

Tav, parte una campagna per le ragioni del Sì

Sui quotidiani una pagina voluta dal mondo dell'impresa: "Pensiamo al futuro dei nostri figli"

VERA SCHIAVAZZI

LA PRIMA, seria pubblicità "si Tav" porta la firma degli imprenditori piemontesi (Unione Industriale, Confindustria Piemonte, Unioncamere, Camera di Commercio e Transpadana), ha l'immagine di un ragazzino che cerca un accordo alla chitarra, seduto sulle rotaie del treno e lo slogan «è in gioco il futuro dei nostri figli». L'ha fatta, in poche ore, Barbara Sales, classe 1974, creativa free lance torinese (nel suo video promozionale si vedono piercing e mille trasformazioni nel look), dopo che in via Fanti si era deciso di andare al contrattacco: «C'è la visita al cantiere, la manifestazione no Tav soprattutto il forte rischio che Bersani possa mollare su questo obiettivo per difenderne altri, mentre cerca di formare il governo». Detto, fatto. Il direttore di Confindustria Paolo Balistreri e il commissario per la Tav Mario Virano hanno ab-



LA PUBBLICITÀ

Sopra, la pagina pubblicitaria a destra, i bambini della Valsusa alla marcia di ieri

bozzato i contenuti (10.000 posti di lavoro, competitività, efficienza, ambiente) e la campagna, o meglio quello che potrebbe essere l'avvio di una campagna, è finita sui giornali. «Abbiamo la sensazione che sia indispensabile risalire la china, far sentire la voce di chi vuole l'ope-



ra e richiamare l'attenzione sulle buone ragioni per farla al di là di ogni posizione politica», spiega Balistreri. Che ha in serbo anche un'altra carta: il numero uno di Confindustria nazionale Giorgio Squinzi scriverà a tutte le associazioni locali e alle imprese iscritte

che lavorano nelle vicinanze del corridoio ferroviario che da Kiev dovrebbe portare fino a Lisbona per chiedere loro sostegno e risorse da investire in comunicazione pro-Tav. «Quello che abbiamo in mente — spiega Balistreri — è una sorta di club, un movimento di opinione

Il messaggio è affidato all'immagine di un bambino che suona tra i binari

Il direttore di Confindustria Balistreri: "Dobbiamo risalire la china"

che mobiliti anche i singoli imprenditori dandogli un'opportunità di dire che cosa rappresenta quest'opera per il loro futuro». Fatto non secondario, in questo modo i promotori della campagna contano di trovare anche i fondi per continuare. Comunicare in favore della Tav,

e in generale delle grandi opere, è impresa difficile, anche se in questi anni non sono mancati i tentativi — dall'opuscolo poi ritirato dalla Regione al progetto, tuttora tenuto in considerazione, di un canale YouTube — e in via Fanti ne sono consapevoli: «E' più facile gridare le ragioni del no — dice Balistreri — che spiegare pacatamente quelle del sì. Ma non possiamo fermarci». Più in generale, a spiegare la mobilitazione c'è anche il timore che i recenti ripensamenti, a partire proprio dal Pd, possano portare la Torino-Lione ad arenarsi, con pesanti multe da pagare all'Unione europea e una "brutta figura" internazionale assai temuta. Eda Torino potrebbe muovere i primi passi — anche in occasione del convegno nazionale delle piccole e medie imprese di Confindustria previsto per il 12 e 13 aprile — un rinnovato protagonismo imprenditoriale nei confronti del nuovo governo, se ce ne sarà uno.