



Oggetto

Memoria di Trainline sul pacchetto passeggeri della Commissione Europea - Proposte COM(2026) 231 final, COM(2026) 232 final e COM(2026) 233 final

Riferimento

Federico Catania, Head of Government Relations (Italy) di Trainline
+39 3407839883 - federico.catania@thetrainline.com

-

L'impegno di Trainline in Italia e in Europa

Fondata 30 anni fa, Trainline è oggi la principale piattaforma indipendente per la prenotazione di viaggi in treno e autobus in Europa. Collaboriamo con circa 270 operatori ferroviari e di autobus a lunga percorrenza, offrendo ai passeggeri un accesso semplice e imparziale a un'ampia gamma di servizi di mobilità.

Ogni anno serviamo circa 27 milioni di clienti in Europa e nel Regno Unito, sia nel mercato consumer (B2C) sia attraverso soluzioni dedicate alle aziende (B2B). In Italia, oltre 2 milioni di clienti utilizzano Trainline per pianificare e acquistare i propri viaggi.

Attraverso la nostra piattaforma vengono venduti ogni anno biglietti ferroviari e di autobus per un valore complessivo superiore a 7,4 miliardi di euro in Europa e nel Regno Unito, contribuendo alla crescita del trasporto pubblico e a rendere il viaggio in treno sempre più semplice, accessibile e conveniente.

Da 30 anni, il nostro obiettivo per i passeggeri è semplice: rendere il viaggio in treno più facile da trovare, confrontare e acquistare, contribuendo così alla crescita del trasporto ferroviario.

Ogni volta che Trainline investe in tecnologia, comunicazione o innovazione in Italia e in Europa, investe anche nel convincere un numero sempre



maggior numero di persone a scegliere il treno, offrendo un'esperienza di prenotazione semplice, trasparente e intuitiva.

Il valore delle piattaforme indipendenti

Prima di entrare nel merito delle proposte legislative, è utile chiarire cosa intendiamo per piattaforma indipendente.

Una piattaforma indipendente non appartiene né è controllata da alcuna impresa ferroviaria. Proprio per questo può presentare ai passeggeri tutte le opzioni di viaggio in modo neutrale e imparziale, aiutandoli a scegliere la soluzione migliore in base alle proprie esigenze, e non gli interessi commerciali di un singolo operatore.

Le piattaforme indipendenti fanno molto più che distribuire biglietti: investono in tecnologia, algoritmi, assistenza clienti, cybersicurezza, comparazione delle tariffe e promozione del trasporto ferroviario. In questo modo generano valore non soltanto per i consumatori, ma per l'intero mercato, favorendo la concorrenza e aumentando la visibilità degli operatori ferroviari.

Contribuiscono inoltre ad aumentare la domanda: in Spagna, oggi il mercato europeo più competitivo dell'alta velocità, le piattaforme indipendenti hanno generato il 18% della domanda incrementale. Sempre in Spagna, una piattaforma indipendente è stata la prima a integrare, in un'unica prenotazione, servizi regionali e alta velocità, rendendo il viaggio ferroviario più semplice e più attrattivo.

Valutazione positiva del Passenger Package (pacchetto passeggeri)

Accogliamo con favore il Passenger Package (pacchetto passeggeri) e condividiamo pienamente gli obiettivi perseguiti dalla Commissione europea.

Un sistema ferroviario semplice da utilizzare genera maggiore domanda e rende il treno più competitivo rispetto all'automobile e all'aereo.

In particolare, accogliamo con favore quanto previsto dalla proposta 232 di Regolamento sull'emissione dei biglietti ferroviari, che introduce il principio FRAND (Fair, Reasonable and Non-Discriminatory – Equi, Ragionevoli e



Non Discriminatori) nei rapporti tra imprese ferroviarie e distributori indipendenti, in particolare agli articoli 4 e 6. Si tratta di un approccio concreto, facilmente applicabile e in grado di garantire condizioni commerciali realmente eque. Apprezziamo in particolare che l'articolo 6 preveda espressamente che anche la remunerazione dei distributori indipendenti, e non soltanto l'accesso ai dati, debba rispettare i principi FRAND. Per noi questo rappresenta un elemento essenziale: affinché tali principi siano realmente efficaci, devono trovare applicazione non solo nell'accesso ai dati, ma anche nelle condizioni economiche e nella remunerazione riconosciuta ai distributori indipendenti.

Questa proposta rappresenta un passo fondamentale per creare condizioni di mercato realmente equilibrate e consentire ai distributori indipendenti di competere ad armi pari.

