



ORDINE DI SERVIZIO ORGANIZZATIVO n. 425/AD del 11 mar 2005
“Trenitalia S.p.A.”

Alle dirette dipendenze dell'Amministratore Delegato è istituita la DIREZIONE GENERALE OPERATIVA PASSEGGERI (in seguito DGOP), la cui responsabilità è affidata al dr. Massimo GHENZER, con le specificazioni di seguito indicate.^(*)

Alle dirette dipendenze del Responsabile di DGOP, sono istituite le strutture organizzative BUSINESS UNIT PASSEGGERI NAZIONALE E INTERNAZIONALE e BUSINESS UNIT PASSEGGERI LOCALE, con le specificazioni definite nei relativi OdSO.

Le strutture organizzative PROGRAM MANAGER ALTA VELOCITÀ, INTERNAZIONALE e MARKETING -della soppressa Divisione Passeggeri- passano ad operare alle dirette dipendenze del Responsabile di DGOP.

La struttura organizzativa COORDINAMENTO OFFERTA, in ambito Marketing, cambia denominazione in ORARI.

La struttura organizzativa PROGRAMMI DI MARKETING, in ambito Marketing, cambia denominazione in PIANI E COORDINAMENTO MARKETING OPERATIVO.

La struttura organizzativa NORMATIVA E PREZZI, in ambito Marketing, cambia denominazione in NORMATIVA COMMERCIALE.

La struttura organizzativa PRODUCT MANAGER EUROSTAR, in ambito Marketing, cambia denominazione in PRODUCT MANAGER EUROSTAR/LOW COST.

La struttura organizzativa PRODUCT MANAGER INTERCITY, in ambito Marketing, cambia denominazione in PRODUCT MANAGER INTERREGIONALE/INTERCITY.

Alle dirette dipendenze del Responsabile di Marketing sono istituite le strutture organizzative PRICING e PRODUCT MANAGER METRO E REGIONALE.

La struttura organizzativa SISTEMI TARIFFARI -della soppressa Divisione Trasporto Regionale- passa ad operare alle dirette dipendenze del Responsabile di Pricing e cambia denominazione in SISTEMI TARIFFARI PASSEGGERI LOCALE.

Missione

Garantire, in coerenza con il quadro strategico aziendale e di Gruppo, il raggiungimento degli obiettivi di massimizzazione dei ricavi, di efficientamento e sviluppo delle Business Unit Passeggeri Nazionale e Internazionale e Passeggeri Locale nei rispettivi mercati di riferimento, sfruttando possibili sinergie e promuovendo offerte di servizio innovative.

^(*) Gli OdSO di TRENITALIA recepiscono gli indirizzi di cui alla CO n. 206/AD FS del 26/07/2000. Società soggetta alla Direzione e Coordinamento di Ferrovie della Stato S.p.A.

Are di Responsabilità

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

- definire il posizionamento strategico delle BU Passeggeri in coerenza con il piano di Impresa;
- contribuire alla definizione del processo di pianificazione e controllo strategico e operativo delle BU Passeggeri, d'intesa con le Direzioni di staff centrali;
- rispondere del coordinamento delle BU Passeggeri al fine di garantire il raggiungimento e lo sviluppo degli obiettivi commerciali, tecnico/produttivi e di qualità assegnati;
- assicurare la massimizzazione dei ricavi e dell'efficienza delle BU Passeggeri, favorendo tutte le sinergie nell'acquisizione e utilizzo delle tracce, nella definizione degli indirizzi di marketing operativo di prodotto e territoriale, nell'integrazione dei servizi nazionali e locali, nei processi di gestione e distribuzione delle risorse addette alla rete di vendita diretta, ai servizi di condotta e di assistenza alla clientela a bordo e a terra;
- garantire l'individuazione delle esigenze in materia di processi di supporto, interfacciando le competenti Direzioni di Staff Centrali;
- assicurare, per le strutture e gli impianti di competenza, il rispetto di procedure e standard in materia di sicurezza del lavoro, esercizio e ambiente.

