degli schemi orario e la relativa pubblicazione;
- si interfaccia con le corrispondenti strutture di Esercizio e di Direzione Pianificazione Industriale per le verifiche di fattibilità relative alle richieste di treni straordinari o per interventi correttivi nella programmazione della produzione;
- effettua l'analisi tecnica dell'offerta della concorrenza in termini di orari, collegamenti, frequenze e caratteristiche dei servizi commerciali di assistenza, anche sulla base degli elementi forniti da Analisi della Domanda e Revenue Management;
- gestisce i dati per l'aggiornamento dei sistemi di competenza, anche relativamente alle variazioni in corso di orario, interfacciandosi con Direzione Pianificazione Industriale e con le competenti strutture in ambito Marketing and Sales;
- definisce le esigenze di sviluppo e manutenzione evolutiva dei sistemi informativi di competenza, interfacciando le competenti strutture divisionali, DPI e DSI.

NORMATIVA, CONCILIAZIONI E CONTRATTO DI SERVIZIO UNIVERSALE

Responsabilità

Interfacciandosi con le competenti strutture divisionali, di Direzione Affari Legali e Societari e di Direzione Pianificazione Strategica:

- presidia le tematiche di carattere normativo/regolatorio inerenti la Divisione, individuando le opportune soluzioni, in qualità di interfaccia delle strutture di business verso le competenti Direzioni di Trenitalia e Capogruppo;
- attua il Protocollo di Conciliazione Paritetica secondo le procedure vigenti, gestisce i rapporti territoriali con le Associazioni firmatarie del protocollo e i conciliatori da esse designati e provvede a dare massima informazione alla clientela sulla procedura di conciliazione attraverso i canali istituzionali di Trenitalia;
- cura il supporto giuridico-legale alle strutture della Divisione nelle vertenze con la clientela e/o con i fornitori per l'adozione di soluzioni conciliative stragiudiziali o interfacciando le strutture di Direzione Affari Legali e Societari per le conciliazioni nell'ambito di liti giudiziarie;
- effettua le comunicazioni alle strutture di Programmazione e Controllo LH e di DAFC per il relativo riaddebito alle strutture aziendali responsabili del disservizio degli importi conciliati ed erogati, e a Direzione Affari Legali e Societari per le ricadute sul contenzioso giudiziale;
- gestisce il Contratto di Servizio con lo Stato e i successivi adempimenti attuativi interfacciandosi con i soggetti istituzionali (MIT/MEF), con Direzione Pianificazione Strategica e con le competenti strutture divisionali, di cui valuta e valida le proposte di modifiche della parte di offerta regolata dal Contratto di Servizio Universale con lo Stato; supporta la competente struttura di Marketing and Sales nell'elaborazione della carta dei servizi, raccordandosi con Sistema Integrato Gestione Sicurezza Qualità e Energia LH per individuazione del sistema degli indicatori di performance;
- cura, in qualità di referente di Divisione, il monitoraggio delle richieste provenienti dall'Autorità di Regolazione dei Trasporti (ART), attraverso l'attivazione delle strutture specialistiche di Divisione interessate e la raccolta degli elementi utili per l'elaborazione della bozza di risposta,

interfacciando le competenti strutture di Direzione Affari Legali e Societari e Direzione Pianificazione Strategica, secondo le procedure definite.

MARKETING AND SALES

Responsabilità

Interfacciando le competenti strutture di Capogruppo e di Direzione Pianificazione Strategica per le indicazioni di strategia da implementare:

