

16 luglio 2001 0:00

RFI: IL LATO OSCURO DELLE FS

Roma, 16 Luglio 2001. Sembra una campagna elettorale quella lanciata dalle Ferrovie dello Stato per presentare RFI, la Rete Ferroviaria Italiana: inserti a piene pagine sui giornali e mega manifesti sparsi in tutta Italia. C'e' un piccolo particolare che non ci e' chiaro -dichiara Primo Mastrantoni, segretario dell'Aduc: a cosa e a chi serve questa campagna pubblicitaria? Non certamente all'utente che vorrebbe piu' servizi, puntualita', cortesia, pulizia ed efficienza. Cosa puo' importare al passeggero bloccato in un Eurostar in una galleria che e' nata RFI? Quale informazione aggiuntiva viene data al consumatore dal mega manifesto che annuncia "abbiamo raddoppiato l'impegno?" Il bello e' che alla frase si accompagna una foto che inquadra un certo numero di binari. Significa che hanno raddoppiato l'impegno per raddoppiare i binari? Ma i binari nella foto ci sono gia' e questo vuol dire che il lavoro e' gia' stato fatto? Chissa' cosa ne pensa l'Antitrust di questa pubblicita', chissa' se ne ravvisa in qualche modo una forma di pubblicita' ingannevole, e per questo l'abbiamo interpellata. Una ultima considerazione obbligatoria: la campagna e' a cura delle Fs, che ci risulta essere di proprieta' pubblica, cioe' dei cittadini. Quanto e' costata?