



FABRIZIA FUSCAGNI

Responsabile Relazioni Esterne

CENTOSTAZIONI

OPINION LEADER



AREA: TRASPORTI



Comunicare il cambiamento - *da non luogo a media luogo* - in atto nelle stazioni italiane è al centro del nostro ambizioso progetto di comunicazione. L'esigenza di spostarsi e la voglia di viaggiare rendono la stazione un luogo simbolico e nello stesso tempo uno spazio fisico, crocevia di sogni, ma anche punto di incontro, ideale cerniera urbana, dove informazione e comunicazione diventano protagoniste.

Centostazioni è la società del Gruppo Ferrovie dello Stato nata nel 2002 con la *mission* di riqualificare, valorizzare e gestire 103 medie stazioni sull'intero territorio nazionale, con un piano di investimenti di 200 milioni di euro. Joint venture tra il Gruppo FS e Archimede 1 - cordata privata controllata da SAVE, Aeroporti di Venezia e Treviso - è impegnata nel management di immobili ferroviari, con un approccio moderno e funzionale orientato alla soddisfazione del cliente e non solo.

Nell'ambito di un network di propor-

zioni uniche (31 stazioni nel nord-ovest, 32 nel nord-est, 40 nel centro-sud) caratterizzato da un patrimonio immobiliare di oltre 500 mila mq e frequentato ogni anno da circa mezzo miliardo di persone, ci prefiggiamo di dare un'anima nuova a luoghi di valore storico e architettonico, nel rispetto della tradizione ma anche delle nuove esigenze della vita quotidiana. La stazione, infatti, elemento di riferimento dell'intero complesso cittadino, può e deve essere vissuta come "agorà", cioè come piazza aperta a tutti, posto ideale per catalizzare interessi, muovere economie e favorire relazioni.

Nel giro di tre anni, superata la fase di start-up e la presa in consegna degli edifici ferroviari, abbiamo raggiunto risultati confortanti e di rilievo. Riqualificate oltre 10 stazioni già nel 2005, aperti 40 cantieri e avviate 27 nuove progettazioni, prevediamo che i prossimi anni siano in linea con gli obiettivi previsti sia per quanto riguarda gli investimenti che gli interventi, la

maggior parte dei quali potranno essere conclusi entro il 2007.

Un'operazione di grande respiro che ci permette di offrire, negli spazi riqualificati, occasioni di business commerciale e di sviluppare attività di comunicazione e immagine che consentono alle grandi aziende, ai nostri partner commerciali e istituzionali di contattare un pubblico numeroso ed eterogeneo.

Certo, comunicare il cambiamento non è sempre facile in contesti strutturati e tradizionali come quello dei servizi ferroviari, spesso inadeguati e insufficienti. La nostra sfida quotidiana passa attraverso la predisposizione di un'adeguata comunicazione di servizio sugli interventi di restyling in corso e sul loro impatto nel tessuto sociale, costanti rapporti con i mass-media locali e nazionali, collaborazione con le istituzioni, gli enti, le associazioni territoriali di riferimento e soprattutto il coinvolgimento dei cittadini. In quest'ottica, l'introduzione della gestione

integrata dei servizi di manutenzione e pulizie in Global Service nelle stazioni ha segnato un significativo passo verso l'ottimizzazione gestionale per venire incontro alle esigenze dei nostri clienti/utenti, anche attraverso la predisposizione di un'efficace procedura di ascolto che consente un confronto costante e proficuo con l'azienda.

Inoltre, nelle stazioni, potenziali "media" a disposizione dei cittadini e delle istituzioni, abbiamo promosso campagne di comunicazione e informazione, contribuito all'organizzazione di manifestazioni ed eventi, ospitato spettacoli, incontri e campagne di solidarietà, riportando alla luce, insieme alle linee architettoniche originali degli edifici, anche la loro tradizionale anima sociale.

La nostra scommessa sarà vinta quando la stazione sarà riconosciuta come luogo che distribuisce servizi, concentra attività commerciali e favorisce il diffondersi della cultura: una piazza aperta a tutti.