- presidia la definizione dell'offerta commerciale di Divisione interfacciandosi con Network and Timetables LH e, per la validazione della parte di offerta regolata dal Contratto di Servizio Universale con lo Stato, con Normativa, Conciliazioni e Contratto di Servizio Universale;
- relativamente al processo di marketing presidia:
 - la definizione, implementazione e controllo attuativo del Piano di Marketing della Divisione Passeggeri LH, degli standard di prodotto/servizio e dei servizi a valore aggiunto per la clientela;
 - l'analisi della concorrenza e della domanda per direttrice/prodotto/cliente, la definizione/realizzazione di politiche di customer relationship management e di fidelizzazione della clientela e la definizione del pricing e le connesse azioni di revenue management;
 - gli accordi commerciali e il comarketing, d'intesa con la Direzione Centrale Brand Strategy e Comunicazione di FS SpA qualora prevedano attività di co-branding o esposizioni del Brand;
 - le esigenze di comunicazione e pubblicità del business di competenza e le partnership con le reti estere per la vendita dei prodotti internazionali;
 - l'impostazione commerciale dei canali innovativi (internet e mobile) e l'individuazione delle esigenze di sviluppo e manutenzione evolutiva del sito internet aziendale in coerenza con le regole di Corporate Governance e di Corporate Image di Gruppo e d'intesa con la competente struttura della Direzione Centrale Brand Strategy e Comunicazione di FS SpA;
- presidia la definizione della governance di vendita (politiche di vendita e piano di vendite dei servizi divisionali - mix di canali) e lo sviluppo di nuovi mercati e canali, nazionali e internazionali, al fine di massimizzare gli incassi e le quote di mercato;
- presidia il processo di vendita sui canali internet, mobile, contact center, B2B e Trade nonché lo sviluppo/manutenzione evolutiva dei sistemi di vendita di DPLH in qualità di interfaccia unica di Divisione verso la Direzione Sistemi Informativi sulla base delle esigenze espresse dalle diverse strutture;
- elabora e pubblica la Carta dei Servizi per i servizi di competenza, interfacciando le competenti strutture divisionali per le verifiche di coerenza e il consolidamento dei contenuti e per l'acquisizione del reporting sull'andamento degli indicatori definiti;
- cura, in qualità di Datore di Lavoro dell'Unità Produttiva assegnata, il rispetto degli obblighi di legge in materia di sicurezza del lavoro, nonché di procedure e standard in materia di sicurezza del lavoro, ambiente ed esercizio e la corretta implementazione dei relativi Sistemi di Gestione Aziendale, nell'ambito delle proprie responsabilità tecnico -operative, avvalendosi del contributo specialistico delle Unità di Staff centrali/DPI/DLI di Società per le materie di competenza;
- cura la definizione dei fabbisogni di acquisto di beni, servizi e lavori, la definizione delle relative specifiche tecniche/capitolati tecnici, trasmettendoli a Programmazione Fabbisogni di Acquisto LH per la verifica e ottimizzazione trasversale ed attivando, sulla base del fabbisogno ottimizzato fornito da quest'ultima e in coordinamento con Acquisti LH, la selezione dei fornitori, la gestione dell'attività negoziale per gli acquisti di competenza;
- cura la gestione dei contratti di pertinenza, inclusi quelli che non rientrano nel proprio perimetro negoziale e che sono stipulati dalle strutture di acquisto centrale/divisionale;

- assicura, per quanto di competenza, la gestione delle relazioni sindacali territoriali, con il supporto delle strutture di risorse umane territoriali.

SVILUPPO BUSINESS, PIANI E POLITICHE DI VENDITA E INTERNAZIONALE

Responsabilità

- Definisce le politiche di vendita divisionali (governance di vendita) ed elabora il piano di vendite dei servizi (mix di canali) al fine di massimizzare gli incassi e le quote di mercato, definendo gli obiettivi ricavi/costi per segmento/canale (inclusa la vendita in stazione) rispetto agli obiettivi divisionali e aziendali e lo trasmette alle strutture di vendita per la relativa attuazione;
- individua e attua azioni di sviluppo di nuovi mercati e canali, nazionali e internazionali, in coerenza con la strategia aziendale definita da DPS;
- definisce e gestisce gli accordi commerciali con altri vettori (aerei, marittimi e terrestri) e i contratti di distribuzione con tour operator, agenzie di viaggio, vettori e altri terzi per la commercializzazione all'estero dei prodotti nazionali e internazionali, inclusi i prodotti Eurailpass e gli altri Pass Trenitalia;
- gestisce i rapporti con le Istituzioni, le Organizzazioni e gli organismi esteri (es. reti estere, consorzio Eurail Gie) per la distribuzione delle offerte commerciali e per lo sviluppo del segmento turismo religioso;
- relativamente al mercato internazionale, definisce la disciplina per i 'secondi contatti' (attraverso gli accordi con i partner esteri), e gestisce i contratti (attivi e passivi) per la gestione della contabilità internazionale, interfacciandosi con le competenti strutture di DALS e DACQ.

