

Al Ministro delle infrastrutture e dei trasporti - Per sapere - premesso che:

- dalla stampa, in data 03 agosto 2017, si è appreso che Antitrust ha inflitto una multa di 5 milioni di euro a Trenitalia S.p.A., sanzione che è peraltro il massimo edittale;
- la sanzione riguarderebbe una pratica commerciale scorretta inerente il sistema telematico di ricerca e acquisto dei titoli di viaggio accessibile alla clientela sul sito aziendale, tramite le emettitrici self-service di stazione e la App Trenitalia per smartphone e tablet;
- l'Autorità ha infatti accertato che l'insieme di soluzioni di viaggio proposte a seguito di una ricerca su tali strumenti informatici omette numerose soluzioni con treni regionali (generalmente più economiche), pur trattandosi di alternative sostituibili a quelle invece mostrate, alterando in modo artificioso la scelta del consumatore;
- in particolare, la soluzione di viaggio che prevede un cambio e l'utilizzo di treni regionali non è mai inclusa nei risultati di ricerca ed è fruibile solo ed esclusivamente attraverso la specifica ricerca con l'opzione "Regionali" sul sito internet, laddove la partenza sia in prossimità di una soluzione che utilizza Freccie e Intercity (l'unica invece sempre mostrata);
- secondo l'Autorità, Trenitalia non ha in alcun modo informato i consumatori in merito a tale importante limitazione, ma ha anzi utilizzato, sul sito aziendale, la denominazione ingannevole "tutti i treni", dicitura sostituita in data 2 agosto dall'etichetta "Principali soluzioni";
- l'Autorità ha ritenuto tale pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo e ha inflitto a Trenitalia S.p.A. la sanzione di 5 milioni di euro;
- gli esempi di tratte coinvolte sono numerosi, dalla Padova - San Donà di Piave alla Napoli - Pozzuoli Solfatara, passando per tutte quelle coperte da un servizio ad alta velocità come la Milano – Torino;
- in considerazione dei rilevanti effetti della pratica sui consumatori l'Autorità ha inoltre imposto a Trenitalia S.p.A., ai sensi dell'art. 27, comma 8 del Codice del Consumo, l'obbligo di dare notizia del procedimento ai suoi clienti attraverso un messaggio che dovrà comparire su tutti i canali di prenotazione;

- la società sostiene di aver sempre messo il cliente al centro, spiegando che il suo motore di ricerca seleziona le tratte più brevi e con meno cambi, "senza alcun intento distorsivo" però, secondo il regolamento europeo di settore, il passeggero deve poter scegliere anche tra le alternative meno costose;

*Quali iniziative intenda mettere in atto il Ministero, affinché Trenitalia S.p.A. presti fede al regolamento europeo di tutela dei passeggeri;*

*Quali atti intenda produrre il Ministero per non permettere più che i passeggeri non siano nel miglior e più semplice modo informati, circa le possibilità di viaggio a loro disposizione da parte di Trenitalia S.p.A.;*

*Quali iniziative intenda intraprendere il Ministero, affinché appaiano chiare ed inequivocabili la dissociazione e la ferma denuncia di comportamenti da parte di una società, quale Trenitalia S.p.A., che possono ledere l'autorevolezza e la trasparenza dello Stato;*

FIRMA:

Franco Bordo