Un punto che merita attenzione

C'è tuttavia un aspetto della proposta che, a nostro avviso, merita un'attenta riflessione.

La stessa proposta 232 di Regolamento sull'emissione dei biglietti ferroviari introduce infatti l'obbligo, per gli operatori ferroviari con una significativa quota di mercato, di distribuire/vendere anche i biglietti dei propri concorrenti.

Pur condividendo l'obiettivo di aumentare la scelta per i passeggeri, riteniamo che questa misura non sia lo strumento più efficace per raggiungerlo.

Confronti

Non esistono altri mercati liberalizzati nei quali un'impresa sia obbligata a diventare rivenditore diretto dei prodotti dei propri concorrenti.

Questo non avviene nel trasporto aereo, nel settore alberghiero, nel noleggio auto o nelle telecomunicazioni.

In tutti questi mercati il confronto tra offerte concorrenti è garantito da piattaforme indipendenti, che competono attraverso tecnologia, innovazione e qualità del servizio.



L'esperienza di Paesi come Italia, Spagna e Francia dimostra che la concorrenza ferroviaria può svilupparsi efficacemente anche senza imporre agli operatori storici di vendere i biglietti dei concorrenti.

In questi mercati le piattaforme indipendenti hanno svolto un ruolo essenziale nel dare visibilità ai nuovi operatori e nel rendere più semplice per i passeggeri trovare, confrontare e acquistare le diverse offerte disponibili.

La concorrenza è cresciuta grazie alla liberalizzazione del mercato e alla possibilità, per i passeggeri, di confrontare le offerte attraverso molteplici canali distributivi indipendenti.

I rischi

L'obiettivo della riforma è rendere i biglietti ferroviari disponibili sul maggior numero possibile di canali di vendita.

Paradossalmente, questa misura rischia di produrre l'effetto opposto, rendendo ancora più difficile per le piattaforme indipendenti competere e innovare.

Potrebbe ridurre gli incentivi all'innovazione, limitare il pluralismo dei canali distributivi e scoraggiare gli investimenti nel settore, con un conseguente impoverimento dell'offerta e una riduzione del valore generato per i consumatori.

L'obbligo per gli operatori ferroviari dominanti di distribuire anche i servizi dei concorrenti costituirebbe inoltre un precedente molto particolare e potrebbe generare inevitabili conflitti sul modo in cui tali servizi vengono presentati ai passeggeri.

I passeggeri traggono il massimo beneficio quando possono confrontare tutte le offerte attraverso piattaforme realmente indipendenti, il cui unico obiettivo è aiutarli a trovare il viaggio migliore, e non attraverso canali di vendita gestiti da uno degli operatori in concorrenza.

L'esperienza tedesca dimostra che la visibilità degli operatori concorrenti può diventare essa stessa oggetto di lunghi contenziosi regolatori. Se l'obiettivo è aumentare la visibilità delle diverse offerte ferroviarie, riteniamo



sia preferibile rafforzare i canali di distribuzione indipendenti attraverso regole FRAND Eque, Ragionevoli e Non-Discriminatorie chiare ed efficaci, applicate non solo all'accesso ai dati, ma anche alle condizioni economiche e alla remunerazione dei distributori indipendenti.

Il rischio finale sarebbe quindi quello di avere meno concorrenza nella distribuzione, minori incentivi all'innovazione e, in ultima analisi, meno scelta per i passeggeri.

Conclusioni

Riteniamo che il Passenger Package (pacchetto passeggeri) rappresenti una straordinaria opportunità per rafforzare il settore ferroviario europeo.

Chiediamo però che la sua attuazione salvaguardi e valorizzi il ruolo delle piattaforme indipendenti, che negli ultimi anni hanno contribuito concretamente ad aumentare la concorrenza, favorire l'innovazione e rendere il treno più accessibile ai cittadini.

La priorità dovrebbe essere quella di costruire un mercato aperto, competitivo e tecnologicamente innovativo, nel quale ogni operatore possa competere sulla base di regole eque, trasparenti e non discriminatorie.

Se l'obiettivo è offrire ai cittadini e ai passeggeri europei più scelta, più innovazione e un'esperienza di viaggio migliore, crediamo che la strada sia quella di rafforzare la distribuzione indipendente, non di sostituirla.

In questo modo, i principali beneficiari saranno i passeggeri europei, che potranno contare su una maggiore libertà di scelta, servizi migliori e un'esperienza di viaggio sempre più semplice e integrata.