Sede Roma

Articolazione Organizzativa



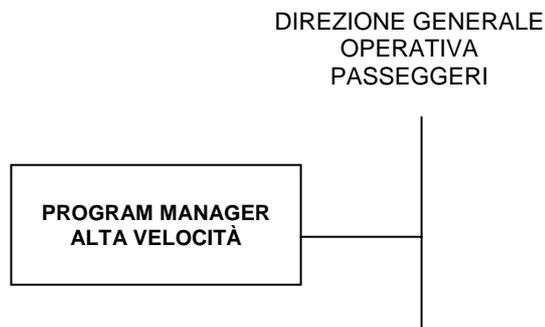
La struttura organizzativa PROGRAM MANAGER ALTA VELOCITÀ è affidata al dr. Gian Battista LAZZARINO, con le specificazioni di seguito indicate.

Aree di Responsabilità

- Assicurare lo sviluppo e l'implementazione del Modello di Business per l'Alta Velocità attraverso la pianificazione e il coordinamento di tutte le attività progettuali (definizione Marketing Mix, riorganizzazione Stazioni, Modello di Esercizio, Sviluppo Flotta, Piano Investimenti dedicato, nuovo Assetto Industriale, ecc.) e la loro integrazione con i processi di sviluppo gestiti da società del Gruppo FS, interfacciando le competenti strutture delle Direzioni di Staff Centrali e della DGOP.

Sede Roma

Articolazione organizzativa



La struttura organizzativa INTERNAZIONALE, la cui responsabilità è confermata all'avv. Enrico TRAPAZZO, modifica le aree di responsabilità e l'articolazione organizzativa, come di seguito indicato.

Aree di Responsabilità

- Garantire -d'intesa con la competente struttura della Direzione Marketing- la progettazione, la programmazione e lo sviluppo del traffico ferroviario internazionale nonché della rete di distribuzione e vendita delle offerte internazionali;
- garantire la definizione delle offerte internazionali e relativi prezzi, d'intesa con la competente struttura della Direzione Marketing;
- garantire la partecipazione agli appositi organismi internazionali, d'intesa con la competente struttura della Direzione Strategia;
- garantire, in collaborazione con il Marketing e la Direzione Produzione e Operazioni Tecniche, la programmazione dell'offerta ordinaria e straordinaria;
- garantire la realizzazione, la gestione e lo sviluppo di accordi internazionali di partnership e/o di altra natura, anche ai fini della commercializzazione dei relativi prodotti, d'intesa con la competente struttura della Direzione Marketing;
- garantire la vendita in Italia dei prodotti internazionali e all'estero dei prodotti nazionali e internazionali mediante accordi di distribuzione e/o di vendita con distributori, tour operator, agenzie di viaggio, vettori e altri terzi;
- assicurare, in collaborazione con la competente struttura della Direzione Marketing, lo sviluppo del sistema *Rail Best*, nell'ambito del progetto strategico *Rail World*;
- formulare proposte di investimento per lo sviluppo dei sistemi informatici di vendita;
- collaborare con la competente struttura della Direzione Strategia per le attività inerenti l'osservatorio trasporti e normativo internazionale;
- garantire la rappresentanza delle BU Passeggeri nell'ambito dei lavori di associazioni ed organismi internazionali in materia di traffico ferroviario internazionale nonché di distribuzione e vendite internazionali, d'intesa con la competente struttura della Direzione Strategia.

Sede Roma

Articolazione organizzativa



La posizione *Project Manager* ACCORDI INTERNAZIONALI, la cui responsabilità è confermata al dr. Marco SAETTI, con sede Roma, modifica le aree attività come di seguito indicato:

- curare l'implementazione di un sistema di business intelligence mediante un costante processo di raccolta, aggregazione ed analisi dei dati di traffico e di vendita della struttura Internazionale, anche al fine di favorire la formazione di accordi, associazioni e/o partnership in genere finalizzati allo sviluppo del business internazionale;
- fornire supporto al Responsabile Internazionale per il presidio della realizzazione ed evoluzione di accordi internazionali di partnership e/o di altra natura, anche ai fini della commercializzazione dei relativi prodotti.

