

**Milano-Roma a nove euro? Biglietti introvabili Altroconsumo segnala Trenitalia all'Antitrust. I consumatori: è «pubblicità ingannevole».**

MILANO - L'offerta sembra allettante: «viaggia in tutta Italia a partire da nove euro». Peccato che, questa l'accusa, solo un consumatore su 170 ce la fa. A lanciare il caso è l'associazione Altroconsumo che ha provato a prenotare dei biglietti per la tratta Roma-Milano e Milano-Roma sul sito di Trenitalia. La rilevazione, fanno sapere dall'associazione, è stata fatta tra venerdì 30 e sabato 31 marzo e ha riguardato i treni in circolazione dal 1° aprile al 9 giugno, giorno in cui entrerà in vigore il nuovo orario.

LA SIMULAZIONE - I risultati? Su 5275 treni rilevati nel periodo preso in considerazione solo 31 erano acquistabili a 9 euro. Quasi tutti concentrati nella settimana tra il 22 aprile e il 28 aprile e solo Intercity. Intere settimane e mesi non disponibili, secondo l'associazione che per questo motivo ha inviato una segnalazione all'Antitrust per pubblicità ingannevole. «L'offerta promozionale - spiegano da Altroconsumo - è presentata come valida per viaggi su diversi treni, unica limitazione sembra essere data dal numero dei posti a disposizione “limitato e variabile, a seconda dei giorni della settimana, dei treni e della classe o livello di servizio”. Ma sono praticamente introvabili».

LA RISPOSTA - Trenitalia fa sapere che la disponibilità di biglietti a 9 euro risponde alle dinamiche di mercato, quindi è e sarà suscettibile di una maggiore o minore ampiezza a secondo dell'andamento della domanda. «A differenza di quanto sostiene Altro Consumo - aggiungono - i biglietti ferroviari a 9 euro non sono riservati solo a “pochi fortunati”, ma sono un grandissimo successo. Lo dimostrano i ben oltre 100mila biglietti già venduti dal 16 febbraio ad oggi, ossia dal giorno in cui Trenitalia ha introdotto questo nuovo sistema di prezzi. La cosiddetta “prova sul campo” effettuata da Altro Consumo - precisano dall'azienda ferroviaria - è una prova non scientifica e quindi non attendibile e dimostra al contrario solo una cosa: il favore di pubblico verso questo nuovo sistema di pricing di Trenitalia. La prova non tiene conto del fatto che quei biglietti erano già in vendita da oltre 40 giorni. Non trovarli non significa quindi che non ci sono ma che sono già stati quasi tutti venduti».