



Gruppo FS

Comunicato Stampa

IL GRUPPO FS NELLA TOP 10 DEI BRAND PIÙ INCLUSIVI IN ITALIA

- **Il Gruppo è presente nella “Top 10 Best Initiatives” del Diversity Brand Index grazie al progetto di accessibilità dei servizi in vendita e assistenza per le persone sorde, lanciato nel 2024**
- **L'azienda rafforza il proprio impegno per la Diversity, Equity & Inclusion, creando un ambiente, dentro e fuori l'azienda, più inclusivo e accessibile per tutti**

Roma, 18 febbraio 2025

Il Gruppo FS è tra i 10 brand più inclusivi in Italia, per il secondo anno consecutivo, grazie al progetto di accessibilità dei servizi in vendita e assistenza per le persone sorde, l'iniziativa sperimentale, gratuita, di video-interpretariato in lingua dei segni italiana (LIS), avviata nel 2024 con Trenitalia.

L'azienda, anche quest'anno, è presente nella Top 10 Best Initiatives del Diversity Brand Index, unica ricerca italiana volta a misurare la capacità delle marche di sviluppare con efficacia, a livello B2C, una cultura orientata alla DEIA (Diversity, Equity, Inclusion & Accessibility); le dieci iniziative, valutate dal Comitato Scientifico e dal Security Check Committee e selezionate per la loro capacità di lavorare concretamente sulla DEIA, impattando anche sulla percezione di consumatrici e consumatori, verranno illustrate giovedì 20 febbraio, a Milano, durante l'ottava edizione del “Diversity Brand Summit - Iniziative che cambiano il mondo”.

“Il Gruppo FS continua ad agire per costruire una infrastruttura sociale ampia, inclusiva, vicina alle persone. Questo progetto rappresenta un ulteriore passo in avanti nel nostro percorso verso servizi sempre più accessibili”, ha dichiarato **Gian Luca Orefice, Chief Human Resources Officer del Gruppo FS Italiane**. “Il video-interpretariato in lingua dei segni italiana è una soluzione che integra innovazione, inclusione e performance, che ci permette di migliorare l'accessibilità per le persone sorde e per tutti coloro che utilizzano la LIS. Crediamo che la DE&I sia una competenza professionale di ruolo che deve accompagnare il nostro business nella creazione di servizi sempre più vicini alle esigenze diversificate e plurali dei nostri clienti”.

Il progetto, nato con l'obiettivo di migliorare l'esperienza di viaggio e semplificare la comunicazione della clientela sorda segnante, una comunità composta nella sua totalità da circa 40.000 persone e diffusa su tutto il territorio nazionale, è disponibile nelle principali stazioni d'Italia - Bologna Centrale, Firenze Santa Maria Novella, Genova Piazza Principe, Milano Centrale, Napoli Centrale e Roma Termini – e verrà ampliato ulteriormente nel corso del 2025 su scala nazionale, a cominciare dalle biglietterie dell'Alta Velocità.



Gruppo FS

Grazie a questa iniziativa, le persone sorde segnanti possono attivare, in circa 30 secondi, un servizio di video-interpretariato LIS, che consente loro di comunicare senza difficoltà con il personale di Trenitalia per richieste di assistenza, informazioni sui servizi e ulteriori eventuali necessità legate al viaggio.

Il progetto, nel suo primo anno di sperimentazione, ha ottenuto un alto tasso di gradimento: il 100% dei clienti sordi che hanno utilizzato il servizio ha espresso una soddisfazione elevata, un risultato ottenuto grazie ai ridotti tempi di attesa e agli elevati standard di qualità offerti.

Inoltre, per garantire un utilizzo efficace del servizio e standard di accessibilità elevati, il personale di Trenitalia, circa 450 persone provenienti dai business Alta Velocità, Intercity e Regionale, è stato formato per rispondere alle esigenze specifiche dei clienti sordi.

Il progetto di accessibilità dei servizi di vendita e assistenza per le persone sorde si inserisce in un piano più ampio del Gruppo FS, volto a rendere i propri servizi più inclusivi e rispondenti alle esigenze di una clientela diversificata, rendendo sempre più concreto il proprio impegno nei confronti di tutte le persone, dentro e fuori l'azienda.