PRODOTTO, OFFERTA E SERVIZI A VALORE AGGIUNTO

Responsabilità

Sulla base delle analisi delle esigenze e delle propensioni di acquisto della clientela, delle analisi di benchmark e delle indicazioni delle associazioni di riferimento e interfacciando le competenti strutture divisionali e delle Direzioni di Trenitalia per le analisi, verifiche di fattibilità ed il supporto tecnico-specialistico di competenza:

- elabora gli scenari di offerta di medio/lungo periodo, definisce l'offerta commerciale e il relativo aggiornamento sui sistemi di competenza e individua eventuali nuove ipotesi di collegamento e di sviluppo dei servizi, anche sulla base degli elementi forniti dalle strutture di Analisi della Domanda e Revenue Management e Programmazione e Controllo LH e interfacciandosi con Network and Timetables LH e, per la validazione della parte di offerta regolata dal Contratto di Servizio Universale con lo Stato, con Normativa, Conciliazioni e Contratto di Servizio Universale;
- definisce gli attributi tangibili e intangibili del prodotto/servizio (customer experience), ivi compresi i servizi ancillari (accessori, intermodali, di catering e caring a bordo treno) e li declina nei relativi standard e si interfaccia con Pricing e Condizioni Commerciali per la proposta di strategia di pricing e di pricing dinamico;
- pianifica i progetti di investimento di competenza (in termini di tempi, costi) ed elabora proposte di innovazione prodotto/servizio, (progetti di restyling, revamping e face lift e in generale di upgrade della flotta, progetti relativi allo sviluppo dei servizi multimediali e tecnologici di bordo, al layout e allo stile degli interni dei nuovi treni frecce, etc.), verificandone la fattibilità tecnica con le strutture di Esercizio, DSI e DT per quanto di competenza;
- gestisce i servizi multimediali e tecnologici di bordo, definendo i palinsesti del portale WIFI, dei monitor di bordo ove presenti e degli annunci vocali, attraverso l'interfaccia con i rispettivi fornitori in collaborazione con le strutture di Esercizio, DSI e DPI per la relativa implementazione;
- effettua la programmazione dei servizi ancillari interfacciando le competenti strutture divisionali per la relativa attuazione, e ne gestisce i relativi contratti interfacciando le competenti strutture di DALI, DACQ e DRUO per le tematiche di competenza;
- stabilisce le modalità di rilevazione ed effettua il monitoraggio e l'analisi degli indicatori chiave di performance di prodotto/servizio, ivi compresi i servizi ancillari, mediante il raccordo con le competenti strutture di Esercizio, le verifiche dirette effettuate a bordo treno e attingendo i dati dalle indagini di customer satisfaction e dai sistemi aziendali;
- promuove i prodotti/servizi gestiti interfacciando le strutture di Piani di Marketing, Partnership e Promozione Commerciale e Digital Officer per la definizione e implementazione delle iniziative di comunicazione e contatto con il cliente.

