

## **Ntv svela prezzi biglietti per 'Italo': tariffe low cost Roma-Milano a 45 euro. Break-even e 8-9 mln passeggeri a fine 2014**

Previsioni di crescita mercato diluite su sei anni

Il nuovissimo treno ad alta velocità pronto a partire il 28 aprile, biglietti in vendita da domenica prossima. L'amministratore delegato Sciarrone: "Sarà il mercato a giudicarci. Abbiamo un rapporto qualità-prezzo sicuramente competitivo, all'avanguardia e ai massimi livelli mai visti in Italia"

Ampia scelta, flessibilità, chiarezza e trasparenza. Ntv scopre le carte sui prezzi di 'Italo', il nuovissimo treno ad alta velocità, pronto a partire il 28 aprile prossimo. E in vista di questa scadenza, ha presentato la nuova offerta commerciale che, come ha sottolineato l'amministratore delegato della società Ntv, Giuseppe Sciarrone, "vuole rispondere a tutti i tipi di esigenze e di disponibilità economica". I biglietti saranno messi in vendita a partire dal 15 aprile prossimo.

L'offerta commerciale di Ntv, come ha spiegato Sciarrone, si poggia "su un rapporto qualità-prezzo ai massimi livelli mai visti in Italia. Un rapporto assolutamente all'avanguardia e competitivo. Sarà - ha detto - il mercato a giudicarci".

Uno dei punti di forza della nuova offerta, come hanno spiegato, oltre a Sciarrone, il vicepresidente di Ntv, Vincenzo Cannatelli, e il responsabile del marketing, Giuseppe Bonollo, è l'associazione tra le offerte commerciali (base, economy e low cost) e gli ambienti di viaggio che contraddistinguono 'Italo' (smart, prima e club) che mette a disposizione dei viaggiatori una grande ampiezza di scelte anche nel caso delle offerte più convenienti. Offerte, queste ultime, "concrete e tangibili", hanno spiegato, visto che riguardano un posto su tre.

L'offerta più flessibile e senza vincoli, studiata per tutti gli ambienti, è quella base: infatti, offre cambi illimitati e gratuiti, il rimborso per la cancellazione del viaggio con una trattenuta del 20% prima della partenza del treno, e l'extra tempo, ossia la facoltà se si perde 'Italo' (entro un'ora) di ottenere il primo posto disponibile sul treno successivo ( il cambio è gratuito in Casa Italo e con una integrazione di circa il 15% al binario). La tariffa base sarà compresa, ad esempio sulla tratta Roma-Napoli, tra i 43 euro della 'Smart' e i 68 euro dell'ambiente 'Club' mentre sulla Roma-Milano la 'forchetta' di prezzo va da 88 a 130 euro.

Flessibilità ma anche risparmio: è questo il mix offerto dalla tariffa 'economy', prevista, anche in questo caso, per tutti gli ambienti di Italo. Rispetto al biglietto base, il risparmio è del 25-30% in 'Smart' e in 'Prima' e del 10% in 'Club'. Non è rimborsabile in caso di annullamento del viaggio ma con un'integrazione contenuta, il 10%, si possono fare cambi illimitati, fino a tre minuti dalla partenza del treno, e dunque gestire con flessibilità eventuali imprevisti nella programmazione del viaggio. E così un biglietto sulla Roma-Napoli costerà da 32 a 59 euro mentre sulla Roma-Milano da 65 a 118 euro.

L'offerta low cost è, invece, dedicata esclusivamente a chi viaggia in 'smart'. Non consente cambi e neppure rimborsi ma offre la convenienza di un biglietto a meta' prezzo: meno 50%, e anche qualcosa in più, rispetto all'offerta base. Viaggiare low cost costerà così 20 euro su tratta come Roma-Napoli, Roma-

Firenze, Bologna-Milano e 45 euro su Roma-Milano.

Oltre all'articolazione dell'offerta in base, economy e low cost, Italo offre ulteriori soluzioni studiate per accontentare tutte le tipologie di viaggiatori. In particolare, i bambini fino a 4 anni non compiuti viaggiano gratis in braccio a un adulto. I ragazzi fino a 15 anni non compiuti hanno uno sconto del 25% sull'offerta base e del 50% sull'economy.

Ci sono poi i maxi sconti di 'Italoinsieme'. I gruppi da 3 a 5 viaggiatori, indifferentemente combinati tra adulti e ragazzi, familiari o colleghi, studenti o amici, possono godere di particolari condizioni di favore, qualora la disponibilità lo consenta: gli adulti a uno sconto del 25% in Smart e del 35% in Prima; i ragazzi, del 65% in Smart o in Prima senza differenze. Questi prezzi sono disponibili fino a 7 giorni prima della partenza del treno. Chi poi decide di partire all'ultimo istante può farsi assegnare il posto direttamente al binario, acquistando poi il biglietto a bordo con un incremento di circa il 15% rispetto all'offerta Base.

Inoltre, la grande novità della televisione satellitare in diretta è gratis per tutti i viaggiatori, insieme al Wi-fi gratuito in tutti gli ambienti. Anche i biglietti low cost ed economy non prevedono obblighi d'acquisto anticipato. Tutte le offerte di Ntv consentono anche di cambiare gratis il nome del viaggiatore.

"Siamo i primi a rompere un monopolio che dura da 150 anni - ha commentato Sciarrone - è uno sforzo enorme e un compito difficilissimo. Il nostro competitor è di grande esperienza e sull'Alta velocità il servizio negli ultimi due anni è molto migliorato, grazie anche al nostro stimolo. Entriamo in un periodo che è economicamente il più difficile dal dopoguerra ma pensiamo di farcela e farcela bene. Poi - ha confermato - vogliamo espanderci sul servizio regionale dove con la liberalizzazione siamo pronti a fare la nostra parte". Quanto all'espansione all'estero, ha concluso, "prima occorre consolidarci in Italia. Da questo punto di vista tutta l'Europa ci sta guardando per vedere se la liberalizzazione spinta che c'è da noi funziona e noi abbiamo la responsabilità di dimostrare che questa funziona".

Ntv conta di arrivare a 8-9 milioni di passeggeri nel 2014 e di raggiungere il break-even operativo alla fine dello stesso anno, come ha sottolineato Sciarrone.

"Pensiamo di arrivare nel 2012 a 1,5-1,6 milioni di passeggeri per arrivare a regime, nel 2014 a 8-9 milioni di passeggeri con una quota di mercato del 25%. Sempre a fine 2014 - ha confermato - contiamo di arrivare al break-even operativo".

Dopo aver ricordato che Ntv ha investito 1,1 miliardi di cui 620 milioni per l'acquisto dei 25 treni, Sciarrone ha puntualizzato che, riguardo alle stime, "in un periodo di difficoltà economiche, fare previsioni sulla domanda è quanto mai difficile. Prima dell'ultima crisi pensavamo a una crescita del mercato rapida in tre anni. In questi ultimi mesi - ha spiegato - abbiamo rivisto le previsioni a causa delle difficoltà economiche italiane ed europee diluendo la crescita prevista del mercato su sei anni".