La struttura organizzativa **MARKETING E VENDITE INTERNAZIONALI**, la cui responsabilità è confermata al dr. Ernesto GARCIA DOMINGO, modifica le aree di responsabilità come di seguito indicato.

Aree di Responsabilità

- Curare, in coerenza con le linee guida definite dalla competente struttura della Direzione Marketing, la definizione del Marketing Plan di prodotto;
- curare la definizione delle offerte internazionali e relativi prezzi anche attraverso la partecipazione alle attività degli appositi organismi internazionali;
- assicurare, in collaborazione con Marketing e con la Direzione Produzione e Operazioni Tecniche, la programmazione dell'offerta ordinaria e straordinaria di treni internazionali anche al fine dell'acquisizione delle relative tracce orarie;
- assicurare, d'intesa con la Direzione Produzione e Operazioni Tecniche, la definizione dei programmi di sviluppo del prodotto Internazionale e la definizione di piani di investimento per il miglioramento del materiale rotabile;
- curare, in collaborazione con la competente struttura della Direzione Amministrazione Finanza e Controllo, l'elaborazione della proposta di budget relativo alle attività di competenza, nonché delle proposte di riprevisione periodica, e la valutazione dei risultati conseguiti, coordinando i relativi adattamenti;
- assicurare, in collaborazione con la competente struttura della Direzione Marketing e all'interno degli appositi gruppi di lavoro internazionali, l'elaborazione e la definizione del Sistema delle Promozioni ed il conseguente Piano d'azione curando la stesura del Rapporto di valutazione dei risultati ottenuti;
- proporre alle competenti strutture aziendali di marketing, azioni comunicative promo-pubblicitarie ed il piano di partecipazione a manifestazioni all'estero;
- proporre alla competente struttura della Direzione Marketing, la realizzazione di indagini per l'analisi del mercato di riferimento e per il monitoraggio della Customer Satisfaction;
- assicurare lo sviluppo della rete di distribuzione e vendita delle offerte internazionali;
- formulare proposte di investimento per lo sviluppo dei sistemi informativi di vendita.

Sede Roma

Articolazione organizzativa



La struttura organizzativa PRODUCT MANAGER INTERNAZIONALE, la cui responsabilità è confermata al dr. Roberto IETTA, modifica le aree di responsabilità come di seguito indicato.

Aree di responsabilità

- Fornire supporto al responsabile Marketing e Vendite Internazionali, per la definizione del Marketing Plan di prodotto;
- curare, in collaborazione con le competenti strutture di Marketing e della Direzione Produzione e Operazioni Tecniche, la programmazione dell'offerta ordinaria e straordinaria di treni internazionali anche al fine dell'acquisizione delle relative tracce orarie;
- formulare proposte di investimento per lo sviluppo del prodotto Internazionale;
- curare la definizione degli elementi utili per l'elaborazione della proposta di budget relativa al prodotto internazionale, nonché per la formulazione delle proposte di riprevisione periodica;
- curare la realizzazione di analisi per la misurazione della redditività del prodotto nonché per la valutazione dei risultati conseguiti;
- formulare proposte per la definizione del sistema di promozioni e del relativo Piano d'azione fornendo gli elementi per la stesura del Rapporto di valutazione dei risultati ottenuti;
- proporre la realizzazione di indagini per l'analisi del mercato di riferimento e per il monitoraggio della Customer Satisfaction;
- gestire i contratti per prestazioni riferite alle attività di competenza, garantendo la verifica delle prestazioni contrattuali e il raggiungimento degli obiettivi assegnati.

Sede Roma

Articolazione organizzativa



La struttura organizzativa VENDITE INTERNAZIONALI, la cui responsabilità è confermata alla dr.ssa Melania ANGOTTA, modifica le aree di responsabilità come di seguito indicato.

