

## Retrosceña

In attesa che la campagna istituzionale della Regione trovi non solo le risorse necessarie ma si liberi dai vincoli burocratici - la necessità di fare una gara per l'affidamento dei lavori - le categorie economiche e sociali hanno deciso di tirare fuori i soldi e di pagare una campagna pubblicitaria a favore della Torino-Lione. In prima fila c'è la Camera di Commercio di Torino e il suo presidente, Alessandro Barberis. E al suo fianco il numero uno dell'Unione Industriale, Gianfranco Carbonato. Le loro associazioni con Assolombarda, Camere di commercio di Trieste e Novara e Confindustria Alessandria e Camera di commercio di Novara ha sborsato 100 mila euro per gli spot che da oggi e fino al 5 novembre gireranno su Rai 3 e Rai News. Ed è stata Transpadana, l'associazione che raggruppa associazioni di imprenditori e anche enti locali che da venti anni si batte per realizzare il corridoio 6, a commissionare lo spot all'agenzia In Adv. Spiega Carbonato: «Se i messaggi vengono dalla politica - per altro non tutta compatta nel sostenere l'opera e sicuramente in un momento di diffi-

### LA VOCE DI CHI LAVORA

«Immagini e segnali positivi sulle opportunità di sviluppo del territorio»

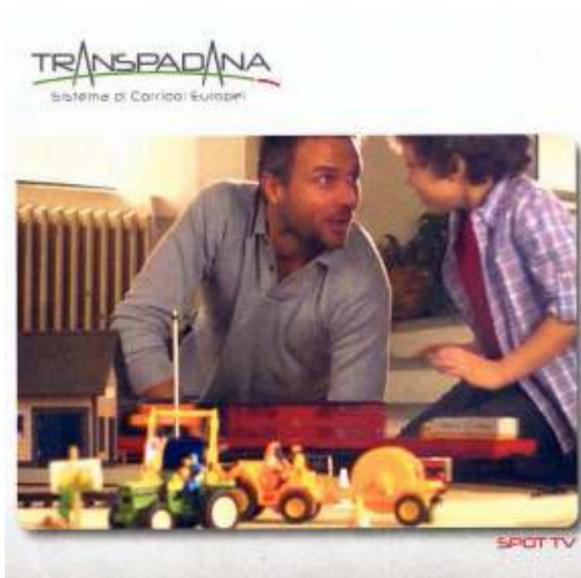
coltà - rischiano di essere strumentalizzati, se vengono invece da chi lavora hanno più peso: vogliamo spiegare ai valsusini che la Tav non è contro di loro, ma per loro. Perché porterà lavoro, sviluppo e benefici per l'ambiente».

Barberis non ha intenzione di sollevare polemiche con le istituzioni e preferisce sottolineare la scelta «unanime di tutte le categorie economiche, dagli agricoltori ai commercianti, nella scelta di finanziare questa campagna promozionale». E aggiunge: «Oggi presentiamo uno spot che parla di corridoi europei, ma è chiaro che parliamo al territorio perché la Torino-Lione è un progetto che porterà il Piemonte in Europa e nel futuro».

Luigi Rossi di Montelera,

# Le camere di commercio finanziano lo spot tv "Il treno non fa paura"

Carbonato e Barberis: "Non siamo contro i valsusini"



## Da oggi su Raitre e RaiNews

Un'immagine tratta dallo spot realizzato per la televisione e finanziato dalle Camere di commercio e Unione Industriale

che guida la lobby pro-Tav, spiega che «l'idea è di portare nelle case immagini e segnali positivi sulle opportunità di sviluppo e di qualità della vita legate alla realizzazione della Tav perché troppo spesso è stato impossibile far passare in Valsusa queste ragioni e l'informazione è stata monopolio dei contrari all'opera».

Guido Vallauri, responsabile dell'agenzia che ha studiato e realizzato lo spot, sottolinea «la scelta di utilizzare linguaggi e toni pacati, immagini evocative che sono i più adatti ad una comunicazione sociale che deve prima di tutto parlare al territorio». Si spiega così la scelta di non utilizzare le parole d'ordine utilizzate dalla politica come opera strategica o prioritaria. E neppure si usa l'acronimo Tav. Si parla di nuove linee veloci e di aria pulita, di Europa e di nuove opportunità di sviluppo. Della Torino-Lione si parla solo alla fine del messaggio come prima tappa di questo percorso.

Barberis, Carbonato e Rossi di Montelera sottolineano «la forza di questo messaggio apolitico che parla di sviluppo e futuro». Alla presentazione dello spot - che andrà in onda prima dell'edizione serale del Tg3 - c'era anche l'assessore regionale alle Infrastrutture soddisfatta perché «le associazioni di categorie hanno scelto di militare a fianco delle istituzioni che stanno facendo di tutto per realizzare l'opera». E la campagna istituzionale pro-Tav? «Sono arrivati i finanziamenti messi a disposizione da Ltf - spiega - e gli uffici di Scr stanno preparando la gara per affidare la realizzazione dello spot. Abbiamo programmato un progetto di comunicazione che durerà nel tempo e con una campagna che sarà realizzata in più fasi e per questo abbiamo chiesto contributi economici anche ad altri soggetti come la Sitaf, le piattaforme logistiche, le fondazioni bancarie».

[M. TR.]