



Quando un passeggero acquista un biglietto, insieme con il viaggio acquista anche la cortesia e la professionalità del personale: nell'era del cliente, è questa la più grande lezione che Amazon ci ha saputo dare.

pagine 6-7



L'EDITORIALE

Il virus e la politica che non c'è

di Pier Giorgio Luccarini

Viviamo in un periodo in cui la parola magica è «bonus». C'è un bonus per tutto e per tutti, almeno a parole, perché poi - nella pratica quotidiana - quasi nulla entra nelle tasche degli italiani. Per quale motivo? Per il semplice fatto che, per ogni provvedimento emesso dal Governo, servono dei decreti attuativi e spesso quei decreti vengono a mancare, vanificando di fatto anche le migliori intenzioni.

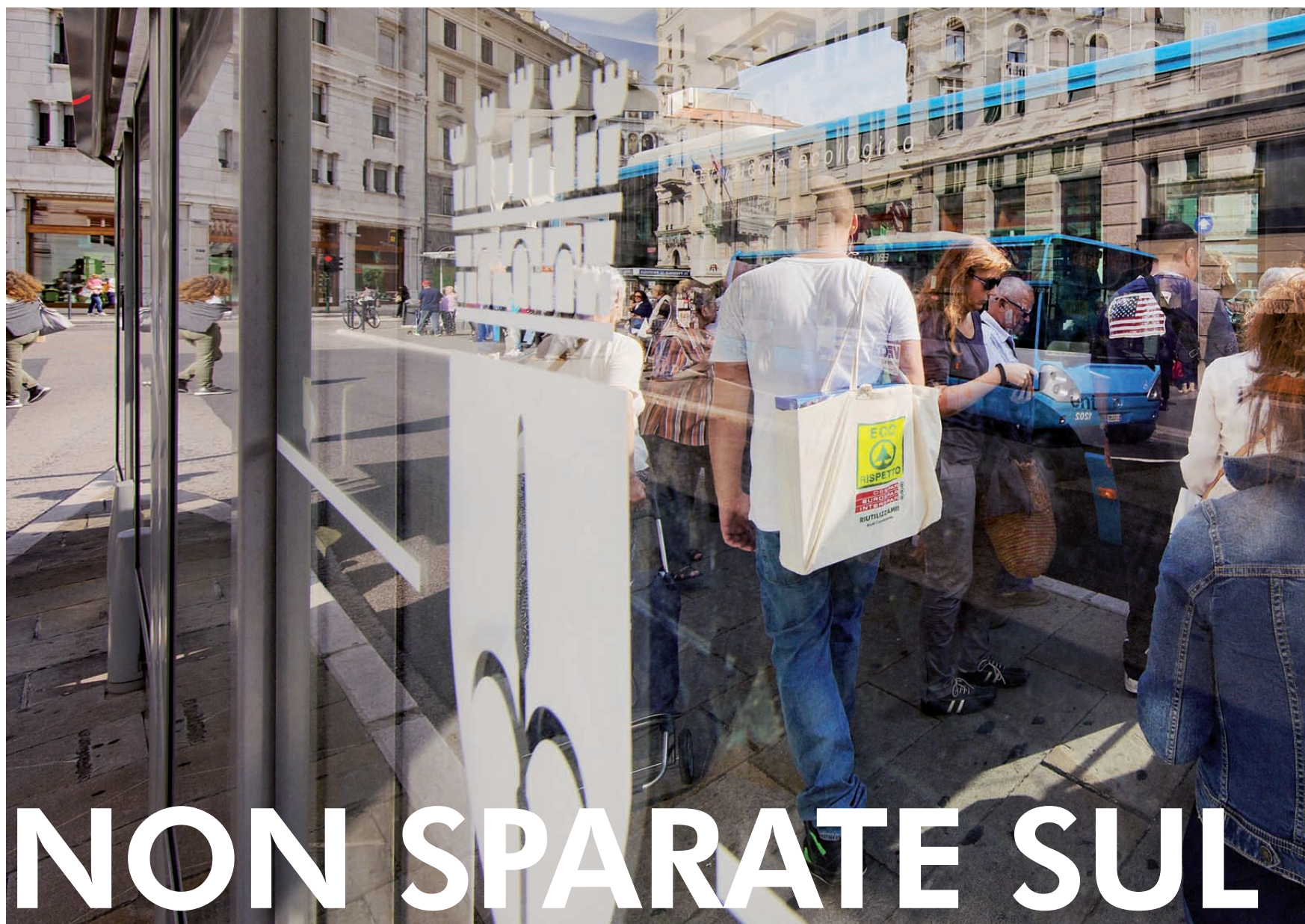
a pagina 3

NEL CENTRO DEL MIRINO

Distanziamento a bordo, trasporti scolastici, voucher Covid, abbonamenti agevolati: mai come in questi mesi il trasporto pubblico locale è stato oggetto di critiche e attacchi. Ma ecco cosa dicono i numeri (e non solo quelli)

pagine 2, 3 e 4





NON SPARATE SUL CONDUCCENTE

Il trasporto pubblico locale è dall'inizio dell'emergenza sanitaria nel centro del mirino, oggetto di attacchi, critiche e censure da parte della clientela, dei social media, della politica. Ma il settore, a Trieste, ha sempre rispettato le disposizioni regionali e nazionali e cercato di mettere in campo misure e strumenti all'altezza di una situazione straordinaria e, per tutti, difficile. Di risposte definitive, oggi, non ne ha nessuno, ma i numeri (e non solo quelli) dimostrano che i bisiumi e i richiami che ci vengono rivolti sono spesso dettati (comprensibilmente) dalla paura, dal rancore, dall'ansia, dal senso di precarietà. Di errori ne facciamo, certo che ne facciamo: ogni giorno però cerchiamo di fare del nostro meglio per assicurare un servizio che, a Trieste, è da sempre fra i più apprezzati in Italia. E ogni giorno speriamo che fare del nostro meglio sia abbastanza.

Quelle che seguono sono alcune delle obiezioni più frequenti che ci sono state rivolte in questi mesi e, a seguire, alcuni dati che provano a spiegare quanto si è fatto e quanto si continua a fare.

Gli autobus sono affollati: su molte linee il numero di passeggeri è ben superiore al limite consentito del 50 per cento.

Non è così. L'affluenza media sugli autobus a Trieste, rispetto al 2019, è calata quest'anno del 43% e dal 14 settembre al 30 novembre 2020 non si è mai superata la soglia dell'80 per cento. Il limite del 50% invece, nello stesso periodo, è stato superato solamente in 21 occasioni: l'ultima volta è successo il 29 ottobre su una corsa della linea 44 che aveva a bordo 45 persone (corrispondenti al 51% del carico). In altri termini, dall'inizio dell'anno scolastico, su un totale di 5.958 corse quotidiane nei giorni feriali e 2.678 corse nei giorni festivi, il tetto del 50% è stato superato nello 0,004% dei casi. La corsa con il load factor più elevato si è svolta nel primo pomeriggio del 20 ottobre, quando a bordo di un autobus della linea 38 diretta in via Bonomea c'erano 27 persone (60%). Ma la linea 38, in virtù della particolare conformazione del percorso, è servita

da autobus di piccole dimensioni, la cui capacità massima è di 45 passeggeri. I dati sono evinti dai dispositivi contapasseggeri che sono installati a bordo di tutti gli autobus di Trieste Trasporti e che vengono quotidianamente monitorati.