Aree di Responsabilità

- Curare la definizione e l'implementazione di tutte le attività di vendita necessarie al raggiungimento degli obiettivi di business prefissati;
- curare la definizione degli elementi utili per l'elaborazione della proposta di budget relativa al prodotto internazionale, nonché per la formulazione delle proposte di riprevisione periodica;
- curare la predisposizione, la definizione e la gestione dei contratti di distribuzione e/o di vendita con distributori, tour operator, agenzie di viaggio, vettori e altri terzi per la commercializzazione in Italia dei prodotti internazionali e all'estero dei prodotti nazionali e internazionali;
- fornire supporto al Product Manager Internazionale per il coordinamento delle attività di promozione e vendita delle rappresentanze di BU all'estero;
- fornire supporto nell'ambito dei lavori di associazioni ed organismi internazionali in materia di distribuzione e vendite internazionali.

Sede Firenze

Articolazione organizzativa

MARKETING E VENDITE
INTERNAZIONALI



La struttura organizzativa MARKETING, la cui responsabilità è confermata al sig. Paolo RIPA, modifica le aree di responsabilità e l'articolazione organizzativa come di seguito indicato.

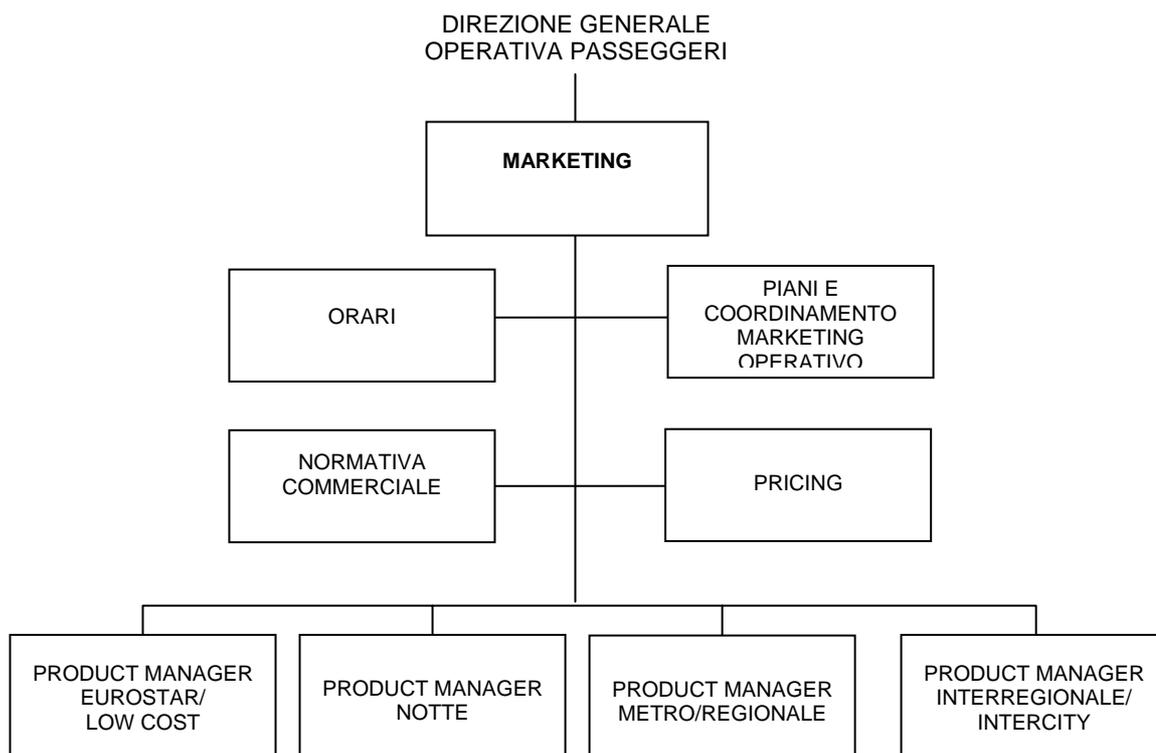
Aree di Responsabilità

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

- contribuire con la Direzione Marketing alla definizione degli obiettivi di business delle BU Passeggeri;
- assicurare la definizione del Piano di Marketing attraverso lo sviluppo dei relativi Marketing Plan di prodotto, in coerenza con il piano definito dalla Direzione Marketing;
- assicurare, attraverso la definizione di indirizzi e linee guida commerciali, il coordinamento delle strutture di Marketing Operativo;
- consolidare le esigenze di ricerca di mercato espresse dalle competenti strutture di Prodotto, raccordandosi con la Direzione Marketing per le attività di competenza;
- assicurare le attività di yield management e di gestione dinamica dell'offerta, in coerenza con il posizionamento di prezzo definito dalla Direzione Marketing;
- contribuire con la Direzione Marketing e le strutture di produzione di BU Passeggeri, all'implementazione dei piani di investimento per l'acquisto e il miglioramento del materiale rotabile;
- contribuire con la competente struttura della Direzione Ingegneria, Sicurezza e Qualità di Sistema, alla definizione e allo sviluppo di progetti volti al miglioramento degli standard qualitativi dei servizi erogati;
