

I pendolari presentano un esposto in Procura contro il bando di Trenord

La decisione di stanziare 2 milioni di euro per servizi di comunicazione e pubblicità da parte della partecipata della Regione Lombardia non è piaciuta agli utenti. “Prima migliorare il servizio che è scandaloso”

Treni in ritardo, convogli soppressi, vagoni gelidi e al buio. Da un lato le lamentele dei pendolari lombardi. Dall’altro la decisione di Trenord di pubblicare un bando per servizi di comunicazione e pubblicità da 2 milioni di euro. Troppi, a fronte dei continui disservizi. Almeno così la pensa Davide Zanon, coordinatore regionale dell’associazione di consumatori Codici, che lunedì presenterà alla procura di Milano un esposto contro la società che gestisce il servizio ferroviario regionale.

Sotto accusa è un avviso di gara dell’8 febbraio scorso, che ha per oggetto “prestazioni professionali e di consulenza e/o servizi di comunicazione, attività di corporate identity, below the line, pubblicità grafica”. Un appalto della durata di due anni per promuovere l’azienda, dice Zanon. Che nell’esposto scrive: “Sia l’utilizzo dei fondi destinati al bando sopraccitato, sia l’ammontare della cifra indicata sono un’imputazione di spesa eccessiva per la realtà concorrenziale in cui Trenord opera, e distoglie risorse al fine di migliorare il servizio offerto al cittadino utente”. Insomma, due milioni di euro iva esclusa, questa la cifra da cui partirà l’asta al ribasso, sono troppi per farsi pubblicità. Tanto più che sulle tratte di sua competenza, Trenord opera in un regime di monopolio. Senza dimenticare che si tratta di un’azienda pubblica, partecipata al 50% da Trenitalia e al 50% da LeNord, di cui regione Lombardia è azionista di maggioranza.

“Va poi ricordato – si legge nell’esposto – come Trenord riceve ingenti finanziamenti dalla regione Lombardia a fronte del contratto di servizio di trasporto regionale e il cittadino utente ha visto aumentare il prezzo del biglietto del 20%”. Rincarì che, secondo Zanon, non corrispondono a un miglioramento delle condizioni offerte ai pendolari. Che, stanchi delle lunghe attese in stazione, lottano ogni giorno contro i disservizi. Tanto che su una delle linee con maggiori problemi, la Mantova-Cremona-Milano, da due settimane è in corso lo ‘sciopero del biglietto’. Un’iniziativa simbolica: chi viaggia, seppur munito di titolo di viaggio, è invitato dal comitato di pendolari In Orario e dall’associazione Utenti del trasporto pubblico a non mostrarlo al controllore. Magari con questa scusa: “C’è un momentaneo problema al sistema di controllo delle cerniere della borsa, che ne impedisce momentaneamente l’apertura. Si prevede la riparazione del guasto in 20 minuti. Il viaggiatore si scusa per il disagio arrecato al personale viaggiante di Trenord”.

Secondo Giorgio Dahò, coordinatore dei pendolari lombardi, le carrozze sono spesso affollate all’inverosimile. “Sulla tratta Milano-Lecco-Sondrio i cinque treni delle ore di punta sono passati dai 4.400 posti del 2004 ai 3.600 di oggi”. E quando si aspetta in stazione può diventare un rompicapo capire fra quanto passerà il treno, o su che binario. A causa della mancanza di personale e di display con orario mal funzionanti.

“A Crema le biglietterie automatiche sono guaste da un anno – aggiunge Agostino Alloni, consigliere regionale del Pd -. Due milioni dovrebbero essere investiti per risolvere questi problemi”. Per offrire un trasporto più efficiente, continua Alloni, non per far percepire con la pubblicità un servizio migliore di quello in realtà esistente. Ma per Trenord il bando non riguarda pubblicità, ma spese di comunicazione al pubblico, un “fattore qualificante del servizio”. In una lettera inviata al Corriere della Sera, in replica alla notizia del futuro esposto, Trenord sostiene: “La comunicazione è un obbligo previsto dal contratto di servizio. I due milioni di euro in due anni previsti dalla gara (al ribasso) servono a progettare e realizzare materiali informativi destinati alla clientela. Le dimensioni della nostra azienda richiederebbero ben altre cifre, ma come tutti sanno le risorse sono impegnate in investimenti per migliorare la qualità del servizio, dei treni e della loro manutenzione”. Secondo l’azienda l’esposto sarà una “occasione per ottenere una verifica autorevole sulla correttezza dei comportamenti e delle azioni intraprese da Trenord nell’esercizio della propria autonomia societaria e nel rispetto della normativa”.

Comunicazione utile agli utenti quindi. Non mera pubblicità, assicura Trenord. Anche se della gara parla pure il sito della rivista di settore Pubblicità Italia, nella sezione “creatività & marketing”. E, se si scorrono le 16 pagine del bando, si legge che per cercare di aggiudicarsi l’appalto bisogna avere realizzato nel triennio 2009-2011 “almeno un progetto articolato di comunicazione e relativa campagna pubblicitaria per soggetto pubblico o partecipato operante nel settore del trasporto pubblico locale”. È chiaro, conclude Alloni, che “non si tratta di spese per la comunicazione prevista dal contratto di servizio con la Regione, ma di promozione dell’azienda”.

