

Anas, la cornucopia dei 97 comunicatori

» DANIELE MARTINI

Anche se da quasi un anno e mezzo non è più neanche un gruppo a sé ma solo uno spezzone delle Fs, l'Anas non demorde, non rinuncia ai suoi vecchi vizi e continua a scialare in grande. Soprattutto nell'ambito della comunicazione. Tra l'ufficio stampa che tiene i rapporti con giornali e tv e quelli che aggiornare i bollettini del traffico, l'azienda delle strade ha in organico 78 persone. Che diventano 97 se nel conto si mettono anche gli addetti ai rapporti con le istituzioni. L'ordine di servizio emesso ieri elenca i nomi, i cognomi e gli incarichi ricoperti da ognuno di essi ed è lungo 6 pagine. Qualche esempio: gli addetti al Cciss-Viaggiare informati sono 13, mentre 6 si dovrebbero occupare di Editoria e gestione amministrativa e 4 di Comunicazione interna. Solo per quello che in gergo in azienda chiamano l'Urp (Ufficio rapporti con il pubblico), ci sono 20 persone che dovrebbero rispondere sempre e subito alle segnalazioni e ai reclami degli automobilisti. Ci sono addetti a un non meglio precisato *Brand-image* e a una *Corporate Social*

Responsability di cui si fatica a intuire lo scopo.

CONSIDERANDO che dal primo gennaio a oggi l'Anas ha emesso 650 comunicati, compresi quelli di poche righe in cui magari si dà notizia della semplice interruzione di una strada, risulta che in quasi 4 mesi ognuno degli addetti all'area comunicazione ha elaborato in media poco più di un comunicato e qualche riga al mese. Alle Ferrovie, che sono la casa madre dell'Anas, l'ufficio stampa è molto più snello: i comunicatori appena una ventina, la metà dei quali addetti alle sedi distaccate, dal Piemonte alla Sicilia, si occupano dell'attività delle circa 60 società del gruppo, di centinaia di stazioni e di una rete di 16 mila chilometri di binari su cui transitano 10 mila treni al giorno. La sproporzione con l'Anas è evidente e appare illogico che una semplice società controllata, una delle decine del gruppo, si avvalga di molte più risorse della *holding* per tenere i rapporti con l'esterno.

La cornucopia di comunicatori, per la verità, non è una novità per l'Anas. Già ai tempi in cui l'azienda era guidata da Pietro Ciuc-

ci, il settore stampa affidato a Giuseppe Scanni era molto curato e zeppo di dipendenti. Un'attenzione particolare, corroborata da ingenti risorse, ovviamente pubbliche, era dedicata alle inserzioni pubblicitarie e agli avvisi di gara, riservati in prevalenza alla stampa considerata amica. Da allora all'Anas si sono susseguiti tanti rivolgimenti, anche se invano, purtroppo, visti i risultati. Allontanato Ciucci, il successore Gianni Armani aveva promesso il repulisti. Che evidentemente non c'è stato. Grazie a una serie di forzature contabili dal gennaio 2018 l'Anas è stata inglobata dalle Ferrovie e anche Armani se n'è andato tra le polemiche dopo aver salutato mettendosi in tasca una buonuscita milionaria. Da allora l'azienda è come sprofondata in un limbo. Al nuovo ministro dei Trasporti, Danilo Toninelli, l'incorporazione dell'Anas nelle Fs non piace e subito dopo la nomina aveva promesso che l'avrebbe smontata in quattro e quattr'otto. È passato più di un anno, la faccenda sembra uscita dai radar e all'Anas continuano a folleggiare come se niente fosse.