- assicurare l'alimentazione delle banche dati di competenza attraverso l'utilizzazione delle diverse applicazioni, assicurando la relativa reportistica;
- assicurare il costante monitoraggio degli indicatori di competenza legati al Price Cap e del raggiungimento dei relativi obiettivi;
- assicurare l'elaborazione di specifiche funzionali per l'adeguamento e lo sviluppo dei sistemi di competenza verso la competente struttura della Direzione Sistemi Informativi e Pianificazione Network;
- assicurare, in coerenza con le politiche e gli indirizzi commerciali, le attività connesse alla gestione operativa dei contratti inerenti i servizi di WL e ristorazione per i treni della DGOP, garantendo il rispetto degli standard contrattuali e assicurando la gestione dei rapporti con le Imprese Appaltanti;
- assicurare la coerenza degli interventi di promozione e pubblicità dell'offerta commerciale della DGOP, rispetto al posizionamento strategico definito in service dalla Direzione Marketing (pubblicità e immagine, brand, ecc.);
- assicurare, per le materie di competenza, il coordinamento e il flusso informativo con le strutture di Vendita e di Assistenza.

Sede Roma

Articolazione Organizzativa



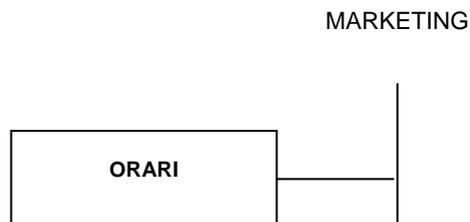
La struttura organizzativa ORARI è affidata all'ing. Davide DRAGONI, con le specificazioni di seguito indicate.

Aree di Responsabilità

- Garantire -sulla base delle linee guida di DGOP e dei piani di marketing- l'armonizzazione e l'integrazione delle proposte di offerta commerciale definite dai Product Manager;
- curare, d'intesa con i Product Manager e in collaborazione con le competenti strutture di BU Passeggeri, la programmazione dell'offerta ordinaria e la progettazione dello schema orario al fine di consolidare il piano di acquisizione delle tracce orarie verso RFI;
- curare, in collaborazione con i Product Manager, la definizione e la diffusione verso le produzioni di BU Passeggeri delle richieste per l'effettuazione di rinforzi, di treni straordinari e per la gestione dei traffici di punta;
- curare, d'intesa con i Product Manager e in collaborazione con le competenti strutture delle produzioni delle BU Passeggeri, la programmazione del fabbisogno di materiale rotabile, al fine di ottimizzare il piano di offerte commerciali con l'uso delle risorse tecniche disponibili.

Sede Milano

Articolazione organizzativa



La struttura organizzativa **NORMATIVA COMMERCIALE**, la cui titolarità è confermata alla dr.ssa Francesca **MOZZICATO**, modifica le aree di responsabilità come di seguito indicato.

