

Care Ffs, non ci siamo proprio

laRegione · 7 ott. 2019 · Di Karin Valenzano Rossi, candidata Plr al Consiglio nazionale

Viaggio in treno, viaggio sereno, recitava uno slogan pubblicitario delle Ffs del tempo che fu. Oggi non è più così. Il viaggio in treno è diventato spesso un viaggio da incubo con treni sovraffollati, ritardi e una sorta di fatalismo che lascia i passeggeri in balia degli eventi. È quanto capitatomi recentemente, per l'ennesima volta, sulla tratta Zurigo-Chiasso con l'ennesimo pasticcio Ffs. Da Milano non arriva il convoglio doppio nella composizione dovuta (...)



(...) e il treno risulta quindi “dimezzato”: è il primo banco di prova per i nervi dei passeggeri, soprattutto per quelli che si aggiungono per le coincidenze sul percorso. Ma non è tutto. A Bellinzona ulteriore banco di prova con un repentino “cambio” dell'intero treno (però sempre dimezzato) per un guasto tecnico. Nessuna assistenza per le persone anziane, scombussolate dal cambiamento dell'ultimo minuto (annunciato solo con un messaggio vocale entrando in stazione) e anche un po' smarrite. Per fortuna esiste ancora la solidarietà umana e i passeggeri più giovani hanno dato supporto a quelli più anziani in difficoltà, alcuni completamente nel panico.

Care Ffs, non ci siamo proprio. Come facciamo seriamente a credere nel potenziamento dei mezzi pubblici e in una maggiore sensibilità ambientale con preferenza per i mezzi pubblici, se il servizio esistente di trasporto quotidiano non funziona? Occorre mettere al centro della propria attività il cliente (ma per davvero e non solo nelle pubblicità) per ritrovare un equilibrio fra prezzo e prestazioni. Non tutti i clienti, in particolare quelli anziani, sanno muoversi nel mondo dei distributori automatici di biglietti e nel mondo delle applicazioni digitali. In alcune stazioni, capita purtroppo sempre più spesso che il cliente sia considerato addirittura un fattore di disturbo e rinvio in modo spiccio ai distributori automatici. In un'attività di servizio pubblico il contatto e il servizio al cliente sono fondamentali per costruire una relazione di fiducia tanto più che la gestione delle Ffs è sovvenzionata con un contributo di 2,23 miliardi di franchi dalla Confederazione, e quindi da noi contribuenti. In caso di inconvenienti e guasti la comunicazione al cliente va fatta in modo tempestivo, chiaro e comprensibile.

Fino al 2035 sono previsti altri 13 miliardi di franchi d'investimento nell'ampliamento dell'infrastruttura ferroviaria con oltre 200 progetti finanziati dal Fondo per l'infrastruttura ferroviaria. Sono previsti investimenti anche in Ticino. Alla fine del 2020 l'inaugurazione della galleria di base del Monte Ceneri ridurrà i tempi di percorrenza fra Nord e Sud. È previsto anche un potenziamento dell'offerta di trasporti pubblici regionali con maggiori frequenze e un'estensione degli orari. Se vogliamo veramente realizzare la svolta ecologica, dobbiamo migliorare il servizio ai clienti con prestazioni che giustificano i prezzi, tutt'altro che a buon mercato dei biglietti e degli abbo-

namenti ferroviari. Altrimenti la tanto decantata svolta ecologica rischia di essere una tigre di carta. Con l'abbandono del volo da Zurigo a Lugano da parte di Swiss, le Ffs non possono permettersi di continuare a offrire un servizio sull'asse Nord-Sud insufficiente. Sul treno da Zurigo a Lugano mancavano solo le galline. E non è bello viaggiare come polli in batteria, pagando pure il biglietto quasi a peso d'oro.