Per fare fronte all'emergenza, bisogna abbassare la soglia massima di passeggeri e raddoppiare le corse.

Ogni qualvolta vi sia una situazione critica, vengono fatte uscire corse supplementari a rinforzo della programmazione ordinaria. Ma per raddoppiare il servizio, come molti stanno chiedendo di fare, servono anche il doppio degli autobus e dei conducenti. Che non ci sono. Il trasporto pubblico è per definizione un trasporto di massa e se si volesse che a bordo venga sempre rispettato il metro di distanza, non si potrebbero accogliere più di 15 o 16 passeggeri per corsa, rendendo di fatto il servizio inefficiente e insostenibile. La soluzione, come per tutte le cose, sta



Quello che stiamo vivendo è un momento difficile per tutti, anche per il trasporto pubblico. Che in questi mesi, come mai era successo prima, è stato oggetto di critiche, censure e attacchi durissimi. Ma i numeri (e i fatti) dimostrano che per dare risposte al territorio si è fatto ogni sforzo possibile. Nella consapevolezza che di soluzioni definitive, oggi, non ne ha nessuno

nella responsabilità e nel buon senso di ciascuno.

I conducenti devono verificare quante persone siano presenti a bordo e impedire, nel caso si stia superando la soglia, la salita di altri passeggeri.

I conducenti guidano ed è sulla guida che devono concentrarsi. Non spetta a loro, pertanto, verificare i carichi. In presenza di situazioni critiche, i conducenti sono tenuti ad avvisare la sala operativa e, se necessario, possono chiedere l'intervento delle forze di polizia. Tuttavia, al netto che a Trieste, come scritto, la soglia del 50% è sempre stata rispettata, anche i controlli da parte delle forze dell'ordine non sono affatto un'operazione scontata: innanzi tutto, per verificare una corsa bisogna interrompere il servizio, e interrompere il servizio significa costringere le persone ad arrivare in ritardo a destinazione; inoltre, se anche si riscontrasse che a bordo c'è un passeggero in più del consentito, sarebbe difficile (se non impossibile) scegliere tra chi può continuare il viaggio e chi invece deve scendere e, magari, essere sanzionato.

Per limitare il propagarsi del contagio, dovete sanificare gli autobus ed evitare l'uso dell'aria condizionata.

Dal 24 febbraio 2020 Trieste Trasporti ha adottato una procedura straordinaria per sanificare giornalmente, con prodotti a base di cloro, tutti gli autobus della flotta: ogni notte una ditta specializzata provvede a vaporizzare il disinfettante all'interno delle vetture e a pulire, con lo stesso prodotto, mancorrenti, sedili, cabina di guida e prese d'aria. Un regime, questo, che sta richiedendo un impegno

L'EDITORIALE

L'incertezza si affronta con la buona politica, non con i tecnocrati

DI PIER GIORGIO LUCCARINI

Viviamo in un periodo in cui la parola magica è «bonus». C'è un bonus per tutto e per tutti, almeno a parole, perché poi - nella pratica quotidiana - quasi nulla entra nelle tasche degli italiani. Per quale motivo? Per il semplice fatto che, per ogni provvedimento emesso dal Governo, servono dei decreti attuativi e spesso quei decreti vengono a mancare, vanificando di fatto anche le migliori intenzioni. Mentre sto scrivendo queste righe, leggo che sono inevasi più di 180 decreti attuativi: significa, in altre parole, che agli annunci (come quello - fintamente strategico - dedicato all'acquisto dei monopattini) non sempre segue l'erogazione di contributi alle aziende o ai consumatori. Una bella mossa propagandistica da campagna elettorale, insomma, ma priva di sostanza.

E di bonus in bonus, sono stati finora investiti (si fa per dire) quasi 100 miliardi di euro, una cifra spaventosa che, se ben impegnata, avrebbe potuto dare sollievo (sollievo vero) alle aziende che generano posti di lavoro e alle tasche, esauste, degli italiani.

Tutto questo provoca sgomento e paura. Soprattutto sgomento perché è difficile districarsi tra quanto ogni giorno ci dicono virologi, immunologi o epidemiologi (ciascuno alla ricerca di un personale predellino dove poter esercitare la propria scienza), ovviamente in perenne disaccordo tra loro. Il risultato è che di fronte alle molteplici soluzioni per combattere il virus la gente non si raccapezza più ed è senza certezze, sballottata tra minimalisti e catastrofisti, ognuno con una propria ricetta. Che fine ha fatto la politica, quella con la P maiuscola, la sola che dovrebbe operare scelte equilibrate e ponderate di fronte a tanta incertezza? È assente ingiustificata.

E così, come rimedio a tutto ciò, vengono emanate ordinanze e DPCM con direttive spesso strampalate e inattuabili, coordinate da un manipolo di tecnici e scienziati che sembrano vivere in un altro mondo. Il prodotto di questo cortocircuito è la paura. Tanta paura. Una paura psicologica e pericolosa, che non sappiamo affrontare perché il nemico è invisibile e subdolo e, per quanto ci si sforzi di essere prudenti e di utilizzare tutti i dispositivi di protezione possibili, può colpire quando meno ce l'aspettiamo. Certo, prendere decisioni in una fase storica così complicata non è facile, ma fare chiarezza ed evitare di trascinare il paese nel panico è esattamente il compito della buona politica. Mai come oggi c'è l'esigenza di comunicare bene, senza eccessi e senza sottovalutare nulla. Per esempio, quante delle morti che quotidianamente vengono annunciate sono effettivamente dovute al Covid e non anche ad altre patologie, complici nell'aggravare la situazione clinica? E che senso ha notificare quotidianamente, su giornali e televisioni, il numero di positivi al coronavirus ben sapendo che la grande maggioranza di essi è asintomatica? Il vaccino darà davvero una svolta all'emergenza o, come alcuni sostengono, continueremo a convivere con il Covid fino al 2022? E che fine ha fatto l'immaginifico piano di Vittorio Colao, il manager chiamato dal Governo a guidare la cosiddetta fase 2? Quando potremo valutare e dibattere seriamente sull'operato del commissario Domenico Arcuri, quello dello sciagurato bando dei banchi a rotelle? E per quanto ci riguarda più da vicino, perché le aziende di trasporto pubblico locale, che anche durante il lockdown hanno continuato a svolgere il servizio e a pagare gli stipendi del personale nonostante il drastico calo dei ricavi da traffico, non sono state adeguatamente supportate, bensì abbandonate sotto una pioggia di critiche e attacchi quotidiani giunti da ogni dove?

Mi sia consentito esprimere una mia personale riflessione, non da presidente di Trieste Trasporti ma da semplice cittadino. Se fossi il capo del Governo, riunirei tutte le forze politiche presenti in Parlamento e chiederei con forza sei mesi di pax politica e istituzionale e la nascita di un tavolo permanente a cui possano partecipare tutti i partiti, con l'obiettivo di affrontare insieme il difficile momento, con la forza che solo la politica (e non i tecnici o i tecnocrati) può mettere in campo. Sarebbe un elemento di chiarezza e di unità, da leader autentico. Sarebbe un importante segnale di svolta. Ma credo che questo mio auspicio, purtroppo, sia destinato a rimanere tale.