Aree di Responsabilità

- Elaborare le condizioni generali del trasporto ferroviario passeggeri delle BU Passeggeri in servizio interno, la disciplina del trasporto in relazione agli obblighi imposti dal contratto di servizio, nonché la disciplina per i rimborsi, in raccordo con la struttura Pricing;
- elaborare la normativa commerciale a supporto delle strutture di vendita e assistenza, sulla base dell'offerta commerciale definita in ambito DGOP;
- curare la redazione e la diffusione delle norme tecniche concernenti il trasporto passeggeri;
- curare l'istruttoria per l'affidamento di nuovi clienti;
- fornire le autorizzazioni specifiche per quelle operazioni che presentano elementi che si discostano dalle regole stabilite in materia commerciale;
- curare l'inserimento dei clienti nella black list su segnalazione delle strutture di vendita e assistenza delle BU Passeggeri;
- interfacciare i Product Manager per gli aspetti concernenti la normativa e i titoli di viaggio delle BU Passeggeri;
- curare, in coerenza con gli indirizzi aziendali e di Gruppo, la normativa in materia di concessioni di viaggio agli Organi Istituzionali dello Stato e territoriali e i rapporti di scambio delle agevolazioni estere di viaggio nonché il rilascio delle carte di libera circolazione a soggetti terzi secondo le disposizioni vigenti.

Sede Roma

Articolazione organizzativa

MARKETING



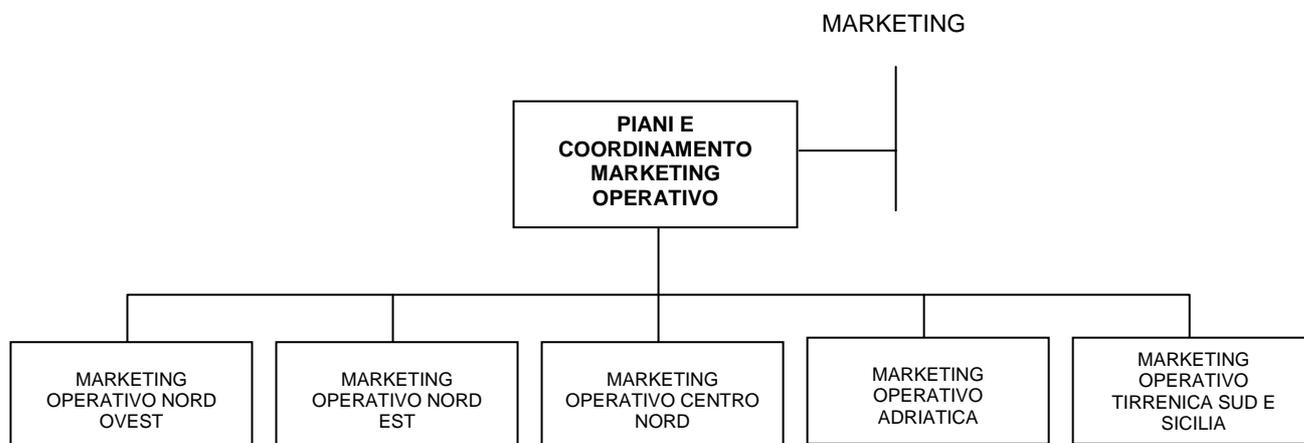
La struttura organizzativa PIANI E COORDINAMENTO MARKETING OPERATIVO è affidata al dr. Matteo MONTEVERDI, con le specificazioni di seguito indicate.

Aree di Responsabilità

- Curare, in collaborazione con i Product Manager, l’elaborazione del Piano di Marketing DGOP, articolato per Prodotto e Direttrice, verificandone la coerenza con il business plan;
- curare, in collaborazione con i Product Manager e d’intesa con la competente struttura della Direzione Amministrazione, Finanza e Controllo, l’elaborazione della proposta di budget relativo alle attività di competenza, nonché delle proposte di riprevisione periodica, e la valutazione dei risultati conseguiti, coordinando i relativi adattamenti;
- proporre al Responsabile Marketing, d’intesa con i Product Manager, i piani d’azione del sistema delle promozioni curando la stesura del Rapporto di valutazione dei risultati ottenuti, degli interventi di comunicazione e pubblicità, d’intesa con quanto definito dalle competenti strutture della Direzione Marketing;
- curare, d’intesa con i Product Manager, l’interfaccia con le strutture di vendita e assistenza delle BU Passeggeri per la definizione e l’implementazione delle politiche commerciali;
- integrare le esigenze di ricerca di mercato espresse dai Product Manager e dalle strutture di Marketing Operativo, raccordandosi con la Direzione Marketing per le attività di competenza;
- curare, in collaborazione con i Product Manager, le verifiche di price-cap fornendo supporto tecnico alle competenti strutture e curando, per la materia, i rapporti con le Istituzioni competenti;
- partecipare, per quanto di competenza della DGOP, alla definizione del Contratto di Servizio Pubblico;
- coordinare la realizzazione degli Action Plan territoriali, in coerenza con il Piano di Marketing DGOP e in collaborazione con le competenti strutture di vendita di BU Passeggeri;
- assicurare l’attuazione di specifiche iniziative promozionali, pubblicitarie (sponsorship, direct marketing, fidelizzazione della clientela, ecc.), in coerenza con gli indirizzi del Piano di Marketing definito e in collaborazione con le strutture di vendita delle BU Passeggeri;
- coordinare le attività di monitoraggio degli indicatori di qualità e di traffico, per i servizi delle BU Passeggeri ed il relativo reporting.

