

La curiosità

Dopo quella della Camera di commercio, un'altra campagna pro Tav

C'è lo spot, lo pagano gli industriali

MARIACHIARA GIACOSA

LA TORINO-Lione diventa uno spot. Familiare, patinato, sereno: nulla che nemmeno lontanamente ricordi gli scontri e le violenze dell'estate valsusina e di cui tutti temono un replay il prossimo fine settimana. È nemmeno le parole d'ordine della politica si Tav. Trenta secondi in cui si parla di aria pulita, distanze che si accorciano e un futuro ricco di nuove possibilità. E' in onda da oggi su Raitre, a ridosso del telegiornale regionale, esu Rainews 24 fino al 5 novembre. L'operazione è firmata dagli industriali attraverso Transpadana, il comitato guidato da Luigi Rossi di Montelera che raccoglie Unioni industriali e Camere di commercio da Torino a Trieste e promuove la realizzazione dei corridoi ferroviari. Si tratta dell'ennesima iniziativa a sostegno della Tav che parte dalle categorie economiche, e non dal-



la politica. Nemmeno venti giorni fa è stata lanciata un'altra campagna finanziata in gran parte dalla Camera di Commercio per promuovere la Valsusa e raccontarne un'immagine decisamente diversa da quella degli scontri e delle sassaiole.

La Regione, che mesi fa aveva annunciato anche una pubblicità progresso, sta ancora raccogliendo i fondi e lavorando a

Resta al palo per ora il progetto di promozione che aveva annunciato la Regione

SPONSOR

Luigi Rossi di Montelera è il presidente del Comitato Transpadana, che finanzia la campagna tv Pro Tav

una gara da 150 mila euro per una nuova campagna di comunicazione dopo i volantini sul cantiere di Chiomonte distribuiti a luglio. Ma non è il momento per fare polemiche, sostengono gli industriali. «Promuovere le ragioni della Tav è indispensabile se vogliamo evitare che la Val di Susa diventi una "death valley", una valle della morte - ha spiegato il pre-

sidente dell'Unione industriale torinese, Gianfranco Carbonara. Il momento è delicato e vogliamo far capire ai valsusini che la Tav non è contro di loro, ma per loro" ha aggiunto.

La messa in onda dello spot, realizzato dall'Agenzia torinese Inadv, è stata finanziata dalla Camera di Commercio con 130 mila euro. «La Tav porta lavoro e sviluppo e le nostre aziende ce li chiedono - ha spiegato il presidente Alessandro Barberis - Il nostro compito è fare quanto più possibile per spiegare perché è utile. Lo spot parla di corridoi europei ma è chiaro che parliamo al territorio di Torino-Lione, un progetto che porterà il Piemonte in Europa e nel futuro». Qualcosa del futuro si capirà già oggi al termine della riunione della Commissione europea che dovrà decidere su quali opere investire i fondi entro il 2021. A Torino si augurano che la Tav sia della partita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