Nell'immagine a sinistra, le attività di sanificazione che ogni notte, dall'inizio dell'emergenza lo scorso febbraio, vengono eseguite su tutti gli autobus di Trieste Trasporti. La sanificazione avviene vaporizzando a bordo dei mezzi un prodotto a base di cloro e disinfettando sedili, mancorrenti e posto di guida. Operazione analoga viene fatta quotidianamente anche in tutti i locali e gli uffici aziendali aperti al pubblico.

Rispetto al 2019, l'affluenza media sugli autobus a Trieste è calata quest'anno del 43% e dal 14 settembre al 30 novembre (ovvero dall'avvio dell'anno scolastico) la soglia del 50% è stata superata solamente in 21 occasioni su un totale di oltre 420 mila corse

importante sia in termini economici e sia di uomini. La procedura, naturalmente, si aggiunge alle normali attività di pulizia. Per quanto riguarda l'areazione, da quando è iniziata l'emergenza si è vietata l'attivazione della funzione di ricircolo dell'impianto di climatizzazione: questo consente all'impianto di utilizzare esclusivamente aria proveniente dall'esterno, garantendone la salubrità.

Gli orari degli autobus non sempre coincidono con gli orari di entrata e uscita delle scuole.

Ogni anno gli orari del servizio di trasporto pubblico locale vengono generati tenendo conto delle esigenze delle scuole e delle imprese del territorio: purtroppo quest'anno, a causa dell'incertezza che fino all'ultimo ha caratterizzato le attività didattiche, gli istituti scolastici non hanno potuto comunicare in tempo i propri orari. Di conseguenza, la programmazione del servizio non sempre ha potuto soddisfare la domanda. Tuttavia, nelle settimane successive all'avvio dell'anno scolastico sono state introdotte numerose modifiche per venire incontro alle richieste che via via ci venivano inoltrate. Oggi il contesto emergenziale non è più un contesto sconosciuto (come lo era lo scorso marzo): una migliore pianificazione è pertanto possibile ed è anche la risposta più efficace che si possa dare. Sapendo, ovviamente, che autobus e conducenti sono risorse limitate.

Il numero verde di Tpl Fvg 800 052040 non funziona: parlare con un operatore è di fatto impossibile.

Il numero verde, che dallo scorso giugno risponde per tutta la regione, funziona e ha dato assistenza in questi mesi a molte migliaia di per-

sone. Nel solo mese di settembre (pesantemente condizionato dall'emergenza sanitaria, dall'incerto avvio dell'anno scolastico e dai rimborsi dei titoli di viaggio rimasti inutilizzati durante il lockdown) al call center di Tpl Fvg sono giunte 33.229 telefonate (più di 1.100 al giorno, con un impegno medio per ciascuna telefonata di circa 5 minuti) e 8.761 richieste via chat. A queste si sono aggiunte 2.629 segnalazioni via web, 884 reclami (più della metà dei quali collegati alla pandemia) e alcune migliaia di email. Negli anni passati, la somma dei contatti giornalieri delle quattro aziende regionali (Trieste Trasporti, Arriva Udine, Apt Gorizia e Atap Pordenone) non superava le 300 unità. Per quanto si siano messe in campo tutte le forze disponibili, è evidente che non sempre è stato possibile rispondere a tutti. Da ottobre, per fare fronte all'eccezionalità della domanda, è stato attivato anche un canale di assistenza via WhatsApp che risponde al numero 3346847542.

Ottenere il rimborso degli abbonamenti rimasti parzialmente inutilizzati durante il lockdown era complicatissimo: l'avete fatto apposta.

Non è così. Per richiedere il voucher (i termini sono scaduti il 30 novembre) era sufficiente avere un profilo personale sul sito di Tpl Fvg e caricare, insieme con l'abbonamento da rimborsare, un proprio documento d'identità e un'autocertificazione del proprio stato di lavoratore o di studente. In Friuli Venezia Giulia sono stati complessivamente emessi circa 30 mila voucher, 6.400 dei quali a Trieste; l'85% è già stato utilizzato per acquistare altri titoli di viaggio. Tutti coloro che non avevano a disposizione un computer per completare la procedura, e che

hanno contattato l'azienda tramite il numero verde o il numero di WhatsApp 3346847542, sono stati assistiti nella procedura.

Avete escluso i pensionati dal rimborso: è stata una scelta aziendale sciagurata.

Al rimborso hanno potuto accedere solamente coloro che, a causa dell'emergenza sanitaria, nei mesi del lockdown non si sono potuti recare a scuola, all'università o al lavoro con i mezzi pubblici. Per tutti gli altri, il servizio non si è mai interrotto. L'azienda si è limitata ad applicare (come hanno fatto tutte le regioni italiane) quanto disposto dall'articolo 215 del decreto-legge 19 maggio 2020, n. 34. Una cliente, a questo proposito, ci ha scritto: «Se un macellaio mi vende carne avariata, è tenuto a rimborsarmi. Lo stesso deve valere per voi». Ma il paragone non regge, perché le aziende di trasporto pubblico non hanno mai interrotto il servizio né hanno mai abbassato i propri standard.

Anche la procedura per ottenere l'agevolazione regionale sugli abbonamenti scolastici era quasi inaccessibile.

Come per i voucher Covid, anche nel caso delle agevolazioni regionali sugli abbonamenti scolastici era sufficiente disporre di un profilo personale sul sito di Tpl Fvg dove caricare un'autocertificazione. E come per i voucher, anche in questo caso chi non aveva a disposizione un computer per completare la procedura è stato assistito nel caricamento dei documenti richiesti. Sono più di 30 mila le agevolazioni regionali concesse in Friuli Venezia Giulia, 3.687 delle quali a Trieste.



LE MISURE MESSE IN CAMPO DA TRIESTE TRASPORTI PER CONTRASTARE LA DIFFUSIONE DEL COVID-19

Un GUANTONE contro il virus

**NON
ABBASSARE
LA GUARDIA**

Mantieni una adeguata distanza dalle altre persone.



TRIESTE TRASPORTI muoversibene.

**NON
ABBASSARE
LA GUARDIA**

Evita assembramenti.



TRIESTE TRASPORTI muoversibene.

**NON
ABBASSARE
LA GUARDIA**

Indossa sempre la mascherina quando non sei solo.



TRIESTE TRASPORTI muoversibene.

Protocolli di comportamento, pulizie frequenti, un sistema di prenotazione, un comitato operativo e una campagna di comunicazione interna. Ecco come l'azienda ha risposto alla pandemia

DI IVO BORRI*

La solidità di un'azienda non si manifesta necessariamente nei momenti in cui va tutto bene, ma la si può riscontrare soprattutto nei momenti più difficili, quando - per reggere l'onda d'urto avversa - l'organizzazione sa mettere in campo tutte le proprie forze per contenere e contrastare la situazione. È quello che in questi mesi ha vissuto (e sta ancora vivendo) Trieste Trasporti, capace di fornire pronte risposte agli effetti causati dalla diffusione del Covid-19 sulle persone e sull'attività lavorativa. Le misure che sono state adottate fin dai primi giorni di emergenza (per esempio, l'acquisto dei dispositivi di protezione individuale per tutto il personale o l'immediata applicazione delle disposizioni emanate dalle autorità nazionali e regionali) sono la testimonianza tangibile della nostra attenzione e responsabilità.

