



INIZIATIVE

# Trasporto pubblico. E non solo

**Il primo è stato ATMosfera, il tram ristorante, cinque anni fa.  
Un servizio innovativo, unico, di grande livello qualitativo.  
E col tempo si sono susseguite altre attività che rientrano  
sotto il nome di Servizi Diversificati. Scopriamole**

**A**TM non è solo trasporto pubblico. Già prima del 2005, sotto l'insegna ATM SpA, c'erano attività per così dire collaterali, che esulavano cioè dal contratto stipulato con il Comune di Milano per il Tpl: erano i cosiddetti servizi speciali, attività di tra-

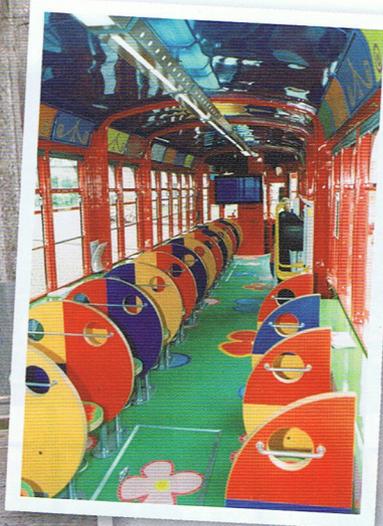
sporto rivolte a bambini (scuole) e ad anziani. Cinque anni fa, però, la svolta: si sono aggiunte altre attività gestite secondo un'ottica privatistica.

Ecco allora il noleggio di autobus granturismo e le navette per le imprese, che col tempo hanno incontrato un successo crescente. ▶

#### A SPASSO CON ATM

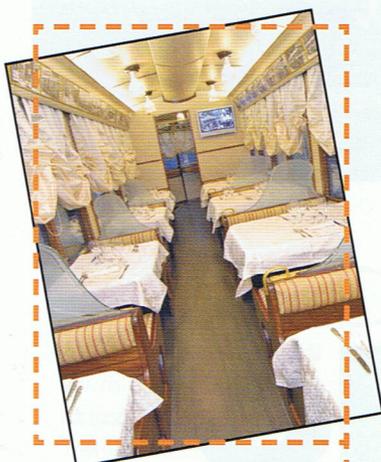
Tutto cominciò con ATMosfera (nella foto, il tram ristorante).

Dal 2005 a oggi, ATM ha ampliato la sua offerta, ideando servizi e attività che l'hanno resa molto più di una semplice società di trasporto pubblico.



### COLORIAMO LA CITTÀ

Tra le tante iniziative di ATM c'è TraMito (nella foto), un luogo per far giocare i più piccoli in un insolito giro per le vie della città.



### ELEGANZA D'EPOCA

Adibire un tram a ristorante non è cosa semplice: per farlo, ATM si è affidata alla sua squadra speciale di Teodosio che, quasi artigianalmente, ha allestito due veicoli arredandoli e attrezzandoli per ricevere gli ospiti in un ambiente raffinato.

#### A cena sul tram

È con l'introduzione di ATMosfera che i servizi speciali prendono una nuova piega. "Il tram ristorante non è remunerativo, ma è un'importante vetrina per ATM e per la città", spiega **Francesco Giuseppe Tofoni**, responsabile di questo ramo di attività e, da settembre, amministratore della nuova ATM Servizi Diversificati. ATMosfera, infatti, è soprattutto una vetrina per l'attività di noleggio di tram storici che, dopo la sua introduzione, ha iniziato a riscuotere successo. "Due esempi sono sotto gli occhi di tutti: Tiffany ha affittato un tram per creare una bottega orafa viaggiante, mentre Coca-Cola a Natale si è inventata il tram luce: un veicolo storico completamente ricoperto di minuscole luci che creano un effetto affascinante", racconta Tofoni. Ma come si noleggia un tram? "Semplice: l'azienda si rivolge ad ATM, sceglie il mezzo storico ed eventualmente la personalizzazione con il proprio marchio e quindi concorda il percorso, che non deve però intralciare il servizio pubblico".

#### A spasso con i turisti

Dal noleggio per eventi al turismo il passo è stato breve. Dopo l'esperienza del

tram ristorante, altre due iniziative sono nate con lo scopo di far apprezzare Milano ai visitatori: da un lato la *joint venture* con CitySightseeing Milano, la società proprietaria dei pullman rossi che i milanesi hanno imparato a vedere per le strade del centro. "Trattandosi di un servizio assimilabile a quello di linea, ATM ha voluto essere presente collaborando attivamente all'organizzazione di questi tour cittadini", è la spiegazione dell'amministratore. Sull'altro versante ci sono invece i pacchetti culturali ed enogastronomici studiati in vista dell'Expo, senza dimenticare *Gioielli di Milano* e *Tour di Leonardo*: due visite guidate alla scoperta delle principali opere d'arte sparse sul territorio cittadino.

Grande interesse per il turismo, quindi. E in futuro si andrà sempre più in questa direzione, con ATM Servizi Diversificati: "Vogliamo ottenere la licenza di agenzia di viaggi per poter così organizzare veri e propri tour", segnala Tofoni. Senza tralasciare i servizi aeroportuali, con nuovi investimenti per il bus granturismo che collega la Stazione centrale con l'aeroporto di Linate.

Insomma, una cosa dovrebbe essere chiara: ATM non è più solo una società di trasporto pubblico. ■