ANALISI DELLA DOMANDA E REVENUE MANAGEMENT

Responsabilità

In raccordo con Programmazione e Controllo LH per gli impatti economici derivanti, interfacciandosi con le strutture di Network and Timetables LH e di Prodotto, Offerta e Servizi a Valore Aggiunto:

- effettua l'analisi del mercato della concorrenza ferroviaria e la connessa stima dei principali indicatori di traffico, nonché il monitoraggio giornaliero e il reporting periodico dei prezzi (price tracking) della concorrenza sui singoli mercati (treni, aerei, bus, auto) per la segnalazione delle conseguenti azioni di riposizionamento competitivo dei prezzi a Pricing e Condizioni Commerciali;
- rileva, analizza e consolida i dati di domanda per il monitoraggio dei principali indicatori di traffico di tutti i treni DPLH, per l'elaborazione delle previsioni di domanda finalizzate alla definizione dell'offerta commerciale divisionale, degli obiettivi di budget/riprevisioni trimestrali e di medio-lungo periodo, del conto economico treno, interfacciandosi con le competenti strutture divisionali;
- gestisce la dinamica di offerta dei posti con l'obiettivo di massimizzare il revenue e il coefficiente di riempimento del treno (Revenue Management System), tramite la modifica di disponibilità di sconti e altre categorie tariffarie per singolo treno/data/mercato, sulla base di modelli di previsione della domanda e nel rispetto degli obiettivi di mix tariffario e della strategia commerciale divisionale;
- predispone i contingenti statici per l'applicazione di sconti sui treni del Servizio Universale differenziando i valori per treno/periodo/livello di servizio sulla base del load factor previsto;
- effettua simulazioni di redditività sulla base di proposte di variazione di offerta commerciale e programmazione oraria fornite dalle strutture di Network and Timetables LH e Prodotto, Offerta e Servizi a Valore Aggiunto, al fine di identificare, d'intesa con le altre strutture commerciali, le azioni più idonee a massimizzare i ricavi.
- definisce le esigenze di manutenzione corrente, evolutiva e di sviluppo del Sistema di Revenue Management in coerenza con l'evoluzione delle piattaforme e le connesse regole commerciali e ne presidia i progetti di investimento necessari all'innovazione, interfacciandosi con DSI.

PRICING E CONDIZIONI COMMERCIALI

Responsabilità

Sulla base delle analisi di marketing effettuate e in raccordo con Programmazione e Controllo LH e Analisi della Domanda e Revenue Management per gli impatti economici derivanti, interfacciandosi con le strutture di Network and Timetables LH e di Prodotto, Offerta e Servizi a Valore Aggiunto:

- definisce la proposta di politica commerciale della Divisione in termini di offerte, strategie di pricing/variazioni e scontistica, in coerenza con lo scenario di riferimento (posizionamento, andamento mercato e concorrenza);
- definisce i prezzi puntuali dei servizi passeggeri LH, inclusa la progettazione e gestione dell'emissione dei buoni sconto, e monitora l'andamento delle iniziative previste nell'ambito di specifiche campagne o promozioni;
- elabora le condizioni generali dei servizi di trasporto nazionale e internazionale e le relative disposizioni operative garantendone il costante adeguamento anche rispetto all'evoluzione normativa nazionale/internazionale e curandone la diffusione interna su tutti i canali;
- definisce le esigenze di manutenzione corrente, evolutiva e di sviluppo della piattaforma commerciale, raccordandosi con le altre strutture divisionali per l'acquisizione delle relative esigenze, e interfacciandosi con DSI e DPI per gli aspetti di competenza;
- implementa e aggiorna le attività di creazione/modifica delle offerte commerciali e delle connesse regole di pricing, individuando le opportune azioni di miglioramento e correttive;

- gestisce e monitora, in coerenza con gli indirizzi aziendali e di Gruppo, la stipula di convenzioni con la Pubblica Amministrazione e con le altre società del Gruppo per le concessioni di viaggio, curando direttamente l'emissione, la gestione e la fatturazione delle relative carte di libera circolazione e/o altri titoli ad esse assimilabili, e predispone le 'autorizzazioni di viaggio' e le relative disposizioni operative richieste a vario titolo per attività di mystery client, co-marketing, campagne sociali.