Nel tempo si sono poi susseguiti tutta una serie di provvedimenti finalizzati a impedire la diffusione del virus all'interno dell'azienda, tra cui:

- la costituzione di un organismo decisionale e di confronto composto dai vertici aziendali e dalle parti sociali interne, per seguire costantemente l'evoluzione della situazione, al fine di apportare collegialmente le necessarie modifiche organizzative;
- la stesura di un «Protocollo anti contagio», giunto oggi alla tredicesima versione e frutto di costanti integrazioni e aggiornamenti condivisi con le parti sociali e redatto secondo lo schema sottoscritto tra il Governo, i sindacati e le imprese;
- il richiamo costante al rispetto delle procedure attraverso comunicazioni, ordini di servizio e cartellonistica;
- la definizione di rigidi protocolli per il personale e per le ditte esterne;
- l'intensificazione delle pulizie dei locali e delle apparecchiature d'uso quotidiano;
- l'attivazione di un innovativo sistema di prenotazione degli accessi in biglietteria per evitare code e affollamenti e il rilevamento della temperatura all'ingresso;
- la disponibilità di dispositivi di protezione e di articoli per la pulizia delle proprie postazioni di lavoro e per l'igiene delle mani (con la fornitura periodica di kit a tutto il personale);
- la riorganizzazione degli spazi per assicurare il distanziamento tra le persone e la definizione di turnazioni per l'accesso a determinate aree;
- la sospensione delle riunioni in presenza (sostituite da riunioni telematiche) e il ricorso, quando possibile, al lavoro a distanza;
- la formazione di tutti i dipendenti sui rischi per la salute, unitamente all'accertamento della comprensione degli argomenti attraverso appositi test di verifica.

Oltre alle svariate iniziative per la tutela delle persone e l'applicazione di tutte le misure prescrittive, Trieste Trasporti ha fatto appello alla responsabilità di ciascuno nel dare il proprio contributo al contenimento dell'epidemia, attraverso una consistente campagna di informazione al proprio interno e sugli autobus stessi, invitando pertanto anche l'utenza a farsi parte attiva delle azioni di contenimento e riuscendo così a garantire la continuità del servizio, pur con le limitazioni imposte dalle ordinanze specifiche.

* responsabile del Servizio di prevenzione e protezione di Trieste Trasporti

Tre dei sei manifesti che compongono la campagna di comunicazione interna adottata da Trieste Trasporti per sensibilizzare il personale contro il Covid.

CLIENTI

Ecco perché sono il centro di gravità di ogni strategia aziendale

Quando un passeggero acquista un biglietto o un abbonamento, insieme con il viaggio acquista anche la cortesia e la professionalità del personale: è questa la grande lezione che Amazon ci ha saputo dare

DI MICHELE SCOZZAI

Sono passati trent'anni da quando Alberto Galgano, caposcuola della qualità totale in Italia, propose in un fortunato volume edito per Il Sole24Ore la metafora del mostro per raccontare e rappresentare il cliente, le sue abitudini, i suoi scopi, le sue destrezze. Esigente, accanito, invadente, trasformista, un po' vendicativo, il cliente di Galgano si finge competente per conquistare pezzi di territorio, è convinto di avere un problema che nessun altro ha (e pretende quindi soluzioni personalizzate), non guarda in faccia a nessuno e, come tutti i mostri delle favole, è pronto a strangolarci se riterrà le nostre risposte poco soddisfacenti. A dispetto del tempo trascorso (un'era geologica, se si guarda al technological change), l'archetipo del cliente di Galgano è tutt'ora valido: anzi, web e social media ne hanno enfatizzato la spietatezza. Ma rimane valido altresì il percorso che Galgano indicò per ammansirlo e farne il nostro più vigoroso e influente alleato: al cliente, disse l'ingegnere fiorentino, serve dare il massimo ascolto e la sensazione, concreta e misurabile, di essere al centro dei nostri pensieri. Al cliente, in altre parole, serve dare amore.

UNA SFIDA CULTURALE

È questa, senz'altro, la sfida più grande di fronte alla quale si trova oggi Tpl Fvg, il nuovo gestore del servizio in Friuli Venezia Giulia. Monopolista per definizione, amministrato a lungo dalle municipalità (almeno fino alla legge di riordino delle autonomie locali del 1990), il trasporto pubblico in Italia è stato tradizionalmente uno dei settori più scarsamente inclini all'innovazione e al dialogo con la clientela: che fossero i territori a doversi piegare alle esigenze del servizio (e non viceversa) è stata, per decenni, un'idea tenacemente radicata nelle aziende. La rivoluzione digitale, la maggiore attenzione alla

sostenibilità (ambientale, economica e sociale), e il conseguente diverso approccio delle stazioni appaltanti, hanno profondamente trasformato il comparto. L'offerta tecnica con cui il consorzio si è aggiudicato dallo scorso giugno la gestione del servizio in regione ribalta, letteralmente, il vecchio modello (caratterizzato - piaccia o no - da quella che Sergio Bini, dell'Università Lumsa, ha definito «autoreferenzialità padronale»), indirizzando una parte importante dei propri sforzi e investimenti all'innovazione tecnologica e al rapporto con la clientela. I numeri mostrano, con aritmetica asciuttezza, quanto sia grande il bisogno di ascolto e quanto il trasporto pubblico faccia parte della quotidianità delle persone: nel solo mese di settembre (pesantemente condizionato dall'emergenza sanitaria, dall'incerto avvio dell'anno scolastico e dai rimborsi dei titoli di viaggio rimasti inutilizzati durante il lockdown) al call center di Tpl Fvg sono giunte 33.229 telefonate (più di 1.100 al giorno) e 8.761 richieste via chat, a cui si aggiungono 2.629 segnalazioni via web, 884 reclami (più della metà dei quali collegati alla pandemia) e alcune migliaia di email e messaggi whatsapp (con un numero dedicato attivato per fare fronte all'eccezionalità della domanda). Dall'11 giugno al 30 settembre (ovvero dal giorno del subentro di Tpl Fvg), i contatti sono stati complessivamente più di 85 mila (760 al giorno, festivi compresi, a fronte di una aspettativa di 250-300 contatti giornalieri): tra questi, hanno trovato riscontro il 100% dei messaggi e circa il 65% delle telefonate (con un impegno medio per ciascun contatto di circa 5 minuti). Segnalazioni e reclami scritti, invece, hanno ottenuto risposta, nella totalità dei casi, in tempi più diluiti.

IL CLIENTE AL CENTRO DI OGNI STRATEGIA

Sono dati sufficienti, questi, per certificare l'efficienza prestazionale e la qualità del servizio

Nel solo mese di settembre 2020 (pesantemente condizionato dall'emergenza sanitaria, dall'incerto avvio dell'anno scolastico e dai rimborsi dei titoli di viaggio rimasti inutilizzati durante il lockdown) al call center di Tpl Fvg sono giunte 33.229 telefonate (più di 1.100 al giorno) e 8.761 richieste via chat, a cui si aggiungono 2.629 segnalazioni via web e 884 reclami: l'aspettativa iniziale era di 250-300 contatti giornalieri.

