

La curiosità

Annunci sui giornali del Comitato Transpadana: «Si è perso troppo tempo, la gente comune vuol far sentire la propria voce»

# La Torino-Lione diventa uno spot

MARCO TRABUCCO

«L A TORINO-Lione è per tutti, anche per te»: Lo slogan è apparso ieri sui principali quotidiani in una pagina tutta dedicata a promuovere la nuova linea ad alta capacità verso la Francia. Ci sono foto, tredici facce di gente normale, uomini e donne bambini, giovani e anziani, e alcuni brevi testi che spiegano i vantaggi che potrebbero derivare al Piemonte e alla Val Susa dalla costruzione dell'opera.

L'iniziativa è di Transpadana, l'associazione che raccoglie tutte le forze imprenditoriali piemontesi (industriali, commercianti, artigia-

ni, cooperative) e che da sempre è l'anima dell'alta velocità nel Nord Italia. «È un percorso che abbiamo deciso di iniziare — spiega Paolo Balistreri che di Transpadana è il segretario generale — che non si fermerà qui. Già la prossima settimana infatti partiranno spot sulle televisioni nazionali e locali e al cinema. E useremo anche Internet».

Il motivo della scelta è presto spiegato: «Dire che sulla Tav è mancata la comunicazione positiva è poco. Se si va su Google e si digita appunto Tav si trovano solo pubblicità negative, c'è l'enciclopedia del no Tav, spesso con argomentazioni scientifiche fasulle. Noi — continua Balistreri — abbiamo scelto di non



L'ANNUNCIO

«La Torino-Lione è per tutti. Anche per te»: è la pubblicità di Transpadana

metterci sul piano tecnico-scientifico. La nostra è comunicazione positiva, non vogliamo far polemica con nessuno. Vogliamo però far capire le ragioni dell'opera».

Che sono, per Balistreri, epocali: «Come Cavour 150 anni fa progettando il Frejus fece una scelta che è rimasta valida per oltre un secolo, noi lavoriamo per le generazioni future. Quindi anche nella comunicazione bisogna lavorare su un altro livello». Spiegare ad esempio, continua il manager di Transpadana: «Che questo è un progetto europeo, che l'Europa considera prioritario al punto che darà all'Italia 3 miliardi di euro per costruirla. E ce li daranno la Francia, la Spagna, la

Germania, l'Olanda e così via. Che la sua costruzione finirà nel 2023, ma gli effetti positivi si avranno almeno fino al 2200. E che quella tratta in Val Susa è solo una parte del collegamento che va dal Portogallo all'Ucraina, dall'Atlantico al Don».

L'altro messaggio che spot e pagine pubblicitarie vogliono veicolare, spiega Balistreri è che «la Tav sarà anche una grande occasione per la Val Susa a patto che sia capace di non subire l'opera ma di utilizzarla per ridisegnare il territorio. Proprio per questo ad esempio stiamo lavorando a un progetto di sviluppo turistico per l'alta e bassa valle».

© RIPRODUZIONE RISERVATA