Sede Roma

Articolazione organizzativa



La responsabilità della struttura organizzativa MARKETING OPERATIVO NORD OVEST è affidata *ad interim* al sig. Paolo RIPA , con sede Milano;
la responsabilità della struttura organizzativa MARKETING OPERATIVO NORD EST è affidata *ad interim* al sig. Tomaso COGNOLATO, con sede Venezia;
la responsabilità della struttura organizzativa MARKETING OPERATIVO CENTRO NORD è confermata al dr. Bruno OCCHIUZZI, con sede Bologna;
la responsabilità della struttura organizzativa MARKETING OPERATIVO ADRIATICA è confermata al dr. Domenico ALBORETO, con sede Bari;
la responsabilità della struttura organizzativa MARKETING OPERATIVO TIRRENICA SUD E SICILIA è affidata al dr. Adolfo SCHIAPPACASSE, con sede Roma.

Le sopraelencate strutture organizzative modificano le aree di responsabilità come di seguito indicato.

Aree di Responsabilità

Per l'ambito di competenza:

- realizzare, in coerenza con il Piano di Marketing DGOP e in collaborazione con le competenti strutture di vendita di BU Passeggeri, l'Action Plan;
- curare l'attuazione, in coerenza con gli indirizzi del Piano di Marketing definito e in collaborazione con le strutture di vendita delle BU Passeggeri, di specifiche iniziative promozionali e pubblicitarie locali;
- curare l'attuazione, in coerenza con gli indirizzi del Piano di Marketing definito e in collaborazione con le strutture di vendita delle BU Passeggeri, di programmi locali di Direct Marketing e di fidelizzazione della clientela;
- monitorare il rispetto degli standard di qualità dei treni assegnati (puntualità, pulizia, regolarità delle composizioni, servizi complementari, brand identity/promise, etc.) realizzando, in collaborazione con le competenti strutture territoriali, le opportune azioni di miglioramento locali e informando i Product Manager dei risultati raggiunti;
- curare, d'intesa con i Product Manager, la realizzazione di adeguata reportistica sui risultati commerciali dei treni delle direttrici assegnate;
- curare il monitoraggio del traffico per le direttrici assegnate, effettuando la verifica delle informazioni elementari attraverso processi di certificazione con le competenti strutture territoriali.

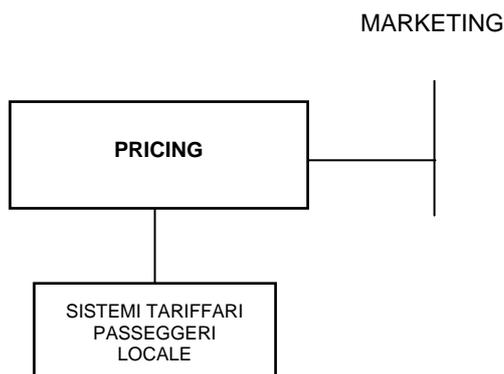
La struttura organizzativa PRICING è affidata al dr. Ruggero GIANFALDONI, con le specificazioni di seguito indicate.