Il cittadino medio, nella contemporaneità digitale, ha assimilato la cultura del prodotto a zero-difetti: che gli autobus debbano essere puntuali e puliti sono dati acquisiti e che la clientela tende a dare per scontati

clienti di Tpl Fvg? Lo diranno presto, con accuratezza, le indagini di customer satisfaction. Ma fin d'ora la risposta non può che essere solo parzialmente positiva. Più che sui numeri infatti (determinanti, va da sé, per riconfigurare nei prossimi mesi il modello organizzativo e gli strumenti delle relazioni con il territorio), il task che richiederà il maggiore impegno da parte del consorzio è senza dubbio quello ambientale e culturale. Antonino Busacca, esperto di customer strategy, ha definito quella che stiamo vivendo «era del cliente», ritenendo che la soddisfazione del cliente sia la prima e vera ragione di vita di tutte le organizzazioni. «Un'organizzazione che voglia essere e mantenersi competitiva» nota Sergio Bini «deve pensare, progettare e garantire prodotti e servizi che rispondono totalmente alle aspettative della





clientela (...). Una volta adottato il cliente come elemento motore delle attività quotidiane, la piena soddisfazione delle sue attese finisce per diventare la ragione stessa dell'esistenza dell'organizzazione». In sintesi, aggiunge l'ingegnere vastese, la qualità è il risultato di un modo attivo di lavorare, vivere e comportarsi: chi lavora per una organizzazione, a tutti i livelli, deve avere la consapevolezza che il corretto operare di ciascuno porta vantaggi per tutti, mentre la scarsa professionalità e il modesto coinvolgimento hanno conseguenze negative non solo sulla soddisfazione del cliente, ma anche sui costi operativi e sui risultati economici.

OLTRE LA PUNTUALITÀ

In un settore strategico come quello del trasporto pubblico - e in una regione come il Friuli Venezia Giulia che ha significativi tassi di utilizzo del servizio (a Trieste è fra i più alti d'Italia) - ritenere che per misurare la qualità ci si possa basare sulla sola puntualità dei mezzi o sulla capillarità dei collegamenti sarebbe un errore capitale. Il cittadino medio, nella contemporaneità digitale, ha assimilato la cultura del prodotto (e del servizio) a zero-difetti: che gli autobus debbano essere puntuali, che non debbano inquinare né guastarsi lungo il tragitto, che debbano collegare il posto dove si vive con quello dove si studia o si lavora, che gli orari debbano essere correttamente comunicati sono dati acquisiti e che la clientela tende a dare per scontati. Gli spazi per il vero salto di

qualità riguardano pertanto le componenti intangibili del servizio, legate all'immagine aziendale o al comportamento del personale che in vari modi si relaziona con la clientela: dai conducenti al call center, dai verificatori agli operatori di biglietteria. Nota ancora Bini che il personale di front-line deve avere la capacità di convincere il cliente che si sta davvero lavorando per lui e solo per lui, senza pregiudizi, senza slanci emotivi e sapendo chiedere scusa quando serve farlo. Un'indagine dell'American Society for Quality Control ha mostrato che per il 67% degli intervistati la qualità di un servizio è determinata dal comportamento e dalle attitudini del personale, mentre prezzo e puntualità non raggiungono il 15 per cento. Tra i comportamenti e le attitudini, la cortesia è di gran lunga al primo posto. Parsu A. Parasuraman, dell'Università di Miami, alla cortesia aggiunge l'affidabilità, la tempestività, la competenza, la credibilità e la capacità di comunicare trasparentemente e con chiarezza, anche (e soprattutto) quando il cliente ha torto o rivendica un diritto che non ha. D'altronde è questo - cos'altro? - l'amore professato da Galgano.

OGNI CLIENTE COME SE FOSSE L'UNICO

Ecco perché la sfida è prima di tutto ambientale e culturale: perché quando un cliente acquista un biglietto o un abbonamento, insieme con il viaggio acquista anche la cortesia dei conducenti, la professionalità dei verificatori, la competenza degli operatori del call center. Amazon ci ha

insegnato che ogni cliente può (e deve) essere trattato come se fosse l'unico.

Su questi principi, sull'ascolto e sulla soddisfazione dei clienti, sulle quattro fasi del macro-processo gestionale (plan, do, check, act), sulla definizione di obiettivi coerenti e sull'ossessione per la raccolta e la misurazione di dati e conoscenze si basano sia le norme internazionali della serie ISO 9000 e sia la norma EN 13816:2002 sul trasporto pubblico di passeggeri. L'obiettivo, in tutti i casi, è evitare che nelle dinamiche aziendali prevalga quella che Fabrizio Colonna, in un libro di qualche anno fa, definì la «fabbrica nera», ovvero un sottobosco di cattive abitudini (a volte ignorate e difficilmente decifrabili) che assorbe risorse, produce disvalore e riduce i livelli di soddisfazione della clientela.

Contrastare la fabbrica nera è un percorso lungo e tortuoso, perché cambiare abitudini non è mai facile. Ma, come spiegava Franco d'Egidio, un altro dei grandi maestri italiani della qualità, bisogna cambiare prima che sia necessario farlo: dopo è troppo tardi. Se saremo in grado di anticipare i tempi, di fare di Tpl Fvg una piccola Amazon del trasporto pubblico locale, trasformeremo allora il mostro di Galgano in un principe azzurro, e i reclamanti arrabbiati in clienti fedeli. E i clienti fedeli, come dimostra la letteratura, sono i migliori e più potenti strumenti di marketing per qualunque impresa e attività.



Un po' psicologi, un po' indovini

«VI RACCONTIAMO COSA SIGNIFICA GUIDARE UN BUS»

La fatica. L'indisciplina dei pedoni. I pericoli della strada. I social network. Ma anche la soddisfazione di essere al servizio della città. Parola di due conducenti un po' speciali

DI MICHELE SCOZZAI

Pazienza, tanta. Equilibrio e moderazione. Capacità d'ascolto, attenzione e cortesia, infinite. Due generazioni distanti negli anni e nello spazio. Diversi linguaggi, diversi approcci, diverse storie e abitudini, ma lo stesso atteggiamento verso la clientela e verso una professione, quella del conducente di autobus, che non è solo fare la spola tra un capolinea e l'altro ma è molto di più. Luigi Boscolo ha 62 anni ed è in pensione dallo scorso settembre: è stato per 35 anni in Trieste Trasporti e ne ha trascorsi 10 a insegnare ai giovani autisti a destreggiarsi nel traffico, a rapportarsi con i passeggeri, a prevenire i pericoli della strada. Alessio Gordiani, che di anni ne ha 33, è un infermiere laureato di Roma trasferitosi a Trieste per lavorare: oggi fa il conducente e dedica ai passeggeri le stesse attenzioni che una volta dedicava ai suoi pazienti. In questa intervista li abbiamo messi uno di fronte all'altro.

Guidare un autobus non è come guidare un'automobile: allo stress fisico e mentale della guida si aggiunge l'inevitabilità del confronto quotidiano con la clientela e l'energia richiesta è sempre tanta.

Luigi: «Chi guida l'autobus non è solo un autista. È uno psicologo, un profondo conoscitore della città, un consulente. È una persona di cui i clienti si fidano e a cui i clienti chiedono consigli, indicazioni, rassicurazioni. È una persona che deve saper sorridere e ascoltare, ma senza mai rinunciare all'autorevolezza del ruolo. Questo è un lavoro che va vissuto, sentito. Non è un mestiere di cui potersi accontentare: ci è richiesto uno sforzo in più ed è uno sforzo che deve necessariamente venire da ciascuno di noi».