PIANI DI MARKETING, PARTNERSHIP E PROMOZIONE COMMERCIALE

Responsabilità

- Elabora la proposta del piano di marketing di Divisione, interfacciandosi con le competenti strutture in ambito Marketing and Sales, con Network and Timetables LH e con le strutture in ambito Customer Service e Vendita Diretta;
- definisce il piano divisionale di customer relationship management (CRM) interfacciandosi con DSI e DPS, fornendo le relative esigenze di business e manutenzione evolutiva del sistema e definisce e implementa le campagne di precision marketing;
- progetta e sviluppa il Programma di Loyalty per la fidelizzazione della clientela consumer e business e la gestione della relazione con i clienti riconosciuti, attuali e potenziali per la promozione e realizzazione di azioni mirate ad incrementare la redditività per l'azienda;
- definisce e gestisce gli accordi commerciali, di co-marketing e di partnership e i rapporti con società terze e/o enti istituzionali per la progettazione e implementazione di iniziative promozionali, raccordandosi con Prodotto, Offerta e Servizi a Valore Aggiunto, d'intesa con la Direzione Centrale Brand Strategy e Comunicazione di FS SpA qualora siano previste attività di co-branding o esposizione dei marchi;
- definisce la proposta di azioni promo-pubblicitarie a supporto delle vendite e la partecipazione a eventi di interesse ed elabora, con la competente struttura della Direzione Centrale Brand Strategy e Comunicazione di FS SpA, i programmi di comunicazione commerciale per la Divisione e i piani di lancio e comunicazione nazionali, anche sulla base delle proposte di Prodotto, Offerta e Servizi a Valore Aggiunto e interfacciando Capogruppo per l'ambito di competenza;
- definisce e gestisce i contratti di partnership per lo sviluppo del business, progetta e implementa le iniziative promozionali collegate, d'intesa con la Direzione Centrale Brand Strategy e Comunicazione di FS SpA qualora siano previste attività di co-branding o esposizione dei marchi, e presidia la raccolta pubblicitaria per conto terzi, anche avvalendosi di contratti con Società esterne;
- richiede alla Direzione Centrale Brand Strategy e Comunicazione di FS SpA la registrazione dei nuovi marchi associati alle iniziative promozionali di Divisione la registrazione dei nuovi domini web e il monitoraggio ai fini di tutela dei relativi diritti aziendali in materia.

DIGITAL OFFICER

Responsabilità

Nel rispetto delle regole di Corporate Governance e Corporate Image di Gruppo, e in coerenza con degli obiettivi divisionali e aziendali, con il posizionamento rispetto al mix di canali, con le politiche di vendita definite e il relativo piano di vendita divisionale, assegnato :

- elabora la proposta del piano di vendite dei canali internet, mobile, contact center e nuovi canali, finalizzato alla massimizzazione degli incassi e delle quote di mercato, monitora i ritorni di fatturato, identifica e implementa le eventuali azioni correttive interfacciandosi con Sviluppo Business, Piani e Politiche di Vendita e Internazionale;
- effettua analisi, studi di settore e benchmark (esigenze e propensioni di acquisto della clientela di riferimento, innovazioni di mercato e di servizio, usabilità, offerte dei servizi concorrenti etc..) al fine di individuare proposte di sviluppo dei canali innovativi di commercializzazione e vendita diretta (es. internet, mobile e nuovi canali) non rientranti nei Global Distribution System, da condividere con Sviluppo Business, Piani e Politiche di Vendita e Internazionale per la relativa progettazione ed implementazione;
- gestisce l'impostazione commerciale e l'esecuzione operativa dei canali internet e mobile e, in qualità di Content Manager, l'elaborazione, sviluppo e pubblicazione dei contenuti commerciali del sito internet di Trenitalia (Orari, Treni, Promozioni, Programma fidelizzazione, Area commerciale regionale) interfacciando le competenti strutture aziendali e di Gruppo per la relativa implementazione e sviluppo funzionalità;
- gestisce la presenza di Trenitalia sui servizi di contact center (call center, biglietteria telefonica, help desk) e la relazione diretta con il cliente per casistiche di particolare rilievo e problemi tecnici, interfacciandosi con DSI, e coordinando le attività anche presso le unità territoriali dedicate, di cui monitora i livelli di prestazione resi secondo gli indicatori standard definiti;
- fornisce le necessità comunicative alla competente struttura della Direzione Centrale Brand Strategy e Comunicazione di FS SpA e collabora con la stessa per la gestione dei brand Trenitalia LH (Trenitalia, Frecciarossa, Le Freccie, ecc.) sui social network;
- gestisce i contratti con i circuiti delle carte di credito e di pagamento specifici del canale attraverso il rapporto con i fornitori e la verifica del rispetto delle prestazioni definite, definendo le azioni correttive per la risoluzione delle criticità, e collabora con la struttura di Protezione Aziendale nella definizione delle azioni correttive per la risoluzione delle criticità di funzionamento dei pagamenti on line e per la prevenzione delle frodi su internet;
- elabora le specifiche funzionali per lo sviluppo della piattaforma B2B on line, in collaborazione con Vendita Corporate e Trade, anche ai fini del presidio della rendicontazione delle attività di vendita e la contabilizzazione degli introiti del segmento B2B.