Aree di Responsabilità

- Curare, sulla base delle proposte dei Product Manager, l'elaborazione di politiche di pricing, la definizione e la formazione tecnica dei prezzi per i servizi delle BU Passeggeri, in coerenza con il posizionamento di pricing definito dalle competenti strutture della Direzione Marketing;
- sviluppare una gestione dinamica dell'offerta dei servizi offerti dalle BU Passeggeri, studiando con le competenti strutture della Direzione Marketing, interventi innovativi di pricing;
- interfacciare la struttura Normativa Commerciale per gli adeguamenti tecnico-normativi e le relative diffusioni verso le strutture di vendita ed assistenza;
- curare la definizione delle prestazioni di servizi e delle vendite di prodotti.

Sede Roma

Articolazione Organizzativa



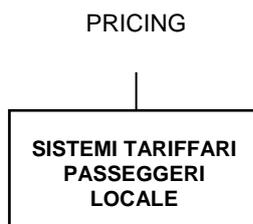
La struttura organizzativa SISTEMI TARIFFARI PASSEGGERI LOCALE, la cui titolarità è confermata al sig. Luciano COVI, modifica le aree di responsabilità come di seguito indicato.

Aree di responsabilità

- Curare la definizione delle linee guida in materia tariffaria, assicurando l'integrazione e la verifica di coerenza dei sistemi tariffari regionali;
- garantire l'intera istruttoria per la definizione e l'implementazione delle tariffe Regionali e sovraregionali e la modifica delle Condizioni e Tariffe per il Trasporto dei viaggiatori;
- supportare le Direzioni Regionali nella definizione dei sistemi tariffari e nell'individuazione delle politiche commerciali per categorie di clienti.

Sede Milano

Articolazione organizzativa



La responsabilità della struttura organizzativa PRODUCT MANAGER EUROSTAR/LOW COST è affidata al Sig. Tomaso COGNOLATO, con sede Roma;
la responsabilità della struttura organizzativa PRODUCT MANAGER NOTTE è confermata all'ing. Fabrizio Piero SANDRELLI, con sede Roma;
la responsabilità della struttura organizzativa PRODUCT MANAGER METRO/REGIONALE è affidata *ad interim* al sig. Paolo RIPA, con sede Roma;
la responsabilità della struttura organizzativa PRODUCT MANAGER INTERREGIONALE/INTERCITY è affidata all'ing. Fabrizio RUGGIERO, con sede Roma.

Le sopraelencate strutture organizzative modificano le aree di responsabilità come di seguito indicato.

Aree di Responsabilità

- Elaborare il marketing plan di prodotto, assicurandone la realizzazione a livello territoriale, in coerenza con il piano di sviluppo Brand/prodotto/servizio, definito dai Brand Manager della Direzione Marketing;
- proporre interventi di sviluppo sul portafoglio offerta del prodotto di competenza per direttrice e per caratteristiche di composizione/velocità/fermate e per periodo, in collaborazione con Orari e secondo gli standard definiti dai Brand Manager della Direzione Marketing;
- curare la definizione dei prezzi relativi ai servizi del prodotto di competenza, in coerenza con le politiche di pricing definite;
- elaborare il piano di azioni promozionali nonché il report sui risultati conseguiti, d'intesa con Piani, ed in coerenza con il piano di sviluppo Brand/prodotto/servizio, definito dai Brand Manager della Direzione Marketing;
- proporre a Pricing le attività di yield management e di gestione dinamica dell'offerta, in coerenza con il posizionamento definito dal Brand Manager;
- curare la programmazione dell'offerta per l'effettuazione di rinforzi e treni straordinari per la gestione dei traffici di punta;
- proporre ai Brand Manager della Direzione Marketing interventi di sviluppo del prodotto e di programmazione degli standard di erogazione del servizio;
- supportare il Marketing Operativo nella fase di monitoraggio dei risultati conseguiti, proponendo interventi di riallineamento/azioni correttive;
- curare, la gestione operativa del contratto inerente al servizio di ristorazione, secondo gli standard contrattuali e proporre azioni di miglioramento/ottimizzazione.

FIRMATO
Roberto Testore