

Gli spot Alitalia irrompono sui treni Duello sulla tratta Roma-Milano

Centinaia di volantini lasciati sui sedili di Italo e Frecciarossa



ROMA — Una cartolina con quiz: «Sai qual è la traiettoria più veloce per unire due punti?». E un disegnetto misterioso da completare collegando i pallini numerati. Soluzione: Roma-Milano, 70 minuti, 99 euro. Con Alitalia.

Detta così sarebbe soltanto una trovata di marketing in stile *Settimana Enigmistica* pro compagnia di bandiera. Considerato però che il volantino è stato depositato in centinaia di copie sui sedili dei treni che coprono la tratta più contesa d'Italia, pare di capire che si tratti del primo caso di pubblicità a tradimento. In casa dei diretti concorrenti.

Un *flash mob* promozionale scattato ieri mattina alle 7 alle stazioni Termini e Ostiense di Roma e Centrale e Garibaldi di Milano. Quando un commando di ragazzi mimetizzati da passeggeri qualunque, con zainetto e iPod, due per vagone, hanno compiuto un blitz su tutti i convogli ad alta velocità di Trenitalia e di Ntv che collegano la Capitale al Duomo, piazzando il coupon su ogni poltrona.

Il triangolino tricolore che compariva in basso a destra già semplificava il rebus. Voltando il

foglietto, il messaggio diventava chiarissimo (ma anche qui bisognava munirsi di penna e collegare i numeretti con i trattini): «Acquista un biglietto sul sito Alitalia.com e riceverai il 20% di sconto inserendo il codice Roma-Milano». Circa 20 euro in meno. Quanto al mandante dell'operazione, l'indiziato n.1, ovvero l'Alitalia, si trincerava, per ora, dietro il classico «No comment». Del resto non si capisce chi altri avrebbe interesse a fare concorrenza a Italo e Frecciarossa.

Niente di più facile che si tratti dell'ennesima offensiva nella guerra delle tariffe sull'asse d'oro Roma-Milano. Dove Ntv propone, per un viaggio di sola andata, una minima Promo da 35 euro e una massima Club da 130, per 2 ore e 45 minuti da Tiburtina a Rogoredo. Trenitalia rilancia con 9 euro per la Supereconomy fino ai 200 della Executive (stessa durata di 2 ore e 45 minuti per Tiburtina-Rogoredo, che sale a 2 e 59 tra Termini e Centrale). Le variabili sono tempi di prenotazione, comodità e optional.

Alitalia (che ne aveva ben 44 diverse) offre 5 tariffe fisse solo andata. Tre Easy (99, 149 e 199

euro) e due Confort (189 e 289). Il prezzo è legato a data dell'acquisto, modifiche e rimborso. Un'ora e dieci il tempo di volo netto. Questo sì, imbattibile su rotaia. A cui però va aggiunto il tragitto da o per l'aeroporto.

Un primo esempio di tattica «colpisci e scappa» fu il cartellone gigante con cui Ntv pubblicizzò i suoi servizi davanti agli arrivi del Terminal T1 di Fiumicino, anche qui proprio in casa del «nemico». Probabile che la cortesia sia stata ricambiata. «Appurato che non si trattava di un gemellaggio concordato con Alitalia, abbiamo provveduto a rimuovere i volantini», spiegano da Trenitalia. «Alcuni dei distributori sono stati fermati e portati dalla Polizia Ferroviaria. Il mandante? Non lo sappiamo».

Più sospettosi quelli di Ntv: «Si è trattato di casi isolati di volantinaggio. Nei prossimi giorni valuteremo quali provvedimenti prendere». Sulla tratta della discordia peraltro è intervenuto l'Antitrust, che ha imposto all'Alitalia di cedere 8 slot. La compagnia di bandiera ha presentato ricorso al Tar. Domani la decisione.

Giovanna Cavalli