VENDITA CORPORATE E TRADE

Responsabilità

In coerenza con gli obiettivi divisionali e aziendali, con le strategie di integrazione commerciale di Società definite da DPS, con le politiche di vendita definite e il relativo piano di vendita di canale assegnato:

- elabora la proposta del piano di vendite del canale di competenza, finalizzato alla massimizzazione degli incassi e delle quote di mercato, effettua la gestione del portafoglio clienti attraverso la rete di account, identifica e implementa le eventuali azioni correttive interfacciandosi con Sviluppo Business, Piani e Politiche di Vendita e Internazionale;
- effettua l'analisi del potenziale di mercato, lo sviluppo del network di vendita e del portafoglio clienti finalizzato all'incremento di volumi/incassi e gestisce i rapporti con i principali partner del Credito per la sottoscrizione di accordi per lo sviluppo di azioni commerciali;
- gestisce i contratti con le OLTA (On Line Travel Agency) e con i GDS (Global Distribution System), i relativi rapporti con le Associazioni Nazionali di Categoria delle Agenzie di Viaggio e la definizione del contratto master di accordo commerciale con le stesse;
- definisce soluzioni di viaggio dedicate, nel rispetto delle procedure amministrativo-contabili e delle politiche definite, al fine di massimizzare gli incassi derivanti dalle attività dell'ufficio gruppi;
- definisce e attua il piano di formazione tecnico-professionale della rete di vendita e dei partner distributori di competenza, interfacciando le competenti strutture di DRUO;
- gestisce i contratti di competenza, inclusi gli accordi e contratti commerciali non aventi ricadute di natura societaria per l'implementazione di azioni promo -pubblicitarie a supporto delle vendite (co-marketing territoriale, eventi, fiere, ecc.), in raccordo con le competenti strutture di marketing;
- monitora l'andamento della gestione del credito del canale Corporate e Trade e attua azioni di recupero del credito in raccordo con le competenti strutture di DALS e DAFC;
- cura, per quanto di competenza, la gestione delle relazioni sindacali territoriali, con il supporto delle strutture di risorse umane territoriali;
- definisce le esigenze di implementazione di nuovi sistemi di pagamento a supporto delle vendite, in accordo con le competenti strutture di DAFC e DSI, e supporta le competenti strutture di Marketing and Sales nell'elaborazione delle specifiche funzionali per lo sviluppo della piattaforma di vendita B2B on line e per lo sviluppo del programma di loyalty B2B.