Alessio: «La prima consapevolezza che dobbiamo avere è che il nostro è un servizio pubblico: come dice la parola stessa, siamo al servizio della città, del territorio. Le persone dobbiamo saperle ascoltare e a volte, per farlo, serve tanta pazienza. Ogni situazione è diversa e va letta,

interpretata in base alle persone con cui ci si confronta: a volte il cliente si aspetta da noi una battuta, altre volte un sorriso, altre volte ancora una risposta seria e qualificata e spesso è solo in cerca di qualcuno con cui parlare. Su molte linee, per esempio, le facce sono sempre le stesse, ma nonostante questo ogni giorno ci viene chiesto l'orario di partenza, magari da persone che l'orario lo conoscono meglio di noi. L'autobus diventa un momento di socialità: anche questo fa parte della nostra professione e della nostra quotidianità».

Poi c'è la strada. Il traffico, i pedoni che non rispettano le regole, la necessità di mantenere sempre alta l'attenzione, anche quando la stanchezza rema contro.

Luigi: «È probabilmente la parte più difficile del nostro lavoro. La strada è piena di insidie e pericoli e noi dobbiamo non solo essere in grado di evitarli, ma soprattutto di prevenirli. Non sempre possiamo purtroppo anticipare le imprudenze altrui, ma l'esperienza ci viene in soccorso, ci aiuta a capire quando un pedone sta attraversando con il semaforo rosso o quando un'automobile sta provando a sorpassarci a destra. Chi sta in strada tende a non avere la percezione di che cosa significhi guidare un autobus: fermare o manovrare un mezzo da 12 o 18 metri non è come fermare un ciclomotore e quando ci si va a sbattere, l'impatto è con una massa di 20-25 tonnellate. L'effetto può essere devastante».

Alessio: «Capire, anticipare il pedone è sicuramente ciò che richiede le energie mentali maggiori. I pedoni sono spesso indisciplinati, distratti e quando sbagliano, raramente ammettono. Dopo una giornata di guida, e decine di episodi critici, la stanchezza è davvero tanta e tenere alta la concentrazione non è facile. Ma quando siamo al volante non sono ammesse distrazioni né cali di tensione, perché anche la distrazione più banale può essere fatale. Fare questo mestiere mi ha insegnato molto, anche a essere più attento e rispettoso delle regole quando sono dall'altra



parte della barricata, quando passeggi o guido l'automobile».

Chi è il cliente?

Alessio: «Il cliente fa parte dell'azienda, è la ragione stessa del nostro lavoro. Lo portiamo a scuola, in ufficio, in palestra, a fare shopping. Il cliente fa reclami e complimenti, domande e segnalazioni, e mette nelle nostre mani un pezzo importante della sua vita. L'età media a Trieste è piuttosto alta e questo ovviamente non rende più facile il nostro mestiere. Quando a bordo ci sono clienti anziani dobbiamo fare attenzione a partire senza scatti e a frenare più dolcemente, e dobbiamo essere pazienti perché una persona di 70 anni non ha i tempi di reazione e la stabilità di uno studente, e anche durante le fasi di salita o discesa aprire o chiudere una porta non è mai, semplicemente, aprire e chiudere una porta».

Luigi: «Il cliente è principalmente colui che ci paga lo stipendio e di questo occorre avere pie-



Alessio Gordiani, 33 anni (in primo piano) e Luigi Boscolo, 62, istruttore di guida in pensione dallo scorso giugno. Alessio è laureato in scienze infermieristiche e, dopo aver lasciato un lavoro precario in una clinica romana, ha deciso di cambiare vita e nel 2019 è stato assunto in Trieste Trasporti: «La patente D era il mio piano di riserva fin da quando avevo 22 anni. Avevo offerte anche da Milano e Firenze» dice «ma ho preferito Trieste: è una città che amo e vorrei che i triestini la valorizzassero di più»

na consapevolezza. Dobbiamo imparare a trattare ogni cliente come se fosse l'unico. Il nostro è un lavoro di grande responsabilità perché, come notava Alessio, le persone si fidano di noi, scelgono i nostri autobus per muoversi da una parte all'altra della città e muoversi oggi significa vivere. Mi piacerebbe che ci fosse maggiore empatia con il territorio, che il territorio ci sentisse più vicini e percepisse le difficoltà della nostra professione: l'azienda è Trieste, e Trieste è l'azienda, giochiamo tutti nella stessa metà campo, e mi dispiace quando si verificano episodi che danno la sensazione che non sia così. A volte capita di scontrarsi con i clienti per fatti irragionevoli, penso per esempio a chi sale sull'autobus sbagliato e poi ci rimprovera di aver modificato in corsa il numero di linea. O a chi se la prende con noi se dedichiamo tempo o maggiori attenzioni a una persona in carrozzina. Sono episodi che fanno male, fanno male proprio perché crediamo nella

nostra professione».

Com'è cambiato il trasporto pubblico negli ultimi decenni?

Luigi: «Il trasporto pubblico non è una cosa separata e diversa dal resto del mondo. Oggi tutto corre più velocemente di una volta e anche nel nostro settore i ritmi sono cambiati. La gente ha fretta, non ha pazienza e spesso, invece di confrontarsi e dialogare, preferisce metterci all'indice sui social network. Quando dico che serve maggiore empatia con il territorio, mi riferisco anche a questo».

La linea preferita e quella meno amata?

Alessio: «La linea 48 fra largo Barriera Vecchia e Cattinara è senza dubbio quella che amo di più: si incontrano sempre le stesse persone e si ha la sensazione di vivere in un micromondo di quiete, serenità. La linea 3 fra Conconello e piazza della Libertà è invece quella che svolgo meno volentieri: ci sono incroci pericolosi e le strade

sono molto strette e, soprattutto, è una linea dove le persone con disabilità in carrozzina fanno fatica ad avere accesso al servizio. Sono tante a Trieste le fermate che non sono idonee alla salita e alla discesa delle carrozzine e questo non è degno di una città bella e civile come Trieste. Se penso a quello che facciamo, credo che questo sia il mio unico rammarico».

