

## **Ryanair utilizza il dito di Bossi in uno spot. Quel medio alzato che «saluta» l'inno di Mameli finisce nel sito della compagnia aerea low cost**

MILANO. Il dito medio di Umberto Bossi che «saluta» l'inno di Mameli è diventato uno spot pubblicitario di Ryanair, la società aerea irlandese specializzata nella vendita di biglietti a basso costo. Infatti, nel banner pubblicitario della compagnia appare la foto dell'esponente leghista con il dito alzato e la scritta: «Il ministro Bossi ai passeggeri italiani». Nel banner, i responsabili di Ryanair si scagliano contro il governo italiano che «supporta le alte tariffe di Alitalia, supporta i frequenti scioperi di Alitalia e ne se frega dei passeggeri italiani». Segue l'invito a volare Ryanair a 10 euro e a prenotare entro luglio. La pubblicità di Ryanair ha scatenato, come era prevedibile, le reazioni della politica.

Mario Borghezio, eurodeputato della Lega Nord, dal linguaggio sempre colorito e dagli atteggiamenti spesso provocatori, adesso chiede alle autorità di Bruxelles se «queste affermazioni non siano lesive dell'immagine e degli interessi legittimi di uno Stato membro». E se «questa forma di pubblicità-dileggio, fondata su false affermazioni, non costituisca anche violazione della concorrenza». Ma Borghezio non poteva finirla così. E allora ecco il richiamo ai «patrioti padani» pronti a scatenarsi per boicottare la compagnia.

Dall'opposizione si fa sentire Silvana Mura (Italia dei valori). «Chi di dito medio ferisce, di dito medio perisce», dice. «Peccato che a farne le spese sia l'immagine dell'Italia. Quanto sta accadendo - continua - è in primo luogo colpa del presidente del Consiglio e della sua maggioranza, che hanno considerato poco più che una fanfaronata il fatto che un ministro insultasse l'inno d'Italia. Il risultato è che l'Italia è diventata lo zimbello internazionale». «Se il governo italiano - conclude l'esponente dell'Idv - è il primo a dimostrare di non avere a cuore la dignità dei simboli nazionali, è inevitabile che anche all'estero la dignità dell'Italia sia vilipesa». Per il Pd interviene Andrea Martella: «Berlusconi straparla su Alitalia. L'unica notizia sicura è che, ad oggi, non esiste alcuna certezza ne' su quale sarà il piano industriale adottato, ne' sulle procedure che verranno utilizzate, ne' tantomeno su quali saranno e da chi proverranno i capitali di cui il capo del governo favoleggia. Invece, l'unica cosa concreta, è stata l'invenzione di uno slogan. E allora si faccia un giro sul sito di Ryanair, dove troverà la nuova campagna rivolta agli italiani in cui campeggia la foto del suo ministro delle Riforme».

Anche l'ex ministro Castelli (ora sottosegretario ai trasporti) la prende sul serio e dice: «Mi attiverò per capire se questa sorprendente presa di posizione sia compatibile con l'attività di operatore della compagnia negli aeroporti italiani. Mi auguro che arrivino le scuse dei dirigenti. In ogni caso non mi avvarrò dei servizi di Ryanair». Gli risponde Donatella Poretti, senatrice radicale eletta nel Pd: «Le parole di Castelli sono in classico stile mafioso. E' un'intimidazione indirizzata ad una compagnia straniera che giustamente lamenta la concorrenza sleale di Alitalia, compagnia cotta e decotta, continuamente foraggiata con i miliardi di euro sottratti alle tasche dei contribuenti. Mi auguro che quelle di Castelli siano solo parole in libertà senza conseguenze, come spesso lo sono quelle pronunciate dai leghisti. Ma Castelli è anche un esponente di governo. E allora mi auguro che Berlusconi voglia "raddrizzare" queste affermazioni che portano solo a nuovi guai con l'Europa e allontanano gli investimenti privati nel settore». Infine il ministro dei Trasporti, Matteoli, dice che «la pubblicità è volgare e offensiva». «La compagnia - spiega - che opera nei nostri aeroporti e nei nostri cieli, dovrebbe chiedere scusa a Bossi e agli italiani. Anzi, anche le scuse sarebbero insufficienti».