

TRENITALIA, #LAMUSICASTACAMBIANDO: ROCK E POP ANTEPRIMA IN PIAZZA BRA A VERONA

- **presentati i nuovi convogli per i pendolari da Mazzoncini (AD FS Italiane) e i vertici di Trenitalia insieme a Zaia, De Berti (Presidente e Assessore Regione Veneto) e Sboarina (Sindaco Verona)**
- **consegne previste in Veneto a partire dal 2020 con qualche anticipo già da dicembre 2019**
- **oltre 20mila cittadini e pendolari hanno apprezzato in piazza comfort e caratteristiche dei modelli in scala reale nuovi treni**

Verona, 21 marzo 2018

I nuovi treni *Rock* e *Pop* in anteprima nella centralissima piazza Bra a Verona nel Villaggio Trenitalia #lamusicastacambiando.

La città scaligera ospita la sesta tappa del road show di Trenitalia che sta toccando le principali piazze italiane per far conoscere a cittadini e pendolari i nuovi convogli della flotta regionale, destinati a rivoluzionare positivamente l'esperienza di viaggio dei clienti.

Nel Villaggio Trenitalia, i modelli in dimensione reale (scala 1:1) dei due nuovi treni sono stati mostrati oggi alle istituzioni e alla stampa da **Renato Mazzoncini**, Amministratore Delegato di FS Italiane, insieme a **Tiziano Onesti** e **Orazio Iacono**, rispettivamente Presidente e Amministratore Delegato di Trenitalia.

Presenti **Luca Zaia**, Presidente Regione Veneto, l'assessore regionale **Elisa De Berti** e **Federico Sboarina**, Sindaco di Verona, insieme a **Maurizio Manfellotto** e **Michele Viale** rispettivamente Amministratori Delegati di Hitachi Rail Italy e Alstom Italia.

“Il Veneto è tra le Regioni italiane che ha dimostrato, nel corso degli anni, di credere molto nell'importanza della mobilità ferroviaria – ha affermato l'Amministratore Delegato di Ferrovie dello Stato Italiane, **Renato Mazzoncini** – investendo adeguate risorse e programmando con attenzione l'offerta dei suoi servizi. In questa regione infatti è stato firmato il nuovo Contratto di Servizio 2018-2032 che prevede investimenti per oltre un miliardo di cui 619 milioni per l'acquisto di 78 nuovi treni: 47 *Rock* e 31 *Pop*. Un investimento – ha aggiunto Mazzoncini - che porta l'anzianità media dei treni da 20,3 (2018) a 10,6 anni nel 2024 e, entro il 2023, un rinnovo del 75 per cento della flotta regionale di Trenitalia. Questi nuovi treni consentiranno un nuovo slancio al servizio ferroviario metropolitano e regionale, SFMR, a cui abbiamo lavorato congiuntamente con la Regione del Veneto in questi anni”.

“Sono stati oltre 20mila i visitatori del Villaggio #lamusicastacambiando allestito da Trenitalia in piazza Bra a Verona – ha dichiarato **Orazio Iacono**, Amministratore Delegato di Trenitalia – cittadini, pendolari, viaggiatori e stakeholder di tutto il Veneto sono saliti a bordo dei due modelli per conoscere e valutare nel dettaglio le caratteristiche dei nuovi *Rock* e *Pop*. Costruiti attorno alle esigenze dei pendolari e del

personale di Trenitalia saranno più comodi, più sostenibili e più accessibili anche alle persone a mobilità ridotta e con disabilità. I nuovi treni per i pendolari saranno consegnati alla Regione Veneto a partire dal 2020 con qualche anticipo già a dicembre 2019”.

L’arrivo dei *Rock* e dei *Pop* si inserisce in una strategia complessiva di rilancio del trasporto ferroviario regionale per sviluppare e sostenere un nuovo modo di muoversi che privilegia, rispetto all’auto privata, una mobilità collettiva, integrata e sostenibile.

Alcuni effetti di questa strategia complessiva iniziano ad essere percepiti e apprezzati dai clienti regionali di Trenitalia. Infatti, nel primo bimestre del 2018 la puntualità dei convogli regionali ha raggiunto il 90,5 per cento, 5,5 punti percentuali in più rispetto al 2014. Risultato confermato dalle indagini demoscopiche condotte da società esterne, a dichiararsi soddisfatti del viaggio nel suo complesso (puntualità, pulizia, comfort, informazioni e permanenza a bordo) è oggi, l’83,4 per cento dei clienti interpellati, ossia un 12,6 per cento in più rispetto a quattro anni fa, con punte del +26,7 per cento per la pulizia e del +20,5 per cento per la puntualità (dati 2018 vs 2014).

Nei primi due mesi del 2018 in Veneto il 92,3 per cento (+3,6 per cento vs 2014) delle corse è arrivato a destinazione in orario e la soddisfazione complessiva dei pendolari Trenitalia è cresciuta dell’8,1 per cento arrivando all’89,6 per cento con punte del +29,2 per le pulizie e del +18,6 per il comfort (dati 2018 vs 2014). Le cancellazioni nello stesso periodo si sono ridotte del 70,8 per cento e che scendono al 57,1 per cento per cause imputabili a Trenitalia.

Sul fronte del rinnovo della flotta, l’accordo quadro, siglato con le aziende vincitrici della gara internazionale, consentirà a Trenitalia di acquistare 300 *Rock* da Hitachi Rail Italy e 150 *Pop* da Alstom Italia per un totale di 450 convogli e un investimento di oltre 4 miliardi di euro. Una maxi commessa che, per valore economico e numero di treni, non ha precedenti in Italia.

L’obiettivo di Trenitalia è quello di avere un ritmo di fornitura che superi i 13 treni al mese, da consegnare in coerenza con i Contratti di servizio che le Regioni hanno sottoscritto e sottoscriveranno con l’impresa di trasporto del Gruppo FS Italiane. Questo consente, entro il 2023, un rinnovo del 75 per cento della flotta regionale di Trenitalia e la riduzione dell’età media dei treni da 20,3 (2018) a 10,6 anni nel 2024.

Al centro del tour nelle piazze italiane c’è sempre anche la musica. Sul sito web dedicato **lamusicastacambiando** – che ha già raggiunto oltre 335mila visualizzazioni – è possibile registrarsi alle singole tappe per poter accedere al villaggio *Rock* e *Pop* e toccare con mano l’innovazione dei nuovi treni regionali. Il Villaggio Trenitalia #lamusicastacambiando ha ospitato nei cinque giorni di apertura (16-20 marzo) l’animazione musicale dei deejay di RTL 102.5 e domenica pomeriggio della conduttrice e speaker radiofonica Francesca Cheyenne.

Ma la musica è anche online: su **Spotify**, si può seguire l’account #lamusicastacambiando, ascoltare e condividere le playlist dedicate all’iniziativa o cimentarsi nel crearne una nuova legata alla propria esperienza di viaggio.