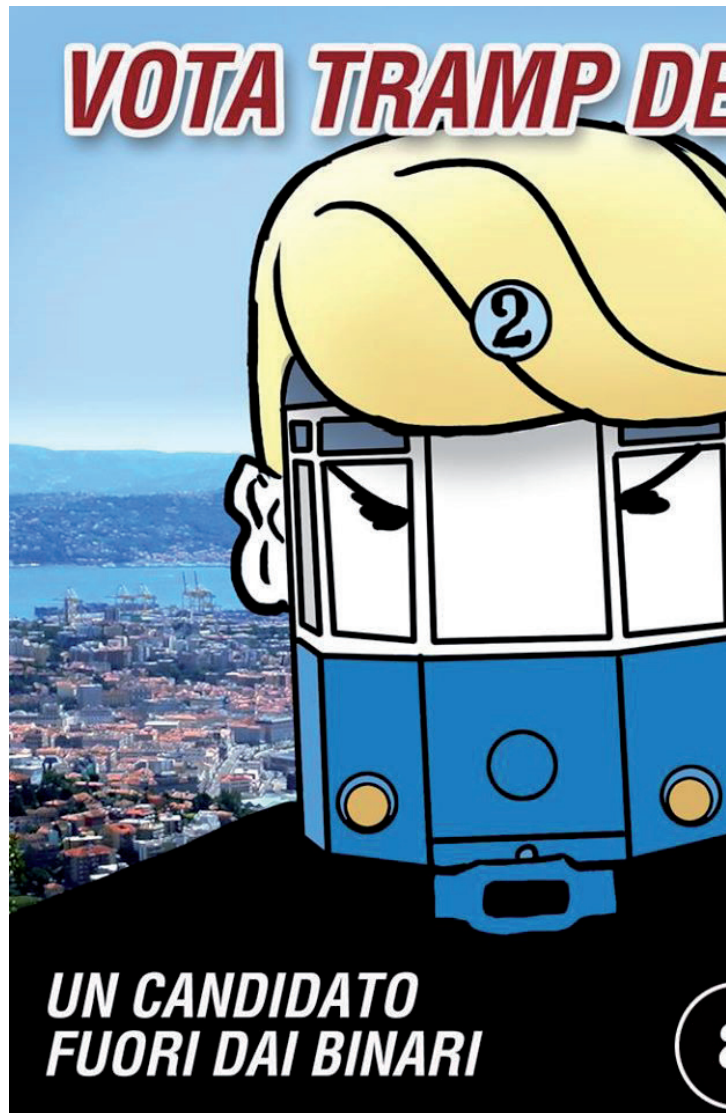


Questa intervista è stata realizzata alla fine di febbraio 2020, quando la pandemia era solo agli inizi e non si immaginava ancora quali sarebbero state le conseguenze dell'emergenza. Non tocca pertanto i temi legati al Covid ma dà ugualmente un messaggio positivo e di grande speranza e bellezza a chi fa questo mestiere e, soprattutto, alle tante persone che quotidianamente usano i nostri autobus: per questo, a dispetto dei mesi trascorsi, abbiamo ritenuto oggi di riproporla integralmente.

Quando il bus diventa VIRALE

Divertenti, buffe, beffarde, talvolta irriverenti: le tante immagini che riguardano l'azienda sono uno dei segnali di apprezzamento più belli e originali

Sono tanti i segnali, a volte sorprendenti, che ogni giorno ci mostrano quanto Trieste Trasporti sia una realtà amata e radicata sul territorio: dai tassi di utilizzo del servizio (che qui è fra i più alti d'Italia) ai risultati delle indagini di customer satisfaction, dai messaggi di stima e ringraziamento per il lavoro quotidianamente svolto agli esiti dei focus group, che periodicamente organizziamo per ascoltare l'opinione dei clienti. Ma c'è un altro - non meno importante - indizio di apprezzamento, e sono i meme, le fotografie, i fumetti che riguardano l'azienda. Divertenti, buffi, beffardi, virali, talvolta irriverenti: dai disegni, indimenticabili, dell'illustratore Paolo Marani (negli anni Novanta, uno dei più straordinari interpreti della triestinità) a quelli di Marco Englaro, dalle vignette del collettivo Vile&Vampi (che proprio in queste settimane ha celebrato i vent'anni di attività) alle tante immagini montate da amatori e appassionati. Eccone, in queste pagine, una selezione. Una gallery completa sarà prossimamente pubblicata sul sito di Trieste Trasporti.



IL MEDICO COMPETENTE: «PROTEGGERSI DALL'INFLUENZA

VACCINO ANTINFLUENZALE

Perché quest'anno vale doppio

DI GIULIANO PESEL*

L'Organizzazione Mondiale della Sanità individua quale obiettivo primario della campagna di vaccinazione antinfluenzale la prevenzione delle forme gravi e complicate di influenza e la riduzione della mortalità prematura in gruppi ad aumentato rischio di malattia grave.

Nell'attuale scenario epidemiologico internazionale, la campagna per la vaccinazione antinfluenzale riveste un significato ancora più importante in quanto, a partire dalla stagione autunnale e durante quella invernale è in atto una co-circolazione di virus influenzali e SARS-CoV-2.

Un'elevata copertura vaccinale della popolazione, in particolare per i soggetti over 65 e per quelli ad alto rischio, è



Con la vaccinazione si possono ridurre le complicanze correlate nei soggetti a rischio e gli accessi agli ambulatori medici e al pronto soccorso



Qui sopra e a sinistra, due vignette del collettivo triestino Vile&Vampi, che proprio in queste settimane ha celebrato i vent'anni di attività con un libro intitolato «Vox Pupoli», edito da White Cocal Press (15 euro). Nella pagina a fianco, un'immagine (virale nei social) che ironicamente accosta la linea 51 alla base militare statunitense Area 51, e una bella fotografia del cliente Marco Parma scattata nel novembre 2019 in via Mazzini a Trieste.

DIGITALIZZAZIONE

Controlli a bordo, con i palmari di Pax Italia più trasparenza e meno rischi di errore

Riduzione dei rischi di errore. Flussi gestionali e amministrativi più dinamici. Una maggiore trasparenza verso la clientela. Un approccio culturale all'innovazione sempre più radicato e diffuso. Trieste Trasporti compie un altro passo verso la digitalizzazione dei processi. Dallo scorso settembre i verificatori aziendali hanno a disposizione un apparecchio palmare per la gestione delle attività di verifica e sanzionamento a bordo. Prodotto da Pax Italia, il dispositivo consente di sveltire e ottimizzare le mansioni di controllo, limitando le inesattezze che sono inevitabili quando la compilazione dei documenti avviene manualmente. Il palmare permette di accertare la correttezza dei dati anagrafici forniti dal cliente e, contestualmente, di emettere il verbale. Il pagamento delle sanzioni può essere fatto direttamente all'operatore con carta di credito o debito oppure presso gli sportelli del circuito Lottomatica, esibendo il codice a barre stampato sul verbale. L'apparecchio è inoltre dotato di un lettore ottico per la verifica dei codici QR presenti oggi sui biglietti elettronici e sugli abbonamenti acquistati da webticketing, e presto anche sui normali biglietti cartacei.

PERMETTERÀ DI RICONOSCERE IN ANTICIPO LE EVENTUALI NUOVE INFEZIONI DETERMINATE DAL VIRUS SARS-COV-2»

fondamentale per semplificare la diagnosi e prendere in carico tempestivamente i casi Covid sospetti, in considerazione del fatto che i sintomi sono simili a quelli influenzali. Con la vaccinazione, inoltre, si possono ridurre le complicanze correlate nei soggetti a rischio e gli accessi agli ambulatori medici e al pronto soccorso.

I soggetti che rientrano tra i target definiti dalle indicazioni ministeriali devono considerare l'offerta della vaccinazione antinfluenzale come una reale e preziosa opportunità da cogliere per la tutela della propria salute.

È caldeggiata l'adesione alla vaccinazione antinfluenzale da parte di tutti i soggetti fragili e a rischio, ovvero tutti i cittadini con un'età superiore a 60 anni (e non più 65 come gli anni scorsi) e i soggetti portatori di patologie croniche pregresse (metaboliche, polmonari o cardiovascolari). È da considerarsi indispensabile la somministrazione del vaccino anche alle seguenti categorie:

- degenti in fase di dimissione presso i reparti dei presidi ospedalieri;
- operatori sanitari;
- cronici o soggetti a rischio per status, anche di età inferiore a 60 anni;
- donne in gravidanza;
- soggetti a rischio per attività lavorativa, come forze di polizia, vigili del fuoco, veterinari, operatori del servizio di trasporto pubblico locale;
- donatori di sangue.

Dal punto di vista tecnico, la composizione del

vaccino quadrivalente per l'emisfero settentrionale nella stagione 2020-2021 è la seguente:

- A/Guangdong-Maonan/SWL1536/2019 (H1N1)pdm09-like virus;
- A/Hong Kong/2671/2019 (H3N2)-like virus;
- B/Washington/02/2019-like virus (lineaggio B/Victoria);
- B/Phuket/3073/2013-like virus (lineaggio B/Yamagata).

