

MOM: PIU' PASSEGGERI E MENO SPESA PER I CLIENTI L'ABBONAMENTO ANNUALE PIACE E FA RISPARMIARE

A sei mesi dall'introduzione del biglietto unico, MOM-Mobilità di Marca traccia un primo bilancio. Il Presidente Sartor: "Aumenta la fidelizzazione dell'utenza (+8% per l'abbonamento annuale), cresce l'utilizzo del bus nei festivi e per le famiglie importanti riduzioni dei costi"

La rivoluzione tariffaria per il trasporto pubblico urbano della provincia di Treviso dà buoni frutti. A sei mesi dall'introduzione del biglietto elettronico, nuovo sistema tariffario integrato (urbano+extraurbano), MOM azienda unica dei trasporti per la Mobilità di Marca traccia un primo bilancio ed è più che positivo. "Certo l'introduzione di cambiamenti importanti comporta un periodo di transizione per i nostri clienti, che dobbiamo ringraziare per la disponibilità con cui hanno accolto le novità introdotte e anche per l'azienda MOM – afferma il **Presidente Giulio Sartor** – che ha saputo affrontare l'importante sfida dell'unificazione del sistema tariffario, prima diverso per quattro aziende, e dell'introduzione di strumenti innovativi come il biglietto elettronico, ma i risultati dopo soli sei mesi sono davvero significativi".

Dall'entrata in vigore del nuovo sistema di tariffe, avvenuta il 20 agosto 2013, MOM ha infatti riscontrato **una progressiva migrazione dall'abbonamento mensile verso l'annuale (quest'ultimo cresciuto dell'8,28%)**. **Abbonarsi per 365 giorni l'anno conviene all'utenza in maniera davvero significativa:** "Se guardiamo ad esempio agli studenti l'abbonamento valido 365 giorni l'anno oggi ha un costo di 290 euro, mentre in precedenza, dovendo acquistare dieci abbonamenti mensili per coprire l'anno scolastico, la spesa era di 350 euro – spiega il **Direttore Giacomo Colladon** – ciò significa un risparmio netto per le famiglie di 60 euro e in cambio molti vantaggi: l'abbonamento si può usare anche per il periodo estivo e anche nei festivi".

L'abbonamento annuale ha migliorato l'accessibilità ai servizi per l'utenza con un effetto positivo sul trasporto pubblico locale: **incremento delle corse domenicali e maggior numero di passeggeri trasportati**. "Ciò risponde alla mission primaria di MOM, quella di ampliare e promuovere l'utilizzo dei mezzi del trasporto pubblico. Inoltre – conclude il **Presidente Sartor** – l'abbonamento annuale ci ha consentito di **incrementare la fidelizzazione dell'utenza** con evidenti effetti benefici sul fronte della riduzione dell'evasione, che, se pur ridotta in una realtà come MOM, deve essere contenuta al massimo a beneficio di tutti".

	2012/2013	2013/14	differenza	in percentuale
Abbonamenti mensili	97.723	94.191	-3.531	-3.61%
Abbonamenti annuali	18.268	19.781	1.513	+8,28%

UFFICIO STAMPA a cura di
ZETA GROUP SRL tel.0422.303042, Mob. 349.2555054, stampa@zetagroup.tv, www.zetagroupcomunicazione.it