

L'obiettivo di Italo 2013: 6 milioni di passeggeri. Montezemolo: «in questo anno la concorrenza ha fatto bene al mercato. Ora serve un'autorità»

ROMA Si potrebbe definire un enfant prodige: ha appena compiuto un anno e i suoi risultati sono notevoli. Da quel primo fischio del capostazione nella stazione di Napoli il 28 aprile dello scorso anno, Italo, il treno rosso ad alta velocità di Ntv, ne ha fatta di strada: quattro milioni di passeggeri trasportati, 12 mila viaggi effettuati per 50 collegamenti giornalieri sulle due direttrici Salerno-Torino e Napoli-Venezia. Italo rappresenta la conferma che lavorando con determinazione si possono vincere anche le sfide più difficili, come quella contro il monopolio del trasporto ferroviario italiano. Con vantaggi per gli utenti e per lo stesso concorrente.

In questo anno infatti le persone che hanno deciso di utilizzare il treno per i loro spostamenti sono aumentate del 16%, con benefici anche per le Fs che hanno incrementato del 6-7% i passeggeri del Frecciarossa.

Insomma anche la storia di Italo - raccontata in un libro presentato ieri a Roma - dimostra che la concorrenza fa sempre bene. Perché l'aumento dei giocatori in campo, porta comportamenti virtuosi, migliorando quantità e qualità dei servizi offerti e riducendo i prezzi. Nel 2012 - si legge nel libro intitolato «Da zero a Italo» - i prezzi sono scesi del 30-35% rispetto al 2011.

«Non abbiamo fatto un trenino elettrico, un giocattolo» dice Luca Cordero di Montezemolo, tra i fondatori di Ntv e fino a poco fa presidente della società. «Abbiamo creato un'impresa ferroviaria vera, che funziona, con 1200 dipendenti di età media 28 anni assunti e tempo indeterminato e oltre mille persone che lavorano con noi nell'indotto». Non manca nell'intervento di Montezemolo una punta di polemica: «Non tutto è stato facile» dice. «Abbiamo avuto più difficoltà di quanto sarebbe stato giusto e di quanto ci saremmo aspettati». E aggiunge: «Non voglio dire che in questo Paese bisogna mettere i tappeti rossi a chi rischia e investe, ma auspico una concorrenza corretta e un arbitro imparziale, che non sia anche l'allenatore dell'altra squadra». Insomma, secondo Montezemolo, è il momento di un'authority nel settore.

Dopo gli interventi di due protagonisti dell'apertura alla concorrenza, Bersani e Gianni Letta, è l'amministratore delegato di Ntv, Giuseppe Sciarrone, a fornire i target futuri: 6 milioni di passeggeri nel 2013, break even dei conti nel 2014, partecipazione alle gare per i treni regionali.