CUSTOMER SERVICE E VENDITA DIRETTA

Responsabilità

In coerenza con gli obiettivi assegnati, sulla base dei servizi di trasporto programmati, delle relative riprogrammazioni e degli eventi di circolazione e nel rispetto delle procedure di vendita e delle disposizioni amministrative/contabili/fiscali, anche per il tramite del service, ove previsto, delle competenti strutture territoriali in ambito Divisione Passeggeri Regionale:

- presidia il processo di customer service divisionale attraverso:
 - la definizione di standard di servizio e, per i servizi resi dal Gestore dell'Infrastruttura per le Persone a Mobilità ridotta (PRM) sui treni e negli impianti di competenza, la connessa gestione degli aspetti economici e controllo attuativo;
 - la pianificazione, gestione contrattuale e controllo attuativo dei servizi di assistenza (sostitutivi e integrativi, di accoglienza e informazione alla clientela, servizi complementari definiti dalle competenti strutture di Marketing and Sales);
 - la programmazione, sviluppo e monitoraggio delle attività della rete dei Freccia Club;
 - l'autorizzazione e attuazione, per i servizi e impianti di competenza, dei provvedimenti di assistenza straordinaria previsti dal Regolamento Europeo assicurando, ove richiesto, la rappresentanza presso gli organismi Europei finalizzate all'applicazione del Regolamento;
- presidia il processo di post vendita e la connessa gestione delle attività relative ai rimborsi, agli indennizzi, ai reclami;
- presidia il processo di vendita in stazione attraverso l'elaborazione della proposta del piano delle vendite di competenza, sulla base del piano di vendite divisionale, finalizzato alla massimizzazione degli incassi e delle quote di mercato, e nel rispetto degli obiettivi divisionali e aziendali e del posizionamento rispetto al mix di canali;
- cura, per l'ambito di competenza, la definizione dei fabbisogni di acquisto di beni, servizi e lavori, la definizione delle relative specifiche tecniche/capitolati tecnici, trasmettendoli a Programmazione Fabbisogni di Acquisto LH per la verifica e ottimizzazione trasversale ed attivando, sulla base del fabbisogno ottimizzato fornito da quest'ultima e in coordinamento con Acquisti LH, la selezione dei fornitori, la gestione dell'attività negoziale per gli acquisti di competenza;
- cura la gestione dei contratti di pertinenza, inclusi quelli che non rientrano nel proprio perimetro negoziale e che sono stipulati dalle strutture di acquisto centrale/divisionale, interfacciando Programmazione Fabbisogni di Acquisto LH per tutte le attività connesse all'esecuzione del contratto e la trasmissione di eventuali criticità;
- cura, in qualità di Datore di Lavoro dell'Unità Produttiva assegnata, il rispetto degli obblighi di legge in materia di sicurezza del lavoro, nonché di procedure e standard in materia di sicurezza del lavoro, ambiente e esercizio e la corretta implementazione dei relativi Sistemi di Gestione Aziendale, nell'ambito delle proprie responsabilità tecnico-operative, avvalendosi del contributo specialistico delle Unità di Staff centrali/DPI/DLI di Società per le materie di competenza;
- assicura l'adeguamento delle competenze tecnico-professionali del personale di competenza, nonché, per quanto di competenza, la gestione delle relazioni sindacali territoriali, con il supporto delle strutture di risorse umane territoriali.

POST VENDITA

Responsabilità

In coerenza con gli obiettivi assegnati e interfacciandosi ove previsto con le altre IF e Reti di Vendita nel caso di richieste dei clienti esteri e dei clienti che viaggiano su tratte estere o miste (Italia/Estero), per il perimetro di competenza:

- gestisce i rimborsi (anche online) e gli indennizzi per ritardo richiesti dai clienti, le denunce di furto bagagli e infortuni a bordo dei treni e i reclami, inclusi quelli su base territoriale, nel rispetto delle procedure vigenti e interfacciandosi con le competenti strutture divisionali per la raccolta degli elementi informativi;
- gestisce , e il recupero delle somme afferenti a irregolarità di viaggio emanando tutti gli atti, anche di natura ingiuntiva e ad efficacia esecutiva, relativi all'esazione degli importi dovuti dalla clientela per le infrazioni a bordo treno;
- gestisce la preliminare ripartizione dei costi (definizione dei rimborsi/indennizzi, attribuzione del diritto o meno al rimborso/indennizzo e definizione dell'importo eventualmente spettante) da/a le diverse IF e Reti di Vendita estere per il consolidamento finale a cura della competente struttura di DAFC;
- monitora i livelli di prestazione dei servizi erogati secondo gli standard definiti, anche relativamente ai flussi contabili dei rimborsi, erogati tramite assegni o bonifici su C/C degli indennizzi e delle irregolarità di viaggio proponendo azioni migliorative e correttive;
- cura l'implementazione dei sistemi inerenti i processi di post vendita (Rimborsi, Reclami, Indennizzi, Irregolarità di viaggio, Furti) relativamente ai clienti del servizio nazionale e internazionale;
- cura, ove richiesto, la rappresentanza presso gli organismi Europei per le tematiche di competenza, finalizzate all'applicazione del Regolamento Europeo.