In Italia ogni anno il Ministero della Salute fornisce una panoramica sui vaccini disponibili e la loro composizione aggiornata attraverso la circolare sulla prevenzione e sul controllo dell'influenza. Il 4 giugno 2020 è stata pubblicata la circolare intitolata «Prevenzione e controllo dell'influenza: raccomandazioni per la stagione 2020-2021».

Il vaccino può essere effettuato presso gli ambulatori vaccinali della rete territoriale, presso gli ambulatori specialistici di riferimento per patologia (per i malati cronici), nelle strutture di ricovero sanitarie e socio-assistenziali e presso gli ambulatori dei medici di medicina generale. Quest'anno la Regione Friuli Venezia Giulia ha deciso di non rendere disponibili i vaccini alle strutture private.

Proteggersi dall'influenza, in particolare quest'anno, permetterà di riconoscere prima le eventuali nuove infezioni determinate da Sars-Cov-2, in circolazione da ottobre in ragione della stagionalità a cui ci hanno finora abituato i coronavirus.

* medico competente Trieste Trasporti

muoversibene è uno spazio di confronto, dialogo e discussione, aperto ai dipendenti di Trieste Trasporti ma anche, e soprattutto, alle tante persone che ogni giorno viaggiano sui nostri autobus. Numero dopo numero, la newsletter cresce con voi, con le vostre idee, le vostre lettere, le vostre fotografie, i vostri suggerimenti. Per inviarci materiali, articoli o segnalazioni, scrivete a muoversibene@triestetrasporti.it, indicando il vostro nome e cognome e possibilmente un recapito telefonico.

muoversibene.
 bimestrale di informazione
 DIRETTORE RESPONSABILE
Pier Giorgio Luccarini
 PROGETTO GRAFICO, IMPAGINAZIONE E COORDINAMENTO
Michele Scozzai
 REDAZIONE
Ivo Borri, Annalisa Gomezzi, Stefania De Gavardo
 FOTOGRAFIE
Michele Scozzai, Marino Sterle, Vile&Vampi, E quasi magia Jonny Puk
 TRIESTE TRASPORTI SPA
Consiglio di amministrazione
 PRESIDENTE Pier Giorgio Luccarini
 AMMINISTRATORE DELEGATO Aniello Semplice
 CONSIGLIERI
 Federica degli Ivanisovich, Paolo Girino, Gabriella Rebeschini
Redazione e amministrazione
 via dei Lavoratori 2 - 34144 Trieste
muoversibene@triestetrasporti.it
Stampa
 Mosetti Tecniche Grafiche Srl
 via Giovanni e Sebastiano Caboto 19/5 - 34148 Trieste
Registrazione Tribunale di Trieste
 Autorizzazione del Presidente n. 7/2019 del 30 settembre 2019
 (3043/2019 VG)

UN BILANCIO A QUATTRO ANNI DALL'AVVIO

WELFARE

Salute, istruzione, svago, acquisti: così i flexible benefit hanno rimesso le persone al centro

Il welfare aziendale in Trieste Trasporti sta diventando uno strumento sempre più ampio e flessibile. Con un unico obiettivo: dare risposte concrete alle esigenze e ai fabbisogni dei dipendenti

DI FABRIZIO LOCCO

Welfare è in questi anni una parola sempre più diffusa. Se inserita nel web, produce in meno di mezzo secondo più di tre milioni di risultati. Tutti ne parlano: manager, lavoratori, liberi professionisti, negozianti, titolari di centri sportivi o di organizzazioni culturali. Se ne parla in famiglia prima di affrontare una spesa o, talvolta, per valutare l'opportunità di un finanziamento. Se ne parla in vacanza o durante le festività. E non di meno, se ne parla all'interno della nostra azienda. Ma perché il welfare è divenuto così centrale nelle nostre vite?

UN SOSTEGNO CONCRETO AI DIPENDENTI

Ci piace considerare il welfare come un'opportunità concreta che ci permette di soddisfare, con un importante salto di qualità rispetto al passato, alcune esigenze delle persone che lavorano in Trieste Trasporti, assicurando loro la massima flessibilità di adesione alle singole iniziative. Sembra ieri quando cominciammo a muovere i primi passi in questo settore, comprendendone la forza e le potenzialità, che vanno ben oltre i meri vantaggi e le opportunità fiscali consentite dalla normativa. Sembra ieri e invece sono già passati diversi anni, e tanta strada è stata fatta.

In questo periodo il nostro welfare è cresciuto e ha saputo modificarsi e adeguarsi alla domanda e ai bisogni dei colleghi, evolvendo in base

alle richieste che di volta in volta venivano manifestate, ma sempre con lo spirito di sostenere (anche grazie al dialogo e al confronto con le organizzazioni sindacali) i nostri dipendenti nelle attività e nelle scelte extra lavorative: dagli abbonamenti al servizio di trasporto pubblico per i familiari alla Cassa Mutua Acegas-Act per ottenere prestiti personali a condizioni vantaggiose, dalle tante iniziative promosse dal Cral ai fondi pensione. Ma non basta. Più recentemente è stata introdotta la possibilità di spendere i voucher presso una rete di negozi convenzionati oppure online, per l'acquisto di carburante o per rendere meno onerose le spese per l'istruzione dei figli, per la cura della salute o per frequentare attività sportive o corsi di cucina. Insieme, inoltre, abbiamo integrato l'offerta con esperienze sartoriali che vanno dalle degustazioni enogastronomiche ai weekend romantici, dai viaggi di piacere all'attivazione di un punto di ascolto in azienda per ottenere supporto psicologico o per definire, insieme con un nutrizionista, un percorso di dimagrimento personalizzato.

UN CANTIERE SEMPRE APERTO

Negli ultimi mesi poi - pesantemente condizionati dall'emergenza sanitaria e quindi dalla necessità di rendere i servizi fruibili sul territorio e vicino a casa - si è lavorato per attivare convenzioni con fornitori locali, dalle consulenze scolastiche agli accertamenti sanitari in centri specializzati.

Ma il welfare non si ferma qui e, soprattutto, non si lascia intimorire dal Covid: molti sono i fronti aperti e importanti sono i risultati che stiamo conseguendo. Gli ultimi, in ordine cronologico, riguardano scontistiche e vantaggi sempre più ampi e la possibilità di aprire un conto corrente, ottenere una carta di credito oppure accedere ad altri prodotti bancari e finanziari a condizioni estremamente vantaggiose.

VERSO UNA FLESSIBILITÀ SEMPRE MAGGIORE

Ma quale sarà il futuro del welfare in Trieste Trasporti? Molte sono le prospettive, ma la cosa certa è che si andrà verso una sempre maggiore flessibilità. È proprio questo principio che ha spinto l'azienda, dopo essersi confrontata con le organizzazioni sindacali, a mettere in campo un accordo incentivante in base al quale, dal prossimo anno, ciascuno di noi avrà la possibilità di decidere, a valle della consuntivazione dei risultati aziendali, le modalità e la misura con cui aderire al welfare, massimizzando in questo modo i vantaggi per se stesso e per i propri cari. Non solo. Consapevoli che l'emergenza sanitaria che ha caratterizzato il 2020 ha in parte eroso la nostra capacità di fruire di beni e servizi, si sta lavorando alla possibilità di spostare i residui welfare che non sono stati spesi entro il 31 dicembre 2020 al 2021, potendoli così spendere nel primo periodo del nuovo anno.