SERVIZI DI ASSISTENZA CLIENTI

Responsabilità

Interfaciando per l'ambito di competenza le strutture territoriali di Customer Service e Vendita Diretta e, ove previsto, anche per il tramite del service delle strutture territoriali di Divisione Passeggeri Regionale,;

- effettua il coordinamento delle attività di assistenza a terra presso la Sala Operativa Trenitalia e il coordinamento funzionale dei supervisor informazioni territoriali di Trenitalia (attraverso Trenitalia Informa, anche in service a Vendita Corporate e Trade), anche in ambito DPR ove previsto il service e, a seguito delle modifiche di composizione treni, l'eventuale riprotezione dei posti;
- cura, ove richiesto, la rappresentanza presso gli organismi Europei per le tematiche di competenza, finalizzate all'applicazione del Regolamento europeo;
- valuta e autorizza di tutti i provvedimenti di assistenza straordinaria relativi ai servizi della Divisione (attraverso la distribuzione di generi di primo conforto e dei servizi sostitutivi/integrativi) previsti dal Regolamento Europeo, d'intesa con le strutture territoriali interessate, avvalendosi anche dei service, ove previsto, delle strutture territoriali della DPR cui fornisce le indicazioni operative per l'attuazione dei provvedimenti.

**CUSTOMER SERVICE E VENDITA DIRETTA NORD OVEST
CUSTOMER SERVICE E VENDITA DIRETTA NORD EST
CUSTOMER SERVICE E VENDITA DIRETTA CENTRO NORD
CUSTOMER SERVICE E VENDITA DIRETTA CENTRO SUD**

Responsabilità

- In coerenza con gli obiettivi assegnati, per le attività di customer service e vendita diretta nelle stazioni di competenza, sulla base dei servizi di trasporto programmati e delle relative proposte di riprogrammazione: programma, attua e controlla i servizi di assistenza a terra, accoglienza e informazione alla clientela e i servizi complementari definiti dalle competenti strutture di Marketing and Sales, gestendo i servizi connessi agli eventi di circolazione anche in condizioni perturbate e attuando i provvedimenti di assistenza straordinaria previsti dal Regolamento Europeo;
- supporta, ove previsto, Post Vendita nello svolgimento delle pratiche operative relativamente alle attività di post vendita e dei reclami passeggeri;
- elabora la proposta del piano delle vendite di competenza, sulla base del piano di vendite divisionale, finalizzato alla massimizzazione degli incassi e delle quote di mercato, e nel rispetto degli obiettivi divisionali e aziendali e del posizionamento rispetto al mix di canali;
- programma, attua e controlla delle attività di vendita diretta (ivi inclusi gli accordi commerciali non aventi ricadute di natura societaria per le attività di competenza, in raccordo con le competenti strutture di marketing) e gestisce i Freccia Club di competenza;
- effettua la rilevazione, l'analisi, la pianificazione e l'attuazione degli interventi di aggiornamento e sviluppo delle competenze relative al sistema delle abilitazioni del personale di competenza, raccordandosi con le competenti strutture di risorse umane per il relativo consolidamento e gli interventi formativi di business a carattere trasversale definiti centralmente;
- cura, per quanto di competenza, la gestione delle relazioni sindacali territoriali, con il supporto delle strutture RU territoriali.

FIRMATO

Orazio Iacono